

Give  
& Gain

forética

# SUMANDO ESFUERZOS

COLABORACIONES ESTRATÉGICAS EMPRESA-ONG PARA EL CAMBIO

# AGRADECIMIENTOS

Gracias a las tres empresas que impulsan la iniciativa Give & Gain por su dedicación durante el año y por su contribución a este documento: **Informa D&B, Endesa y Santander**. Así como a las **13 ONG participantes**, Acción contra el Hambre, Aldeas Infantiles SOS, APROSU (Asociación de Personas con Discapacidad Intelectual de las Palmas), Ayuda en Acción, la Comisión Española de Ayuda al Refugiado (CEAR), la Fundación CRIS contra el cáncer, la Fundación Juan XXIII, Plan Internacional, Reforesta, SEO/BirdLife, Fundación Tomillo, Trabajando en Positivo y World Vision Internacional, los **Media Partners**, Soziable y RTVE, y a la Plataforma del Tercer Sector como **Partner institucional**.

**Título:** Sumando esfuerzos: Colaboraciones estratégicas empresa-ONG para el cambio

Diciembre de 2024.

**Autores de la publicación:** Beatriz Laso, Lucero Balarín, Marta Carnero y Natalia Montero.

**Equipo técnico y de comunicación:** Germán Granda, Ricardo Trujillo, Rocío Buendía y Pablo Rodríguez.

**Diseño y maquetación:** Sprint Final, S.A.

**ISBN:** 978-84-09-67675-0



*Copyright: © Forética es la propietaria del contenido de este documento y tiene reservados todos los derechos de traducción y/o reproducción total o parcial de la publicación por cualquier medio, que ha de realizarse citando siempre a la organización como fuente. Forética ha desarrollado este documento únicamente en formato digital como parte de su compromiso de reducción de la utilización de papel. Antes de imprimirlo, asegúrese de que es necesario hacerlo. Protejamos el medio ambiente.*

**Más información en** [www.foretica.org](http://www.foretica.org)

## SOBRE FORÉTICA

Forética es la organización referente en sostenibilidad y responsabilidad social empresarial en España. Su misión es integrar los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión de empresas y organizaciones. Actualmente está formada por más de 200 socios.

Forética es el representante del World Business Council for Sustainable Development (WBCSD) en España, y lidera el Consejo Empresarial Español para el Desarrollo Sostenible compuesto por Presidentes y CEO de grandes empresas españolas, que recientemente han lanzado la 'Visión 2050. El momento de la transformación' en España. En Europa, Forética es partner nacional de CSR Europe. Además, forma parte del Consejo Estatal de RSE en España.

Forética nació en el año 1999. Posteriormente lanzó la Norma SGE 21, primer sistema de gestión ética y socialmente responsable. A día de hoy, más de 170 empresas y organizaciones están certificadas con la Norma en España.

## SOBRE GIVE & GAIN

Give & Gain es la iniciativa de Forética que tiene como objetivo potenciar la colaboración entre ONG y empresas, fomentando la acción solidaria y el voluntariado corporativo y promoviendo su importancia como elementos de impacto positivo en las comunidades.

Un grupo de trabajo de duración anual formado por las ONG socias de Forética y tres empresas que, por su alto nivel de compromiso con la acción solidaria y el voluntariado corporativo, se convierten en impulsoras la iniciativa.

