



Volunteering for a  
Sustainable World

**voww**

# Resultado 1: CÓDIGO DE COMPETENCIAS

28 de febrero de 2023



Co-funded by  
the European Union



## ÍNDICE DE CONTENIDOS

GLOSARIO.....	2
1. LAS DIFERENCIAS ENTRE VARIAS ORGANIZACIONES (A1) DE COMERCIO JUSTO (FT) .....	3
1.1 Variaciones entre las organizaciones «paraguas» de comercio justo .....	4
2. EXPERIENCIAS PARA EL DESARROLLO DEL VOLUNTARIADO (A2) .....	6
2.1 Ofertas actuales de las organizaciones «paraguas» .....	6
2.2 Mejoras deseadas en la oferta actual de las organizaciones «paraguas» .....	7
2.3 Consecuencias de no cambiar la oferta .....	7
2.4 Resultados del análisis documental para A2 .....	8
3. ESTUDIO COMPARATIVO SOBRE LAS COMPETENCIAS DEL VOLUNTARIADO EN LAS PRÁCTICAS EDUCATIVAS NO FORMALES EUROPEAS EN BÉLGICA, ITALIA Y ESPAÑA (A3) .....	11
3.1 La situación actual en las organizaciones de comercio justo participantes .....	12
3.2 Cambios y mejoras necesarios .....	13
3.3 Directrices o marcos para validar las competencias adquiridas en el voluntariado utilizados/disponibles en los países de los socios.....	13
3.4 Conclusión de A3.....	17
4. LAS COMPETENCIAS RELEVANTES DEL VOLUNTARIADO DE COMERCIO JUSTO.....	18
4.1 El voluntariado nuevo y el experimentado .....	18
4.2 Perspectivas y experiencias del voluntariado actual en relación con el desarrollo de competencias (A4) .....	19
5. PUESTOS DE VOLUNTARIADO DE COMERCIO JUSTO.....	23
5.1 La tienda «unicornio» .....	23
5.2 Tipos de voluntariado .....	24
5.3. Funciones ampliadas.....	25
6. CAPTACIÓN DEL VOLUNTARIADO EN LAS ORGANIZACIONES DE COMERCIO JUSTO .....	30
6.1 Las funciones del voluntariado en la tienda de comercio justo en el proceso de captación .....	31
6.2 Captación del voluntariado en otras organizaciones del Tercer Sector .....	32
6.3 Proceso de selección .....	36
6.4 Buenas prácticas y mejoras en el proceso de selección .....	37
7. PROCEDIMIENTO DE BIENVENIDA AL VOLUNTARIADO (A9) .....	40
7.1 La organización «acogedora» .....	41
7.2 Reconocimiento y valorización del voluntariado .....	46
7.3 Conclusión.....	47

## GLOSARIO

Los socios utilizan letras para referirse a las diferentes actividades/etapas del proyecto.

- **A:** Tarea por realizar/documento por completar.
- **C: Formación.** Sesión formativa diseñada conjuntamente por los socios y, en algunos casos, con ponentes externos.
- **M: Reunión de proyecto transnacional.** Se trata de una reunión de todos los y las responsables del proyecto para estrechar la colaboración y debatir sobre las distintas actividades que deben llevarse a cabo.
- **R: Resultado.** Lo que se debe generar en las distintas fases del proyecto. Hay que conseguir tres resultados (R1, R2, R3).
- **WP: Paquete de trabajo.** Conjunto de actividades del proyecto sobre un mismo tema.

# 1. LAS DIFERENCIAS ENTRE VARIAS ORGANIZACIONES (A1) DE COMERCIO JUSTO (FT)

A través de una encuesta dirigida a nuestras organizaciones de comercio justo socias, se ha creado un mapa de las organizaciones que destaca sus puntos en común y sus diferencias.

Principales preguntas para este apartado:

- ¿Cuáles son las diferencias más importantes que debe tener en cuenta el proyecto?
- ¿Qué ofrecen las tiendas de comercio justo al voluntariado?
- ¿Cuáles son las posturas respecto al voluntariado puntual, ocasional y externo?
- ¿Cuáles son los requisitos para las personas voluntarias?
- ¿Cuáles son las posturas de las organizaciones respecto al voluntariado flexible, puntual/ocasional, externo y ligado a proyectos?
- ¿Qué debe abarcar el proyecto VOW y cuál debe ser su contenido para que tenga un impacto en las organizaciones socias y, por consiguiente, en las tiendas?

