

Voluntariado corporativo en el mundo

Resultados preliminares de una investigación
con 48 grandes empresas en 5 regiones

Cláudia Varella Sintoni
Fundação Itaú Social

Octubre de 2017



Datos de las empresas

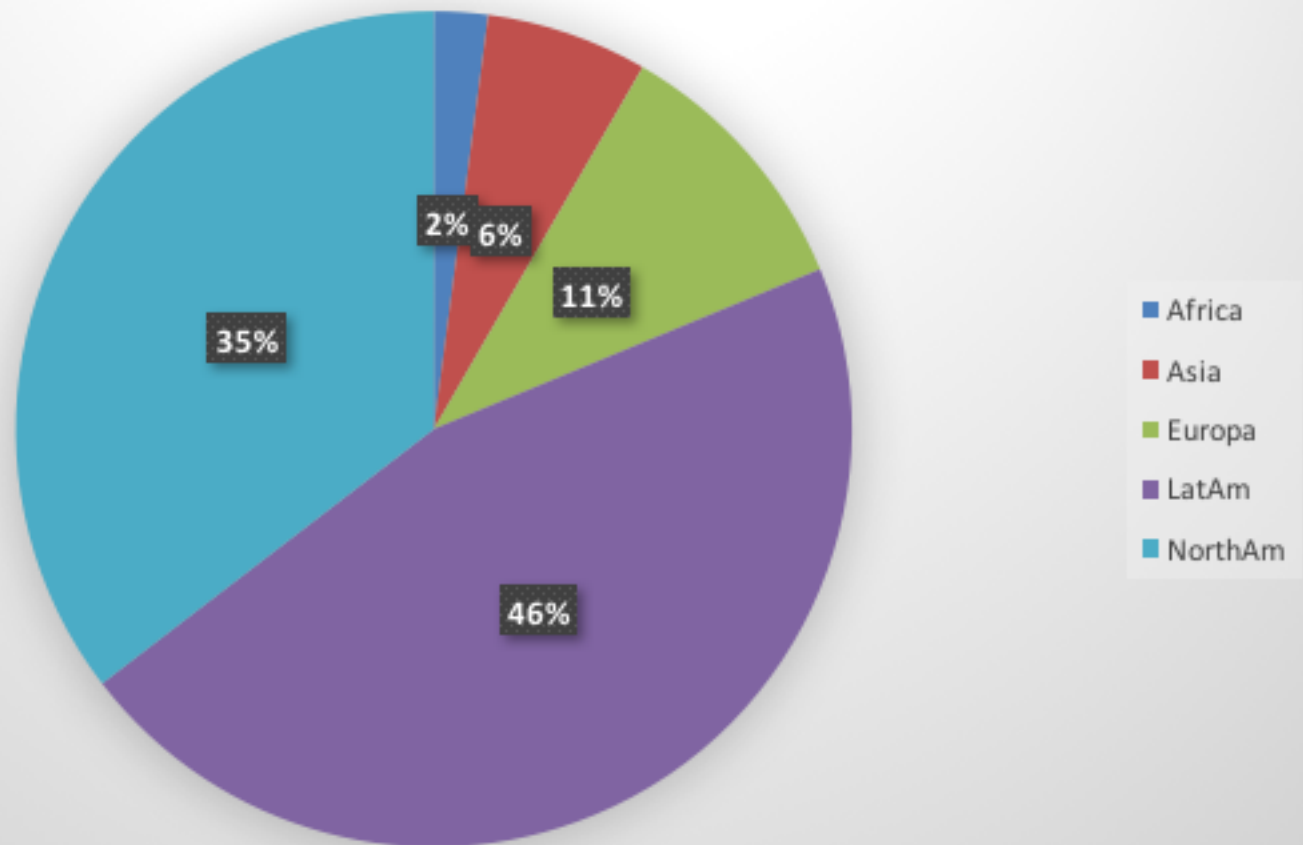
**Testimonios, ejemplos:
Orgullo, Inspiracion, Innovaciones,
Evaluacion, Preocupaciones**