### ONG PARTICIPANTES



### PARTNER INSTITUCIONAL



### EMPRESAS IMPULSORAS



### MEDIA PARTNERS

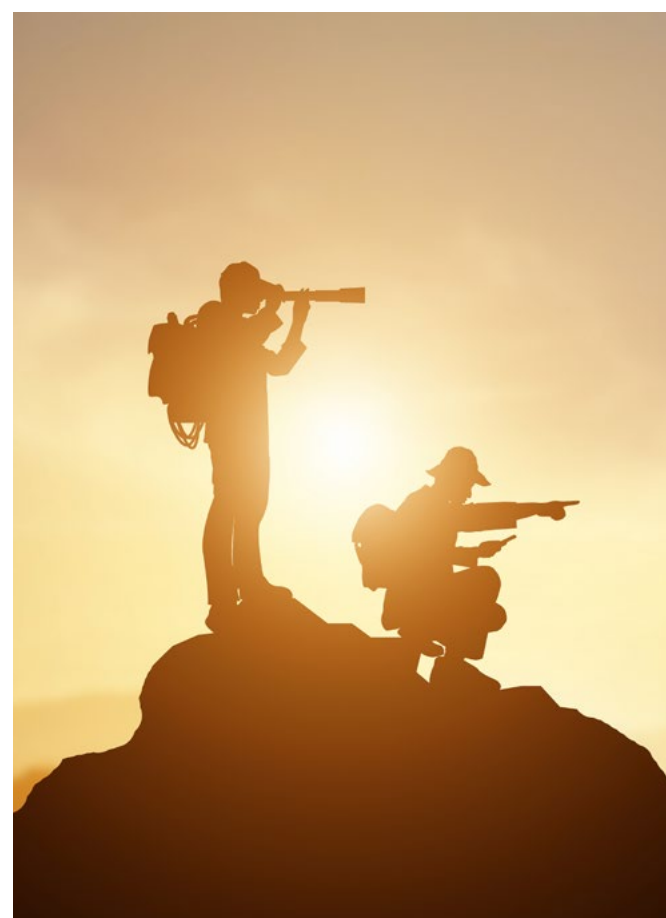


**CARTA INSTITUCIONAL 05**



**SUMANDO ESFUERZOS: COLABORACIONES ESTRATÉGICAS EMPRESA-ONG**

**07**



**IDENTIFICAR RETOS, BARRERAS Y CLAVES EN LA COLABORACIÓN EMPRESAS-ONG**

Powered by **INFORMA**

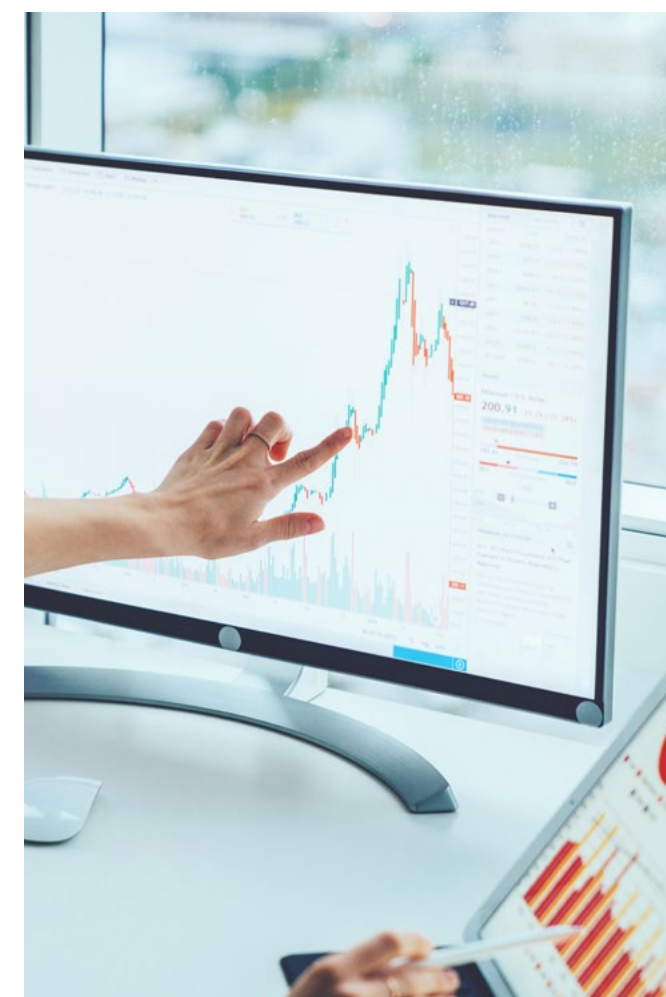
**09**



**DESARROLLAR PROYECTOS VINCULADOS A LOS OBJETIVOS DE NEGOCIO SOSTENIBLE**

Powered by **endesa**

**11**



**MEDIR Y REPORTAR, CLAVES PARA EL TERCER SECTOR**

Powered by **Santander**

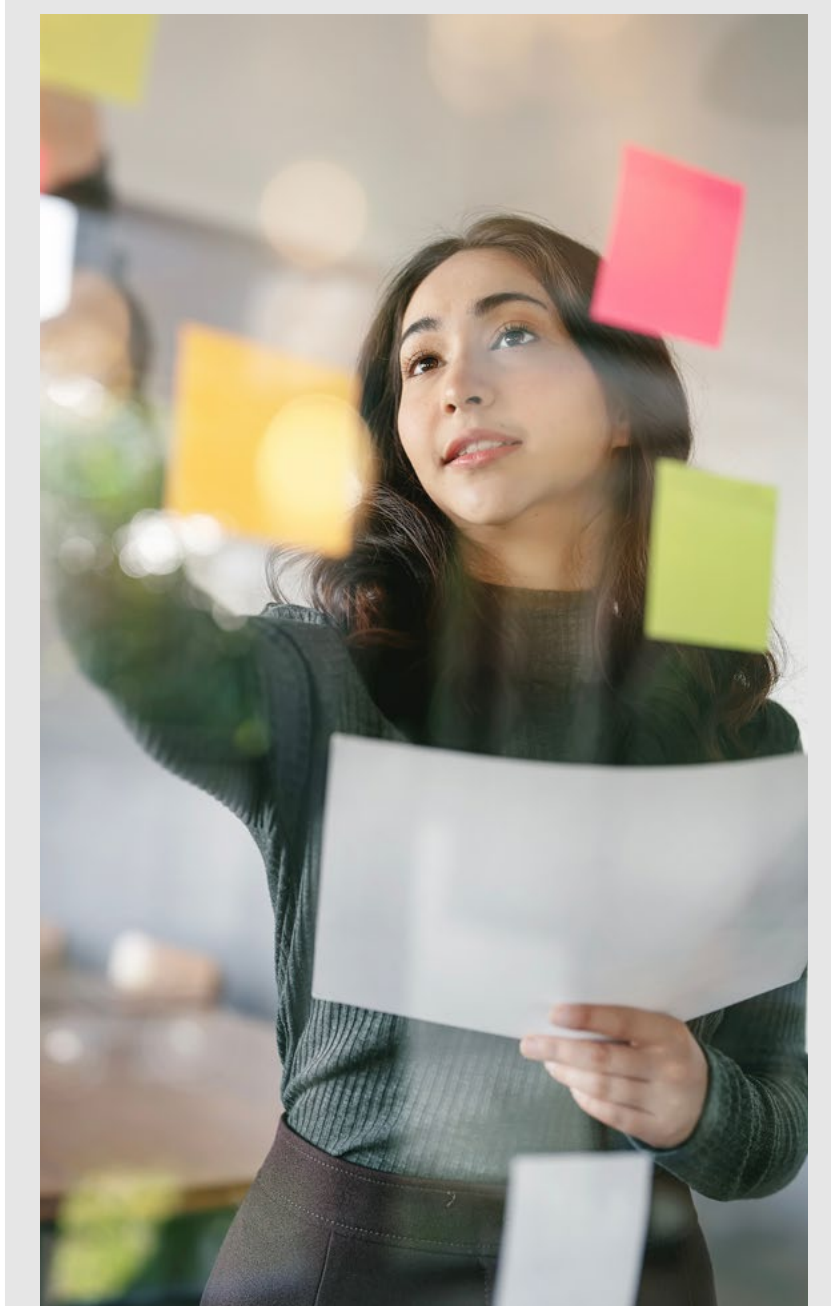
**13**



**COMUNICAR PARA LLEGAR MÁS LEJOS**

**16**

**BUENAS PRÁCTICAS ALIANZAS ESTRATÉGICAS EMPRESA-ONG PARA UN FUTURO SOSTENIBLE 17**





# CARTA INSTITUCIONAL



*Me complace daros la bienvenida a la publicación anual de Give & Gain que, en esta edición, pone el foco en las alianzas de alto impacto entre empresas y Tercer Sector.*

*La colaboración entre entidades sociales, empresas y administración pública es fundamental para alcanzar los objetivos de sostenibilidad que requiere nuestra sociedad y nuestro planeta. Cada uno de estos actores aportamos perspectivas y capacidades únicas: las entidades del Tercer Sector nuestro conocimiento profundo de las necesidades sociales y ambientales; las empresas su capacidad de innovación y recursos y las administraciones públicas su poder de regulación y coordinación.*

*Sabemos que, trabajando de forma conjunta, podemos crear sinergias que multipliquen el impacto de cada iniciativa, logrando soluciones más efectivas y duraderas.*

*Porque el futuro de nuestra sociedad y del planeta depende de la capacidad de todos los actores para sumar esfuerzos hacia una sostenibilidad que abarque tanto el ámbito social como el ambiental. La responsabilidad y el compromiso de cada organización, empresa e individuo son fundamentales para construir un mundo más justo, inclusivo y respetuoso con el medio ambiente. Contribuyamos todos, pues, a un cambio real, promoviendo un desarrollo sostenible que beneficie a las generaciones actuales y, también, a las futuras.*

**Luciano Poyato**

Presidente de la Plataforma del Tercer Sector



*Desde la vocalía de ONG de la Junta Directiva de Forética, creemos firmemente que la colaboración entre el sector empresarial y las organizaciones no gubernamentales es clave para afrontar los desafíos ambientales y sociales de nuestro tiempo. La alianza entre ambos sectores no solo impulsa iniciativas de alto impacto, sino que también contribuye de manera estratégica a alcanzar los objetivos globales de sostenibilidad, integrando las prioridades del planeta y la sociedad en el corazón del negocio de las empresas. En este documento se presentan casos de éxito inspiradores que demuestran cómo estas sinergias pueden transformar comunidades y generar valor compartido. La colaboración se revela aquí como un*

*tándem ganador, una tendencia creciente que sitúa a la sostenibilidad en el centro de las estrategias corporativas y sociales. No me gustaría terminar sin dar las gracias a las ONG que formáis parte de la iniciativa Give & Gain (Acción Contra el Hambre, Aldeas Infantiles SOS, APROSU, Ayuda en Acción, CEAR-Comisión Española de Ayuda al Refugiado, CRIS contra el Cáncer, Fundación Juan XXIII, PLAN Internacional, REFORESTA, SEO/BirdLife, Tomillo, Trabajando en Positivo y World Vision Internacional). Y al resto de ONG socias de Forética que activamente trabajan en la promoción de la sostenibilidad (Asociación Forestal de Soria, faim, Fairtrade, Fundación Hazloposible, Fundación Secretariado Gitano y Rewilding Spain).*

**Asunción Ruíz**

Directora ejecutiva SEO/BirdLife y Vocal de las ONG de la Junta Directiva de Forética





**SUMANDO ESFUERZOS**

# SUMANDO ESFUERZOS: COLABORACIONES ESTRATÉGICAS EMPRESA-ONG

En un contexto donde las demandas sociales y ambientales son cada vez más urgentes, la colaboración estratégica entre empresas y organizaciones no gubernamentales (ONG) ha emergido como un **poderoso motor de cambio**. Estas alianzas no solo contribuyen a mitigar algunos de los desafíos globales más apremiantes, sino que también potencian el impacto social y los beneficios compartidos para todos los involucrados.