## 1.1 Variaciones entre las organizaciones «paraguas» de

 <b>OXFAM</b> Magasins du monde		 <b>OXFAM Intermón</b>
<p><b>Services Umbrella organization to shops</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Training new volunteers "discover OMDM"</li> <li>Commercial training (twice a year)</li> <li>Trainings on specific topics: sales, management, products, fair trade</li> <li>Coordinate and assist local volunteer teams daily</li> <li>Organize democratic events/assemblies</li> <li>Create campaign toolkits and resources</li> <li>Coordinate Fair Trade town certification process</li> <li>Monthly newsletters: Commercial, campaign, fairtrade towns</li> </ul>	<p><b>Services Umbrella organization to shops</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Training on specific topics (sales, management, products)</li> <li>Professional staff support the shop</li> <li>Create campaign toolkits and resources</li> <li>Internal system for placing orders, managing sales</li> </ul>	<p><b>Services Umbrella organization to shops</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Train volunteers</li> <li>Provide campaign materials</li> <li>Central recruitment services (website, campaigns)</li> <li>E-learning platform for new volunteers</li> <li>Internal platform for documents</li> <li>Monthly newsletter</li> <li>Physical annual meeting for sharing experiences and teambuilding</li> <li>Host board of volunteers that advises the board of directors</li> <li>Internal system for placing orders, managing sales</li> </ul>

### comercio justo

Services by shops	Services by shops	Services by shops
<ul style="list-style-type: none"> <li>Sell products</li> <li>Fundraising breakfast once a year</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sell products</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sell products</li> <li>Catering</li> <li>Cash and carry for independent shops</li> </ul>
Other activities by shops	Other activities by shops	Other activities by shops
<ul style="list-style-type: none"> <li>Events I.e. donut economy exposition</li> <li>Workshops</li> <li>Stand on market</li> <li>Host 2 campaigns a year (content created with volunteers)</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Events I.e. Fast Fashion Protest</li> <li>Campaigning</li> <li>Education on Fair Trade &amp; Sustainability in schools</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Joining activities of other platforms (ngo's or Fair Trade)</li> <li>Campaign events i.e. Ukraine fundraising, International Fair Trade Day, Fashion Revolution week, Rights of immigrants</li> <li>Host three campaigns a year</li> </ul>
Shop products	Shop products	Shop products
<ul style="list-style-type: none"> <li>Food and beverages</li> <li>Crafts</li> <li>Art of the table</li> <li>Beauty and well-being</li> <li>Babies and children's products</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Food &amp; beverages</li> <li>Fashion</li> <li>Natural cosmetics</li> <li>Crafts</li> <li>Jewelry</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Sustainable fashion Pyjamas, socks, scarfs, bags</li> <li>Food Coffee, chocolate, sugar, teas</li> <li>Bijouterie</li> <li>Nativity sets</li> </ul>

<p><b>Most sold categories</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Art of the table</li> <li>Jewelry</li> <li>Leather goods</li> <li>Textile</li> <li>Indoor decoration</li> </ul>	<p><b>Most sold categories</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Chocolate</li> <li>Coffee</li> <li>Brown sugar</li> <li>Tea</li> <li>Cooking ingredients</li> </ul>	<p><b>Most sold categories</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Pyjamas</li> <li>Socks</li> <li>Coffee</li> <li>Chocolate</li> <li>Sugar</li> </ul>
<p><b>Volunteer positions</b></p> <p><b>"Mouvement" positions</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Coordinators</li> <li>DBB unit (welcoming new volunteers)</li> <li>Team meeting leader</li> <li>Representative in general assembly</li> <li>Representative in regional assembly</li> <li>Secretary</li> </ul>	<p><b>Volunteer positions</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>General store personel</li> <li>Communications/event staff</li> <li>Educator</li> <li>Product and supplier manager</li> </ul>	<p><b>Volunteer positions</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Shop coordinator</li> <li>General shop staff</li> <li>Stock management person</li> </ul>
<p><b>Commercial positions</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>General shop personel</li> <li>Shopping window manager</li> <li>Product category manager</li> <li>Store development manager</li> <li>External seller</li> <li>Sorting manager</li> <li>Accounting</li> <li>Relationship manager</li> </ul>	<p><b>Shop governance roles</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Chair</li> <li>Vice-chair</li> <li>Treasurer</li> <li>Secretary</li> </ul>	<p><b>Shop governance positions</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Chair</li> <li>Vice-chair</li> <li>Treasurer</li> <li>Secretary</li> <li>Human resources person</li> </ul>
<p><b>Shop governance roles</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>President</li> <li>Vice-president</li> <li>Treasurer</li> <li>Board member</li> </ul>		

## 2. EXPERIENCIAS PARA EL DESARROLLO DEL VOLUNTARIADO (A2)

### 2.1 Ofertas actuales de las organizaciones «paraguas»

#### Altromercato

Hasta el estallido de la pandemia de COVID-19, esta organización convocaba cursos de formación para el voluntariado. Hoy en día, Altromercato no organiza ninguna formación.

#### Fundación Oxfam Intermón

No existen ofertas estructuradas de recursos formativos disponibles en línea para el voluntariado español de comercio justo, o al menos a través de la propia fundación. La formación la imparten las propias tiendas. Existe una plataforma en línea que ofrece un paquete formativo inicial básico sobre Oxfam Intermón y el comercio justo.

