



**CRUZ ROJA
ARGENTINA**

CAPÍTULO ONG

Categoría 2.6: Sustentabilidad en Salud

**PROGRAMA DE RESPUESTA INTEGRAL AL COVID-
19**

Cruz Roja Argentina

María Martín, Directora de Comunicación de Cruz Roja Argentina

Síntesis

Al declararse la Pandemia, se activó el Sistema Global de Respuesta de Cruz Roja. En Argentina, se declaró la Categoría de Emergencia 3 para disminuir el contagio, aliviar el sufrimiento de personas afectadas y reducir el impacto de la emergencia.

Introducción

Cruz Roja Argentina es una asociación civil, humanitaria y de carácter voluntario parte del Movimiento Internacional de Cruz Roja y de la Media Luna Roja, la red humanitaria más importante del mundo presente en 193 países. Su propósito es brindar apoyo a las comunidades en Argentina a través de sus 66 filiales. Su accionar se centra en cuatro líneas de trabajo: promoción de la salud; **gestión integral del riesgo en emergencias y desastres**; formación, sensibilización y prestación de Primeros Auxilios; y educación en áreas vinculadas a la salud.

El 31 de diciembre de 2019 se notificó la detección de casos confirmados de una infección por coronavirus, una enfermedad que puede causar graves afecciones respiratorias. La severidad del cuadro y la fácil y rápida propagación llevó a que la Organización Mundial de la Salud declarase la Pandemia el 11 de marzo de 2020. Desde ese día, el Sistema Global de Respuesta de Cruz Roja se activó bajo sus protocolos de atención de desastres. Las 193 Sociedades Nacionales activaron sus planes y acciones de contingencia, que varían dependiendo de la expansión del virus en cada país. Cruz Roja Argentina declaró la **Categoría de Emergencia 3**, el máximo nivel según su Plan de Respuesta a Emergencias, que contempla contextos de Pandemia. Asimismo, se dispuso que la coordinación de la emergencia sea llevada desde una Célula de Crisis, liderada por la Secretaría General de la Organización e integrada por Directores Nacionales de Cruz Roja. Adicionalmente, un Centro de Operaciones de Emergencia Nacional monitorea la situación en todo el territorio.

La rápida extensión de la enfermedad implicó el establecimiento, por parte de Cruz Roja Argentina, de un Plan Integral de Respuesta al COVID-19, que se trabaja en coordinación con el Estado y cuenta con la colaboración de empresas y voluntariado.

Enunciado de Campaña

El objetivo es lograr una respuesta coordinada junto con el estado, empresas y voluntarios que permita disminuir el contagio del COVID-19 en Argentina, aliviar el sufrimiento de las personas afectadas y sus familiares, y contribuir a reducir el impacto de la emergencia. Para esto, se trabaja en dos líneas de acción:

Equipamiento del sistema de salud: Busca fortalecer la capacidad de atención en hospitales y centros extrahospitalarios y proveer de insumos y equipos de protección personal. Se trabaja de forma articulada con el Ministerio de Salud de la Nación que dicta cuáles son las necesidades de insumos y a qué instituciones deben enviarse. A partir de esto, Cruz Roja Argentina recauda fondos, realiza las compras y trabaja en la logística para acopiar los insumos en el país y apoyar la distribución.

Acciones Sociosanitarias: Este plan de acción se lleva adelante a través de la red de voluntariado de todo el país. Las actividades están centradas en el aspecto sanitario y en el apoyo a las personas en situación de mayor vulnerabilidad frente a la pandemia.

Al igual que durante toda su trayectoria, Cruz Roja Argentina busca garantizar la publicidad y transparencia y, el correcto manejo de fondos bajo estrictos estándares globales de rendición de cuentas y auditoría tanto interna como externa. Por este motivo, se publican periódicamente Informes de Rendición de Cuentas que explican el destino de los fondos, los procesos de ejecución y el sistema de auditoría.