Datos de las empresas

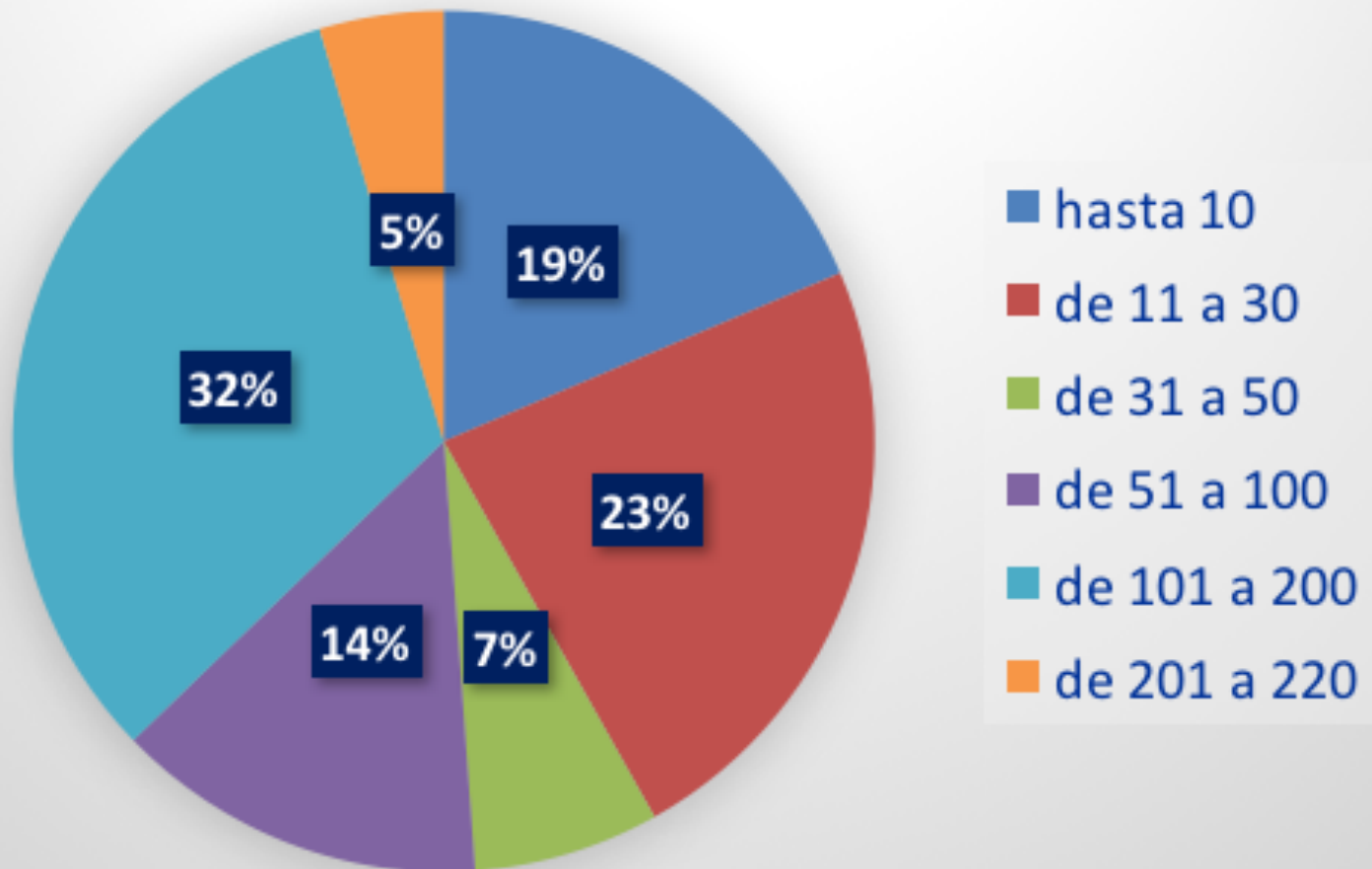
- Empresas de **5 Regiones**: Asia, Europa, África, Norteamérica, América del Sur.
- Empresas operando desde **1** hasta **220 países**
- **Dieciséis** empresas con actuación en más de **100 países**
- Con actuación en **4** ciudades hasta empresas con **7000** oficinas en todo el mundo
- De **230** hasta más de **2 millones** de empleados



