



Segmentación de clientes

Al estar trabajando con un modelo de negocio de intermediación a través de internet, por un lado tendremos a las empresas que conforman la demanda de propuestas de acción concretas, conformes con las políticas de RSC, y congruentes con la misión, visión y valores estratégicos corporativos, y por otro lado, a las entidades sin ánimo de lucro que constituyen la oferta, proveedora de ideas, propuestas y proyectos concretos referentes a la acción social y medioambiental que puedan alinearse con los intereses de RSC de la demanda.

Concretamente, en este caso, el modelo de negocio de intermediación (B2B), pretende reunir en el mercado de proyectos sociales o sobre sostenibilidad, a dos tipos de empresas: empresas sin ánimo de lucro pertenecientes al llamado del tercer sector, que componen la oferta de ideas, acciones y proyectos, y, por otra parte, la demanda, integrada por pymes y grandes empresas, concienciadas con la RSC que van a precisar los proyectos de las primeras para, en colaboración, implantar y desarrollar acciones de responsabilidad social corporativa, especialmente las relativas al medioambiente y al desarrollo social.

En nuestro modelo de intermediación tendremos dos tipos de clientes:

1. La demanda, compuesta por empresas que va a necesitar los servicios de las organizaciones sin ánimo de lucro como proveedoras de proyectos de responsabilidad social corporativa con confluencia de intereses, especialmente en proyectos relativos al medioambiente y al desarrollo social. Esta demanda de las corporaciones tiene por objetivo fundamental el poder aportar valor social en los sectores y lugares geográficos donde la empresa actúa. Otros objetivos importantes serían el lograr involucrarse con la comunidad, el tener capacidad de cambiar las



Red Responsable CANTABRIA
Juntos en la Responsabilidad Social

cosas, mejorar la reputación, colaborar en proyectos de voluntariado corporativo, etc.

Pensamos en un primer momento en empresarios autónomos, pequeñas y medianas empresas, y posteriormente a todo el tejido empresarial de Cantabria. Luego la segmentación sería de ámbito geográfico por parte de la demanda de proyectos.

2. La oferta, compuesta por organizaciones sin ánimo de lucro que necesitan apoyo de todo tipo, especialmente financiero, para llevar a cabo proyectos relativos al medioambiente, al desarrollo social, etc, que puedan interesar estratégicamente a las empresas en sus acciones de RSC. La principal motivación del tercer sector para aproximarse al mundo empresarial sería la financiación privada para sus proyectos, y de esta forma diversificar sus fuentes de ingresos. La financiación pública, que tradicionalmente tenía un peso muy significativo dentro de los ingresos de las entidades sin ánimo de lucro, se ha reducido fuertemente y, a corto plazo, no hay previsiones de recuperar las cifras anteriores a la crisis. Otro objetivo sería poder obtener productos o servicios gratuitos, así como captar voluntariado corporativo de las empresas colaboradoras,

En el caso de la oferta de proyectos, la segmentación atendería a criterios más abiertos, dado que los intereses estratégicos de la demanda hace que el tipo y ámbito de los proyectos, pueda abarcar desde proyectos pequeños de alcance local, hasta grandes proyectos de cooperación al desarrollo en lejanas localizaciones.

También pretendemos tener abierta la oferta de proyectos a las aportaciones individuales de la ciudadanía como tercer pilar de este modelo de negocio.