



C A P Í T U L O 8

EMPRESAS

1.	OBTENCIÓN DE FONDOS EN EL SECTOR EMPRESARIAL	279
2.	VENTAJAS QUE PUEDEN OBTENER LAS EMPRESAS QUE DAN APOYO A UNA SOCIEDAD NACIONAL	280
3.	EVALUACIÓN DE LA CONVENIENCIA Y VIABILIDAD DE LA OBTENCIÓN DE FONDOS EN EL SECTOR EMPRESARIAL	282
4.	PREPARATIVOS DE LOS CONTACTOS CON EL SECTOR EMPRESARIAL	283
5.	CONTACTOS CON LAS EMPRESAS	286
6.	FORMAS EN QUE LAS EMPRESAS PUEDEN AYUDAR A UNA SOCIEDAD NACIONAL	288
	Donaciones en efectivo y subsidios	288
	Donaciones en especie	289
	Adscripción de personal	290
	Patrocinio	291
	Participación de los empleados	292
	Promociones conjuntas y comercialización relacionada con la causa	294
	Otras oportunidades	296
7.	GESTIÓN DE LAS DONACIONES DE LAS EMPRESAS	298
	Oportunidad	298
	Registros	299
	Información a los donantes	299
	Gestión financiera	300
	ANEXO O: USO DEL EMBLEMA	(Publicación)
	ANEXO P: EJEMPLOS DE ACTIVIDADES	303

O B J E T I V O S



APRENDER A...

- **ÉVALUAR LA CONVENIENCIA Y VIABILIDAD DE LA OBTENCIÓN DE FONDOS EN EL SECTOR EMPRESARIAL.**

- **IDENTIFICAR LAS DISTINTAS FORMAS EN QUE UNA EMPRESA PUEDE DAR APOYO.**

- **PLANIFICAR UN ENFOQUE EFICAZ PARA EL CONTACTO CON UNA POSIBLE EMPRESA DONANTE.**

- **HACER CONOCER LAS VENTAJAS QUE PUEDEN OBTENER LAS EMPRESAS QUE DAN APOYO A LA SOCIEDAD NACIONAL.**

- **COMENZAR Y ADMINISTRAR UNA CAMPAÑA PERMANENTE DE OBTENCIÓN DE FONDOS EN EL SECTOR EMPRESARIAL.**



1. OBTENCIÓN DE FONDOS EN EL SECTOR EMPRESARIAL

LA OBTENCIÓN DE FONDOS EN EL SECTOR EMPRESARIAL ES EL PROCESO DE INVESTIGAR Y EVALUAR EMPRESAS, ESTABLECER CONTACTOS CON ELLAS Y PERSUADIRLAS DE DAR APOYO A LA SOCIEDAD NACIONAL. LAS EMPRESAS PUEDEN SER UNA FUENTE DE VOLUNTARIOS, SERVICIOS, EQUIPO Y LOCALES, ASÍ COMO TAMBIÉN DE FONDOS. PUEDEN CONTRIBUIR A LA SOCIEDAD NACIONAL DE DIVERSAS MANERAS, A SABER:

■ DONACIONES EN EFECTIVO Y SUBSIDIOS

Estas donaciones pueden ser donaciones únicas o periódicas de efectivo con destino al apoyo general o a una actividad específica. (Para la información relativa a la preparación de propuestas, véase el **Capítulo 11: Subsidios.**)

■ DONACIONES EN ESPECIE

Estas donaciones en especie pueden incluir los productos que una empresa fabrica, los servicios que presta o el equipo que utiliza, que la Sociedad Nacional puede emplear ella misma o vender o utilizar como premios. (Véanse el **Capítulo 6, Anexo I: Donaciones en especie** y el **Capítulo 9, Anexo R: Oportunidades de ventas.**)

■ ADSCRIPCIÓN DE PERSONAL

Las empresas a veces “prestan” a sus empleados a una Sociedad Nacional y continúan pagando su sueldo. De esta manera se puede obtener el concurso de especialistas o una ayuda adicional en casos de emergencia. (Véase el **Capítulo 13: Voluntarios.**)

■ PATROCINIO

Las empresas pueden patrocinar el costo de algo que la Sociedad Nacional necesita o está haciendo, a saber, equipo, un acontecimiento especial (o parte de él) o parte del programa de la Sociedad Nacional. (Respecto de las ideas en materia de patrocinio, véase el **Capítulo 7: Acontecimientos especiales.**)

■ PARTICIPACIÓN DE LOS EMPLEADOS

Las empresas pueden colaborar con una Sociedad Nacional por conducto de sus empleados de diversas maneras: pueden autorizar a sus empleados a “adoptar un proyecto”; pueden permitir las deducciones de la nómina de sueldos en concepto de contribuciones; pueden alentar a los empleados a ofrecerse como voluntarios y pueden permitir la distribución de materiales de obtención de fondos. (Véase el **Capítulo 13: Voluntarios.**)

■ **PROMOCIONES CONJUNTAS Y COMERCIALIZACIÓN
RELACIONADA CON LA CAUSA**

Las empresas y una Sociedad Nacional pueden colaborar en promociones conjuntas y actividades de comercialización relacionadas con la causa. El procedimiento es complejo, pero puede ser sumamente valioso.

■ **DONACIONES DE “FONDOS BLOQUEADOS”**

Los fondos que la empresa no puede sacar de un país se pueden poner a disposición de la Sociedad Nacional. (Para más información sobre los **fondos bloqueados** y los “canjes de deuda”, véase el **Capítulo 9**.)



■ **¡LA PREPARACIÓN ES IMPORTANTE!**

Es importante que se planifiquen bien las presentaciones que se harán a las empresas. Teniendo en cuenta el plan general de desarrollo de recursos de la Sociedad Nacional, determine cuándo es oportuno hacer esa presentación, de qué forma se la hará y quién la hará. La presentación debe ser bien preparada y hacerse de manera profesional.