Regiones de los entrevistados



Compañías operando en #países



Áreas de actuación de los entrevistados

7 Bancos;

5 Compañías de Seguros;

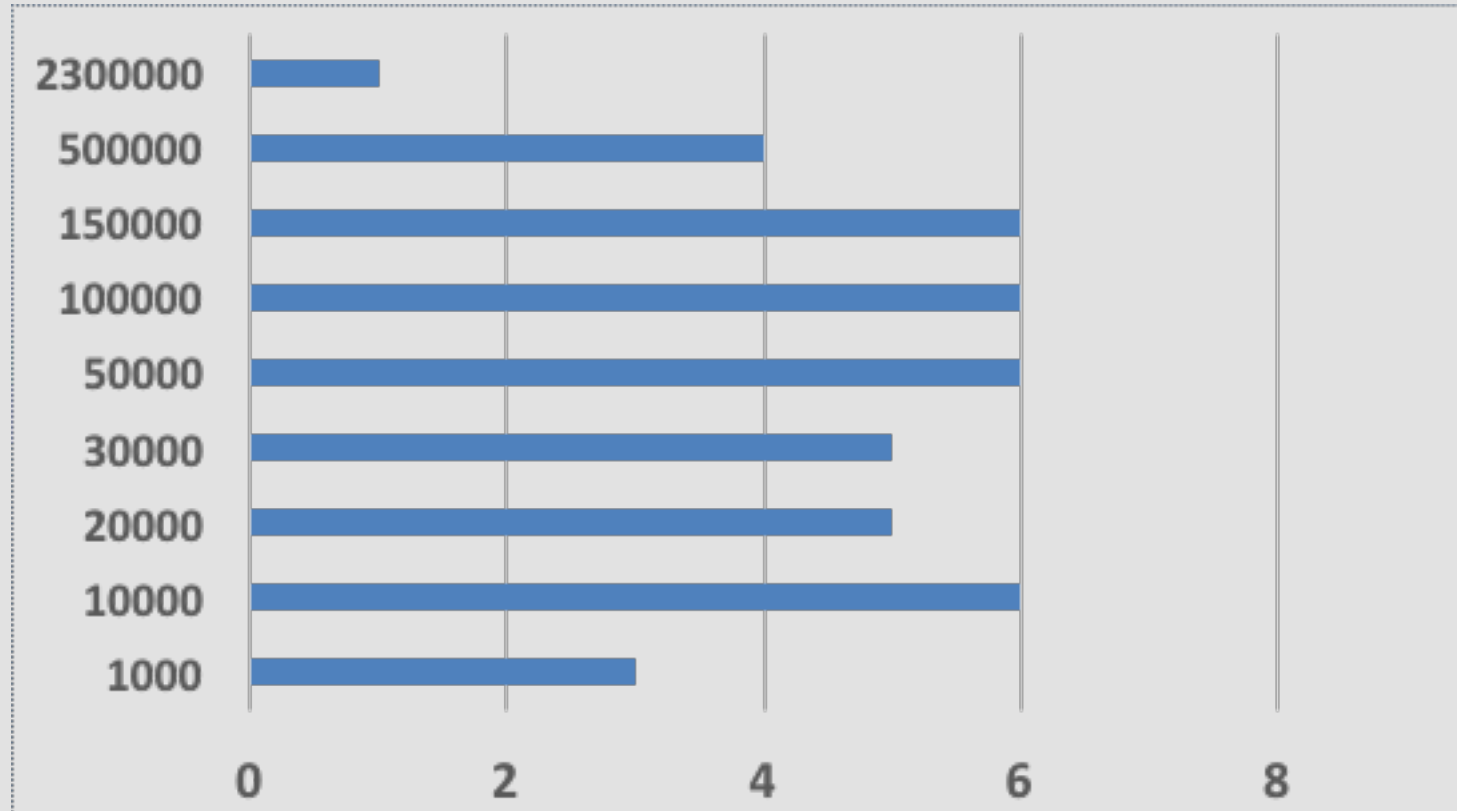
3 empresas de cada uno de estos rubros: Bebidas, Farmacéuticos, Tecnología automotriz, Alimentación y Sistemas Tecnológicos;

2 empresas de cada área: de Productos, de Finanzas, de Construcción-Cemento, de Salud, Telecomunicaciones y de Mensajería-logística;

1 empresa cada una de: Equipos médicos, Venta al por menor-Ropa, Entretenimiento, Bufete de abogados, Componentes electrónicos, Recursos humanos, Ropa deportiva, Manufactura Nuclear, Supermercado, Energía.

