

Actuaciones empresariales ante emergencias

Cuestiones que debe plantearse la empresa a la hora de colaborar con una ONG

1
¿Actúa en ese territorio o tiene previsto actuar ante esa emergencia?

2
¿Trabaja ante emergencias?

3
¿Puede trabajar en la emergencia que queremos participar?

4
¿Puede cubrir las necesidades demandadas?

EJEMPLOS QUE INSPIRAN

	 vodafone	INDITEX	Bankia	BBVA	 CEPSA
	TERREMOTO NEPAL	TERREMOTO JAPÓN	TERREMOTO DE ECUADOR HURACÁN EN HAITÍ	REFUGIADOS SIRIA	REFUGIADOS SIRIA
Actuación	Invitación a 5 millones de clientes para enviar un SMS a varias ONG. En <i>Mi Vodafone</i> a unos 150.000 clientes. Comunicación Interna para colaborar mediante donación. Lanzamiento de un <i>Media Alert</i> en sus redes sociales y <i>vodafone Sostenible.es</i> Despliegue por voluntarios de la empresa de la solución <i>Vodafone Instant Network</i> .	La alta dirección, sensibilizada por la emergencia, decide vincularse institucionalmente.	La acción se enmarca dentro de un fondo de emergencia que la empresa mantiene dentro de sus líneas de acción social.	Apertura de recaudación en su plataforma BBVA Suma, departamento de Negocio Responsable.	La empresa, sensibilizada por la emergencia, decide vincularse institucionalmente.
Recursos	Programa de comunicación interna. Intranet para reforzar el mensaje a empleados. Redes sociales difunden información.	Aportación económica para hacer frente a las necesidades de la emergencia.	Comunicación interna y externa, para captar el mayor número de recursos posibles de empleados y terceros.	Plataforma específica de micro donaciones para emergencias y causas solidarias.	Acciones de comunicación interna para informar a los empleados y recaudar fondos. Ofrece su intranet, para incluir la emergencia como causa a la que pueden donar sus empleados.
Impacto	Gran difusión de la emergencia y recaudación de fondos.	Los fondos, enviados directamente a Japón, son aplicados a las necesidades más urgentes.	Disponibilidad de fondos en un corto espacio de tiempo.	Difunde la emergencia y facilita una herramienta para la captación de donaciones los ciudadanos.	Disponibilidad de fondos. La participación de los empleados.
Departamento	Departamento de RSC y Fundación Vodafone.	Departamento de RSC.	Departamento de RSC.	Departamento de RSC.	Departamento de RSC.
Coordinación	La empresa responde al llamamiento de emergencia por Cruz Roja. La empresa y su Fundación se ofrecen habitualmente para actuar en estos casos.	La empresa responde al llamamiento de emergencia lanzado por Cruz Roja. En este caso el dinero se entrega directamente a la contraparte de Cruz Roja en Japón.	La empresa responde al llamamiento de emergencia lanzado por Cruz Roja.	La empresa responde al llamamiento de emergencia lanzado por Cruz Roja, ofrece su plataforma para incluir la emergencia como causa a la que donar.	La empresa responde al llamamiento de emergencia lanzado por Cruz Roja.

IMPACTO GENERADO

SOCIAL:

Captación de fondos aplicados a las emergencias.

EMPRESARIAL:

Valor en la marca. El componente emocional de la emergencia incide en la repercusión de la actuación y en su percepción por la sociedad.

Impacto en empleados, refuerza el sentimiento de grupo.

El componente emocional incide en la repercusión de la actuación respecto de su percepción por la sociedad.

La empresa aprende a identificar el punto de equilibrio entre lo que pueden pedir a su público y lo que pueden lograr.

¿QUÉ MÁS SE PUEDE HACER?



¿Quiere y puede involucrarse con una emergencia a medio o largo plazo?

¿Conoce las emergencias silenciosas?

¿Quiere involucrarse con una ONG para actuar ante emergencias?