El objetivo de las empresas es hacer dinero y no donarlo. Si una empresa hace una contribución, por lo común ello obedece a una razón comercial. Usted debe ayudar a las empresas a percibir las ventajas que pueden obtener mediante su apoyo a la Sociedad Nacional.

**2. VENTAJAS QUE
PUEDEN OBTENER
LAS EMPRESAS QUE
DAN APOYO A UNA
SOCIEDAD
NACIONAL**

■ **PERCEPCIÓN DEL PÚBLICO**

A juicio del público, las empresas a menudo obtienen buenas utilidades y bien pueden costear el gasto de ayudar a la sociedad de alguna manera, esto es, de “devolver algo a la sociedad”. Cuando colabora con una Sociedad Nacional, la empresa demuestra que se toma en serio esta obligación. De esta manera, se granjeará el apoyo del público.

■ **OPORTUNIDADES DE COMERCIALIZACIÓN Y DE RELACIONES
PÚBLICAS**

El nombre de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja es un nombre bien conocido, que recibe apoyo en todo el mundo. La Sociedad Nacional, por lo tanto, puede dar a una empresa donante acceso a un mercado nuevo y considerable por conducto de voluntarios, miembros, donantes y beneficiarios a los cuales la compañía puede demostrar el apoyo que da a la Sociedad Nacional.

**■ RELACIONES CON LA COMUNIDAD**

Las compañías y empresas que den apoyo a una Sociedad Nacional serán consideradas en la categoría de “buenos vecinos” en su comunidad. Mediante el patrocinio de acontecimientos especiales, programas o publicaciones, las compañías pueden hacer ver su activa participación en la comunidad y granjearse así la buena voluntad de ésta.

■ RELACIONES CON EL PERSONAL

La colaboración con una Sociedad Nacional es para una empresa una forma satisfactoria de demostrar a sus propios empleados que se preocupa por ellos y por los demás. La buena imagen de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja significa que un porcentaje elevado de cualquier fuerza de trabajo tendrá una elevada opinión de la Sociedad Nacional, y que la compañía se granjeará así la buena voluntad y la lealtad de su propio personal. Esa buena voluntad se puede realzar si la compañía hace una contribución de contrapartida por la misma cuantía que sus propios empleados han recaudado.

■ EL FUTURO

La obra del Movimiento de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja beneficia a todos. Dar apoyo a los más vulnerables del mundo en sus esfuerzos por lograr la autosuficiencia mejorará los niveles de vida y las oportunidades comerciales de todos. El apoyo a esta obra, por lo tanto, se puede considerar como un proyecto comercial bien fundado.

■ INCENTIVOS TRIBUTARIOS

El derecho tributario de muchos países reconoce incentivos y ventajas a las compañías y empresas que dan apoyo a las organizaciones sin fines de lucro.

■ VENTAJA COMPETITIVA

La responsabilidad social es un elemento aceptado y necesario de la filosofía empresarial. Las compañías que aplican esas políticas tendrán una ventaja competitiva en el mercado.

3. EVALUACIÓN DE LA CONVENIENCIA Y VIABILIDAD DE LA OBTENCIÓN DE FONDOS EN EL SECTOR EMPRESARIAL

Antes de elaborar una campaña de contactos con las empresas o hacer presentaciones ante una empresa, hágase usted las siguientes preguntas para determinar si esa forma de desarrollo de recursos es apropiada.

■ **¿ESTÁN LOS CONTACTOS CON LAS EMPRESAS EN CONSONANCIA CON LOS PLANES GENERALES DE DESARROLLO DE RECURSOS DE LA SOCIEDAD NACIONAL?**

Cerciórese de que se contará con los recursos necesarios para hacer esas presentaciones, que esos recursos se utilizarán en forma eficaz en función de los costos y que el dinero solicitado se utilizará para una actividad que se considera necesaria. Recuerde que debe dar tiempo a la empresa para responder a su solicitud, pues no cabe esperar que lo haga en breve plazo.

■ **¿TIENE LA SOCIEDAD NACIONAL NECESIDADES O PROYECTOS QUE SEAN APROPIADOS PARA EL APOYO DEL SECTOR EMPRESARIAL?**

Los proyectos deben ser atractivos y de fácil comprensión para una empresa. Se deberá comunicar tanto la necesidad como los planes detallados de la Sociedad Nacional para atenderla. Los donantes deben recibir informes sobre la marcha de los trabajos. La Sociedad Nacional no debe solicitar ni aceptar financiación para proyectos que no formen parte de su plan de programas o de su apoyo básico.

■ **¿EXISTEN COMPAÑÍAS Y EMPRESAS QUE PODRÍAN HACER DONACIONES?**

Mediante la investigación se puede averiguar qué compañías tienen la política de hacer donaciones a organizaciones sin fines de lucro y también cuál es la cuantía de esas donaciones. Acaso sea mejor no ocuparse de las compañías que no tienen esa política hasta que usted haya adquirido una gran experiencia en la obtención de donaciones del sector empresarial.

Trate de encontrar contactos (personal, voluntarios o miembros de la Sociedad Nacional) que puedan presentarlo a una compañía. Si no quieren hacer ellos mismos el contacto, es posible que estén dispuestos a informarle de la mejor manera de hacer la presentación a la compañía y del nombre de la persona con la que conviene hablar.



- **¿EXISTEN VÍNCULOS QUE HAGAN QUE LOS PROYECTOS QUE NECESITAN APOYO SEAN PARTICULARMENTE APROPIADOS PARA UNA DE LAS COMPAÑÍAS QUE PODRÍAN INTERESARSE EN HACER DONACIONES?**

Compare la imagen y la estrategia de comercialización de la compañía con la de la Sociedad Nacional. ¿Hay alguna manera de que estén en armonía? Las compañías de seguros, por ejemplo, se interesan en las actividades de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja que enseñan cómo evitar accidentes y promover la atención médica. Ello es importante para la compañía porque reduce las sumas que debe pagar a los asegurados que presentan solicitudes de reembolso por siniestros. Estas compañías pueden llegar incluso a calcular la cuantía de las economías que obtienen gracias a la enseñanza de primeros auxilios.

