



Foro de Voluntariado Corporativo: promoviendo buenas prácticas en la RSE

Boluntariotza korporatiboaren foroa: Enpresen Gizarte Erantzukizuneko (EGE) jardunbide egokiak sustatuz



Gobierno
de Navarra  Nafarroako
Gobernua



NAFARROA,
OROTAN LAGUN
NAVARRA +
VOLUNTARIA

 ENREDARSE
Ecosistema
genuino de la
Sostenibilidad

 poly
mathia



El pasado **martes 26 de septiembre** en el **Palacio del Condestable** de Pamplona se celebró el **Foro de Voluntariado Corporativo**. Esta acción enmarcada en el II Plan de Voluntariado de Navarra, surge a raíz del diagnóstico realizado a principios de este año cuyo objetivo era conocer **cómo estaban el voluntariado corporativo en las empresas InnovaRSE**.

Se planteó con un cuádruple objetivo: **comunicar** las iniciativas que se están llevando a cabo, **concienciar** a las organizaciones sobre la RSE y el voluntariado corporativo, **convencer** a más agentes para emprender acciones de voluntariado corporativo, y **conectar** a empresas y entidades.

Apertura

Tuvimos el placer de arrancar esta jornada acompañadas por **Itziar Ayerdi de Barrena**, Directora de Servicio de Gobierno Abierto y Atención a la Ciudadanía e **Iñaki Mendioroz Casallo**, Director General de Economía Social y Trabajo. Ambas nos dieron sus percepciones sobre el voluntariado corporativo y la responsabilidad social de las empresas, pusieron las bases sobre las que comenzar a andar, y recalcaron la importancia que tiene que empresa y entidades tejan redes hacia un futuro en común.

También tuvimos la gran suerte de contar con **Ángeles Blanco** en representación de Confederación ASPACE, en una intervención donde trazó el camino a seguir para garantizar una buena colaboración entre empresa y entidad. Puso sobre la mesa la necesidad de avanzar hacia el cuarto sector, donde confluyen entidades, empresas y la Administración Pública con el fin de generar beneficio mutuo para todas las partes. Habló acerca del proyecto **GIRA**, una iniciativa de Coca Cola mediante la cual busca convertirse en un agente de cambio positivo en la sociedad a través del fomento y el apoyo activo al emprendimiento femenino en España.

Nos dejó estas interesantes reflexiones sobre los beneficios del voluntariado corporativo:

- Desde la perspectiva de las personas trabajadoras: la satisfacción personal, el crecimiento profesional, la innovación y nuevas ideas. Reduce el síndrome de desgaste profesional y además es garante de un buen clima laboral.
- Las empresas generan nuevas oportunidades y dinámicas de trabajo, y nuevos espacios adaptados y adecuados al tercer sector. La clave es que el plan de voluntariado corporativo esté alineado con los objetivos y metas empresariales.
- En cuanto al tercer sector, las entidades que lo conforman forman aumentan su eficiencia en la gestión y la eficacia de su misión. Además, consiguen llegar a más personas beneficiarias y aumentan la visibilidad social de sus demandas.



Mesa redonda - Encuentro entre empresas, consultoras y entidades

Las seis ponentes abordaron algunas de las claves del voluntariado corporativo para ilustrar cómo se vive “desde dentro” y expusieron los aprendizajes extraídos de la práctica. Empresas, entidades y consultoras se sumergieron en un diálogo a través del cual compartieron sus testimonios con la sala, clarificando cuál es el punto en el que estamos y qué pasos debemos dar para seguir avanzando.

Asistentes: Arantza Maquirriain (Conor Sports), Guillermo Erice (GEEA Geólogos), Rebeca Arnedo (Sustainn), Laura Molinero (LM Consulting), Ángeles Blanco (Confederación ASPACE), Natalia Herce (Medicuumundi NAM).



