



Market place colaborativo:
Empresas y ONG explorando juntas
nuevas formas de colaborar





ONG y empresas

Factores que favorecen las interrelaciones entre empresas y ONG

1. **Objetivos comunes/ visión compartida** (16v ONG y 11v emp.)
2. **Conocimiento mutuo/ fomento del diálogo** (6v ONG y 6v emp.)
3. **Coherencia por ambas partes/ consistencia** (4v ONG y 2v emp)
4. **Profesionalidad/ rigor** (3v ONG y 2v emp.)
5. **Transparencia** (3v ONG y 1v emp.)
6. **Otros:** relaciones personales, durabilidad, apoyo organizativo, medición resultados

Taller Empresas-ONG celebrado en Esade Madrid, el 29 abril 2010

ESADE

Universidad Ramon Llull

INSTITUTO
DE INNOVACIÓN
SOCIAL



Colaboración entre ONG y empresas con alto impacto social



Programa ESADE - PwC de Liderazgo Social
Curso 2014-15

Sira Abenoza
Ignasi Carreras
María Sureda

Revisión de los Factores

En los últimos años se han reducido clichés y barreras, y ambas partes van más allá de buscar financiación o imagen:

- ✓ ONG buscan también otros tipos de recursos
- ✓ Empresas persiguen también compartir posicionamiento estratégico (importancia de la selección de la ONG)



Revisión de los Factores

- Acuerdo en mantener como **1ª opción los objetivos/visión compartidos**
- Además los objetivos de la alianza (cambio social) deben estar **cohesionados con las misiones de las organizaciones** participantes (coincidencia de posicionamientos + complementariedad)
- Importancia de la **TRANSPARENCIA**, especialmente en el contexto actual + **Medición de resultados e impacto social**
- Importancia de las **relaciones personales. Durabilidad.**
- Visión **win-win**, intereses/beneficios para ambas partes
- Añadir **Innovación**
- **Conocimiento mutuo - competencias**
- Dificultad de crear modelos: Cada alianza es única.



“Alianzas estratégicas de
ONG con empresas para
el bien común”



**Si quieres ir rápido , ves sólo.
Pero si quieres ir lejos, ves con otros**

Factores clave de éxito de una alianza estratégica

- 1) Reconocimiento de la ventaja competitiva generada a través de la alianza por parte de todos los socios
- 2) Respeto mutuo entre los socios, reconocimiento de su valor y confianza en su compromiso
- 3) Roles claros y vías de comunicación fluidas
- 4) Sentido de copropiedad de la alianza