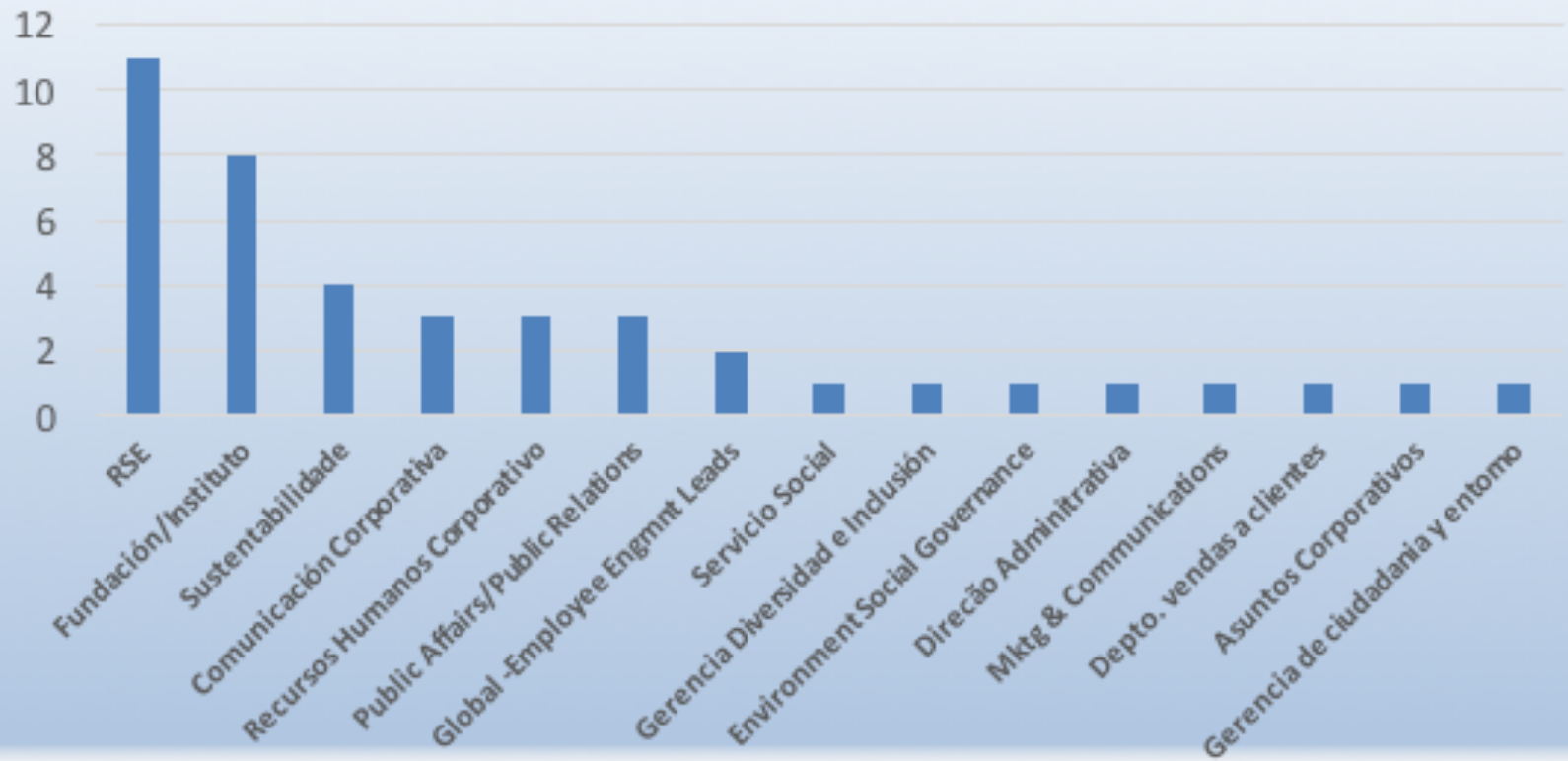
Tamaño de las empresas

empleados



empresas
n=42

Donde se aloja el PV en la empresa



El mayor orgullo: el compromiso de los voluntarios...