#### Oxfam-Magasins du monde

Oxfam-Magasins du monde ofrece varias oportunidades de formación a su voluntariado. Las personas que se incorporan a iniciativas de voluntariado pueden participar en una jornada de formación titulada «Descubre Oxfam-Magasins du monde». Esta jornada se divide en cuatro partes: qué es Oxfam-Magasins du monde, qué es el comercio justo, qué es el «recorrido» de un producto y cuál es el proceso de la ropa de segunda mano en Oxfam-Magasins du monde.

Esta organización también realiza formaciones para su voluntariado sobre:

- Presentación y venta de productos
- Formación sobre los productos (cuáles son los productos, quiénes colaboran, etc.)
- Conocimiento de los procesos de la ropa de segunda mano
- Bienvenida y formación de personas que se incorporan al voluntariado
- Comprensión de las herramientas pedagógicas.
- El marco pedagógico de Climate Fresk (<https://climatefresk.org>)
- Descubrir la Open Food Network (<https://openfoodnetwork.be>)
- Los Desayunos Oxfam, que se organizan todos los años en noviembre, sirven también para que la población belga conozca mejor el comercio justo.

## 2.2 Mejoras deseadas en la oferta actual de las organizaciones «paraguas»

### Altromercato

- Implicar al voluntariado desde el principio y fomentar su participación activa de forma continuada.
- Crear infraestructuras de formación, especialmente para las personas que se incorporan al voluntariado, para desarrollar sus competencias y conocimientos.
- Sería muy útil propiciar experiencias como, por ejemplo, visitar a productores (en Italia) u organizar encuentros en línea con productores del extranjero.

### Fundación Oxfam Intermón

- Crear una oferta común para todas las personas voluntarias de comercio justo respecto a los conceptos generales de comercio justo y los ODS.
- Esta oferta debe consistir en recursos muy visuales, sencillos y concisos.

### Oxfam-Magasins du monde

- Afrontar la brecha digital con más formación en TIC, para superar la resistencia al cambio de algunas personas voluntarias.
- Reforzar la confianza en sí mismos para que puedan transmitir los mensajes del comercio justo. Tener siempre presente que el voluntariado debe seguir siendo una fuente de satisfacción.

## 2.3 Consecuencias de no cambiar la oferta

### Altromercato

- Dificultades para mantener el negocio de las tiendas por escasa captación de voluntariado de todos los grupos de edad, pero especialmente entre los más jóvenes.
- Las organizaciones de comercio justo a menudo dependen del voluntariado. Muchas de las cooperativas y asociaciones pertenecientes a Altromercato gestionan las tiendas con el apoyo de personas voluntarias (normalmente «mayores»). Es esencial desarrollar nuevos modelos y ofertas para aumentar el número de personas voluntarias, especialmente jóvenes; de lo contrario, cuando las actuales personas voluntarias sean demasiado mayores para gestionar las tiendas o decidan dejar de ser voluntarias por diferentes motivos, la organización de comercio justo tendrá graves dificultades para seguir adelante con su actividad.

### Fundación Oxfam Intermón

- Pérdida de fuerza del movimiento de comercio justo, ya que los principales espacios de sensibilización (tiendas del mundo) perderán la capacidad de cambiar hábitos de consumo.
- También por no poder llevar el comercio justo a colegios, universidades, mercadillos, parroquias, etc., y no darle visibilidad como una alternativa de consumo ético.

### Oxfam-Magasins du monde

- Si las organizaciones de comercio justo no tienen en cuenta la evolución de la sociedad y del voluntariado, corren el riesgo de no adaptarse a sus realidades y necesidades. Si las organizaciones no introducen cambios con regularidad, su oferta de desarrollo podría dejar de interesar a una gran variedad de personas.

## 2.4 Resultados del análisis documental para A2

Se solicitó a cada socio de comercio justo y a la Rotterdam School of Management que realizaran un análisis documental para tratar de encontrar experiencias/recursos de desarrollo relevantes para el voluntariado. En total, se encontraron 35 recursos. La mayoría de estos recursos se centran en el conocimiento, concretamente en los fundamentos del comercio justo –es decir, las etiquetas, los actores o el impacto–, o se relacionan con cuestiones de sostenibilidad relevantes pero más generales, como la crisis climática o la pobreza. También se han encontrado recursos que incorporan los ODS. En muy pocos casos, los recursos se centran en el desarrollo de capacidades, como, por ejemplo, cómo realizar compras éticas, la certificación de competencias, las técnicas de incidencia política o la promoción comercial gráfica.

- **La semana del comercio justo**

Cada año se organiza en Bélgica la semana del comercio justo. Durante diez días, se organizan numerosas actividades relacionadas con el comercio justo con el fin de sensibilizar a la comunidad sobre cuestiones relacionadas con la sostenibilidad. Oxfam-Magasins du monde suele colaborar en este evento para proponer diferentes actividades vinculadas a su campaña anual.