- **¿QUÉ CRITERIOS DE SELECCIÓN DEBE USAR PARA ACEPTAR DONACIONES O PATROCINIOS?**

Obre con cuidado en sus contactos con las compañías. Examine el giro, los productos, las inversiones, las prácticas y la reputación de la compañía. Aplique **CRITERIOS DE BUEN GUSTO, SENTIDO COMUN Y ÉTICA ESTRICTA**. Pregúntese si la asociación con una determinada compañía realza o no la imagen del Movimiento. En la mayor parte de los casos, la respuesta será afirmativa, pero en algunos casos no lo será.



¡CUIDADO! EL DONANTE NO DEBE ESTAR EN CONTRADICCIÓN CON LOS PRINCIPIOS DE ORGANIZACIÓN Y LOS PROPÓSITOS PROGRAMÁTICOS DEL MOVIMIENTO. ALGUNAS COMPAÑÍAS SE DEDICAN A ACTIVIDADES –COMO LA PRODUCCIÓN O VENTA DE ARMAS, TABACO, ALCOHOL O PRODUCTOS CLARAMENTE DESFAVORABLES PARA EL MEDIO AMBIENTE– CONTRARIAS A LOS OBJETIVOS DEL MOVIMIENTO, Y SE DEBE EVITAR EL ASOCIAR SUS NOMBRES CON EL NOMBRE DE LA SOCIEDAD NACIONAL. (Para más información, véase el Anexo O: Uso del emblema.)

4. PREPARATIVOS DE LOS CONTACTOS CON EL SECTOR EMPRESARIAL

Cerciórese de que las personas que harán estas presentaciones y contactos estén bien informadas. Las medidas que se deben adoptar incluyen lo siguiente:

- **REÚNA UN EQUIPO E IMPÁRTALE FORMACIÓN**

El equipo puede estar compuesto de personal, voluntarios, directores de empresas que ya han hecho donaciones o miembros del Comité Ejecutivo. Muchos directores de empresas responderán mejor a las

presentaciones de sus pares, razón por la cual es conveniente captar a directores y profesionales para formar parte del equipo.

Los integrantes de un equipo deben conocer la forma en que realizan su giro las empresas y, dentro de lo posible, tener conocimientos especializados de las técnicas de obtención de fondos. Deben tener un conocimiento lo suficientemente amplio de la obra de la Sociedad Nacional como para responder a las preguntas que se les formulen.

Es importante que los integrantes del equipo intervengan en el proceso desde el principio. Tienen que tener voz y voto en la planificación y las decisiones, de modo que lleguen a considerar el proyecto como suyo propio. Deben ser personas con conocimientos y pericias que les permitan adoptar por sí mismas decisiones bien fundadas.

■ INVESTIGUE A FONDO LOS CANDIDATOS

La investigación le ayudará a determinar los proyectos que puede recomendar, las sumas que puede pedir y la forma de donación que sea más apropiada. Como antecedentes importantes cabe mencionar el nombre del director y sus colaboradores inmediatos, las utilidades y las cifras de negocios de la compañía, sus productos y servicios, su historial de donaciones y los nombres de sus compañías subsidiarias.

Las personas que hagan el contacto y la presentación deben saber con quiénes tienen que hablar y qué cargo ocupan esas personas en la compañía. También tienen que tener información sobre la historia y la situación actual de la compañía.

Trate de encontrar a alguien que tenga un nexo personal con el candidato y que se preste a presentarlo o quizás a efectuar los arreglos para la primera reunión.

A menudo los mejores candidatos serán las empresas multinacionales más grandes que proyectan una imagen pública muy visible. También pueden ser buenos candidatos algunos monopolios estatales.

■ EXAMINE A FONDO LOS PROYECTOS

Es preferible recibir apoyo para las actividades generales y en curso. Si hace una solicitud de fondos de apoyo general, usted puede mencionar ejemplos de lo que se ha hecho para documentar su petición, sin necesidad de gastar dinero o tener que informar luego sobre actividades específicas.



Si presenta una propuesta con destino a un proyecto específico (quizá porque la propuesta puede significar una donación de mayor cuantía), dé detalles de lo que se necesita con exactitud, la forma en que la Sociedad tiene previsto atender esa necesidad y el costo de cada elemento. Decida en qué forma se hará la vigilancia del proyecto y de qué manera dará cuenta usted de la marcha de los trabajos al donante.

TENEMOS**NECESITAMOS**

■ **PREPARE UNA CARPETA DE INFORMACIÓN**

Para efectuar un llamamiento al sector empresarial, la carpeta de información tiene que tener una apariencia profesional y presentar los datos pertinentes en forma clara, concisa y atractiva. La carpeta de información se debe preparar de manera profesional. El contenido y la apariencia son importantes. La carpeta de información podría contener lo siguiente:

- Una hoja que explique por qué la Sociedad Nacional necesita apoyo. Haga hincapié en que, si bien la Sociedad Nacional recibe donaciones de particulares, se dirige al sector empresarial para solicitar un respaldo especial.
- Una hoja en la que se indiquen las ventajas que el sector empresarial podrá derivar de su apoyo a la Sociedad Nacional.
- Preguntas y respuestas acerca de la Sociedad Nacional y del Movimiento Internacional. Presente las preguntas más comunes y sus respuestas.
- Un informe breve, preferiblemente con un diagrama, que indique la forma en que la Sociedad gasta las sumas que recibe.
- Una hoja en la que se indicarán las formas en que las compañías pueden dar apoyo a la Sociedad Nacional: mediante donaciones directas para apoyo básico o para proyectos, patrocinios, adscripciones de personal o donaciones en especie.
- Una carta de recomendación de una empresa donante en la que ésta exponga las razones que motivan sus donaciones y en la que inste a otras empresas a hacer lo propio.
- Propuestas específicas de proyectos que necesitan financiación. Explique lo siguiente:

TENEMOS



NECESITAMOS



- Los objetivos, costos y beneficios de los proyectos;
- La forma en que la compañía puede ayudar;
- Las ventajas que la compañía podría obtener gracias a su apoyo a este proyecto.