*“Saber que tenemos
buenas personas,
además de buenos
trabajadores”*

“...y muchas veces en un ambiente difícil: 99% del voluntariado se realiza en su tiempo libre.”

“El compromiso de los jóvenes. Muchas veces vienen de lejos para participar en actividades voluntarias. Ellos viven lejos de las plantas y, en general, las actividades se realizan los fines de semana y en lugar de descansar, deben levantarse temprano para llegar al horario. A veces, vienen con sus familias y comparten ese día”

“Me enorgullece que la empresa no haga lo más fácil, sino que ofrezca su tiempo y su trabajo para generar actividades y soluciones concretas y reales.”

“Orgullo de saber que están pensando en la evaluación más seriamente; pensando en resultados e impactos, y ayudando a los aliados a desarrollar sus habilidades y no sólo hacer cosas de un solo día.”

El mayor orgullo: el compromiso de los voluntarios...

“Yo creo que la evolución. Como fuimos gestionando el programa para que esté bien alineado a la estrategia, para ir generando mayor impacto, y esto virando la dirección hacia el voluntariado profesional como parte de la evolución me parece que es muy importante y que nos hace sentir muy orgullosos.”

“Que es fiel reflejo de lo que la empresa es. Lo que la empresa cree, lo que es su identidad. No son acciones aisladas, son un reflejo profundo de su cultura. Una cultura que no es de hoy sino de su historia, es consistente con lo que creemos desde siempre.”

“Lo que más orgullo nos da es que no es el típico programa de ‘vamos a ayudar’ como un hit musical, que una vez salió bien y listo. Es un programa que busca el desarrollo sostenible de las comunidades, que es tal cual la misión de la fundación.”

La acción más inspiradora

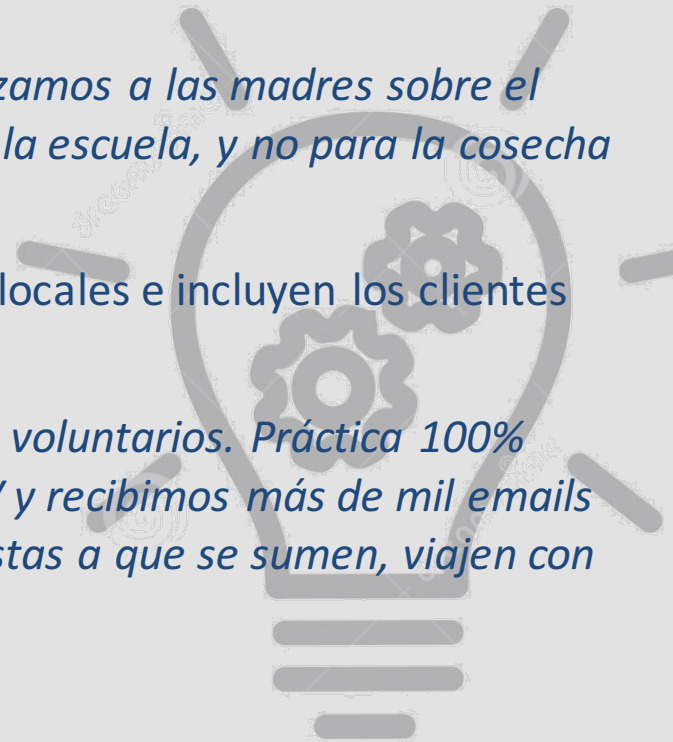
EDP Portugal: *“133 voluntarios dieron respuesta a los incendios. Fue inspirador ver cómo las personas se destacaron: organizaron una respuesta estructurada, oyeron las necesidades y trabajaron duro con los municipios.”*

Una actividad de salud con adultos mayores en el área rural de una de nuestras plantas. El adulto mayor es acompañado por un voluntario desde que llega y se queda con él durante toda la jornada paso a paso.

Manpower Argentina: *“En las escuelas rurales, concientizamos a las madres sobre el mal de Chagas. Hemos asegurado que los niños fueran a la escuela, y no para la cosecha con los padres.”*

Starbucks: Consideran a sus colaboradores como líderes locales e incluyen los clientes en las acciones.