*Colectivo meta: cualquier persona interesada.*

*Enlace: <https://semaineducommerceequitable.be>*

- **Taller «World Café»**

El taller «World Café» ha sido desarrollado por el Centro Permanente para la Ciudadanía y la Participación (CPCP, por sus siglas en francés) para presentar el comercio justo como una alternativa al comercio internacional convencional. Es una manera de descubrir las etapas de la cadena de producción, los diferentes agentes y los impactos positivos del comercio justo. Este taller es una forma de informarse sobre el consumo sostenible y de reflexionar con espíritu crítico sobre el consumo actual.

*Colectivo meta: estudiantes de educación secundaria.*

*Enlace: <http://www.cpcp.be/formations/world-cafe>*

- **Jóvenes defensores del comercio justo**

La Fair-Trade Advocacy Office (FTAO) ha desarrollado una formación para jóvenes que quieran adquirir competencias de incidencia política en el ámbito del comercio justo. En la descripción de la convocatoria de esta formación, se señala que las y los jóvenes adquirirán «conocimientos y herramientas para comprender el consumo y la producción sostenibles, el comercio justo, las cadenas de suministro (alimentos, textil, electrónica), el comercio y la justicia climática, y la transición ecológica socialmente responsable».

*Colectivo meta: personas de entre 18 y 30 años.*

*Enlace: <https://fairtrade-advocacy.org/1-individual-applicants-participate-in-the-first-young-Fair-Trade-academy>*

- **Federación Belga de Comercio Justo**

La Federación Belga de Comercio Justo ofrece varios recursos en línea para aprender más sobre el comercio justo. Han elaborado diferentes seminarios web y un informe. Toda la información sobre las diferentes oportunidades de formación se ha añadido a la hoja Excel.

*Colectivo meta: cualquier persona interesada.*

*Enlace: <http://www.bftf.be/fr>*

- **Charity Retail Association**

En el Reino Unido, las tiendas solidarias son un elemento básico. La asociación de comercios minoristas solidarios, la Charity Retail Association, ha creado un repositorio de cursos que abarcan una amplia gama de temas relacionados con el comercio minorista, como el manejo de una caja registradora y la promoción comercial gráfica y cuestiones específicas del comercio minorista solidario, como el uso de las redes sociales para las tiendas solidarias. Sus cursos se centran en una combinación de conocimientos y desarrollo de competencias. Ofrecen cursos para cada aspecto funcional de la organización.

*Colectivo meta: personas voluntarias en tiendas solidarias en todos los niveles.*

*Enlace: <https://charityretaillearning.com/learn>*

- **Fairshare**

Esta plataforma de aprendizaje en línea se presenta como la primera dedicada al comercio justo. Ofrece módulos gratuitos que abordan la introducción al comercio justo, cuestiones de gestión y liderazgo, la formación en comercio justo y más. El «aspecto» y la estructura de esta plataforma la convierten en un ejemplo de algo que podría desarrollarse en el marco de este proyecto. No obstante, los contenidos son un tanto genéricos.

*Colectivo meta: emprendedores/as, autoridades locales, estudiantes, profesorado y ciudadanos/as interesados/as en el comercio justo.*

*Enlace: <https://fairsharetraining.eu>*

- **Vol+**

Programa que certifica las competencias que las personas desarrollan al realizar labores de voluntariado. Distingue cinco niveles de desarrollo: 1) principiante, 2) aprendiz, 3) competente, 4) avanzado/a y 5) experto/a. Certifica las competencias siguientes: análisis y resolución de problemas, liderazgo de iniciativas, trabajo en equipo, comunicación interpersonal, planificación y organización, iniciativa y autogobierno, flexibilidad e innovación. El proceso de certificación de competencias en Vol+ se ajusta a las directrices europeas para la validación del aprendizaje no formal e informal: <https://www.cedefop.europa.eu/en/publications/4054>

*Enlaces: <https://plataformavoluntariado.org/vol-plus/> <https://plataformavoluntariado.org/wp-content/uploads/2022/02/vol-diptico-imprensa-eng-vf.pdf>*



### 3. ESTUDIO COMPARATIVO SOBRE LAS COMPETENCIAS DEL VOLUNTARIADO EN LAS PRÁCTICAS EDUCATIVAS NO FORMALES EUROPEAS EN BÉLGICA, ITALIA Y ESPAÑA (A3)

En este capítulo, estudiaremos el ecosistema de validación centrándonos en el voluntariado de las tiendas de comercio justo en Europa. Se pidió a los tres socios de comercio justo que proporcionaran una radiografía completa del estado actual de la validación de competencias en comercio justo a escala nacional. Esta actividad tiene como objetivo identificar los siguientes aspectos relativos a la validación de las competencias del voluntariado:

- **Directrices de validación** a escala europea y nacional.
- **Metodologías de validación:** marco estratégico general que permite la validación.
- **Herramientas de validación:** herramientas y procedimientos para identificar, documentar y evaluar capacidades/competencias.
- **Acciones necesarias para promover la validación** dentro de las asociaciones de comercio justo y del voluntariado que colabora con ellas.