- Una carta de envío en la que se sintetice la solicitud y se indique que el representante cuyo nombre se menciona en la carta hará un contacto en los próximos días para saber si podrá darse curso a la solicitud.



■ **ESTABLEZCA CONTACTOS EN EL SECTOR EMPRESARIAL**
ESTABLEZCA Y UTILICE LOS VÍNCULOS ENTRE LOS VOLUNTARIOS DEL SECTOR EMPRESARIAL Y LAS EMPRESAS QUE PODRÍAN HACER DONACIONES. La persona que haga el contacto (por teléfono, por ejemplo) no necesariamente será la que visite a la compañía. Un empresario que ya sea donante de la Sociedad Nacional y que tenga vínculos con la compañía puede organizar la reunión en su nombre. A veces, el director de una compañía se mostrará más renuente a decir que no a un colega que a un funcionario de la Sociedad Nacional.

5. CONTACTOS CON LAS EMPRESAS

EN ESTE MOMENTO ES ESENCIAL CONTAR CON PERICIAS PARA HACER COMUNICACIONES PERSUASIVAS Y ESTRATEGIAS PROFESIONALES DE VENTAS.

■ **CONCERTACIÓN DE LA REUNIÓN**

El primer paso es organizar una reunión de alrededor de 30 minutos con una persona de la compañía que pueda adoptar la decisión de dar apoyo a la Sociedad Nacional (o formular una recomendación al respecto).

La manera más fácil de hacerlo es contar con alguien que tenga relaciones a ese nivel de la compañía. Pídale su ayuda para hacer las presentaciones. Si no encuentra ninguna persona que pueda hacerlo, envíe la carpeta de información a una persona determinada, junto con una nota que diga que la llamará por teléfono para examinar la propuesta algunos días después. El objeto de la llamada telefónica es concertar una reunión con esa persona. Lo mejor en esta etapa es no comenzar la discusión, pues es mejor hablar sobre estas cosas personalmente.

**■ EN LA REUNIÓN**

Recuerde que los jefes ejecutivos de las empresas son personas ocupadas y que los argumentos más persuasivos probablemente serán los que hagan hincapié en las ventajas que la asociación con la Sociedad Nacional podrá reportar a la compañía. Si la persona que hace la presentación es un buen vendedor, es mucho más probable que la gestión dé frutos.

■ ENCARE LA REUNIÓN CON CRITERIO POSITIVO

Si la investigación ha sido bien hecha, usted puede tener la certeza de que conocerá la compañía lo suficiente como para sugerir ideas interesantes. Usted debe conocer la Sociedad Nacional lo suficiente como para responder a las preguntas que se le formulen.

■ OBRE CON PROFESIONALISMO Y EFICIENCIA

Sea puntual y vístase de manera apropiada. Sepa qué va a decir y tenga a mano la información pertinente. Si la reunión ha de durar 30 minutos, esté preparado para despedirse en 30 minutos. Los candidatos se formarán una idea de la eficiencia de la Sociedad Nacional a la luz de la eficiencia de las personas con las que se entrevistan.

■ ESTÉ PREPARADO PARA RESPONDER A LAS PREGUNTAS QUE PROBABLEMENTE LE HARÁN

- ¿Cuánto costará?
- ¿Cuándo se necesita el dinero?
- ¿Pueden hacerse pagos en cuotas?
- ¿Qué publicidad podrá esperar la compañía?
- ¿Qué otras compañías o personas bien conocidas están involucradas?
- ¿Pueden los representantes de la compañía hacer una visita a un proyecto?

■ SEA FLEXIBLE

Esté dispuesto, en caso necesario, a sugerir otras formas de apoyo que se adapten mejor a las necesidades de la empresa. Quizás una invitación a visitar la sede de la Sociedad Nacional puede convencer a una persona que esté indecisa o que muestre renuencia a dar apoyo. Tenga en cuenta la situación financiera de la compañía; la compañía acaso prefiera hacer donaciones en especie. No se olvide de mencionar las ventajas tributarias que puede obtener la compañía gracias a una donación.

■ MANTENGA LA INICIATIVA

Después que usted haya hecho su presentación, es

probable que los ejecutivos quieran tomarse tiempo para pensar o para conversar con sus colegas. Manifieste su acuerdo, pero diga que usted se pondrá en contacto con ellos en una semana, en lugar de dejar en manos de sus interlocutores la iniciativa de ponerse en contacto **CON USTED**. Aún mejor es tratar de concertar una nueva reunión.

■ SEGUIMIENTO DESPUÉS DE LA REUNIÓN

Agradezca a las personas con las cuales se ha entrevistado. Cerciórese de que se haga el seguimiento de todas las entrevistas, de que se envíe toda la información adicional que usted haya prometido y de que se establezca el contacto con los candidatos otra vez conforme a lo convenido. ¡Manténgase en contacto!

(Para ideas que también se aplican a compañías, véase el **Capítulo 6: Donaciones de particulares.**)

6. FORMAS EN QUE LAS EMPRESAS PUEDEN AYUDAR A UNA SOCIEDAD NACIONAL

Seguidamente figuran algunas de las formas en las cuales una compañía puede dar apoyo a una Sociedad Nacional:

DONACIONES Y SUBSIDIOS EN EFECTIVO

ÉSTA QUIZÁS SEA LA MANERA MÁS EFICAZ EN FUNCIÓN DE LOS COSTOS DE DAR APOYO A LA OBRA DE UNA SOCIEDAD NACIONAL. PUEDE ADOPTAR LA FORMA DE UNA DONACIÓN CON DESTINO AL FONDO GENERAL O CON DESTINO A UN PROYECTO ESPECÍFICO, SI ÉSTE GUARDA RELACIÓN CON ASPECTOS QUE INTERESAN A LA COMPAÑÍA. CERCÍÓRESE DE INDICAR, EN TODA PROPUESTA, LOS PROYECTOS QUE GUARDAN RELACIÓN CON LA ESPECIALIDAD, EL ÁMBITO GEOGRÁFICO O LOS COMPROMISOS DE LA COMPAÑÍA.