Ejecución del plan

Respecto al equipamiento del sistema de salud, previamente se realizaron actividades de recaudación de fondos, entre ellas, se destacan las siguientes:

Argentina nos necesita: La campaña surgió y fue impulsada por empresas que acompañan el trabajo de Cruz Roja Argentina, con quienes se estableció un acuerdo marco de cooperación, una cuenta bancaria exclusiva y un sistema de auditoría específico. El destino de los fondos es el equipamiento del sistema de salud.

Unidos por Argentina: La campaña surgió por iniciativa de la Fundación Banco de la Nación Argentina junto a Cruz Roja Argentina y unificó a los canales de aire en un teletón. Los fondos se utilizaron para la compra de equipos de protección para el personal de salud y bombas de infusión para hospitales.

Por otra parte, Cruz Roja Argentina emprende acciones sociosanitarias desarrolladas por voluntarios y personal humanitario y se realizan a través de la red territorial de voluntariado de Cruz Roja Argentina. Estas actividades se desarrollan en coordinación con el estado. Dentro de estas acciones, se incluyen las siguientes:

- **Seguridad Alimentaria y Medios de Vida.** Asistencia en alimentos y asesoría nutricional a comedores comunitarios, que vieron aumentada su demanda debido a la imposibilidad de las familias de desarrollar sus actividades económicas habituales. En la etapa de recuperación, se trabajará en el fortalecimiento y la protección de sus medios de vida. Las respuestas serán contextualizadas según se trate de poblaciones urbanas, periurbanas o rurales y, de acuerdo con cada economía local.
- **Teleasistencia en emergencias.** Centro remoto de monitoreo, seguimiento y contención emocional para más de 50.000 personas afectadas por COVID-19 y sus allegados que funciona de forma gratuita las 24 horas.
- **Agua Segura.** Mejorar el acceso de comunidades en situación de vulnerabilidad al agua segura para reducir la propagación del COVID-19, a través de la producción de agua potable, el almacenamiento seguro y el tratamiento domiciliario.
- **Capacitación al personal de salud.** En terapia intensiva, guardia y problemas respiratorios a enfermeros, enfermeras y personal de salud.
- **Asistencia a personas en el exterior y recién llegadas.** Asistencia y seguimiento de personas repatriadas y restablecimiento del contacto de argentinos y argentinas en el exterior con sus familiares.
- **Comunicación del riesgo.** Se brinda a las comunidades información verídica y de fuentes confiables que puedan combatir la angustia que provocan los rumores y la incertidumbre.
- **Asistencia a personas en situación de vulnerabilidad.** Apoyo al Estado y otras organizaciones en el reabastecimiento de alimentos y medicamentos a personas en situación de vulnerabilidad como población de riesgo, adultos mayores, personas con discapacidad, personas en situación de calle y personas migrantes.
- **Afrontamiento al Aislamiento Social y Apoyo Psicosocial Telefónico.** A través de los voluntarios, se realizan llamadas a la población general, personas con factores de riesgo y adultos mayores de 60 años, para brindar información sobre cuidados, apoyo psicosocial y recomendaciones para afrontar el aislamiento social.

Comunicación

Los esfuerzos realizados son de vital importancia para el desarrollo del programa, en particular en las actividades de **recaudación de fondos, comunicación de riesgo** y en el **compromiso de Cruz Roja Argentina con la transparencia en el uso de fondos.**

Los canales de comunicación digitales cobraron mayor protagonismo con la pandemia. A través de ellos, Cruz Roja Argentina fue una organización pionera en el inicio de la expansión del virus. Se realizaron investigaciones para detectar rumores acerca de la enfermedad y así dar respuestas certeras con el apoyo de profesionales. También, se generaron campañas para la promoción de la salud y se realizaron preguntas a la comunidad que fueron atendidas

por profesionales. Además, la comunicación de riesgo se trabaja en coordinación con el Estado, teniendo en cuenta el trabajo territorial de las filiales de Cruz Roja Argentina. Esta comunicación se adapta y tiene en cuenta los principales puntos de atención y necesidades de cada localidad.

Para las campañas de recaudación de fondos, la comunicación desempeña un papel clave. En este sentido, se cuenta con apoyo de celebridades y líderes de opinión para comunicar los canales de donación para empresas y personas. Esta comunicación se canaliza tanto a través de las redes sociales de la organización como a través de las redes de quienes apoyan la iniciativa. Además, tanto las redes sociales como los medios de comunicación se utilizan para difundir los informes de rendiciones de cuentas donde se plasma la forma en la que fueron ejecutados los fondos recaudados.