#### ¿Qué es la validación?

Según el CEDEFOP, la validación de los resultados del aprendizaje es la confirmación, por parte de un organismo competente, de que los resultados formativos (conocimientos, capacidades y/o competencias) adquiridos por una persona en un entorno formal, no formal o informal se han evaluado con arreglo a criterios predefinidos y cumplen los requisitos de una norma de validación. La validación suele dar lugar a la certificación (Glosario, [CEDEFOP](#)). A escala europea, el documento principal es la publicación del CEDEFOP [Directrices europeas para la validación](#)

[del aprendizaje no formal e informal](#). Este documento presenta los principales pasos y normas de calidad para la validación. No obstante, en Europa, las directrices se han interpretado de muchas maneras diferentes a través de distintos proyectos llevados a cabo por autoridades públicas, el Tercer Sector u organizaciones con ánimo de lucro.

#### El cuestionario A2

La siguiente información se recopiló por medio de un cuestionario de siete preguntas al que respondieron los socios de comercio justo del proyecto VOW entre abril y junio de 2022.

#### Preguntas sobre la situación actual

1. ¿Cómo se gestiona actualmente la validación de las competencias del voluntariado en el movimiento de comercio justo de su país (a nivel de organización «paraguas» y de tienda)? Si procede, ¿cómo es el marco de competencias?
2. ¿Qué carencias cree que existen en la política actual y en la oferta de validación de las competencias del voluntariado?
3. ¿Por qué es importante que se introduzcan cambios y mejoras en las políticas y ofertas? ¿Qué consecuencias puede tener no introducir cambios?

### Preguntas para el análisis documental

4. Indique enlaces y datos sobre directrices o marcos para la validación de las competencias adquiridas en el voluntariado utilizados o disponibles en su país (también podrían formar parte de un proyecto de la UE). Indique enlaces y datos.
5. ¿Qué marcos de competencias están disponibles para el voluntariado en su país?
6. ¿Cuál es el marco legal que regula la validación de competencias/capacidades no formales e informales en su país?
7. ¿Cuáles son las metodologías y herramientas de validación de competencias para el voluntariado disponibles en su país?

## 3.1 La situación actual en las organizaciones de comercio justo participantes

### La validación de las competencias del voluntariado en los países de los socios y en el movimiento de comercio justo

El socio belga Oxfam-Magasins du monde **no dispone de un marco de validación de competencias operativo**. Existe un documento llamado [\*Plan dynamique des bénévoles\*](#) (*Plan dinámico de las personas voluntarias*) que explica las diferentes funciones y las expectativas de Oxfam-Magasins du monde para cada una de ellas. Todas las personas voluntarias tienen acceso a este documento y están obligadas a leerlo.

En Italia, la validación de las competencias del voluntariado **no es responsabilidad de Altromercato**. Algunas prácticas curriculares de estudiantes escolares o universitarios se validan, pero no es algo sistémico y está sujeto a convenios específicos con estos centros.

Lo mismo ocurre en España, donde la validación de **las competencias del voluntariado no se ha desarrollado de forma oficial**. En España hay un programa de validación desarrollado por la [Plataforma del Voluntariado de España](#), que puede resultar muy útil para el movimiento de comercio justo. Hay dos plataformas de voluntariado regionales que han desarrollado parcialmente iniciativas de validación con poco éxito: Aragón y Cataluña.

### ¿Qué falta?

Los socios coinciden en afirmar que **lo que existe hoy en día está más bien relacionado con las expectativas asociadas a un puesto en el equipo de voluntariado**. Por ejemplo, Oxfam-Magasins du monde prefiere hablar de valorización en lugar de validación de competencias. Además, consideran que «no hay sensación alguna de carencia en nuestra política actual en materia de validación de competencias». En Italia, hasta ahora, las competencias adquiridas en el voluntariado se consideran importantes solo en algunos casos y **muchas personas voluntarias comprometidas con el comercio justo no sienten la necesidad de un reconocimiento** de las competencias adquiridas. **El socio español (Fundación Oxfam Intermón) destaca la falta de conocimiento sobre este tema**. Llevará tiempo desarrollarlo en el país y sería más popular si estuviera más valorado por las entidades empleadoras, por ejemplo. El número de certificados expedidos demuestra que **las iniciativas emprendidas hasta ahora no tienen mucho éxito en España**.

La idea general es que este tipo de certificación resulta más útil para el voluntariado joven o para las personas que buscan empleo, y menos para las personas mayores y las que no buscan empleo.