Muchas Sociedades Nacionales reciben donaciones del sector empresarial. La Sociedad de la Cruz Roja de Sierra Leona, por ejemplo, ha recibido donaciones financieras de bancos nacionales e internacionales y también de una compañía petrolera. Otras Sociedades Nacionales han recibido donaciones de fabricantes de automóviles, compañías de artículos electrónicos, cervecerías, cadenas de hoteles, empresas aéreas, compañías de viajes y una amplia gama de otras empresas.



■ **FORMAS EN QUE LA DONACIÓN O SUBSIDIO EN EFECTIVO PUEDE RESULTAR VENTAJOSA PARA LA COMPAÑÍA**

- La compañía invierte así en un futuro mejor para el mundo.
- Este tipo de donaciones es una forma interesante de hacer participar a los empleados, por ejemplo en acontecimientos especiales de obtención de fondos organizados para dar apoyo al proyecto.
- La publicidad que acompaña a las contribuciones puede ser beneficiosa para la imagen de la compañía.
- Las donaciones de este tipo a menudo se benefician de incentivos tributarios.

DONACIONES EN ESPECIE

UNA SOCIEDAD NACIONAL PUEDE PEDIR A UNA COMPAÑÍA QUE ATIENDA UNA NECESIDAD MATERIAL ESPECÍFICA. PUEDE TRATARSE DE ALGO QUE LA COMPAÑÍA PRODUZCA O DE ALGO QUE HA DEJADO DE USAR, POR EJEMPLO EL EQUIPO DE OFICINA.

Si tiene un establecimiento de ventas, como un quiosco o tienda en el mercado, o un proyecto que necesita ciertos artículos (como mantas o equipo de primeros auxilios), una Sociedad Nacional podría solicitar productos que la compañía ya no necesite, como remanentes o existencias de productos que se venden con lentitud.



¡CUIDADO! Antes de aceptar donaciones en especie, cerciórese de que sean realmente útiles. Si las destinará a una tienda, cerciórese de que sea posible trasladarlas hasta allí en una forma eficaz en función de los costos. Al determinar el valor de una donación en especie no olvide de incluir los gastos de almacenamiento y transporte.

■ **DE QUÉ MANERA LAS DONACIONES EN ESPECIE PUEDEN SER VENTAJOSAS PARA LA COMPAÑÍA**

- Es una forma sencilla de hacer una donación valiosa a un costo relativamente bajo.
- Se puede liberar espacio para nuevas existencias.

- A los empleados les complacerá ver que los productos se destinan a un uso satisfactorio en lugar de estar ocupando espacio.
- Cuando se dona equipo que utilizará la Sociedad Nacional, ese equipo puede llevar marcas que indiquen que procede de la compañía donante.
- La compañía puede obtener ventajas tributarias atractivas cuando hace donaciones en especie.

ADSCRIPCIÓN DE PERSONAL

LAS COMPAÑÍAS A VECES AUTORIZAN A SUS EMPLEADOS A TRABAJAR POR UN TIEMPO EN UNA SOCIEDAD NACIONAL, CONSERVANDO SU EMPLEO Y SU SUELDO. ESTE PROCEDIMIENTO SE LLAMA ADSCRIPCIÓN. A VECES SE PUEDE ADSCRIBIR PERSONAL PARA QUE TRABAJE UN CIERTO NÚMERO DE HORAS O DE DÍAS POR SEMANA. OTRAS VECES LOS EMPLEADOS DE LA COMPAÑÍA PUEDEN TRABAJAR EN RÉGIMEN DE JORNADA COMPLETA POR UN PLAZO DETERMINADO.

Esta es una forma satisfactoria de “tomar en préstamo” a especialistas cuando se necesita asesoramiento y pericias en una esfera determinada. A veces se puede negociar el concurso de personal en ciertas circunstancias específicas, por ejemplo cuando se produce una emergencia o cuando se elabora un gran proyecto o acontecimiento especial. Entre las pericias que se pueden necesitar se cuentan los servicios de informática, contabilidad, comercialización, relaciones públicas, auditorías, enfermería y conducción de automóviles.



¡CUIDADO! Es muy importante que las personas adscritas a la Sociedad Nacional cuenten con buen apoyo. De lo contrario, la Sociedad Nacional no podrá aprovechar sus servicios y se corre el peligro de que el adscrito se forme una impresión negativa, que podría influir en las relaciones con la compañía en el futuro. Los adscritos deben saber exactamente qué se espera de ellos y deben recibir supervisión y apoyo. Se necesita una buena descripción del cargo, instrucciones precisas y una indicación del período y la jornada de trabajo.

Ello significa, por lo tanto, que habrá algunos gastos. Usted tendrá que sufragar esos gastos adicionales de administración y supervisión aunque el sueldo del personal adscrito corra enteramente de cuenta de la compañía o del gobierno. Tenga en cuenta esos gastos cuando negocie la adscripción.



También es importante dejar claramente establecidas desde el principio las pericias que la Sociedad Nacional necesita y puede utilizar. Los adscritos deben ser competentes para hacer lo que se les ha pedido. En caso contrario, ambas partes se sentirán frustradas.

