

Publicado el jueves, 09.17.09

El Nuevo Herald > Finanzas

Finanzas

Las compañías buscan nuevas formas de hacer donaciones



UN GRUPO de personas que trabajan para Bopa, en Miraflores, Ecuador, posaba para una foto el pasado 8 de septiembre en medio de las obras caritativas

By BRIDGET CAREY
bcarey@MiamiHerald.com

En estos días a City Furniture no le resulta fácil hacer donaciones a las organizaciones que necesitan muebles.

La empresa de Fort Lauderdale no solía tener problemas para satisfacer solicitudes de amueblar apartamentos para antiguos indigentes. Pero su presidente, Keith Koenig, dijo que la recesión está obligando a la firma a ser creativa a la hora de encontrar formas de donar.

“Ahora es más difícil dar tanto dinero y apoyar tanto a la comunidad”, dijo Koenig.

En recesión se cortan empleos pero también las donaciones a organizaciones caritativas y no lucrativas. Pero si las organizaciones no lucrativas cuentan con la generosidad de otros para sobrevivir, algunas compañías al menos están aumentando sus donaciones en productos y trabajo voluntario en lo que tratan de responder a más solicitudes de ayuda que nunca antes.

“Tenemos que ser más selectivos a la hora de ver a quien damos pero también estamos preguntando si tienen algún presupuesto para poder ayudarlos en cierta medida”, dijo Koennig. “No podemos hacerlo todo pero podemos hacer mucho”.

Así que este año, la no lucrativa Camillus House utilizó fondos de donaciones para compensar parte del costo de los muebles donados, y el personal de City Furniture donó tiempo para ayudar a amueblar casi 50 apartamentos para necesitados.

La cadena de restaurantes Pollo Tropical era un patrocinador en efectivo del Festival Artístico de Coconut Grove, pero este año ha hecho una donación de alimentos.

Otros están teniendo más eventos para alentar a sus clientes --y empleados-- a dar más.

Burger King ha hecho esfuerzos por lograr que el trabajo caritativo forme parte de la cultura de la compañía. Han tenido más solicitudes de ayuda monetaria pero no siempre pueden ayudar.

“En este momento no estamos aceptando solicitudes”, dijo Anne Chwat, vicepresidente y asesora legal general de Burger King. “Nuestro presupuesto quedó fijado a principio de año, de aquí que el trabajo voluntario sea tan importante”.

Chwat dirige la Have It Your Way Foundation, el brazo filantrópico de Burger King. Este año la compañía está donando la misma cantidad que el año pasado pero ha habido más trabajo en servicios: el personal ha trabajado para Habitat for Humanity, ha pasado días laborables monitoreando niños para Big Brothers and Sisters, y ha dado clases en las aulas de Miami-Dade o ayudado a grupos con sus conocimientos, y todo en tiempo laboral donado.

“Eso es dinero real para una compañía”, dijo Chwat. “Queríamos garantizar que lo que hiciéramos tuviera impacto”, dijo Chwat. “No hacemos cheques para mesas. Decidí que no era la mejor forma de usar nuestros fondos”.

Bupa, una compañía global de seguros de salud con sede para América Latina y el Caribe en Miami, está llevando a sus empleados desde oficinas en el mundo entero a Ecuador para construir instalaciones médicas y educativas en Miraflores. Está mandando 10 empleados semanalmente para un total de 12 semanas de trabajo en el edificio, en tiempo de la compañía.

“No creo que la situación económica esté disminuyendo nuestra actividad”, dijo David Maltby, director administrativo en la oficina de Bupa en Miami. Más bien, la mala situación económica ha estimulado a más gente a donar. dijo.

Professional Bank, radicado en Coral Gables, está utilizando su primer aniversario para ser anfitrión de una subasta silente el 2 de octubre para ayudar a las Easter Seals. El banco, junto con otros en la comunidad, está donando items a subastar para recaudar fondos. El banco también está negociando una relación a largo plazo con Easter Seals, tanto en efectivo como en donaciones en productos, dijo el portavoz de relaciones públicas Alec J. Rosen, presidente de la firma AJR & Partners.

“Hemos visto algunos clientes disminuir mucho su filantropía”, dijo Rosen, añadiendo que el banco es una excepción en lo que están tratando de crear una asociación única con Easter Seals. “Al banco no le va a costar mucho dinero. Es una solución muy innovadora”.

Y, por supuesto, están las compañías que todavía están donando, pese a lo difícil de la época, como Macy's, por ejemplo. Pero Macy's aumenta sus donaciones alentando a los clientes a donar a través de diversos programas. Macy's inició una nueva campaña llamada “Coming Together”, que recluta clientes para asistir a cenas de recaudación para Feeding America; el 17 de octubre, los compradores pusieron \$5 de su compra para un banco de alimentos.

Los Supermercados Publix dijeron estar viendo solicitudes de patrocinio más elevadas. “Para nosotros, la prioridad no es simplemente hacer un cheque”, dijo Kim Jaeger, la gerente de medios de Publix para el sur de la Florida. Dijo que Publix ha estado viendo más solicitudes de ayuda y que pudiera no poder permitirse los precios más altos para el patrocinio de eventos pero, de una forma u otra, tratan de seguir trabajando con los grupos que han ayudado anteriormente.

Publix tiene una amplia gama de campañas, desde dar tiempo voluntario y donar alimentos para los hambrientos hasta recaudar con la ayuda de sus clientes.

Las recaudaciones de Publix han sido similares a las de años anteriores, dijo Jaeger. Algunas campañas, como una entre los empleados para donar a United Way, estuvieron mejor que el año pasado. Y en marzo, las tiendas del sur de la Florida empezaron un nuevo movimiento de donaciones para el Spring Bag.

“En cierta ocasión, a nuestro fundador, George Jenkins, le preguntaron: “¿Cuánto cree que usted valdría hoy si no hubiera donado tanto dinero?”, dijo Jaeger. Y su respuesta fue: “Probablemente nada”.