## 3.2 Cambios y mejoras necesarios

En esta fase, **Oxfam-Magasins du monde** prefiere trabajar en la valorización/reconocimiento del voluntariado. Para la organización es muy importante que cada persona voluntaria conozca claramente lo que se espera de ella. Esta es la condición previa y la más importante. Si no es así, puede perturbar la buena organización de los equipos. Por otro lado, la validación no se plantea como una necesidad para el voluntariado actual de Oxfam-Magasins du monde.

**AltroMercato**, en Italia, se centra en la necesidad de implicar a más jóvenes como parte del voluntariado en el comercio justo. En ese caso, la validación sería esencial para reconocer el servicio que prestan y las competencias que adquieren. En este caso, el voluntariado cobra importancia para el desarrollo profesional.

En España, **Oxfam Intermón** se centra en la comunicación y la concienciación sobre la validación, con el fin de aprovechar el potencial de los programas de validación sugeridos.

## 3.3 Directrices o marcos para validar las competencias adquiridas en el voluntariado utilizados/disponibles en los países de los socios.

### Bélgica

**No hay ningún marco/directriz nacional de validación de las competencias del voluntariado en Bélgica**. Una forma de hacer que se validen las competencias adquiridas a través del voluntariado sería mediante el proceso «[Validation des Compétences](#)». Se trata de un proceso mediante el cual el Estado

valida las competencias adquiridas a través de otras experiencias distintas de la educación formal, sobre todo para poder conseguir un empleo. Este proceso no está enfocado a validar únicamente competencias adquiridas a través del voluntariado.

*Otras herramientas desarrolladas por socios privados y el Tercer Sector son:*

- **CECI**

La organización sin ánimo de lucro ULB-Engagé(e) ha creado un certificado de «compromiso ciudadano» (CECI, por sus siglas en francés). El objetivo de este certificado es valorizar el compromiso de las y los estudiantes durante sus estudios. Se compone de módulos teóricos en línea, reuniones mensuales con otros estudiantes que siguen el programa y unas prácticas de 150 horas en una organización sin ánimo de lucro. Los estudiantes que aprueban el programa reciben 10 ECTS extracurriculares (el equivalente a 2 asignaturas). Este certificado es bastante nuevo, ya que se puso en marcha en 2021.

*Colectivo meta: estudiantes de la ULB*

*Enlace: <https://engagee.ulb.be/ceci/?msclkid=a069523bd06211eca96c08ce7817a4ba>*

- **Requapass**

Se trata de un proyecto Interreg (2018-2021) entre Francia y Bélgica cuyo objetivo es reconocer mejor las competencias adquiridas a través de una experiencia de voluntariado.

*Colectivo meta: personas voluntarias en general*

*Enlace: <https://requapass.eu/page-1-0-0.html>*

- **Competencias de liderazgo scout**

El movimiento escultista o *scout* es muy activo en Bélgica y ha creado una herramienta dirigida a los líderes *scout* para ayudarles a determinar las diferentes competencias que han adquirido a través de su voluntariado y cómo pueden aprovecharlas para sus proyectos personales y profesionales. Estas competencias solo se refieren a las habilidades interpersonales.

*Colectivo meta: líderes scout.*

*Enlace: <https://scoutleaderskills.lesscouts.be/fr/home>*

## Italia

El proceso de creación del Sistema Nacional de Certificación de Competencias se inició en 2012 y el Decreto 13/2013 diseñó el actual sistema nacional e integral, ya que abarca toda la gama de cualificaciones educativas, de estudios superiores, de formación profesional e, incluso, aquellas con valor legal.

La autoridad institucional responsable de la implementación del sistema es el Comité Técnico Nacional, dirigido por el Ministerio de Trabajo y por el Ministerio de Educación, y está compuesto por todas las Autoridades de Certificación. En enero de 2018 entró en vigor el Decreto Nacional relativo al Marco Nacional de Cualificaciones. Este decreto, publicado el 8 de enero de 2018, prevé el establecimiento del Marco Nacional de Cualificaciones (NQF, por sus siglas en inglés) de acuerdo con la Recomendación sobre el Marco Europeo de Cualificaciones (MEC). Define un conjunto común y

claro de descriptivos para los ocho niveles de cualificación mediante la identificación de los tipos de conocimientos y competencias. El decreto estructura los procedimientos para adecuar cada cualificación al Marco a través del punto nacional de coordinación del MEC de la Agencia Nacional de Políticas Activas de Trabajo (ANPAL, por sus siglas en italiano) y la evaluación independiente del INAPP. Hasta ahora, en Italia no existe un marco común para las competencias interpersonales adquiridas en el ámbito del voluntariado.

