

Voluntariado en los tiempos de crisis

2do Aniversario Voluntare

10 de julio del 2013



American Airlines

American Airlines



- Traza sus orígenes a un pequeño grupo de líneas aéreas inicialmente dedicadas a transportar correo a finales de la década de los '20.
- Aproximadamente 80,000 empleados a través del mundo sirviendo sobre 250 ciudades en 50 países y territorios.
- Más 175,000 horas de servicio a unas 600 ONGs en alrededor de 20 países.

American Airlines



- En el 2012, American Airlines transportó 100 millones de pasajeros a unos 273 destinos en 51 países y territorios en 3,500 salidas diarias.
- Línea aérea fundadora de alianza **oneworld**, de la cual Iberia también forma parte.
- En el 2012, en conjunto, las 12 líneas aéreas transportaron más de 481,800,000 pasajeros.

Consejo Global de Voluntariado Empresarial Global Corporate Volunteer Council

Consejo Global de Voluntariado Empresarial



El Consejo Global de Voluntariado Empresarial (GCVC), una iniciativa de la IAVE, es una red de líderes de programas de voluntariado empresarial en empresas globales. Los miembros comparten informaciones, aprenden unos con los otros y cooperan en los esfuerzos de promoción del voluntariado empresarial globalmente. Para más información: www.iave.org/gcvc.



Consejo Global de Voluntariado Empresarial

Publicaciones



Desarrollo de conocimiento y “prácticas inspiradoras”:

1. 2011 - Empresas Globales y el Trabajo Voluntario en el Mundo: El Informe Final del Proyecto de Pesquisa sobre Voluntariado Empresarial Global
2. 2012 - La Gran Carpa: Voluntariado Corporativo en la Era Global

www.iave.org/gcvc

La crisis

La crisis



Diccionario de la
Real Academia Española:

- Mutación importante en el desarrollo de otros procesos, ya de orden físico, históricos o espirituales.
- Situación de un asunto o proceso cuando está en duda la continuación, modificación o cese.
- Momento decisivo de un negocio grave y de consecuencias importantes.

El impacto de la crisis

El Impacto de la Crisis

Para hablar de impacto, primero tenemos que presuponer:

- La empresa tiene una estrategia de responsabilidad social
- La estrategia incluye un elemento de voluntariado corporativo
- El programa de voluntariado corporativo fué establecido con un fundamento sólido desde el principio
- El programa, los voluntarios, el enfoque en la(s) causa(s) y las colaboraciones con las entidades de la comunidad han funcionado óptimamente
- Los indicadores establecidos han logrado el impacto deseado

El impacto de la crisis

El impacto de la crisis se puede reflejar en una ó varias de éstas maneras:

- 1) Cuestionamiento de la estrategia y dirección general de los programas e intensificación del escrutinio de los programas.
- 2) Evaluación de los programas a través de otros “lentes” ó “filtros” y no de los indicadores iniciales.
- 3) Reducción de presupuestos.
- 4) Desarrollo de tácticas enfocadas en marca y reputación.
- 5) Desconexión de las metas de impacto y...
- 6) El fin la oportunidad de envolver y apoyar la participación de los empleados en gestión social a través del servicio voluntario

¿Cómo afrontar la crisis?

Asumiendo que sabemos claramente el impacto de cada programa:

- 1) Analizar la gama de programas y proyectos con miras a reducir los recursos dedicados a los que tienen menos impacto o cuentan con apoyo limitado de parte de los empleados.
- 2) Re-enfocar las causas y organizaciones colaboradoras con miras a guiar el apoyo y/o participación de los empleados.
- 3) Re-definir la dirección de los programas
- 4) Re-invigorar los programas y darles una nueva vida.

¿Cómo afrontar la crisis?

¿Cómo afrontar la Crisis?

5. Envolver a empleados en los más altos niveles gerenciales. Re-inventar los programas de manera significativa.
 - Desarrollo de dinámicas de equipo de trabajo.
 - Capacitación y desarrollo de conocimiento y destrezas.
6. Colaborar con organizaciones de distinción y reputación en el campo que reconocen éste tipo de gestión.
7. Desarrollar programas de reconocimiento para los empleados.
8. Entender que debemos enfrentar el fin de una era y preparar el fundamento para darle la bienvenida a una versión de éste campo.

Caso – Change For Good on American Airlines



Change for Good on American Airlines



- Establecido en 1994, recauda fondos a través de donaciones de moneda extranjera.
- En peligro de extinción: comunicación, promoción, conexión personal con nuestros voluntarios y condiciones laborales.
- En el 2006, se re-lanzó el programa desde una perspectiva totalmente centrada alrededor de los voluntarios:
 - Representantes
 - Reclutamiento
 - Estuche virtual herramientas
 - Reconocimiento
- Resultados: \$6 millones +

¿Qué nos depara el futuro?

Estamos de acuerdo que:

- La crisis económica ha creado una situación de desempleo y sub-empleo insostenible.
- Que no sabemos con certeza cuándo, y si ni siquiera, va a cambiar ó terminar.
- Voluntariado puede ser más que un reto, una oportunidad.

¿Qué nos depara el futuro?

Desarrollar, crear, expandir ó concluir los programas de voluntariado basado en éstas dos preguntas:

- ¿Cómo pueden los programas de voluntariado crear valor agregado?
- ¿Cómo pueden, positivamente y de manera sostenible, alterar la dinámica de lugares de trabajo y contribuir a la creación de empleos y comunidades social y económicamente más estables, en vez de ser un costo del cuál se puede prescindir?

Preguntas



¡Gracias!