Sin embargo, para que estas colaboraciones sean efectivas y sostenibles, **es esencial reconocer y superar ciertas barreras que pueden dificultar el camino**, desde las

diferencias en los modelos operativos hasta las expectativas y capacidades de ambas partes.

Una alianza efectiva también requiere **alinearse con los objetivos empresariales de sostenibilidad**, donde los proyectos no solo respondan a las necesidades sociales y ambientales, sino que también fortalezcan la misión y visión de negocio. Este enfoque permite que tanto las empresas como las ONG impulsen su relevancia y efectividad en la sociedad, favoreciendo el logro de objetivos comunes.

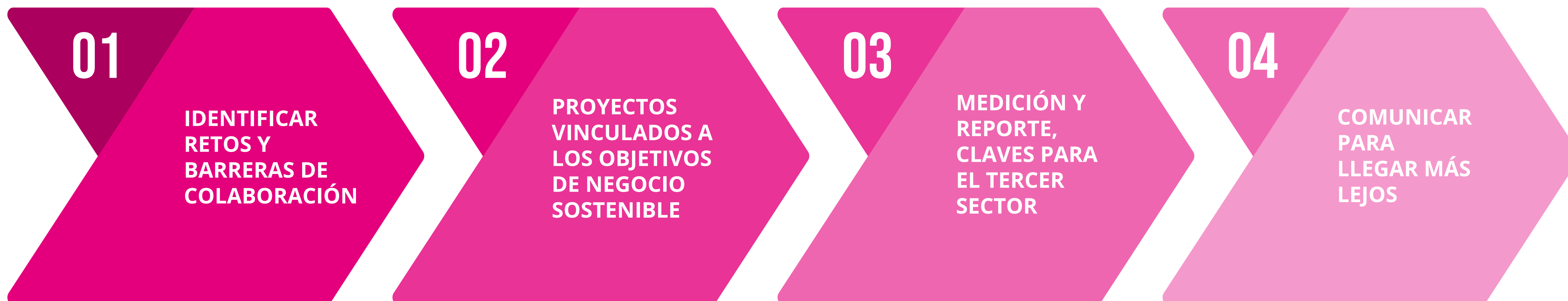
Para maximizar el impacto, **la medición y el reporte son**

**herramientas fundamentales** que permiten al tercer sector demostrar el valor de su trabajo, justificar su continuidad y atraer nuevos apoyos.

Establecer mecanismos sólidos para **evaluar y comunicar los resultados ayuda a crear una narrativa** que conecta con diversos públicos, multiplicando el alcance y los beneficios de cada iniciativa.

Este informe examina los aspectos clave que fortalecen las alianzas empresa-ONG, orientando el camino hacia **colaboraciones más sólidas, visibles y efectivas**.

## PASOS PARA CREAR ALIANZAS Y PROYECTOS MÁS SÓLIDOS Y SOSTENIBLES





## IDENTIFICAR RETOS, BARRERAS Y CLAVES EN LA COLABORACIÓN EMPRESAS-ONG

Powered by **INFORMA**

Las colaboraciones entre ONG y empresas son clave para maximizar el impacto de ambos a la sociedad. Sin embargo, para lograr estas colaboraciones ambas partes pueden presentar distintos desafíos en el cambio. Ambas organizaciones deben enfrentarse a una serie de retos que, si no se abordan adecuadamente, pueden limitar el alcance y la efectividad de su trabajo conjunto.

A continuación, se presentan los principales **desafíos** junto con sus **claves estratégicas**:

### EL DESAFÍO DE LA RECURRENCIA DE LAS COLABORACIONES

Muchas colaboraciones entre empresas y ONG tienden a ser puntuales, lo que limita su capacidad de generar un impacto sostenido y significativo a largo plazo. Esta falta de continuidad impide la consolidación de iniciativas que pueden ser realmente transformadoras. Para lograr contribuciones sólidas y duraderas, es fundamental establecer compromisos a largo plazo que trasciendan acciones aisladas. Superar este desafío requiere que ambas partes articulen de manera clara y estratégica su visión compartida, **destacando la importancia de la recurrencia en las colaboraciones**. Además, se debe resaltar cómo una participación continua del sector privado puede ser clave para alcanzar objetivos sostenibles, beneficiando tanto a las comunidades como a las propias empresas al alinear sus esfuerzos con una perspectiva de impacto estratégico y a largo plazo.

### EL DESAFÍO DE CONECTAR LO SOCIAL CON LO AMBIENTAL

La sostenibilidad suele ser percibida principalmente desde su dimensión ambiental, **dejando de lado otros pilares igualmente fundamentales**, como el social y la gobernanza. Aunque las iniciativas ambientales son esenciales, muchas veces carecen de un enfoque social robusto, lo que **limita su alcance y su capacidad para abordar problemas de manera integral**. El verdadero desafío radica en integrar de forma efectiva los objetivos sociales en los proyectos ambientales, logrando que ambos componentes se refuercen mutuamente. Esta integración no solo aumenta la relevancia de las iniciativas, sino que también genera **una propuesta de valor más completa y transformadora**, capaz de responder simultáneamente a los retos ecológicos y sociales de manera equilibrada y sostenible.

### EL DESAFÍO DE LA MEDICIÓN ESTRATÉGICA EN LAS COLABORACIONES

Un gran reto para las colaboraciones entre empresas y ONG es la falta de sistemas sólidos de medición que permitan evaluar y reportar de manera precisa y transparente el impacto de las iniciativas conjuntas, especialmente, las del ámbito social. **Muchas ONG enfrentan dificultades al presentar sus proyectos con claridad y al demostrar su valor real**, ya que carecen de metodologías y estándares que estén alineados con las expectativas empresariales. Esto incluye la ausencia de indicadores clave de desempeño (KPI) y de sistemas de evaluación que garanticen la trazabilidad de los resultados y la optimización de los recursos invertidos. Muchas empresas están cada vez más obligadas a reportar sus avances en impacto social y ambiental, lo que exige informes colaborativos claros, estructurados y basados en datos confiables. La falta de estas herramientas puede limitar la capacidad de las ONG para posicionarse como socios estratégicos y frenar el desarrollo de colaboraciones de alto impacto.

Seleccionar los proyectos sociales adecuados es fundamental para generar un impacto real y positivo en la sociedad. En Informa, nos guiamos por varios criterios clave al elegir las iniciativas con las que colaboramos. Buscamos que los proyectos se alineen con nuestros valores corporativos, enfocándonos en colectivos prioritarios para nuestra organización.