*Otras herramientas desarrolladas por socios privados y el Tercer Sector son:*

- **Lever Up**

Es un modelo creado para ayudar a las personas a valorar sus competencias interpersonales adquiridas durante la realización de actividades de voluntariado y otras actividades en beneficio de la comunidad y la sociedad. Su diseño se basa en la Validación del Aprendizaje Previo (VPL, por sus siglas en inglés), gracias a la experiencia de los miembros participantes en el proyecto «Modelar el aprendizaje informal y las competencias transversales en la experiencia del voluntariado para aumentar el empleo y la movilidad de los ciudadanos – LEVER».

*Colectivo meta: todas las personas voluntarias*

*Enlace: <http://www.leverproject.eu/>*

- **DYVO - Tecnologías digitales para validar las competencias de las personas voluntarias jóvenes**

Este proyecto contribuye a facilitar y hacer más innovadores el reconocimiento y la validación de las competencias adquiridas a través del aprendizaje no formal e informal en el ámbito del voluntariado juvenil. El objetivo principal es mejorar la empleabilidad y la participación social de las y los jóvenes, así como la calidad del trabajo realizado por las organizaciones de jóvenes y de voluntariado.

*Colectivo meta: personas voluntarias jóvenes*

*Enlace: <https://dyvo.eu/en/about/>*

## España

El reconocimiento de las capacidades adquiridas a través del aprendizaje no formal e informal se realiza a nivel regional. Este proceso se inició en el ámbito institucional con el Real Decreto 1224/2009, del 17 de julio de 2009, de reconocimiento de las competencias profesionales adquiridas por experiencia laboral ([Real Decreto 1224/2009, del 17 de julio](#)). En el primer artículo de este decreto se establecen los requisitos y procedimientos para el reconocimiento y la evaluación de las competencias profesionales adquiridas a través de la educación no formal o la experiencia laboral. También se incluyen en este decreto los efectos de la evaluación y el reconocimiento. Esta ley establece los requisitos para la evaluación y la acreditación de las competencias profesionales adquiridas por las personas a través de la experiencia laboral o vías no formales de formación. Estos requisitos están relacionados con la edad, la experiencia laboral, el nivel de formación y la nacionalidad. Este decreto también menciona la creación de un plan de seguimiento y evaluación para comprobar la calidad, la eficacia y el impacto del procedimiento. Dicho plan lo desarrollará la Administración General del

Estado, las comunidades autónomas y el Consejo General de Formación Profesional ([Consejo General de Formación Profesional](#)). La Administración General del Estado se servirá de los datos facilitados por las comunidades autónomas para desarrollar este plan. Por último, está previsto enviar un informe anual con posibles mejoras al Consejo General de Formación Profesional. No existen mecanismos específicos de reconocimiento de las competencias de las personas voluntarias a nivel nacional.

*Otras herramientas desarrolladas por socios privados y el Tercer Sector son:*

- **VolPlus**

Es el programa de certificación de la Plataforma del Voluntariado de España. La validación de las competencias del voluntariado tiene tres objetivos: (1) reconocer el impacto del voluntariado en el desarrollo de competencias, (2) hacer visible que la práctica voluntaria promueve el aprendizaje y el desarrollo de competencias profesionales, (3) mejorar la empleabilidad de las personas voluntarias. Para formar parte del programa VOL+, la organización de voluntariado debe adherirse al programa. El programa VOL+ cuenta con algunas personas (personas voluntarias y personal profesional) que se encargan de validar las competencias del voluntariado.

*Colectivo meta: personas voluntarias*

*Enlace: <https://plataformavoluntariado.org/vol-plus/>*

- **Reconoce**

Es un proyecto específico de certificación para organizaciones de voluntariado joven (*scouts*, Don Bosco) y/o específicas para el tiempo libre. 1512 personas voluntarias son miembro de la red y se han tramitado 307 solicitudes de validación de competencias.

*Colectivo meta: todas las personas voluntarias*

*Enlace: <https://reconoce.org/>*

- **Talante solidario**

Es una plataforma en línea de formación y certificación de habilidades interpersonales dirigida al voluntariado de organizaciones sociales para mejorar el impacto de su acción solidaria. Se estructura en torno a 10 competencias básicas con tres tipos de contenidos. Para inscribirse en esta plataforma, es imprescindible ser voluntario/a de una organización social, ya que es la formación sobre el terreno la que permite la adquisición y el desarrollo de las competencias. Las organizaciones sociales pueden adherirse al programa a través de un convenio con Talante Solidario. Esta iniciativa la ha desarrollado la Universidad de Murcia. Hasta 2019, más de 100 personas se habían incorporado a este programa.

*Colectivo meta: todas las personas voluntarias*

*Enlace: <https://talantesolidario.org/>*

### 3.4 Conclusión de A3

Los resultados de esta actividad indican que la validación de las competencias adquiridas a través del voluntariado en el movimiento de comercio justo está aún en una fase incipiente. Las tres organizaciones entrevistadas reconocen la importancia y el valor del voluntariado, pero no consideran prioritario el proceso de validación.

