

Documento 5

Tipos de apoyo de las empresas durante un Mercado de Oportunidades

¡El sector privado tiene recursos mucho más valiosos que dinero! Aquí algunos ejemplos:

1 "KNOW-HOW", transferir conocimiento experto específico

Las empresas disponen de expertos en distintas áreas. Algunas de estas áreas competen directamente a los procesos de producción o a los productos y servicios específicos que ofrecen las empresas. Otras áreas conciernen a las tareas que apoyan esos procesos de producción de productos y servicios, como por ejemplo: técnicos informáticos, expertos en contabilidad o administración, encargados de logística, asesores jurídicos, expertos en recursos humanos y capacitación, diseñadores gráficos, etc. Tanto el conocimiento específico de un producto o servicio, como el conocimiento general pueden ser útiles para las actividades de una organización social.

En el marco de una cooperación hay dos maneras en que una empresa puede ofrecer una contribución:

1.1 Apoyando una acción/actividad específica para un proyecto social:

- Diseño gráfico de folletos, volantes, redacción de boletín de prensa, página web, etc.
- Renovación de planes de construcción, permisos, garantías, asesoramiento especial
- Apoyo sobre cuestiones fiscales o legales: redacción de estatutos, seguros, obligaciones, arrendamientos, derecho laboral, contratos, etc.
- Contabilidad, control, informática y tecnología de la información, recursos humanos, liderazgo, etc.
- Apoyando con producto/servicio específico la realización de alguna actividad

1.2 Transfiriendo parte de su "know-how" directamente a la organización social:

- Por ejemplo organizando un seminario para capacitar a miembros de ONGs sobre cómo hacer la contabilidad de la organización. O haciendo un curso sobre relaciones públicas, comunicaciones y medios.
- Capacitando a miembros de una organización sindical

o relacionada con el rubro en el que opera, a estudiantes y futuros empleados. Aquí la empresa tendría un fuerte interés porque está preparando a sus futuros colaboradores y a la vez mejorando las chances de empleo de la comunidad donde opera.

¿A qué empresas se refiere este tipo de cooperación?

- Servicios generales: agencias de publicidad, oficinas de diseño, estudios jurídicos de abogados y asesorías contables. Todo tipo de consultores pueden ofrecer servicios generales. Además de los consultores de ingeniería, paisajistas y arquitectos, artesanos y el sector de la construcción. También los respectivos departamentos de empresas grandes: departamento jurídico, administración, logística, personal, "IT", etc.
- Todas las empresas de todos los tamaños y sectores pueden ofrecer esta contribución en una cooperación.

Una cooperación será siempre más viable y probablemente más duradera, mientras más se acerque a las actividades y competencias que la empresa tiene en sus operaciones diarias.

2 "LOGÍSTICA": infraestructura y medios

Las empresas disponen normalmente de una capacidad de equipos, infraestructura y logística instalada que necesitan para producir sus productos y servicios. Esta capacidad y el saber cómo se usa también puede ser una importante contribución para un proyecto o actividad concreta de su organización. En el marco de una cooperación la empresa puede ofrecerlo gratuitamente o a un precio más bajo del precio normal de mercado.

Ejemplos

- Extensión a la ONG para el uso de una licencia de un producto de software,
- Uso temporario de materiales, suministros de oficina, copiadoras, instalaciones o salones, fotocopidora, talleres de reparación, sellos / máquina de franqueo, flota de autos o camiones, paneles publicitarios, etc.

>

Documento 5

¿Qué empresas?

- Todas las empresas que ofrecen directamente los recursos solicitados o que disponen de ellos para sus actividades de negocio; empresas de todo tamaño y sectores.

3 “REDES y CONTACTOS” con actores relevantes

Por sus actividades diarias las empresas disponen de redes de contactos que pueden ser claves para la realización de alguna actividad o el posicionamiento de un tema social en la discusión actual en la comunidad en cuestión.

Ejemplos

- Relaciones públicas y posicionamiento. La empresa puede abrir la oportunidad de presentar el tema de la ONG a una organización o cámara empresarial y así obtener el apoyo de más empresas. También puede facilitar un espacio comprado en los medios para la ONG.
- Cadena de valor y clientes. La empresa puede conectar a la ONG con otras empresas que forman parte de su cadena de valor o inclusive sensibilizar a los clientes sobre el tema de la ONG.

¿Qué empresas?

- Empresas de todo tamaño y sectores

4 “MANO DE OBRA”: Simplemente tiempo

Un proyecto o la organización pueden beneficiarse simplemente del tiempo que uno o más empleados de una empresa dediquen al voluntariado. Aunque sin transferencia de conocimiento específico, a veces una organización o un proyecto particular necesitan el tiempo de personas bien dispuestas para el logro de actividades o eventos específicos.

Ejemplos

- Moderación de un evento social, aparición en medios de comunicación, etc. por parte de gerentes de una empresa,
- Recepción en conferencias, acreditación de participantes, telefonistas que contestan llamadas con información sobre eventos de la organización,
- Actividades de recreación o cuidado y asistencia en instituciones de beneficencia y educación comunitarias: jardines de infantes, asilos para ancianos, etc.

¿Qué empresas?

- Empresas de todo tamaño y sectores

Como no está ligada directamente a las actividades de la empresa, probablemente éste último tipo de contribución será de corto plazo y enfocada a una actividad particular, pero puede crear confianza para alianzas más abarcadoras a largo plazo.