Trabajamos de cerca con las organizaciones para asegurar un conocimiento profundo de cada proyecto, e implicando directamente a nuestros empleados. Ellos, con su implicación voluntaria y altruista, determinan en gran parte el éxito de las colaboraciones.

La transparencia también es esencial: queremos conocer los resultados y el impacto de los proyectos, permitiéndonos medir los beneficios mutuos, tangibles e intangibles. Además, valoramos las propuestas claras y detalladas, que presentan objetivos alcanzables, un plan de acción sólido y que promuevan actividades conjuntas y espacios de co-creación entre ambas partes.

Finalmente, nos gusta compartir estos proyectos no solo con nuestros empleados, sino también con nuestros clientes, reforzando así nuestro compromiso social. Al hacerlo, destacamos la importancia de que las empresas inviertan en colaboraciones sociales, reconociéndolas como una apuesta estratégica que beneficia tanto el presente como el futuro de toda la comunidad que nos rodea.

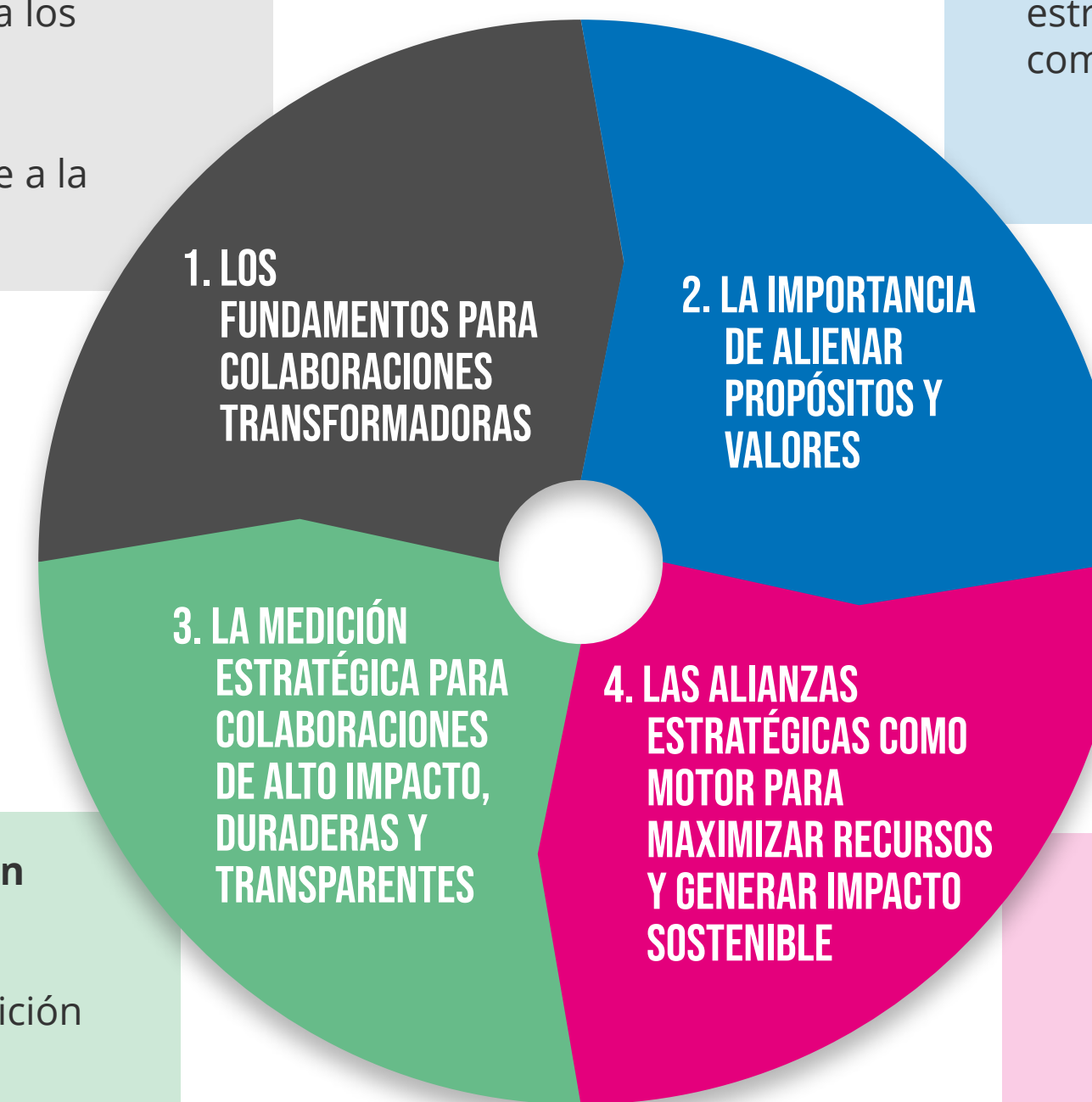
**María José Ruiz**

Responsable de Sostenibilidad y Comunicación Interna de INFORMA

## TRAZANDO CAMINOS EN COMÚN. CLAVES PARA UNA COLABORACIÓN EFECTIVA Y SOSTENIBLE.

- Una colaboración efectiva entre empresas y ONG requiere **confianza, transparencia** y un **conocimiento mutuo**. Esto permite superar barreras, trabajar hacia **metas comunes** e identificar el valor diferencial de cada entidad para comunicarlo a los stakeholders.
- Además, establecer una buena gobernanza juega un papel clave a la hora de buscar alianzas.

- La colaboración exitosa depende de **alinear propósitos y valores desde el inicio**. Esto fortalece la relación, fomenta un compromiso genuino y maximiza el impacto a largo plazo al conectar las estrategias de negocio con valores compartidos.



- Usar **herramientas de medición que alineen su lenguaje con el empresarial**, fortaleciendo la confianza y optimizando la rendición de cuentas.
- El **monitoreo y evaluación** ayudan a **ajustar estrategias**, cumplir objetivos y demostrar avances en **impacto** social y ambiental, lo que resulta esencial para las empresas colaboradoras.

- **Identificar socios adecuados** y construir propuestas que generen beneficios mutuos.
- **Aprovechar las fortalezas únicas de cada organización**, como recursos, conocimientos o alcance, crea sinergias que refuerzan la colaboración y promueven una integración efectiva entre empresa y ONG.

## DESARROLLAR PROYECTOS VINCULADOS A LOS OBJETIVOS DE NEGOCIO SOSTENIBLE

Powered by 

En el contexto actual, las empresas se ven cada vez más impulsadas a colaborar con ONG que puedan apoyar sus objetivos de sostenibilidad y aumentar su impacto social y ambiental. Sin embargo, estas colaboraciones pueden presentar desafíos, ya que las ONG a menudo deben adaptar sus enfoques para alinearse con los intereses y necesidades de las empresas.