También fueron importantes las alianzas con compañías y artistas para dar visibilidad a la necesidad de financiamiento y a los canales de donación. Algunos ejemplos de esto son:

- Filo.News realizó el Filo.tón, un evento virtual de 12hs en el que artistas, youtubers e instagramers se unieron para dar shows y entrevistas con el objetivo de recaudar fondos para Cruz Roja Argentina, destinados para la compra y distribución de insumos necesarios para combatir el COVID-19.
- La emisora Discovery, en conjunto con Cruz Roja Argentina, realizaron un spot para comunicar los canales de donación. Esta pieza se emite por varios canales de la emisora, que donó esos espacios.
- Mercado Pago, habilitó un botón dentro de su aplicación para donar de forma directa a Cruz Roja Argentina. Asimismo, emitió notificaciones a sus usuarios de forma constante para recordar la importancia de las donaciones en el marco del Plan de respuesta integral al COVID-19.
- Varios artistas se unieron para colaborar con la causa, como Tini Stoessel, quien brindó un recital virtual para recaudar fondos, y Ciro y los Persas, que donaron la recaudación por las reproducciones de sus canciones a través de YouTube.
- El mundo del deporte también se unió para colaborar, un ejemplo de esto fue la iniciativa Fútbol por la Gente de Quilmes (AB-Inbev), que reunió a los principales equipos de fútbol de Argentina que donaron camisetas autografiadas y elementos históricos que se sortearon a través del sitio www.futbolxlagente.quilmes.com.ar/ y en vivo a través de un programa de TV. Lo recaudado en ambas iniciativas fue donado a Cruz Roja Argentina para contribuir con sus esfuerzos por mitigar los efectos del COVID-19.

Resultados

1. Al momento, se recaudaron \$586.557.214, de los cuales se han ejecutado más de \$313 millones. Con los fondos ejecutados del total de las iniciativas de recaudación se pudieron adquirir:
 - a. Equipamiento para el sistema de salud argentino: 71 respiradores, 300 mil barbijos, 200 mil camisolines, 72 mil barbijos N95, 50 mil protectores faciales, 50 mil antiparras, 15 mil cajas de guantes de látex y 5 mil cajas de guantes de Nitrilo, 300 mil barbijos quirúrgicos, 20 mil overoles y 530 bombas de fusión volumétrica.
 - b. Insumos para el desarrollo de acciones sanitarias: 4800 kits de higiene y 5750 kits de limpieza; 17 mil termómetros, 6 mil barbijos quirúrgicos, 1400 cajas de guantes de nitrilo, 1900 cajas de guantes de látex y 50 handys VHF; 4 gazebos, 19 móviles y 7 trailers. Además, lo recaudado se utilizó para gastos e insumos logísticos y el equipamiento y ampliación del Centro de Teleasistencia en Emergencia.
2. El teletón Unidos por Argentina representó un récord histórico para Cruz Roja Argentina de donaciones individuales

3. Amplia participación de voluntarios y gran cantidad de acciones socio sanitarias realizadas:
 - a. Funcionamiento de 15 Centros de Operaciones de Emergencia.
 - b. Más de 5000 actividades desarrolladas desde el inicio de la pandemia y 28000 participaciones de voluntarios y voluntarias.
4. Resultados generados por esfuerzos de comunicación y generación de alianzas.
 - a. Se alcanzaron más de 1000 notas en todo el país.
 - b. Aumentaron las solicitudes para incorporarse al voluntariado. Desde el inicio de la pandemia hubo más de 2.000 aplicaciones.
 - c. Las donaciones a través de todos los canales comunicados aumentaron considerablemente.
 - d. Se logró contar con el apoyo de casi 300 empresas, contando las incluidas en la iniciativa solidaria Argentina nos Necesita.
 - e. Gracias al desarrollo de los canales de comunicación digitales, se logró un aumento de seguidores del 55% en Instagram y, a nivel global, del 10%.