

Como parte de esta comunicación se realizó durante el primer trimestre del año, la campaña anual de captación de socios, en la que el eje de comunicación era mostrar la importancia de nuestros socios para la realización de los distintos proyectos que Cruz Roja realiza. Esta campaña de comunicación sirve como apoyo a todos nuestros canales de captación para la consecución de los objetivos.

En materia de captación digital, el año 2016 fue el de la confirmación de la relevancia de este canal y su aportación al conjunto de la organización. Se captaron más 5.000 nuevos a través de medios digitales haciendo hincapié en la colaboración de la sociedad a través de firmas digitales.

Hemos potenciado sobre todo la comunicación a través del canal online con más de 12 millones de envíos ofreciendo información relevante para nuestros colectivos y más de 2,6 millones de envíos postales dentro de nuestro plan de fidelización.

## Donantes

En un año marcado por las emergencias internaciones, (ampliación de las ayudas a refugiados, terremoto de Ecuador), las aportaciones de nuestros donantes no se han olvidado tampoco de las familias que la crisis económica ha provocado que necesiten de nuestro apoyo.

Durante el año 2016, se han recaudado **11.497.854 EUR entre donantes particulares y empresas y subvenciones públicas**. Son las empresas las que más aportan con un 68,25% (7.845.661 EUR).

En el ámbito internacional, la mayor emergencia del año fue la del **Terremoto de Ecuador, donde Cruz Roja recaudó 858.792 EUR**, seguida de las aportaciones por la **crisis migratoria hacia Europa con 650.111 EUR**. Es importante remarcar las donaciones al **fondo de ayuda para emergencias con 1.392.776 EUR**.

Igualmente relevante son las aportaciones a proyectos que Cruz Roja realiza en España, principalmente en los siguientes ámbitos:

- Ayuda a personas afectadas por la Crisis en España: **847.935 EUR**
- Infancia
- Éxito escolar: **376.946 EUR**
- Juguetes: **219.890 EUR**
- Dificultad social: **194.514 EUR**
- Fines Generales: **1.657.083 EUR**

El programa que más incrementa la recaudación con respecto al 2015 es **infancia**, donde nos hemos volcado para atender a este colectivo tan vulnerable en momentos de crisis. Este proyecto abarca proyectos infantiles donde se ha realizado una especial atención en la distribución de material de estudio, así como de apoyo para mejorar su rendimiento.

La transparencia en la gestión de las donaciones es una de nuestras máximas, por eso cada año se ofrece a los donantes un informe con respecto a la gestión que de esas

donaciones hemos realizado en la organización. En dicho informe se explica a través de testimoniales toda nuestra labor sobre cada proyecto realizado.

## Loterías

En un mercado cada vez más complejo donde las demás entidades descienden su volumen de negocio, es donde Cruz Roja tiene un valor diferencial, ya que la sociedad no ve nuestros sorteos como tal, sino como una forma de colaboración con los más vulnerables.

Cruz Roja, en el año 2016 obtuvo unos ingresos de más de **56 millones de EUR**, a través de los diferentes sorteos y loterías de los que **59,48% es por el Sorteo de Oro de Cruz Roja** (33.476.420 EUR) y el resto bien por fraccionamiento de Sorteo de Lotería Nacional de Navidad o como el Sorteo Especial de Loterías del Estado a favor de Cruz Roja.



El **Sorteo de Oro** se celebró en Avilés (Asturias) el 21 de julio en la que se vendieron más de 6,5 millones de boletos. La red local de ventas **creció un 1,07%** las ventas con respecto al año 2015.

La red territorial realiza sus ventas a través de tres canales de venta que han evolucionado año a año mejorando sus ratios.

La **venta a los socios** ha sido el canal de venta que más ha aumentado sus ingresos hasta sobrepasar los 11,08 millones de EUR. Con respecto al año 2015 se ha incrementado las ventas un 6,64%. Este canal ya supone el 33% de las ventas de todo el sorteo.

La **venta a empresas** he llegado a los 4,18 millones de EUR. Este año se ha incrementado un 21,97%.

La **venta en calle** del sorteo de oro, ha facturado 4,94 millones de EUR. Este canal de venta ha incrementado sus ventas un 5,74% por la mayor presencia de nuestra red territorial a través de equipos propios de venta.

Con respecto a los otros sorteos, comentar que las cifras de venta son estables a lo largo de los años y gracias a ellos se puedan acometer diferentes proyectos o acciones para atender a personas necesitadas.

## Colaboración con Empresas

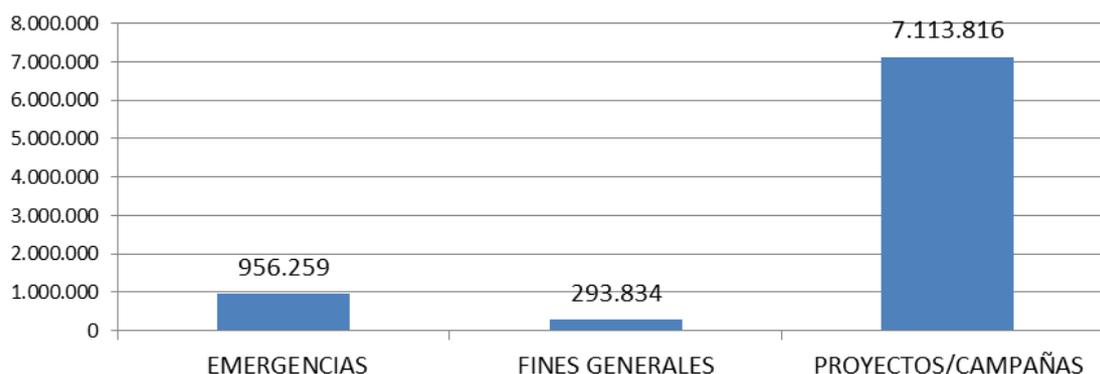
Las alianzas entre Cruz Roja Española y las entidades privadas (empresas, fundaciones, asociaciones, organizaciones...) es estratégica y se gestiona con un carácter cada vez más transversal, ya que, las organizaciones privadas son fundamentales para garantizar el éxito de los programas de empleo, la difusión de las campañas entre sus públicos de interés y la captación de fondos, la formación en contenidos formativos y la financiación directa de los proyectos.

En definitiva, las alianzas con organizaciones privadas, y la contribución al desarrollo de las políticas de Responsabilidad Social, son fundamentales para garantizar la cohesión social y el desarrollo sostenible.

En 2016 el valor de las colaboraciones de las empresas y entidades privadas ha alcanzado para el conjunto de Cruz Roja Española la cifra de **8.363.908 euros**, de los que el 80% de los fondos corresponden a colaboraciones establecidas a nivel estatal (6.653.154,49 euros) y el 20% restante a colaboraciones canalizadas a través de las oficinas territoriales de Cruz Roja (1.710.754 euros).

Por lo que respecta al destino de los fondos aportados por organizaciones privadas, el **85%** se ha dirigido a **proyectos y campañas**, un **11%** a las operaciones de **ayuda ante emergencias** internacionales y el restante **4%** de los fondos se ha destinado a otros **finés generales** de la Institución.

### 2016



## Campañas

Durante este año, por primera vez se utiliza una misma idea estratégica con distintas ejecuciones por campaña.

El motivo de centrar los esfuerzos de comunicación de todo el año en una misma línea estratégica, es porque nos ayuda a RENTABILIZAR la inversión, CONSTRUIR sobre una misma idea fuerza desde diferentes ángulos, a la vez que CUMPLIR con los objetivos de cada campaña.