*La creación de alianzas estratégicas entre empresas y ONG ofrece una oportunidad para fortalecer el impacto positivo tanto en las operaciones de negocio como en el desarrollo social y ambiental, contribuyendo a una economía más sostenible y equitativa.*

- 1. Las alianzas como medio para abordar los retos sociales y ambientales:** Las colaboraciones o acuerdos entre empresas y ONG son fundamentales para enfrentar de manera efectiva los desafíos sociales y ambientales. Estas colaboraciones permiten a las empresas alinear su impacto positivo con sus operaciones y su cadena de valor, mientras que las ONG obtienen acceso a recursos y conocimientos que

*En Endesa construimos un modelo de negocio integrado con la sociedad, resolviendo necesidades sociales y generando relaciones mutuamente beneficiosas con las comunidades, para conseguir sociedades más equitativas, inclusivas y sostenibles sin dejar a nadie atrás.*

*Más que proyectos de sostenibilidad, hemos integrado la sostenibilidad en la estrategia de negocio; de manera que nuestro plan industrial contempla lo que nuestros stakeholders identifican en materia social y ambiental.*

*Nuestro plan industrial tiene como objetivo Cero Emisiones en 2040 un claro compromiso con la lucha contra el cambio climático. Para lograrlo tenemos que invertir en: desarrollo renovable, cierre de centrales de carbón, inversión en redes de distribución y ofertas de productos y servicios para la electrificación de la demanda.*

les ayudan a ampliar el alcance y la efectividad de sus proyectos. Este tipo de colaboración permite a ambas partes avanzar en sus metas de sostenibilidad y generar un impacto significativo, escalable y duradero en la sociedad y el medio ambiente.

- 2. Creación de valor compartido (CSV) y beneficios mutuos:** estas alianzas no solo generan un impacto positivo directo, sino que promueven el concepto de "create shared value" (CSV), en el cual tanto las empresas como las comunidades se benefician de los resultados

*Y nuestro reto tiene que ver con desarrollar nuestra acción social conectada con nuestra actividad, garantizando que nuestras actividades, proyectos y operaciones generan un impacto positivo en las comunidades donde operamos, que conseguimos crecer creando valor compartido a nuestro paso.*

*¿Cómo lo hacemos? Aplicando la metodología CSV-creating shared value, que se traduce en un plan formado por iniciativas de sostenibilidad alineadas con las preocupaciones y necesidades de los agentes locales y diseñadas y desarrolladas en colaboración con ellos.*

### Virginia Ocio

Responsable de iniciativas de sostenibilidad en Endesa

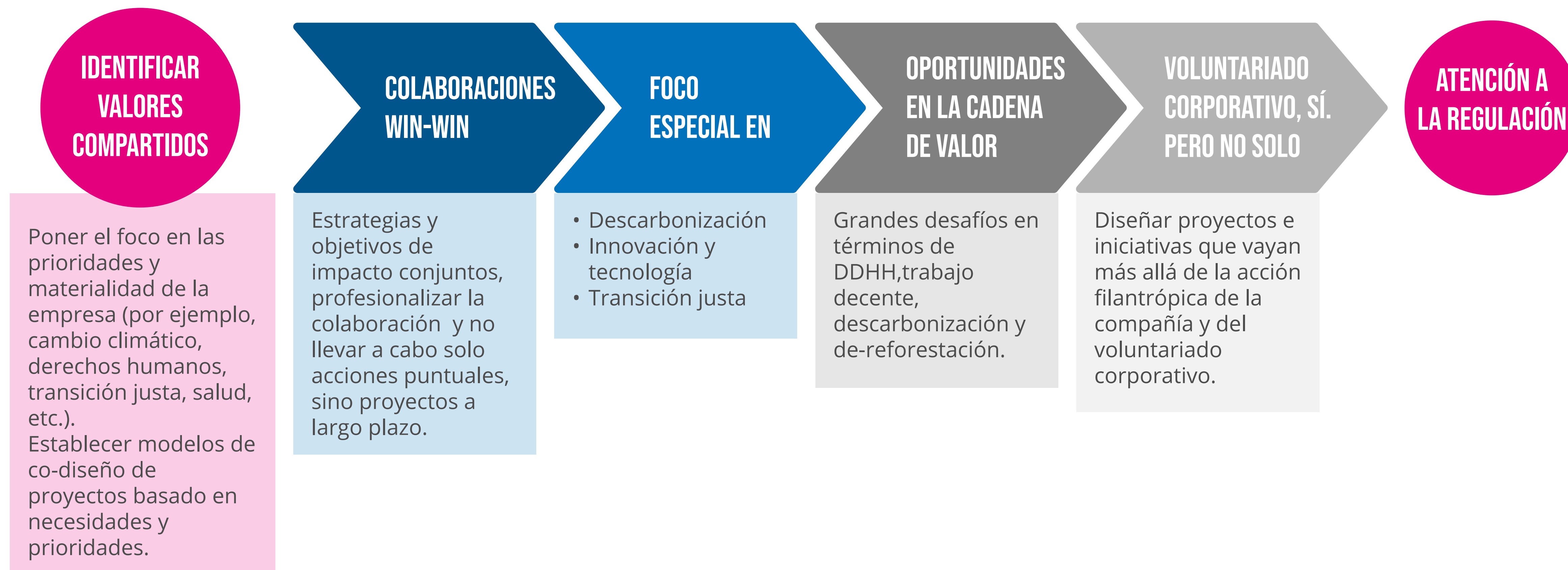
a largo plazo. A través de proyectos conjuntos en áreas como la transición energética, la reducción de emisiones y el desarrollo social, las empresas mejoran su cumplimiento regulatorio y su alineación con estándares internacionales, fortaleciendo su reputación y compromiso social. A su vez, las ONG pueden profesionalizar su estructura, optimizar sus metodologías y asegurar la sostenibilidad financiera y operativa de sus programas, lo que impulsa su desarrollo institucional y su capacidad de generar cambio.

**3. Fortalecimiento de la relación con stakeholders y contribución a una economía más sostenible:** La colaboración con ONG ayuda a las empresas a estrechar lazos con sus *stakeholders*, mejorando su capacidad de

respuesta a las expectativas sociales y ambientales. Estas sinergias también fortalecen la resiliencia de las comunidades al facilitar un desarrollo económico y social más equilibrado y justo. Esta colaboración

estratégica contribuye a que los objetivos empresariales y los fines de las ONG se encuentren en una relación de beneficio mutuo, consolidando una visión compartida hacia un entorno más sostenible y equitativo.

### ¿CÓMO ALINEAR PROYECTOS A LOS OBJETIVOS DE NEGOCIO SOSTENIBLE?





## MEDIR Y REPORTAR, CLAVES PARA EL TERCER SECTOR

Powered by  **Santander**

La medición del impacto y el *reporting* en sostenibilidad son fundamentales tanto para ONG como para empresas en cualquier colaboración. Para las empresas, contar con **datos claros y verificables sobre el impacto de sus actividades sostenibles** no solo fortalece su compromiso con la responsabilidad social, sino que también responde a la **creciente demanda de transparencia por parte de sus inversores y consumidores**. Para las ONG, medir y reportar los resultados permite **demostrar el impacto social y ambiental de sus acciones, generando confianza en los socios corporativos y mejorando sus posibilidades de obtener más recursos y apoyo**. Así, un sistema de *reporting* robusto beneficia a ambas partes al garantizar que los objetivos de sostenibilidad se cumplan de manera efectiva y que el impacto de la colaboración sea visible y verificable para todos los *stakeholders* involucrados.