Claves:

- Algunas ponentes reconocieron estar en proceso de aprendizaje; hay margen para el crecimiento, el conocimiento y el desarrollo del voluntariado corporativo.
- Cada organización lo entiende de manera diferente, no existe una única definición que recoja la diversidad de iniciativas observadas.
- Hay que tejer redes y no limitarse a hacerlo dentro de Pamplona.
- Dos claves que constituyen dificultades: la continuidad en el tiempo de los proyectos y mantener la motivación de las personas que participan en ellos.
- Los grandes retos dentro del voluntariado corporativo son: visibilizar su impacto en la sociedad; el tiempo que requiere; la continuidad en el tiempo; mantener la motivación.
- Las entidades hicieron hincapié en que hay que salir de la zona de confort, aunque esto genere miedos e incertidumbre.
- También en que hay que desprenderse de la idea de que el mundo empresarial sólo busca su beneficio económico a través del voluntariado corporativo.
- Navarra tiene un gran potencial en materia de voluntariado corporativo, sobre todo porque son las pequeñas y medianas empresas quienes quieren llevar a cabo sus proyectos en colaboración con las entidades y esto puede garantizar una nueva vía de realizar acciones de este tipo a través de proyectos colaborativos.

- Las consultoras InnovaRSE pusieron sobre la mesa el interés real que suscita el voluntariado corporativo en las empresas.
- Además, reflexionaron también sobre la dificultad a veces de bajar a tierra determinados términos y lo importante que es tener foros de esta magnitud, donde los conceptos terminan acotándose
- Las intervenciones de las empresas apuntaban a que es en las pequeñas acciones donde reside la transformación, y a que cualquiera puede sumarse a proponer iniciativas y a ser creativas.

Panel de motivaciones, experiencias y potencialidades del voluntariado corporativo

Las motivaciones

La motivación es el motor del voluntariado: cualquier iniciativa que pretenda tener éxito tiene que partir de la voluntad del personal que se va a implicar dedicando una parte de su tiempo a desarrollar las actividades. En el panel nos aproximamos a las motivaciones desde tres perspectivas distintas.

Isabel Alfaro (Asociación Madre Coraje) nos contó su experiencia como voluntaria desde hace más de 9 años. Empezó como empleada en la organización y el ver a otras personas que formaba parte del voluntariado le motivó a hacerse voluntaria. Recalcó la importancia de poner en valor las acciones que efectúan las personas voluntarias puesto que dan una respuesta social en diferentes ámbitos, es decir, pasan de “estar presentes” a “formar parte” de su entorno y así generan un impacto positivo sobre el mismo.

Daniel Iraceburu (Decathlon España) halló su motivación cuando desde su empresa propusieron la colaboración con ASPACE Navarra. Su testimonio ilustró cómo la unión de fuerzas es una buena técnica para ganarle el pulso en cualquier ámbito a las barreras y mitos sociales que imperan sobre ciertos colectivos; en su caso, la vía para “librar esa batalla” fue el fútbol sala.

Yolanda Esteban (ATECNA) centró su exposición en contarnos cómo desde un departamento de recursos humanos se puede fomentar la implicación de las personas trabajadoras, partiendo del ejemplo de los y las *atecnícolos*. La reflexión que nos dejó es la importancia de contar con una Dirección comprometida con la transformación social.



Las potencialidades

A veces sólo nos falta un empujón... Las oportunidades están ahí, a nuestro alcance, y no nos damos cuenta de que únicamente hace falta darle un poco de forma a lo que ya estamos haciendo, o a lo que todavía no estamos haciendo pero estamos dispuestas a acometer. En esta parte del panel exploramos los *márgenes* del voluntariado corporativo, para ver cómo a partir de iniciativas que ya estamos desarrollando podemos llegar a construir voluntariado corporativo.

Itziar Fernández (Alimentos Sanygran) nos explicó las frecuentes colaboraciones que tiene su empresa con otras entidades, sobre todo con donaciones de alimentos y monetarias, un tipo de colaboración que siempre puede ser el germen de otro tipo de actividades. Las personas que forman parte de la empresa lo tienen claro: más allá de la innovación alimentaria abrazan la responsabilidad social corporativa a través de pequeños granitos de arena que generan un impacto favorable en el entorno.