■ DE QUÉ MANERA LA ADSCRIPCIÓN PUEDE BENEFICIAR A LA COMPAÑÍA

- El adscrito adquirirá experiencia en su trabajo en el sector de organizaciones sin fines de lucro y se pondrá al corriente de métodos de gestión diferentes.
- Las relaciones entre patrón y empleado mejorarán porque el empleador pondrá así de manifiesto su interés en atender los intereses tanto de la comunidad en general, mediante al apoyo a la obra de la Sociedad Nacional, como de sus empleados, al permitirles que amplíen su experiencia de trabajo.
- La adscripción puede servir para dar ocupación a un empleado que la compañía no necesite por algún tiempo.

PATROCINIO

EL PATROCINIO PUEDE SER UNA DE LAS FORMAS MÁS EFICACES DE APOYO DEL SECTOR EMPRESARIAL. SE PUEDE PERSUADIR A LAS COMPAÑÍAS DE QUE PATROCINEN DIVERSAS ACTIVIDADES. LAS COMPAÑÍAS PUEDEN PAGAR EN TODO O EN PARTE LOS GASTOS DE:

- Acontecimientos especiales (véase el **Capítulo 7: Acontecimientos especiales**);
- Equipo para proyectos,
- Equipo de oficina;
- Publicaciones,
- Publicidad;
- Una actividad de obtención de fondos (por ejemplo, el franqueo para un envío de correspondencia o el costo de los materiales);
- Un proyecto o programa;

- Una conferencia o un seminario de capacitación.

■ **DE QUÉ MANERA EL PATROCINIO PUEDE BENEFICIAR A LA COMPAÑÍA**

- El patrocinio por lo común tiene un buen valor de comercialización. Cuando escoge un objeto apropiado para su patrocinio, la compañía puede llegar a sus públicos destinatarios.
- Es fácil describir este patrocinio de manera atractiva para sus empleados y clientes.
- El patrocinio de un acontecimiento especial puede incluir atenciones sociales, en cuyo caso los representantes de la compañía asisten a una recepción con las personalidades y dignatarios invitados.
- El patrocinio a menudo interesa a la prensa. Puede ser también una forma de publicidad. Por ejemplo, si se patrocina una ambulancia, un libro, un cartel o una unidad de sangre se puede colocar en lugar destacado una mención del patrocinador.
- El patrocinio puede ser particularmente interesante para una compañía cuando es posible establecer un vínculo entre su giro y el artículo o actividad que se patrocina y si la Sociedad Nacional puede demostrar que tendrá un valor considerable de relaciones públicas para la compañía.

PARTICIPACIÓN DE LOS EMPLEADOS

UNA COMPAÑÍA PUEDE COLABORAR CON UNA SOCIEDAD NACIONAL POR CONDUCTO DE SUS EMPLEADOS. Ello puede hacerse de varias maneras.

■ **ADOPCIÓN DE UN PROYECTO**

Los empleados pueden “adoptar” uno o más proyectos por un año y la compañía puede instarles a recaudar fondos. Es importante que los empleados reciban información periódica actualizada respecto de la cuantía que han recaudado y de la forma en que se han usado sus donaciones. Esa información puede ir acompañada de fotografías y una persona de la Sociedad Nacional puede visitar a la compañía y hablar con los empleados. También es posible invitar a los empleados a visitar el proyecto.



■ CONTRIBUCIONES DE CONTRAPARTIDA

La compañía puede prometer una contribución de contrapartida de cuantía igual a la suma que sus empleados recauden, con lo cual sacará provecho, pues sus relaciones con el personal mejorarán en la medida en que éste sienta su apoyo.

■ DONACIONES MEDIANTE DEDUCCIÓN DE LA NÓMINA DE SUELDOS

Este es un servicio especial que las compañías pueden ofrecer a sus empleados a fin de ayudarlos a donar una pequeña suma a sus organizaciones sin fines de lucro favoritas de manera periódica. La donación se deduce directamente del sueldo del empleado. Ello puede tener ventajas tributarias en algunos países.

Muchos países han establecido procedimientos para facilitar esta forma de donación, incluido un organismo que se ocupa de administrar y distribuir las donaciones y una lista oficial de organismos sin fines de lucro que permite a los empleados elegir las entidades a las cuales quieren dar apoyo. Las Sociedades Nacionales deben averiguar si existe un régimen similar en su país.

■ LLAMAMIENTOS EN EL EMPLEO

En este caso hay que persuadir a las compañías de que distribuyan información de la Sociedad Nacional respecto de las donaciones, ya sea en la forma de contribuciones o de seguros. La Sociedad Nacional puede ofrecer ediciones especiales de folletos; esos folletos se pueden colocar en una carpeta especial o imprimir en la forma de separata que acompañe a la revista de la compañía.

■ DE QUÉ MANERA LA PARTICIPACIÓN DE LOS EMPLEADOS PUEDE BENEFICIAR A LA COMPAÑÍA

- Las investigaciones indican que las personas prefieren trabajar en compañías que tienen una reputación de integridad y responsabilidad. El personal con más probabilidad se mostrará leal y bien motivado si la compañía para la que trabaja le insta a dar ayuda a las personas más vulnerables del mundo, especialmente cuando la compañía hace donaciones de contrapartida por las contribuciones de sus empleados.
- La Sociedad Nacional puede dar ayuda en los acontecimientos especiales que los empleados decidan organizar, ya sea mediante asesoramiento, asistencia práctica o materiales de promoción.

- La donación de contrapartida por una cuantía igual a las contribuciones de los empleados puede ser una política ideal de donaciones para una compañía.
- Cuando suministra a sus empleados una información satisfactoria sobre los servicios de la Sociedad Nacional, la compañía demuestra un interés personal y concreto en esos empleados y en sus familias.