*Todos tenemos clara la importancia que tiene el reporte a la hora de medir lo que hacemos, sobre todo en términos de sostenibilidad. Y esto es algo que ha evolucionado (y sigue en ello) de la misma forma que ha hecho el propio ESG.*

*Con la nueva llegada de la CSRD nos adentramos ante un completo paradigma, siendo el objetivo principal la equiparación de la información de sostenibilidad con la información financiera en cuanto a volumen, sofisticación y rigurosidad, para garantizar a los grupos de interés una mayor calidad, claridad, transparencia y comparabilidad de los datos.*

*Siendo conscientes de que se trata de una labor compleja, debemos enfocarlo como una herramienta que pone de manifiesto la importancia de la transparencia y*

*largoplacismo, con el objetivo común de impulsar la canalización de fondos a favor de la sostenibilidad.*

*Además, supone una ayuda para hacer una introspección y conocer donde están nuestros impactos, riesgos y oportunidades*

*Por último, la CSRD es algo que impacta a todas las entidades, ya sea de forma directa o indirecta. Por ello, es de gran importancia entender su contexto, con el fin de tener un alineamiento común y aprovechar las oportunidades para la creación de sinergias.*

**Laura Yturriaga**

Banca Responsable en el Banco Santander.



**1. La Directiva de Reporte de Sostenibilidad Corporativa (CSRD)** representa un cambio de paradigma hacia una mayor transparencia en la información no financiera. Este marco implica que más de 50.000 empresas en la Unión Europea **deberán reportar su información de sostenibilidad bajo estándares homogéneos (ESRS), basándose en los aspectos que sean materiales para su organización en base a un proceso de doble materialidad** (ver [Guía sobre la CSRD](#) elaborada por Forética). Esta novedad equipara la **información de sostenibilidad** con la **información financiera** en volumen, sofisticación y rigurosidad, para garantizar a los grupos de interés una mayor calidad, claridad,

transparencia y comparabilidad de los datos. Esta regulación supone **una oportunidad estratégica para el tercer sector**, que pueden jugar un papel clave en la reducción de los gaps de información sobre impactos, riesgos y oportunidades (IRO) en las personas y el medio ambiente y en la creación de valor compartido. Adaptarse a los estándares que acompañan a la CSRD, enfocados en aspectos ambientales, **sociales** y de gobernanza, permite a las ONG **alinear sus proyectos con la estrategia empresarial (asuntos materiales), reforzar su credibilidad, fomentar proyectos a largo plazo, y fortalecer su posicionamiento en sostenibilidad.**

## CORPORATE SUSTAINABILITY REPORTING DIRECTIVE (CSRD)

- Información en sostenibilidad
- Doble materialidad: identificar impactos, riesgos y oportunidades
- Cadena de valor: más grado de información, a corto, medio y largo plazo
- Taxonomía EU: % alineamiento ingresos, capex, opex
- Obligatoriedad de seguir los ESRS: Divulgar políticas, targets, acciones y métricas
- Bajo aseguramiento limitado obligatorio, más adelante se requerirá aseguramiento razonable
- Se debe publicar en Formato Electrónico Único Europeo: XHTML

## EUROPEAN SUSTAINABILITY REPORTING STANDARDS (ESRS)

- **ESRS 1:** Requerimientos generales.
- **ESRS 2:** Divulgaciones generales.
- **ESRS E1:** Clima.
- **ESRS E2:** Contaminación.
- **ESRS E3:** Agua y recursos marinos.
- **ESRS E4:** Biodiversidad y ecosistemas.
- **ESRS E5:** Uso de recursos y economía circular.
- **ESRS S1:** Fuerza laboral propia.
- **ESRS S2:** Trabajadores en la cadena de valor.
- **ESRS S3:** Comunidades afectadas.
- **ESRS S4:** Consumidores y usuarios finales.
- **ESRS G1:** Conducta empresarial.

**2. Otras regulaciones de derechos humanos y medio ambiente:** por su parte, otra regulación de gran relevancia, la Directiva sobre debida diligencia en sostenibilidad corporativa (CSDDD) aumenta la presión sobre las empresas para que trabajen con actores clave, como las ONG, quienes pueden **ayudar en la evaluación de riesgos, prevenir impactos negativos, generación de impactos positivos y en el cumplimiento de los estándares sociales y ambientales.** El Reglamento de Trabajo Forzoso (o *Forced labor regulation*), centrado en la prohibición de importar y exportar en el mercado de la UE productos vinculados a trabajo forzoso, impulsa a las empresas

a **colaborar con organizaciones que trabajen en derechos laborales y vigilancia en cadenas de suministro** para asegurar el cumplimiento normativo. Finalmente, el EUDR (o Reglamento de Deforestación) exige a las empresas europeas demostrar que sus productos no contribuyen a la deforestación, lo cual promueve alianzas con ONG ambientales que pueden **aportar herramientas de monitoreo, certificaciones sobre los recursos naturales extraídos y prácticas sostenibles de uso de la tierra.** Así, estos marcos regulatorios no solo presionan a las empresas a actuar de forma responsable, sino que también crean una base sólida para colaboraciones significativas con ONG,

donde ambas partes pueden combinar fuerzas para lograr objetivos sostenibles compartidos.

Las ONG, al alinearse con estas normativas, pueden mejorar su posicionamiento y credibilidad, fomentar relaciones de largo plazo con empresas y, en última instancia, contribuir al desarrollo de políticas más robustas de sostenibilidad empresarial. Además, adaptarse a estos marcos regulatorios permite a las ONG fortalecer sus capacidades de reporte y transparencia, posicionándolas como **actores esenciales en el ecosistema de sostenibilidad corporativa.**

## ¿CÓMO HACERLO?



## COMUNICAR PARA LLEGAR MÁS LEJOS

**Una comunicación efectiva y veraz** es fundamental para el éxito de cualquier iniciativa, ya que no solo informa, sino que también conecta, inspira y moviliza. Una narrativa clara y auténtica permite destacar el valor de las causas sociales y ambientales, sensibilizando a las audiencias e impulsando la acción colectiva. En un entorno donde la transparencia y la responsabilidad empresarial son altamente valoradas, comunicar no es solo transmitir información, sino una **herramienta estratégica para construir alianzas y amplificar el impacto de las iniciativas.**

*Comunicar el voluntariado corporativo es fundamental ya que no solo fortalece el compromiso social y el bienestar de los empleados, sino que también mejora la cohesión interna y la imagen de marca. Este tipo de iniciativas incrementa la confianza de los clientes y fomenta el desarrollo personal y profesional de los trabajadores.*

*Participar en estas actividades permite a los empleados adquirir nuevas habilidades, aumentar su motivación y sentirse más alienados con los valores de la empresa, al tiempo que permite que la comunidad perciba a la empresa como una entidad con propósito y responsabilidad social.*

**Pedro Fernández**

Redactor jefe de Soziable

Los medios de comunicación juegan un papel clave en este proceso al visibilizar los impactos de los proyectos y colaboraciones entre empresas y el tercer sector, fortaleciendo su credibilidad y conectando con audiencias

*RTVE comunica sus alianzas de voluntariado corporativo y acción solidaria porque cree que destacar el impacto positivo de estas colaboraciones inspira a otras organizaciones y empresas, sensibiliza a la audiencia y promueve un efecto multiplicador de compromiso y sensibilidad. Además, visibilizar este tipo de proyectos ayuda a atraer más voluntarios y recursos y motiva a otros a replicar estas acciones, lo que genera una red de solidaridad más robusta.*

*La difusión de historias de éxito y buenas prácticas a través de una comunicación efectiva y centrada en las personas fortalece el compromiso de todos los actores involucrados y permite identificar nuevas oportunidades de colaboración, potenciando aún más el cambio social y el impacto transformador en las comunidades. Es el ver para creer: son formatos se caracterizan por abordar las historias con profundidad y autenticidad, mostrando cómo la colaboración entre empresas y ONG genera un cambio visible y significativo.*

**Faci Peñate**

Directora de RSC de RTVE

más amplias. Al promover los valores compartidos y el impacto positivo de estas colaboraciones, **los medios refuerzan el compromiso con un futuro más sostenible y responsable.**

Una comunicación transparente no solo inspira confianza, sino que también tiene el poder de **convertir acciones individuales en transformaciones colectivas, movilizand nuevos aliados** y consolidando proyectos que trascienden el ámbito local para convertirse en movimientos de cambio global.