Maite Ruiz (Mediación Navarra) es un claro ejemplo de cómo incluso las empresas de menor tamaño pueden contribuir haciendo voluntariado corporativo, especialmente a través del voluntariado profesional. Las socias de esta empresa realizan mentoría en diferentes organizaciones sociales extrapolando su experiencia profesional de forma voluntaria. Nos dejó dos reflexiones muy importantes, por un lado, la importancia que tiene trabajar en red y formar parte de una comunidad, y por otro, que el síndrome de la impostora, aunque abrumador, puede reducirse contando con el apoyo de otras personas.

Jon Echaide (Not Afraid Brand) puso el acento en la importancia de la cooperación con otras organizaciones y empresas del entorno local para generar entre todas un “caldo de cultivo” que después cristalice en proyectos de voluntariado corporativo. Además, puso sobre la mesa aspectos vinculados a la emoción, cómo el miedo en ocasiones resulta incapacitante, en ocasiones es lo que nos impulsa a establecer caminos en común. Es necesario arriesgarse y conocernos para crear sendas que lleven a un camino en común.



Las experiencias

Motivaciones y potencialidades son un buen punto de partida para construir voluntariado. También necesitamos conocer buenas prácticas, que sean cercanas y asumibles para empresas y organizaciones que quieren dar sus primeros pasos. En esta parte del panel conocimos un poco más de algunas iniciativas que se están desarrollando en Navarra.

Txema Alegre (Rodoia, Centro de Formación y Orientación Laboral) nos explicó que en su empresa se dieron cuenta de que podían contribuir a la acción social más allá de una cesión de espacios. Nos dejaron la reflexión de que en muchas ocasiones no nos damos cuenta de las pequeñas acciones que realizamos diariamente para la consecución de la transformación social. Como bien se ha expresado ellas ceden el espacio para garantizar la formación de las mujeres migrantes que se encuentran en situación de vulnerabilidad social, esto forma parte de empoderamiento y la reinserción laboral, forma parte de mirar y ver, y acompañarse.

Mapi Ibarrola (Ecay Construcciones) nos contó uno de los proyectos que construcciones Ecay ayudan a tejer vidas en el panorama internacional, ellas tienen entre sus manos el proyecto “tejiendo vidas” que han impulsado con la Fundación Juan Bonal y las Hermanas de la Caridad Santa Ana, este proyecto permite que los y las jóvenes que finalicen sus estudios en corte y confección obtengan una máquina de coser para poder seguir tejiendo su vida y construyendo un futuro. La reflexión que nos dejan es que los espacios que se construyen en común sirven para poner los cimientos hacia una sociedad más justa e igualitaria.

David Crespo (Villa Javier) y **Miríea Ribé** (Grupo Apex – Aperitivos y Extrusionados S.A.) compartieron con nosotras su experiencia de colaboración, y pudimos comprobar cómo se ha ido consolidando la relación a partir de lo que al principio eran donaciones y patrocinios, hasta fructificar en un proyecto de voluntariado más sólido. La reflexión que nos deja este proyecto colaborativo es que hay que empezar por pequeñas acciones, pequeños gestos de cuidado mutuo para mirar hacia espacios de colaboración más grandes, como pueden ser la ayuda en la gestión de las propias entidades. Esta experiencia nos puede ayudar a echar abajo esos mitos que se generan en torno a la incompatibilidad del mundo empresarial y el de las entidades, y comenzar a generar esos “match” que tanto salieron en la jornada.



Talleres - Las claves del voluntariado corporativo

1.- El tipo de voluntariado corporativo ideal

Este taller estaba planteado para ayudar a las organizaciones participantes a saber identificar qué voluntariado se adapta mejor a sus características, recursos y posibilidades. En otras palabras, encontrar el voluntariado ideal para el contexto de cada entidad de voluntariado y cada empresa.