PROMOCIONES CONJUNTAS Y COMERCIALIZACIÓN RELACIONADA CON LA CAUSA

UNA SOCIEDAD NACIONAL Y UNA COMPAÑÍA O EMPRESA PUEDEN ASOCIARSE EN LA VENTA DE UN ARTÍCULO AL PÚBLICO. ELLO SE LLAMA PROMOCIÓN CONJUNTA O COMERCIALIZACIÓN RELACIONADA CON LA CAUSA. EN ESTE CASO, POR LO COMÚN, LA COMPAÑÍA OFRECE DAR A LA SOCIEDAD NACIONAL UNA CIERTA CUANTÍA DE DINERO POR CADA ARTÍCULO (O NÚMERO DE ARTÍCULOS) QUE SE VENDE. ESA CIRCUNSTANCIA ES OBJETO DE GRAN PUBLICIDAD Y SE USA PARA PERSUADIR AL PÚBLICO DE QUE COMPRE EL PRODUCTO A CAMBIO DEL DERECHO DE UTILIZAR EL NOMBRE Y EL LOGOTIPO DE LA SOCIEDAD NACIONAL.

Ambas partes sacan claramente ventajas de este sistema. La Sociedad Nacional obtiene un porcentaje de las utilidades y la compañía se beneficia de las ventas adicionales que hace a los consumidores que preferirán sus productos porque quieren dar apoyo a la Sociedad Nacional. Hay que tener también en cuenta la ventaja de que una compañía apoya a la Sociedad Nacional con cargo a su propio presupuesto de publicidad, que será de mayor cuantía que el presupuesto de una entidad benéfica.

Las compañías pueden mostrarse especialmente receptivas a este tipo de arreglo si sus productos están obviamente vinculados con la obra de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja, por ejemplo, ciertos productos medicinales o productos favorables al medio ambiente.



En la reunión del Consejo de Delegados celebrada en 1991 en Budapest se aprobó un nuevo “Reglamento sobre el uso del emblema de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja por las Sociedades Nacionales”. A fin de no menoscabar su valor protector, se debe evitar la exhibición del emblema fuera de sus usos tradicionales de conformidad con los Convenios de Ginebra de 1949. Sin embargo, son aceptables ciertos usos del emblema en



cooperación con empresas comerciales para diversificar y ampliar las fuentes de ingresos. Las Sociedades Nacionales pueden exhibir el emblema en sus materiales publicitarios y en sus artículos propios destinados a la venta. Las Sociedades Nacionales, asimismo, pueden autorizar a empresas comerciales a exhibir el emblema en sus materiales publicitarios, pero no en los artículos para la venta. En ambos casos se deben cumplir ciertos recaudos. (Para información sobre el uso del emblema de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja en relación con las empresas, véase el **Anexo O**.)



La Sociedad Nacional de la Cruz Roja Canadiense ha utilizado este medio de publicidad y obtención de fondos. El emblema de la Cruz Roja se exhibe en el lugar de venta y en las campañas publicitarias se indica claramente qué parte del precio del producto se destinará a la Sociedad Nacional. En Australia un porcentaje del precio de las tarjetas telefónicas se destinó a la Sociedad Nacional por un cierto tiempo.



¡CUIDADO! La Sociedad Nacional debe siempre examinar muy cuidadosamente si se trata de un producto apropiado. No se deben utilizar productos o empresas que aparentemente estén en contradicción con los principios del Movimiento. No se pueden concertar acuerdos de comercialización con empresas que fabrican o venden armas, tabaco, alcohol o productos claramente desfavorables para el medio ambiente.

Las Sociedades Nacionales deben también tener en cuenta que el emblema de la Cruz Roja y de la Media Luna Roja es conocido en todo el mundo. Otorgar un permiso para usar el emblema en un producto en una jurisdicción podría también afectar el prestigio del Movimiento en otras partes del mundo.

Usted debe atenerse a los acuerdos internacionales sobre el uso del emblema. No puede autorizar a empresas a lanzar nuevos productos con el concurso de la Cruz Roja o de la Media Luna Roja. No puede autorizar el uso del emblema como garantía del producto. Ponga especial cuidado cuando se trata de productos relacionados con la salud, pues esos productos pueden producir muchas complicaciones.

Es importante conocer por anticipado la estimación cabal y correcta de los costos y la carga administrativa que esa actividad puede representar para la Sociedad Nacional.

Este tipo de promoción a menudo requiere que la Sociedad Nacional otorgue un **CONTRATO** al que tendrá que atenerse. Es importante tener la certeza con exactitud de qué se puede hacer y quién puede hacerlo antes de otorgar un contrato.

■ **DE QUÉ MANERA LA COMERCIALIZACIÓN RELACIONADA CON LA CAUSA PUEDE BENEFICIAR A LA COMPAÑÍA**

- Da a la compañía una clara ventaja en la venta de un producto que se distingue del de sus competidores.
- Los donantes de la Sociedad Nacional, a más de favorecer el producto, acaso extiendan su simpatía a la compañía en su conjunto.
- Los costos para la compañía son mínimos, aparte de su presupuesto de publicidad, que de todos modos habrá de gastar.
- La Sociedad Nacional puede estar en condiciones de persuadir a personas famosas y dignatarios de que ayuden a publicitar el producto, cosa que la compañía acaso no podría hacer.
- Cabe esperar una mayor cobertura de prensa porque la participación de la Sociedad Nacional hace más interesante el producto desde el punto de vista del periodismo.
- La Sociedad Nacional puede hacer conocer esa promoción conjunta en los materiales que envía a miembros, donantes y voluntarios.

OTRAS OPORTUNIDADES

Con imaginación puede haber muchas formas de hacer participar a las compañías. Seguidamente se mencionarán algunas ideas:

■ **CLUBES DE DONANTES**

En este caso la Sociedad Nacional persuade a una personalidad importante o a una celebridad para que brinde una recepción a la cual se invita a directores de compañías.

A fin de figurar en la lista de invitados, los directores de compañías o empresarios deben asociarse al Club de Donantes con una suscripción anual a la Sociedad



Nacional. A cambio de su suscripción se les envían invitaciones a las recepciones y acontecimientos especiales, el boletín de la Sociedad Nacional y la Revista Anual (u otros materiales según el caso).



