

Documento 6

Taller preparatorio para las organizaciones comunitarias

PREPARACIÓN

Objetivo: Ayudar a las organizaciones comunitarias en la preparación para el Mercado de Oportunidades, así como en la correcta formulación de la solicitud de sus necesidades y las acciones que ofrecen a cambio de la ayuda recibida en el mercado.

Aplicación: Un máximo de 50 participantes, por lo menos un facilitador para cada 20-25 participantes.

Duración: Dependiendo del número de participantes, el taller tendrá una duración de entre 3 y 3,5 horas.

Calendario: El taller deberá realizarse uno o dos meses antes del Mercado de Oportunidades.

Materiales necesarios / lugar:

- La puesta a punto de la sesión plenaria no es importante, pero debe quedar espacio para trabajar en pequeños grupos de cinco personas. Con más de 25 participantes, debería ser posible trabajar en dos sub-grupos grandes.
- Marcadores de colores y stickers, para que los participantes realicen sus etiquetas de nombre.
- Papelógrafo y marcadores, cinta adhesiva de colores para que sobresalgan las páginas en el papelógrafo.
- Proyector y computador portátil (altavoces y el software de DVD se requiere para el cine).
- Video o fotos de otros Mercados de Oportunidades.
- Todos los participantes tendrán lápiz y papel.
- Presentación de PowerPoint de un caso.

Asegúrese de que las organizaciones comunitarias formulen una solicitud antes de participar en el taller. Utilice un formulario estándar para éste (véase el conjunto de herramientas para un ejemplo).

- Asesorar a los facilitadores con anterioridad, acerca del ambiente en el planteamiento del Mercado de Oportunidades y el procedimiento de este taller.
- Preparar ejemplos imaginativos de los acuerdos celebrados en los eventos anteriores de Mercado y proporcionarlos a los facilitadores.

PROGRAMA

Preparación del lugar: Las primeras discusiones con los facilitadores, de acuerdo al diseño local, presentación de PowerPoint, el video de ensayo / DVD o fotos según cada caso. A su llegada: Cada participante hace una etiqueta con el nombre utilizando los materiales disponibles (marcadores de colores y etiquetas adhesivas).

Bienvenida (máximo de 10 minutos)

Breve explicación del programa

Presentación plenaria (20 minutos)

Objetivo: Dar a los participantes una idea de lo que sucede en un evento de Mercado de Oportunidades. Ellos están invitados a hacer comentarios o formular preguntas. A los participantes se les presentan ejemplos de los acuerdos, ver un DVD o fotos de un evento de Mercado de Oportunidades y escuchan testimonios de especialistas. Esta última forma de trabajar es muy apropiada si ya se ha realizado un Mercado u otro tipo de feria de proyectos sociales en esa localidad o si hay personas de otras localidades que puedan dar un testimonio.

Situación Gana-Gana (win-win) en el evento (30 minutos)

Objetivo: Hacer concientes a los participantes de la reciprocidad en el evento de Mercado de Oportunidades. Las empresas tienen algo que ofrecer y las organizaciones comunitarias son socios atractivos porque tienen algo que ofrecer a las empresas a cambio.

>

Documento 6

Las empresas (15 minutos)

(Hojas 4 y 5, podrán utilizarse aquí si lo desea):

- Los participantes deben ser conscientes de que el sector empresarial no es un proveedor de dinero, pero está dispuesto a ofrecer otro tipo de cosas en el ámbito de competencias específicas que maneja cada empresa. Por ejemplo, las habilidades de las personas que trabajan en la empresa (experiencia de gestión, conocimientos profesionales y/o mano de obra, una mano amiga, el acceso a redes) y los recursos que una empresa puede poner a disposición (locales, equipos, bienes, contactos con proveedores u otros).
- En consulta plenaria, identificar los recursos que el sector empresarial puede ofrecer (persona o equipo). Las sugerencias que se anotan en el papelógrafo.
- Trate de hacer que los participantes con una petición de dinero, piensen cómo se puede traducir ese dinero en personas y bienes, preguntándoles para qué necesitan ese dinero.