Cuatro tipos de alianzas ONG-empresas de alto impacto social



1. Sumar esfuerzos y ganar en eficiencia de forma sostenida



3. Generar innovación social



2. Mejorar la calidad de la intervención social mediante competencias complementarias



4. Promover cambios en las reglas de juego locales o globales

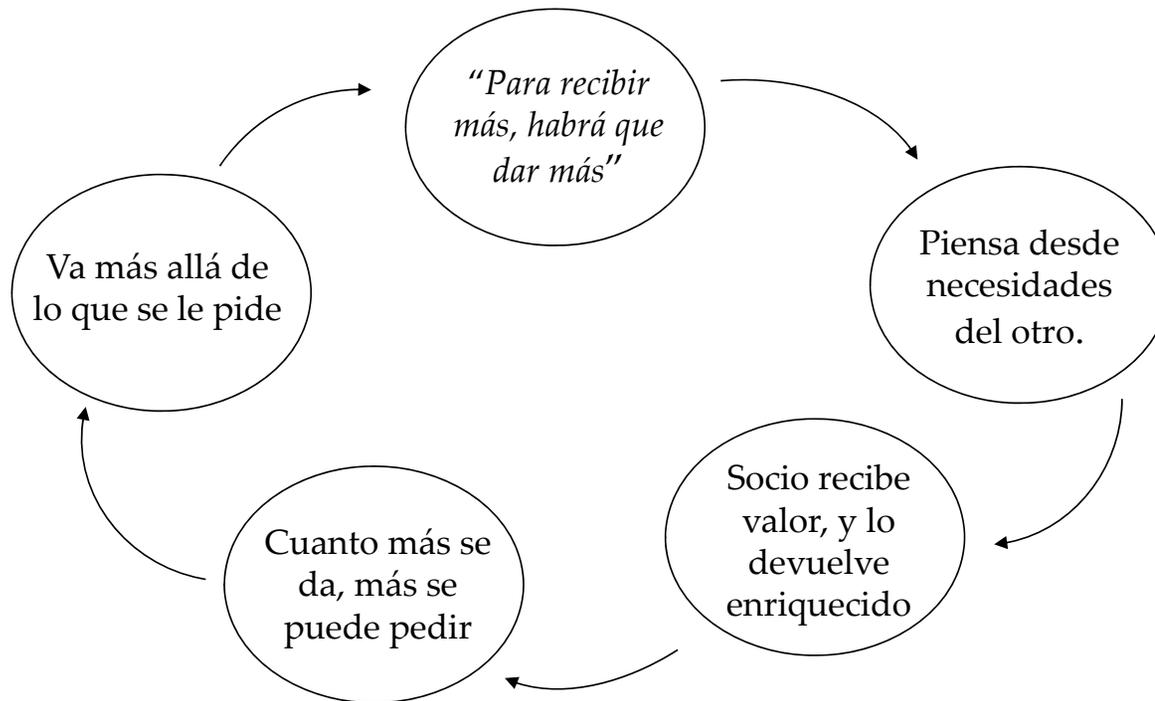


1. Sumar esfuerzos y ganar en eficiencia de forma sostenida

- Alianzas que duran en el tiempo y/o saben renovarse para tener un impacto creciente
- Iniciativas de impacto colectivo

CREACIÓN DE VALOR

Círculo virtuoso de renovación de valor





1. Sumar esfuerzos y ganar en eficiencia de forma sostenida



La iniciativa

Juntos por el Empleo de los más Vulnerables

Ana Millán, directora general de la Fundación Accenture.

Una iniciativa de impacto colectivo que aúna en un esfuerzo común al tercer sector, a las empresas y a la Administración Pública, para hacer más efectiva la lucha contra la exclusión social en nuestro país.



Juntos por el empleo de los más vulnerables



- ▶ Profundizamos en las **necesidades**
- ▶ Identificamos **soluciones**
- ▶ Concretamos soluciones a través de **proyectos colectivos**



2. Mejorar la calidad de la intervención social mediante competencias complementarias

- Conjunción de competencias distintivas complementarias
- Cadenas híbridas de valor

2. Mejorar la calidad de la intervención social mediante competencias complementarias

Fundació
**Formació
i Treball**


Areas



- Programa de formació e inserció laboral
- Hosteleria y restauración
- Escuela- restaurante D'ins

2. Mejorar la calidad de la intervención mediante competencias complementarias



La Escuela Ana Bella trabaja para la inserción laboral de mujeres que han sido maltratadas.

Danone ha contratado el servicio de **Embajadoras Danone** en puntos de venta por toda España, dando una oportunidad laboral a más de 200 mujeres desde septiembre 2011.





3. Generar innovación social

Nuevos productos, ideas, tecnologías y estrategias que abordan retos sociales y medioambientales de todo tipo

3. Generar innovación social



3. Generar innovación social



IKEA Foundation





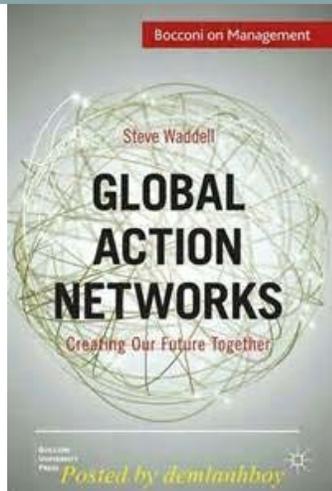
4. Promover cambios en las reglas de juego locales o globales

- Alianzas para cambiar las reglas del juego
- Global Action Networks

4. Promover cambios en las reglas de juego locales o globales



4. Promover cambios en las reglas de juego locales o globales



GANs

- global + interés público
- multistakeholder
- transformación social
- foco : micro –macro
- aprendizaje, tecnología
- gobierno y dirección
- red innovadora



Saving children's lives and protecting people's health by increasing access to immunisation in poor countries



FAIR LABOR ASSOCIATION™



Global Reporting Initiative™