¡CUIDADO! Un programa permanente de este tipo requiere realmente un compromiso a largo plazo. Se lo debe elaborar y planificar cuidadosamente y debe ir acompañado de un presupuesto firme y a largo plazo. Cerciórese de contar con el tiempo, el personal y los contactos para llevarlo adelante. Tenga en cuenta también que las compañías acaso no se interesen en este tipo de promoción.

■ DE QUÉ MANERA LA ASOCIACIÓN CON EL CLUB DE DONANTES PUEDE BENEFICIAR A LA COMPAÑÍA

- Da oportunidades para encontrarse con otros dirigentes del sector empresarial (para mantenerse al tanto de las novedades en el sector de que se trate y hacer conocer la opinión propia).
- Da oportunidad de solicitar apoyo a celebridades y dignatarios para actividades que la compañía puede estar proyectando.
- Una foto del director con una celebridad o dignatario en una de esas recepciones es un buen elemento de relaciones públicas para un boletín interno o para los medios de difusión locales.

■ TARJETAS DE AFINIDAD

Los bancos o instituciones de crédito producen a veces tarjetas de crédito o de banco especialmente diseñadas con el nombre y el logotipo de una organización sin fines de lucro. La organización puede percibir un pequeño porcentaje de los gastos que el titular de la tarjeta carga a su cuenta. La Sociedad Nacional tendría en ese caso que persuadir a la gente para que utilizara esa tarjeta en lugar de una tarjeta de crédito o de banco común. Esto no resulta difícil porque al titular de la tarjeta no le impone un costo adicional, pero beneficia a la Sociedad Nacional.

■ PROGRAMA DE FICHAS PARA ADQUIRIR EQUIPO

En este caso se trata de persuadir a las tiendas minoristas para que den fichas a sus clientes cuando éstos hacen compras de cierta cuantía. Los clientes, a su vez, acumulan las fichas y las donan a la Sociedad Nacional, que las entrega a cambio de los artículos que necesita. Se

puede interesar a los consumidores a que compren en esa tienda y no en otras y quizá a que compren más de modo de recibir esas fichas.

■ COMISIÓN

A las compañías que utilizan un régimen de comisiones, como las compañías de seguros, se las puede convencer de que den a la Sociedad Nacional una parte de la comisión, en especial, por ejemplo, durante un mes. Las compañías darían publicidad a esa donación con la idea de que los consumidores se interesaran más en sus servicios que en los servicios de un competidor. El consumidor sabrá que su costo no será más elevado, pero sí que un porcentaje del precio se destinará a la Sociedad Nacional.

■ TARJETAS DE FELICITACIÓN

Se puede persuadir a una compañía que fabrica tarjetas de felicitación de que imprima en ciertas tarjetas un mensaje de la Sociedad Nacional y done un porcentaje de las utilidades de esas tarjetas a la Sociedad. Los consumidores a menudo prefieren comprar tarjetas de felicitación que beneficien a una causa. En el mensaje se puede indicar que la Sociedad Nacional recibe un beneficio por la compra de esa tarjeta.

En Finlandia la Sociedad Nacional vende las tarjetas a compañías mediante un sistema de recaudación directa de fondos por correo, y los fabricantes de tarjetas se ocupan de las ventas y la distribución de las tarjetas al público en general (que son las ventas de más volumen).

7. GESTIÓN DE LAS DONACIONES DE LAS EMPRESAS

OPORTUNIDAD

Muchas compañías tienen arreglos a largo plazo con ciertas organizaciones y destinan ciertas fechas a la preparación de planes y presupuestos. Los cimientos de la cooperación para el año entrante se deben establecer antes de esas fechas, de modo que la compañía pueda recordar a la Sociedad Nacional cuando llega el momento. Hay que tratar de incorporarse a las estrategias de comercialización de la compañía y, por último, integrarse a ella por un cierto plazo, que tampoco ha de ser muy largo. Hay que recordar que las compañías no pueden adoptar una decisión rápida de financiar una actividad por el solo hecho de que usted necesite el dinero en esa oportunidad. ¡Planifique con anticipación!



REGISTROS

Como ocurre con todos los donantes, es esencial llevar un buen registro de los contactos con las empresas. Tome nota de las personas con las cuales se establecieron contactos, de las razones a las que obedeció el contacto y de los resultados. Como en esa actividad seguramente participarán varias personas, es importante que todos informen de sus contactos y comuniquen otros datos importantes a una sola persona dentro de la Sociedad Nacional.

INFORMACIÓN A LOS DONANTES

Una vez que se ha establecido un vínculo con una empresa o compañía, es importante mantenerlo y demostrar que la Sociedad Nacional realiza una labor eficaz y eficiente. Esto es tan importante cuanto se trata de compañías que han rechazado un llamamiento como de compañías que han brindado apoyo.

El esfuerzo más importante es tener siempre informadas a las compañías donantes, tanto actuales como potenciales, de la marcha del programa de la Sociedad Nacional, en particular cuando la compañía apoya un componente específico del programa. Cerciórese de que las compañías reciban actualizaciones periódicas y, dentro de lo posible, fotografías de las actividades que apoyan. También puede invitar a representantes de la compañía a visitar el proyecto.

También hay que tener informadas a las compañías que hacen donaciones de carácter más general. Hay que mantener y acrecentar su interés y apoyo. Hay que demostrar a la compañía que la Sociedad Nacional obra con eficiencia y que mantiene sus contactos de manera profesional.

También es importante, como incentivo, hacer saber a las compañías que hay otras empresas que dan apoyo a la Sociedad Nacional. De esta manera se da a las compañías confirmación de que han hecho una decisión atinada, ¡y muchas no querrán que su nivel de donación sea superado por el de otra compañía!

■ BOLETÍN PARA LAS COMPAÑÍAS

Cuando hay un número suficiente de empresas y compañías que han comenzado a dar apoyo a la Sociedad Nacional, conviene examinar la conveniencia de preparar un boletín para las compañías cada tres o seis