Organizaciones comunitarias (15 minutos)

- En parejas (de diferentes organizaciones), conversen sobre cómo su organización es única y excepcional. ¿Cuál es el mensaje ideal que la organización quiere difundir? ¿Cuál es el objetivo especial de su organización? ¿Y cómo es que se tradujeron en actividades, proyectos? ¿Tiene un lugar específico? ¿Hace cuánto tiempo existe la organización? ¿Tiene miembros extraordinarios de personal o los voluntarios?
- En consulta plenaria, identificar los servicios especiales que las organizaciones comunitarias pueden ofrecer al sector empresarial. Escribir esto en el papelógrafo.
- Los facilitadores deben tener ejemplos de los eventos anteriores de Mercado a la mano, en caso de que los participantes tengan muy pocos ejemplos.

Divida en pequeños grupos de cinco integrantes (60 minutos)

Objetivo: Que los participantes se ayuden y estimulen los unos a otros en la formulación de una muy buena solicitud/presentación.

Los participantes se dividen en pequeños grupos de cinco cada uno. Se requiere al menos un facilitador por cada cinco grupos pequeños. El facilitador se mueve alrededor, escucha, se une en los debates de todos los grupos pequeños (véanse los puntos más atención para los facilitadores de grupos pequeños).

Los participantes presentan su solicitud previamente formulada, el uno al otro, a su vez. Los miembros del grupo plantean cuestiones fundamentales para el presentador:

- ¿Es la petición clara, viable y atractiva?
- ¿Son las personas y los recursos que usted requiere?
- ¿Qué tiene la organización para ofrecer a la empresa?
- ¿Qué servicio a cambio podrían proporcionar?
- ¿Cómo puede hacer diferenciar su solicitud?
- ¿Qué datos se pueden destacar?
- ¿Qué artículos o atributos puede llevar al Mercado?

Cada grupo selecciona dos solicitudes y juntos preparan una breve presentación de tres minutos para cada una de las peticiones a presentar en el evento de Mercado de Oportunidades (algunas frases claves: ¿Quién soy yo?, ¿Qué estoy buscando? ¿Qué es lo que tengo para ofrecer?).

Intervalo en su caso (10 minutos)

Esto puede ser descartado, si el café y el té están disponibles en la sala.

PRESENTACIÓN

(Máx. 60 minutos, dependiendo del número de participantes)

Objetivo: Que los participantes identifiquen cómo se vieron, lo que funciona y lo que requiere una mejora.

Si hay cinco o menos pequeños grupos, las presentaciones se hacen en el Pleno. Si hay más de cinco pequeños grupos, >

Documento 6

las presentaciones se hacen en dos sub-grupos grandes con un facilitador cada uno y tres o más grupos pequeños. Esto permite a tantos participantes como sea posible practicar sus habilidades de presentación.

Dos participantes de cada grupo harán una presentación breve de un máximo de tres minutos. Esto se hace en forma de un juego o de pequeño rol, con un participante de otro pequeño grupo que actúa como parte de la oferta (por ejemplo, el director de una empresa).

El facilitador proporciona un debate de seguimiento con los demás participantes. Las siguientes preguntas pueden ser utilizadas para ello. En primer lugar pedir a la persona que actuó de contraparte:

- ¿Le gustaría trabajar con esta organización?
- ¿La persona muestra interés y participación?
- ¿Está claro por qué es tan importante que su empresa haga algo por esta organización?

Algo a considerar para el público:

- ¿Hay un contacto real?
- ¿Le cuenta una "historia"?
- ¿Está claro cuál es el objetivo de la organización?
- ¿La historia de la organización es más que un resumen de sus actividades?

Tras el Acuerdo (20 minutos)

Objetivo: Dar a los participantes la puntada final, especialmente lo que deben hacer después del evento para asegurar el éxito del partido.

