

Día SOMOS: una llamada a colaborar

33 ONG lideran la tercera edición de esta campaña para fomentar la solidaridad y el voluntariado

“¿Somos o no somos solidarios?”. Es el lema de la tercera edición de la campaña SOMOS puesta en marcha por 33 ONG englobadas en la Asociación Española de Fundraising (AEFR). Con ella, buscan remover conciencias y promover una mayor cultura de la solidaridad en nuestro país.

Y es que, ante situaciones de emergencia, los españoles realizamos aportaciones económicas extraordinarias. Ocurrió tras el terremoto de Haití o el tsunami de Japón y, hace poco, después de los destrozos causados por el tifón Haiyan en Filipinas. En aquella catástrofe, España fue el tercer país más generoso del mundo, al aportar cerca de 192 millones de euros al fondo de ayuda.

Por el contrario, nuestro país se sitúa a la cola de Europa en volumen de personas socias de ONG. Es esta situación la que quieren cambiar quienes están detrás de la campaña SOMOS y de aquellos, como EROSKI, que colaboran con ellos.

La iniciativa nació en el año 2012 de la mano de una veintena de ONG. El objetivo era sensibilizar a la sociedad sobre la importancia del trabajo desarrollado por las organizaciones no gubernamentales. Aspiraban a crear una cultura de la participación social y a potenciar el sentimiento humano de ayudar a los demás y de transformar la realidad, reforzando así el orgullo de ser solidario. En 2013, con una decena más de entidades, la campaña buscaba reconocer la labor de los donantes, reforzando de manera positiva la acción de colaborar para lograr un mundo mejor.

En ambas ocasiones, el compromiso de las personas y empresas solidarias se exteriorizaba en el Día SOMOS. Durante una jornada, los socios o colaboradores de alguna ONG lo manifestaba al llevar una prenda de vestir al revés o mostrar su logotipo empresarial invertido, como así lo hizo EROSKI CONSUMER. De esta manera, se visibilizaba que juntos es posible cambiar las cosas.

Implicación activa

Pero este año, la campaña SOMOS anima a implicarse de manera más activa. Para ello, se ha pedido a los ciudadanos que envíen un SMS solidario con la palabra SOMOS al 28014 y hagan una donación de 1,20 euros, como primer paso de cooperación con una ONG. Todo el que mande este mensaje recibirá una respuesta en la que se le invita a elegir una ONG o causa con la que colaborar: hambre y pobreza, infancia, educación, emergencias, salud e investigación, discapacidad y exclusión social.

La campaña culmina el 6 de junio con la celebración del Día SOMOS, en el que se conmemora el orgullo de ser socio de una ONG y se visibiliza de manera simbólica el trabajo en favor de los colectivos más vulnerables. Durante esa jornada, de nuevo, EROSKI CONSUMER dará la vuelta a su logo en su web y redes sociales, en señal de su compromiso solidario. //



SOLIDARIOS A CORTO PLAZO

España sigue siendo uno de los países con menos donantes de Europa: 7,5 millones de personas. Según un estudio elaborado por Bain&Company en 2012, solo un 20% de la población española era socia o donante puntual de alguna ONG, frente al 56% de Reino Unido. Las cifras caen aún más con relación a los socios regulares: solo un 10% de los españoles lo es, frente al 31% de los británicos o el 16% de los franceses.

Aun así, las ONG están muy bien consideradas en España y se aprecia mucho el trabajo que realizan. Según el mismo informe, el 80% de los encuestados afirma tener mucha o total confianza en las ONG —en la misma línea que los vecinos europeos— y es la institución mejor valorada. El 65% cree que su aportación puede contribuir a acabar con el hambre y la injusticia, el 79% está de acuerdo en que no se hace lo suficiente por combatir la pobreza y la desigualdad en nuestro país, y tres de cada cuatro españoles creen que es importante seguir ayudando a otros países.

