

Teaming: la solidaridad como modelo de negocio

La historia de superación de su fundador, un novedoso modelo de microdonaciones y el toque de varita mágico de la cantante Shakira y Frank Rijkaard, exentrenador del F.C. Barcelona, han dado alas a *Teaming*, una iniciativa solidaria que aspiraba a ganar altura.

9 de septiembre de 2015

Teaming es una exitosa plataforma online que recauda microdonaciones para más de 1.500 causas sociales. A diferencia de otras iniciativas similares, las donaciones que recoge van íntegramente a los proyectos indicados. La plataforma no se queda ningún porcentaje, sino que se financia a través de donaciones directas, patrocinadores y anunciantes.

Tras un rápido crecimiento por Europa, Latinoamérica y Japón, al que ayudó decisivamente el apoyo de personalidades como la cantante Shakira y Frank Rijkaard, antiguo entrenador del F.C. Barcelona, su fundador, Jil Van Eyle, se planteaba dar el salto a Estados Unidos para alcanzar una dimensión global. Sin embargo, los socios institucionales del proyecto (Grupo Intercom y la consultora Everis) se estaban preguntando si este crecimiento no era precipitado y si hacía falta revisar la gestión del proyecto.

El caso "[Teaming, unir a muchos por muy poco y para mucho](#)", escrito por Jaime Lucea y **Alberto Ribera**, director académico de la Unidad de Coaching del IESE, explica cómo fue tomando forma la idea solidaria de Jil Van Eyle y plantea algunas cuestiones claves sobre el crecimiento y la financiación de este tipo de proyectos.

Aprender de las adversidades

"El fracaso nos hace avanzar, nos muestra quiénes somos y lo que deseamos de corazón", advertía el fundador de Teaming en el subtítulo de su relato autobiográfico, "Cómo dejé de ser un idiota". Unos años antes, Jil Van Eyle había alcanzado el éxito empresarial en Ámsterdam, pero el exceso de confianza y la vanidad le llevaron a la quiebra por un grave descuido legal.

Con posterioridad, rehízo su vida en Mallorca, donde su primera hija nació con hidrocefalia, una malformación cerebral que puede causar discapacidades físicas y mentales.

Tras la frustración y rabia iniciales, Jil Van Eyle reaccionó. La actitud generosa de la gente que conoció a causa de la enfermedad le empujó a crear un proyecto solidario. El objetivo inicial era recaudar fondos para el centro de día donde atendían a su hija.

Para ello, se dirigió a empresarios y directivos en busca de cuantiosas contribuciones, pero no obtuvo resultados. Entonces, cambió de estrategia e intentó lograr la misma cantidad mediante la suma de pequeñas aportaciones de los empleados de las mismas empresas.

La unión hace la fuerza

Así, Van Eyle concibió un sistema de microdonaciones consistente en aglutinar a un equipo de empleados dispuestos a apoyar una causa solidaria que hubieran acordado entre todos. Y lo llamó "Teaming".

Como admite él mismo, el concepto de las microdonaciones no era nuevo, pero sí lo era la manera de desarrollarlo:

- La donación debía ser solo un euro al mes por persona. Una cantidad asequible e igual para todos los donantes.
- El dinero tenía que llegar íntegramente al destinatario sin perderse en intermediarios.
- Se desarrollaría en el seno de empresas. El euro se descontaría de la nómina y se transferiría al destinatario desde la misma compañía.
- La causa a apoyar sería consensuada en grupo al margen de jerarquías, lo que favorecería la comunicación interna y fortalecería el espíritu de equipo y de cooperación.

Un golpe de suerte

Jil Van Eyle concibió Teaming como una iniciativa libre, abierta a la participación y sin intermediarios ni intereses económicos de por medio. Para difundirla, lanzó la página web teaming.info, donde se recogían los puntos básicos para organizar un equipo solidario. Pero no lograba captar más de unas pocas visitas al mes y topaba con cierta desconfianza y escepticismo.

Su situación familiar le llevó a trasladarse a Barcelona, donde se convirtió en el asistente de Frank Rijkaard, recién nombrado entrenador del F.C. Barcelona. Cuando tuvo suficiente confianza, le habló de su proyecto y Rijkaard se ofreció a ayudarlo.

El apoyo mediático de Rijkaard primero y el de Shakira después fue decisivo. La web empezó a recibir visitas de todo el mundo, se tradujo a 12 idiomas y el número de grupos solidarios pasó de 50 a 400.

La apuesta online

En 2010, entró en escena Antonio González-Barros, presidente del Grupo Intercom, que ofreció a Van Eyle los recursos técnicos necesarios para desarrollar una plataforma virtual online con la que impulsar el proyecto.

A través de la web la idea podía extenderse de manera capilar: además de los grupos en empresas, como los que existían hasta ese momento, podían constituirse muchos más entre amigos, familias, clubes, asociaciones, etc., para apoyar causas que en muchos casos eran pequeños proyectos del entorno más cercano.

A través de la futura página web se gestionarían los pagos de las donaciones y se cobraría a los anunciantes y empresas que quisieran escribir sobre casos de éxito, obras sociales o proyectos solidarios.

Para trasladar íntegramente el dinero de los donantes al destinatario, necesitaban un banco dispuesto a no cobrar comisiones por las transferencias y ahí entró Banca Cívica, que hizo viable el sistema de donaciones online (desde 2012 es Banco Sabadell la entidad financiera que respalda el proyecto).

El salto definitivo

Sólo faltaba un inversor que respaldara la expansión de Teaming. Encontrar la alianza adecuada fue difícil, ya que todos los interesados buscaban un retorno de la inversión. Finalmente, la consultora Everis apadrinó Teaming Online.

Van Eyle se dio cuenta de que la sostenibilidad del proyecto requería una mínima estructura y aceptó que se convirtiera en una organización sin ánimo de lucro. Intercom y Everis invirtieron 600.000 euros en la Fundación Teaming, que se constituyó en 2011.

Everis desarrolló un plan focalizado en el crecimiento y la internacionalización que contemplaba el lanzamiento de la plataforma web y su crecimiento hasta convertirse en referencia mundial para las iniciativas de donación. Una de las líneas de ingresos prevista era convertir la propia Fundación en destinataria de aportaciones voluntarias.

En enero de 2012, Intercom, Everis y Banca Cívica lanzaron www.teaming.net. Hasta esa fecha, Teaming recaudaba fondos a través de más de 1.500 grupos en España, Latinoamérica, Europa y Japón. Medio año después, Van Eyle viajaba a Silicon Valley para explorar una posible expansión.

Teaming seguía creciendo, pero también se habían disparado los costes, sobre todo de personal, y no se materializaban los patrocinios que su fundador daba por seguros.

Con ese escenario, Antonio González Barros y los socios de Everis empezaban a plantearse si ese crecimiento estaba siendo precipitado y si hacía falta revisar la gestión y corregir algunos aspectos del proyecto.

www.iese.edu/es/insight