

**Informe de resultados campaña donaciones
'Por el precio de una caña'
Fundación Hazloposible**

1. Contexto y objetivo de la campaña

Fundación Hazlo posible impulsa la participación social y el voluntariado desde hace más de 25 años. Sin embargo, uno de los grandes retos del tercer sector sigue siendo la captación de donaciones recurrentes que permitan sostener el impacto social de las organizaciones.

La campaña “Por el precio de una caña” se diseñó para movilizar a la ciudadanía a través de un mensaje sencillo y cercano: pequeñas aportaciones individuales pueden generar un gran impacto colectivo, como el precio de una caña.

El objetivo fue captar nuevas personas donantes, ampliar la visibilidad de la fundación y fortalecer la sostenibilidad de los proyectos sociales impulsados por su ecosistema de ONG.

2. Idea creativa

La campaña parte de un concepto cotidiano: por el precio de una caña cualquiera puede ayudar a cambiar el mundo.

Para transmitir este mensaje se desarrolló un spot audiovisual profesional protagonizado por dos actores reconocidos, en dos formatos:

- versión larga.
- versión corta.

El tono de la campaña combina cercanía, humor y reflexión, invitando a transformar un gesto cotidiano en una acción solidaria.

3. Estrategia de comunicación

La campaña se desplegó mediante una estrategia multicanal digital:

Publicidad digital segmentada

- Meta (Facebook e Instagram)
- LinkedIn
- Programática contextual
- Spotify

Difusión orgánica

- Redes sociales de la Fundación
- Contenidos web y blog
- Newsletters a la base de datos

Contenido audiovisual

- Spot en versiones corta y larga
- Adaptaciones para distintos formatos de redes sociales

4. Resultados e impacto

La campaña logró un alcance significativo y generó conversión real en donaciones.

Impacto de comunicación

- +930.000 personas alcanzadas
- +960.000 impresiones
- +213.000 visualizaciones completas del vídeo

Resultados de captación

- 195 donaciones registradas
- 1.679 € recaudados

La campaña permitió ampliar la base de donantes y el ecosistema social de Fundación Hazloposible y reforzar la visibilidad del trabajo de la fundación.

5. Valor de la campaña

“Por el precio de una caña” demuestra cómo una comunicación responsable, creativa y accesible puede movilizar a la ciudadanía hacia la acción social. La campaña transforma un gesto cotidiano en una llamada clara a la participación y pone de manifiesto que el impacto social también se construye a partir de pequeñas contribuciones colectivas.

Versión larga



Versión corta