Ponente: **Gemma Merino** (Fundaciones de Navarra)

Claves:

- Las **principales motivaciones de las entidades de voluntariado** para realizar estas prácticas es la **necesidad de tener tipos de voluntariado más diversos**, como ciertos conocimientos técnicos o habilidades sociales (ejemplo: liderazgo).
- Existe un **interés por parte de las empresas** para realizar voluntariado corporativo. Además de ofrecerles ciertos beneficios como ampliar y mejorar la imagen de la empresa, mejorar el clima laboral o la adquisición de aptitudes en los trabajadores implicados.
- Los principales problemas que emergen son el **cómo** colaborar y el **con quién** colaborar.
- Las organizaciones destacaron esa **falta de redes entre entidades de voluntariado y empresas**. Algunas entidades expresaban saber ya qué necesidades deseaban cubrir y las empresas destacaban prácticas o conocimientos que podían ofrecer. Sin embargo, desconocen o no encuentran con quién realizar esas colaboraciones.
- Las **mayores limitaciones** identificadas fueron el desconocimiento, los prejuicios entre ambos grupos, la falta de comunicación y redes, el encaje en el tiempo de estas colaboraciones y los costes vinculados a estas.
- **La figura del consultor** tiene una gran importancia para superar esas barreras y servir como **mediador** entre ambas organizaciones.
- Los pasos a seguir para conseguir el voluntariado corporativo ideal son la **superación de las barreras**, la **implicación** de todas las partes y la **implementación** de las herramientas concretas en cada caso.

(Se adjunta el material utilizado en este taller)

2.- Mapa del plan de voluntariado corporativo

El objetivo de este taller fue enseñar, con un enfoque práctico, los pasos a dar para construir un plan de voluntariado corporativo, demostrando la importancia de la planificación para garantizar un mejor resultado.

Ponente: **Alba Escolà** (IMANcorp Foundation)

Claves:

- Es fundamental que la **Dirección** de la empresa esté **comprometida con el proceso**.
- El Plan de Voluntariado Corporativo debe estar **alineado con la misión, visión y valores de la empresa y la propia estrategia empresarial**, es decir, tiene que estar implícito en el ADN de la empresa.

- El Plan de Voluntariado debe contar con una **razón o causa justificada**, una explicación sobre por qué se impulsa.
- Se deben tener muy bien definidos **los indicadores de medición, el tipo de colaboraciones y las líneas que se quieren trabajar**.
- Debe contar con una **estructura sencilla y funcional de coordinación** que facilite la comunicación y la logística.
- Para una mayor captación se deben **hacer públicos los resultados**; su visibilización es crucial para que las personas pongan en valor lo que está haciendo su empresa.

(Se adjunta el material utilizado en este taller)

3.- La medición de impactos

El taller proporcionaba una base teórica y metodológica en la que apoyarse para emprender la medición de impactos, para cuantificar (incluso en términos monetarios) los resultados de las iniciativas desarrolladas.

Ponente: Jose Javier Lacunza (KSM Consultores)

Claves:

- **Todas las actividades humanas generan impactos.**
- Hay que diferenciar entre **resultados e impactos**.
- Existen **impactos directos**. Los podemos encontrar en la **Misión, los Objetivos Estratégicos, los Grupos de Interés...**
- También hay **impactos indirectos**. Identificarlos es clave, puesto que abren **nuevos campos y posibilidades de mejora** para la organización.
- Debemos empezar midiendo **lo más significativo** y no intentar medirlo todo.
- La exposición de resultados debe ser **breve y gráfica**.
- Es importante que definamos **indicadores de seguimiento** para hacer la medición.
- Debemos **utilizar** los resultados de la medición de impactos.

(Se adjunta el material utilizado en este taller)





Cierre

El cierre de esta jornada corrió a cargo de **Ana Etxaleku Castaño**, Jefa de Sección de Participación Ciudadana y Voluntariado. Aprovechó para recordar cuáles van a ser los siguientes pasos, entre los que se encuentran la publicación de una **guía de voluntariado corporativo** y la difusión de varias **píldoras formativas** a lo largo de los próximos meses.



Agradecimientos