DirecTV: *“Lo mejor fue invitar a los clientes a los trabajos voluntarios. Práctica 100% innovadora... pusimos una llamada en el programa de TV y recibimos más de mil emails de clientes: **quiero ser voluntario**... E invitar a los periodistas a que se sumen, viajen con nosotros y trabajen junto, es también muy inspirador.”*



Innovaciones en la acción

E-Crecimiento: prepara voluntarios para convertirse en mentores de carrera de jóvenes en situación de vulnerabilidad social.

Violencia de género. Alianzas como procesos internos de entrenamiento. *“Es gratificante y muy difícil ver las historias de vida de cada una de esas mujeres.”*

Dirección automovilística para adolescentes, por los conductores de los camiones de entrega de correspondencia. Logística de grandes eventos comunitarios, maratones, marchas, etc.

Desafío de la Gen H - Competición social global para encontrar soluciones para los problemas de salud del mundo, y ayudar a crear generaciones más saludables.

*“... el voluntariado **skill-based** o profesional es la innovación del voluntariado.”*

*“**Piedra Papel y Tijera** es un voluntariado innovador; no conozco que una empresa de televisión tenga voluntariado y además lo transforme en una serie de televisión que tenga 8 temporadas al aire consecutivas por 8 años”.*

“Pobreza Cero: muy innovador es llevar a los voluntarios a las ONGs para la erradicación de la pobreza y trabajar un día entero en el campo con personas realmente pobres, aprendiendo y entendiendo los conceptos y cómo se hace.

Innovaciones en la gestión

La **"geolocalización"** de las actividades de voluntariado. Con medios digitales, incluyeron comunidades próximas en las decisiones de acciones que el barrio necesita. *"Es el mayor generador de lealtad y compromiso de la comunidad."*

*"Creamos la figura de los **Pre-voluntarios**, en la que un estros empleados pueden incluir como voluntarios a sus hijos entre 14 y 16 años."*

La plataforma virtual: una red social de voluntarios que permite comunicarse, recibir *feedback*, compartir resultados. *"Esto nos ayuda a construir una relación a largo plazo y podemos llevar la historia de cada voluntario."*

APP exclusiva para los voluntarios... *"Avisa cuando hay actividades de tu interés en tu territorio, puedes subir fotos y comunicarte con el resto de los voluntarios. Es una herramienta para poder gestionar tu vida como voluntario desde tu bolsillo."*

Evaluación

“...que la generación de valor sea el punto en donde la campaña se concentre y no perderse en datos innecesarios”

“Un enfoque más de resultados y menos de actividades, menos de coberturas, de talleres, personas... y más sobre los cambios que se están logrando en las personas.”

“Si nuestros empleados reportan que sus habilidades o confianza aumentaron o que han entendido mejor conceptos como el de la igualdad, derechos humanos, etc.”

“Indicadores de impacto tiene que ver con el análisis previo que se hace de la comunidad: buscamos que haya cambios y que estos indicadores se muevan a largo plazo (3 a 5 años, que es el tiempo mínimo para ver cambios).”

“Son más que todo de eficacia y desempeño, no de impacto.”

“Y en las organizaciones, existe esa transferencia de capacidad?... en qué estamos realizando un cambio?”

Preocupaciones

“Que lo que hagamos cada vez sea más relevante, que genere valor, que conecte a las personas.”

“Que al crecer en número de voluntarios se siga manteniendo el interés y no disminuya la participación.”

“El eterno dilema del VC: encontrar el equilibrio entre las responsabilidades que tiene el delegado como empleado y las que tienen como voluntario.”

Medición y evaluación. Monitoreo y Métricas para medir el éxito.

“La autenticidad de lo que hacemos, la credibilidad del programa de voluntariado...El punto crítico de cada actividad que realizamos es mantener la credibilidad y el respeto tanto de las personas que participan, de los voluntarios, como de la sociedad que se ve beneficiada. Que la compañía no caiga en un campo donde se pueda pensar que lo hacemos por pura hipocresía.”





Obrigada 😊

Cláudia Sintoni

claudia.sintoni@itau-unibanco.com.br