### ALGUNAS DE LAS PRINCIPALES CLAVES SOBRE CÓMO COMUNICAR LA ACCIÓN SOLIDARIA Y EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO:

Destacar la **humanización** como clave, poniendo el foco en las historias vitales que hay detrás de las iniciativas de inversión en la comunidad

Trabajar la **segmentación** de los mensajes dirigidos a empleados, ONG, otras empresas y sociedad, para maximizar el impacto de las acciones

Trasladar la importancia de llevar a cabo iniciativas estratégicas, alineadas con el propósito de la empresa/ organización, haciendo uso de **materiales audiovisuales** por encima de otros formatos





**BUENAS PRÁCTICAS**

## BUENAS PRÁCTICAS: ALIANZAS ESTRATÉGICAS EMPRESA-ONG PARA UN FUTURO SOSTENIBLE

En un mundo en el que la sostenibilidad se ha convertido en un pilar clave para las organizaciones, la colaboración entre empresas y ONG ha demostrado ser una poderosa herramienta para lograr un impacto positivo en la sociedad. En este bloque, exploraremos buenas prácticas y casos de éxito que ilustran cómo **una colaboración bien estructurada puede generar valor compartido, tanto para las empresas como para las ONG.**



### BANCO SANTANDER COMO CONSTRUCTOR DE FUTURO DE ALDEAS INFANTILES SOS - UNA ALIANZA 360º



La Alianza con el Banco Santander, para Aldeas Infantiles SOS, es estratégica. Banco Santander se ha comprometido como Constructor de Futuro de Aldeas apoyando de manera sostenible diversos proyectos de la organización. Pero no solamente financia estos proyectos, sino que la compañía, ha decidido hacer que esta alianza sea estratégica. Teniendo presente a Aldeas Infantiles SOS en todas las oportunidades que surgen dentro de la empresa: voluntariado corporativo, campañas de visibilización y sensibilización, que enriquecen y amplifican el impacto de los proyectos apoyados.

Más información: [aquí](#).



### ATENCIÓN A MUJERES SOLICITANTES DE ASILO Y REFUGIADAS EN MÉXICO



El programa, apoyado por la AECID y varias empresas, fortalece las habilidades blandas de las mujeres y personas del colectivo, para la recuperación de sus medios de vida a través de la empleabilidad, integración social y acompañamiento en salud mental.

Se orienta a las mujeres en las vinculaciones laborales desde un enfoque psicosocial, inscripción a seguridad médica y alimenticia, bancarización, RFC e integraciones educativas.

Se ofrecen servicios y condiciones de hospedaje dignos y seguros en lo que las mujeres y personas del colectivo logran su autonomía financiera y social.

Se fortalece la autonomía para la construcción de vida independiente en México como espacio seguro de destino para mujeres.

Más información [aquí](#).



### STARBUCKS CAMPAÑA “1X2 CONTRA EL HAMBRE”



Una iniciativa que busca reducir el desperdicio alimentario, al mismo tiempo que promueve la lucha contra el hambre. Una hora antes del cierre, las tiendas Starbucks ofrecen los productos cercanos a su caducidad al 50% de su precio habitual. La recaudación obtenida se dona íntegramente a la organización. Desde 2019, “1x2 contra el hambre” ha conseguido rescatar 107 000 productos, lo que equivale a más de 5000 tratamientos contra la desnutrición infantil.

Más información [aquí](#).