Una encuesta realizada por MOVISIE en 2006 puso de manifiesto los posibles problemas. Estos se identifican porque los facilitadores discutieron con los participantes.

● Iniciativa de Mercado después del evento

Diferencia en la percepción de quién debe tomar qué medidas para llevar el partido adelante. Conclusión: una actitud activa es siempre apreciada. ¿Cómo lidiar con eso?

● Tiempo de inversión

La construcción y el mantenimiento de una relación de trabajo con una empresa llevan tiempo. También lo hacen la contratación y supervisión de los nuevos voluntarios de la empresa. Usted en cualquier caso, requerirá un tiempo adicional para la gestión de sus voluntarios regulares. La adquisición y gestión de los nuevos equipos también requiere tiempo.

Se pide la opinión de los participantes en la sesión plenaria que puedan tener consejos para superar estos problemas potenciales.

● Profesionalidad

¿Funciona su organización profesionalmente? ¿Los voluntarios son atendidos adecuadamente? ¿Mantiene sus acuerdos? ¿Tiene su organización seguro? ¿Está su gestión en buena forma?

● Situación financiera estable

¿Cómo funciona su organización financieramente? Si su organización tiene problemas financieros, no entre en cooperaciones a largo plazo. Actividades como el reclutamiento de voluntarios corporativos o iniciar un proyecto conjunto, con el objetivo de patrocinar, rara vez resuelven las crisis financieras.

● Accesibilidad

¿Su organización es fácilmente accesible? Una cooperación exitosa depende de una buena comunicación. ¿Se puede llegar fácilmente a su organización? ¿Tiene una persona de contacto? ¿Le responden rápidamente a las llamadas telefónicas o correos electrónicos?

● Experiencia con PR

Uso de medios locales para presentar las empresas de inversión comunitaria en Responsabilidad Social. La exposición positiva es una ventaja para una empresa y sus empleados (Nota: Algunas empresas deliberadamente evitan la publicidad en este punto). Usted puede contribuir a esta exposición positiva como una organización comunitaria.

>

Documento 6

Cierre de sesión plenaria (10 minutos)

Objetivo: Oportunidad para preguntas y comentarios finales, para reunir información sobre el taller y ver la última información práctica para la próxima capacitación o el Mercado.

Puntos de Atención para los Facilitadores de los Pequeños Grupos

Con las solicitudes, por favor, tenga en cuenta:

- ¿Es la petición clara y concreta? ¿La petición debe contener: quién, qué, dónde y cuándo? Además, tenga cuidado con el uso de jerga específica que no sea comprensible para otros actores.
- ¿La solicitud corresponde con la “verdadera” voluntad de la organización?
- Si se trata de una petición de dinero, tratar de convertir esta solicitud en una explicación de para qué es necesario el dinero (materiales, personas, recursos y fondos, conocimientos, actividades, consejos, ubicación, catering, etc.)
- ¿Es una petición realista, factible de proponer a una empresa?
- ¿Es una petición atractiva para una empresa? ¿La empresa preguntó por su experiencia, el espíritu empresarial, la visión comercial, conocimiento del mercado, los productos y servicios que desarrolla, o la calidad de su personal, por ejemplo?

Para los servicios a cambio hay que prestar especial atención a lo siguiente:

La publicidad es a menudo considerada como la primera idea. Esto no está mal, pero no es lo único. Trate de conseguir que piensen en un servicio creativo a cambio.

Usted puede ayudar haciendo preguntas como:

- ¿Qué hace a su organización única?
- ¿Qué motiva a los voluntarios?
- ¿Qué es lo que tiene la organización para ofrecer en términos de voluntariado corporativo?
- ¿Qué conocimientos específicos y habilidades posee la organización en la tienda (por ejemplo, sobre el grupo objetivo)?
- ¿A qué redes tiene acceso la organización?
- ¿Cuál es la fuerza de su organización?