

Asociación Empresarial del Valle de México

Objetivo

Implementar alianzas estratégicas entre los sectores lucrativo y no lucrativo acompañadas actividades sociales y sus interacciones con organizaciones sin ánimo de lucro acciones para generar valor social como fuente importante de valor empresarial.

Antecedentes

La aparición cada vez más común de alianzas estratégicas entre los sectores lucrativo y no lucrativo refleja, en gran medida, un replanteo por parte de las empresas sobre el papel de sus actividades sociales y sus interacciones con organizaciones sin ánimo de lucro. Existen diferentes motivaciones para llevar a las empresas hacia la integración de actividades filantrópicas en sus estrategias y operaciones, parece ser que interactuar con las comunidades y las causas sociales puede afectar directamente de manera positiva a su identidad corporativa y, por ende, a su éxito comercial. Generar valor social puede ser una fuente importante de valor empresarial. Las crecientes alianzas causa-empresa son un claro reflejo de ello, sobre todo cuando estos acuerdos suelen ser financiados con el presupuesto del departamento de comunicación o marketing.

Por ejemplo, Amex se asoció por tres años con Share Our Strength, una ONG que lucha contra la pobreza, para desarrollar en común una campaña contra el hambre, por la cual la empresa donaba a la organización 3 centavos de dólar por cada transacción realizada durante la época de Navidad. Este acuerdo no sólo generó 21 millones de dólares para la causa, también mejoró la imagen de la empresa y, sobre todo, aumentó notablemente el uso de sus tarjetas y su beneficio.

Para los ejecutivos de las organizaciones sin ánimo de lucro, colaborar con otras organizaciones se hace cada vez más importante para la consecución de su misión y lograr sus objetivos. La disminución de las donaciones y los fondos filantrópicos, la paulatina retirada de las administraciones públicas, y la creciente competencia por los escasos fondos existentes empuja a las organizaciones a trabajar en común con otros a fin de reducir costos y aumentar su eficiencia.

Las organizaciones sin ánimo de lucro están encontrando nuevas formas de unir fuerzas con otras organizaciones para consolidar activos, combinar actividades, compartir recursos y operar de forma más eficaz y eficiente.

Pero más allá de estas relaciones intrasector, como hemos dicho, hay una tendencia de colaboración entre las organizaciones no lucrativas y las empresas. Esta visión está contribuyendo

a que desaparezca la posición de «mendicante» por parte de las organizaciones para dejar paso a una nueva mentalidad más igualitaria.

Además, este enfoque está ayudando a eliminar las barreras de sospecha tradicionalmente existentes entre las organizaciones filantrópicas y las empresas, y evolucionar hacia una creciente comprensión del potencial beneficio mutuo de colaboración. Muchas organizaciones que históricamente habían criticado abiertamente el mercantilismo han encontrado un terreno común en el que cooperar.