## ACONDICIONAMIENTO PARA UNA OPTIMIZACIÓN DE EFICIENCIA ENERGÉTICA

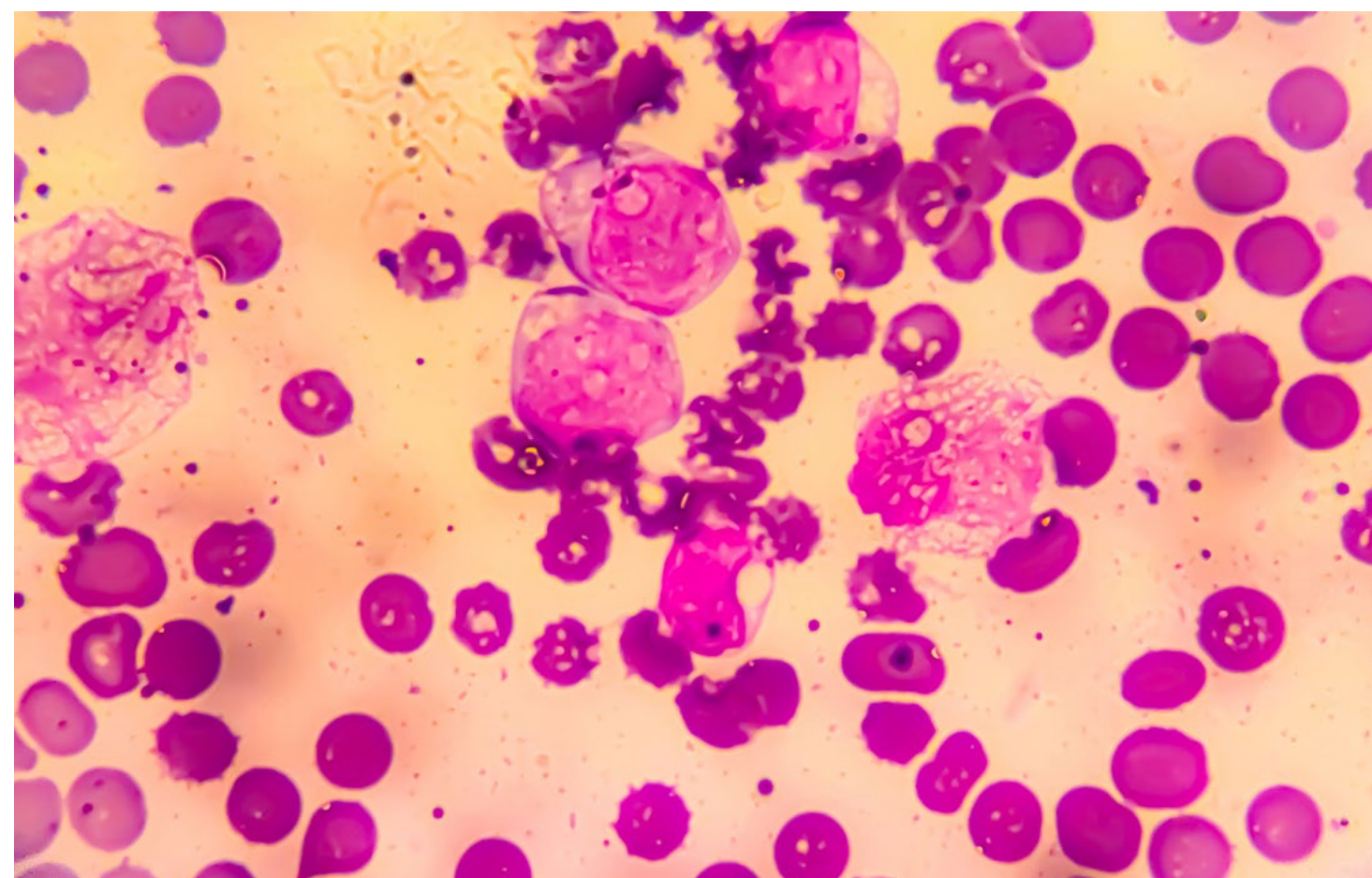


Leroy Merlin y CEAR diseñaron conjuntamente proyectos de mejora de la eficiencia energética de los inmuebles donde residen personas refugiadas.

En Cullera (Valencia), se realizó una reforma de los ventanales del centro de acogida, con el objetivo de mejorar su aislamiento térmico y acústico. En Sevilla, se modificó el método de calefacción del centro, abandonando el antiguo sistema de bombonas de propano.

Más allá de su apoyo material y técnico, Leroy Merlin también participó en talleres de sensibilización sobre los desafíos sociales y ambientales.

Más información [aquí](#).



## PROGRAMA CRIS TALENTO EMERGING LEADERS



Los proyectos de investigación necesitan tiempo y continuidad para conseguir resultados, por lo que la ayuda en la financiación por parte de Informa y su recurrencia tiene un papel esencial para conseguir los objetivos. En esta primera fase del proyecto la investigadora ha determinado que atacar Piezo 1 en la LMA (la molécula que están estudiando) puede ser una gran opción terapéutica, tal como muestran los primeros resultados con modelos animales de laboratorio. Estos datos apuntan a que Piezo 1 es esencial en cómo se generan y multiplican las células que causan esta leucemia.

Más información [aquí](#).



## COMPOST-IN



Fundación Juan XXIII, en colaboración con Endesa, diseña el programa formativo de acuerdo a las necesidades de contratación de la empresa en el entorno rural, alineando así la formación con las demandas del mercado laboral.

Con todo, el proyecto genera un impacto transversal que trasciende a personas, empresas y al entorno rural, facilitando la inclusión, respondiendo a las necesidades de trabajo de las empresas, estimulando el arraigo en el entorno rural y favoreciendo la creación de nuevos puestos de trabajo. Esto pone de manifiesto cómo la colaboración entre Fundación Juan XXIII y Endesa tiene como resultado un impacto que abarca no sólo el ámbito laboral, sino también el desarrollo económico y social del entorno rural. Asimismo, incentiva la economía circular y el respeto por el medio ambiente mediante la adopción de prácticas sostenibles, que incluyen el uso eficiente de recursos y la formación en competencias verdes.

Más información [aquí](#).



## WRITE HER FUTURE

Iniciado en 2018 con apoyo de Lancôme, este proyecto combate el analfabetismo funcional en mujeres jóvenes de 16 a 21 años de contextos vulnerables, fortaleciendo su autoestima, desarrollo personal y habilidades de comunicación. Busca dotarlas de conocimientos y herramientas para facilitar su tránsito a la vida adulta, permitiéndoles aprender, liderar, decidir y prosperar. Centrado en estudiantes de las UFILs de la Comunidad de Madrid, ha impactado directamente a más de 358 jóvenes y a 1.184 personas de forma indirecta desde su inicio.

Más información [aquí](#).



## RESTAURACIÓN AMBIENTAL E INCLUSIÓN SOCIAL



La colaboración con Hologic ha permitido llevar a cabo la reparación de tres cercados perimetrales y la plantación y mantenimiento de 650 ejemplares autóctonos en la Vereda de las Asperillas (Comunidad de Madrid).

Esta alianza se consolida tras años de apoyo de Hologic en iniciativas de reforestación en la comarca de las Vegas, en el sureste de la Comunidad de Madrid. Durante los últimos dos años, el proyecto ha evolucionado para maximizar su impacto social, integrando un enfoque más inclusivo que promueve la empleabilidad de personas con diversidad funcional, además de priorizar la contratación de personal local.

Más información [aquí](#).



## PLAN DE BIODIVERSIDAD EN LA CAMPIÑA CANTÁBRICA



Junto con Nestlé se han realizado un seguimiento de las aves en 15 granjas lecheras de la campiña cantábrica en los últimos cuatro años. Se han identificado 116 especies de aves e implementado un plan fomento de la biodiversidad cuya finalidad es que al menos el 10% de la superficie de estas explotaciones sea de alto valor natural.

Se han establecido medidas como: reducción del uso de fitosanitarios; manejo y conservación de los elementos naturales en las granjas (setos, bosquetes, muros de piedra seca o zonas encharcadas) o creación de charcas, plantación para polinizadores, o instalación de cajas nido.

Más información [aquí](#).



## ‘EMBELLECE TU FUTURO’

**Tomillo**

El programa de formación e inserción laboral de L’Oréal España y F. Tomillo ofrece a personas en vulnerabilidad la oportunidad de trabajar en el sector de la belleza, formando desde 2016 a más de 600 personas, con una tasa de inserción del 80%. Voluntariado corporativo de L’Oreal aporta su conocimiento y experiencia y se ofrece prácticas en empresas colaboradoras. En estos años se ha innovado y adaptado al contexto con ediciones especiales online en pandemia, con traducción para mujeres ucranianas o ediciones dirigidas a personas con discapacidad en colaboración con Fundación Once-Inserta.

Más información [aquí](#).



## EMPRESAS RESPONSABLES CON EL VIH



Esta iniciativa pionera en España busca eliminar la discriminación laboral hacia personas con VIH y promover los derechos humanos. Ofrece herramientas a empresas y entidades para prevenir el VIH y reducir la discriminación. Desde 2014, 392 organizaciones han participado en actividades como la firma de la Declaración “Empresas responsables con el VIH”, con más de 589 acciones realizadas. Incluye asesoría técnica, espacios de encuentro como reuniones anuales y eventos, y la difusión de buenas prácticas, fomentando un entorno laboral inclusivo y responsable.

Más información [aquí](#)



## APORTE DE EXPERIENCIA TÉCNICA PARA PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURAS DE AGUA



World Vision y Ferrovial hemos realizado conjuntamente 5 proyectos de acceso a agua limpia en comunidades, escuelas y hospitales de comunidades altamente vulnerables. Tanto en India, como en Zimbabue y Ghana, los ingenieros y otro personal de ferrovial (personas de comunicaciones, administración...) se implican con voluntariado y viajan a terreno durante dos semanas para buscar, junto con los técnicos de World Vision, las mejores soluciones adaptadas al contexto local.

Con ello, la ONG gana en calidad técnica e innovación en los proyectos y la empresa gana en compromiso de su personal en la RSC.

Más información [aquí](#).



Empresas impulsoras:



Calle Almagro, 12 - Planta 3. 28010 - Madrid