Existe una cierta reticencia por parte de las organizaciones de voluntariado a presentar sus actividades en el marco del crecimiento personal y profesional, ya que piensan que eso podría restar valor a la gratuidad y llevar al voluntariado a una dimensión de lógica comercial. Otro obstáculo que dificulta la acreditación de competencias en este contexto es la excesiva burocratización del procedimiento, que suele gestionarse de forma centralizada por las autoridades nacionales o regionales. Tal burocratización puede asustar a las y los trabajadores sociales y a las personas voluntarias, especialmente en Italia.

Por último, los socios consideran que la validación de competencias es un tema reservado a las personas voluntarias más jóvenes y/o que buscan empleo, y en menor medida a las que no buscan empleo o están jubiladas. No obstante, están abiertos a verlo de otro modo.

Partiendo de los resultados recogidos y del debate mantenido en Rotterdam durante la LTTA (C1), podemos establecer la siguiente conclusión:

- *En este momento, la validación no es una prioridad para las organizaciones de comercio justo. Antes de dar este paso, es importante definir los perfiles y las funciones de las personas voluntarias. La validación es algo que debería tenerse en cuenta para futuros desarrollos.*
- *Falta comprender mejor cómo sería la validación dentro de las organizaciones y para el voluntariado. Por otro lado, las organizaciones de comercio justo afirmaron que deberían conseguir atraer a más gente joven. Para lograrlo, la validación podría ser una buena herramienta. El concepto utilizado por las organizaciones de comercio justo es la «valorización», es decir, una idea más amplia de dar valor y recompensar la actividad de voluntariado. La validación podría ser un componente de esa valorización. Sin embargo, ninguna de las organizaciones de comercio justo ha integrado ya la validación en su enfoque de valorización.*

## 4. LAS COMPETENCIAS RELEVANTES DEL VOLUNTARIADO DE COMERCIO JUSTO

Dentro de las actividades de investigación A1/A4, este tema ha sido cubierto en su mayor parte por la A4. Los grupos de discusión organizados con personas actualmente voluntarias nos han permitido comprender qué competencias se han desarrollado durante el voluntariado de comercio justo y cuáles no, pero son deseables.

Durante nuestra reunión en Rotterdam (C1), el consorcio prestó atención a la definición de las competencias necesarias para el voluntariado de comercio justo.

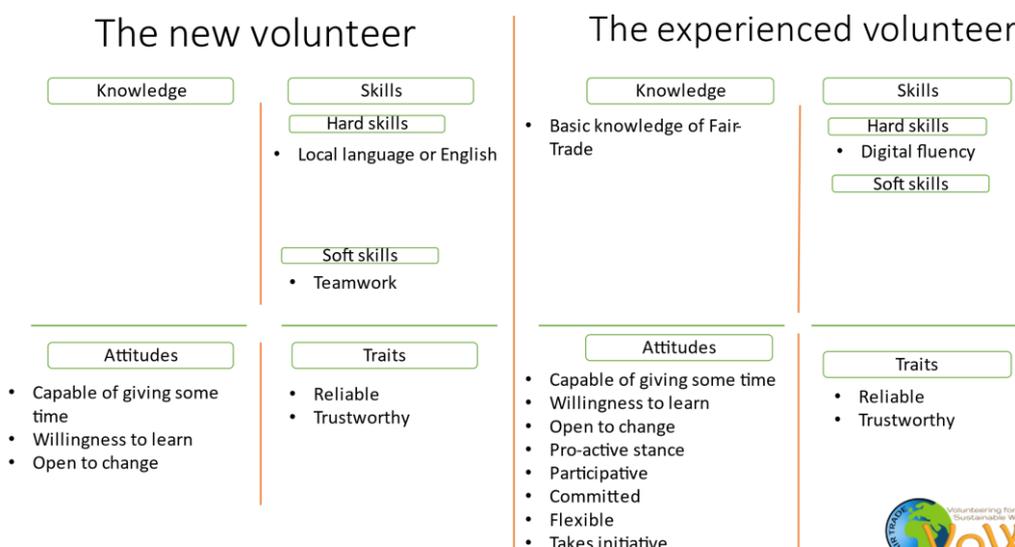
El consorcio ha llegado a un acuerdo para estructurar las competencias en función de lo que se necesita para ser voluntario/a y lo que se puede aprender durante el voluntariado.

### Cuestiones esenciales para el consorcio

- ¿Cuál es el punto de partida: las necesidades de nuestra organización o las del voluntariado?
- ¿Cuáles son los requisitos implícitos en la estrategia de selección? ¿Cómo se selecciona actualmente al voluntariado? ¿Por sus competencias o por cómo pueden desarrollarse?
- ¿Cuáles son las competencias básicas que deben tener todas las personas voluntarias?
- ¿Cómo cubre el proyecto las diferencias entre las competencias interpersonales y las competencias técnicas?
- ¿Cuál es el elemento central que influye en la capacidad de promover el comercio justo? (tradicción, edad, dimensión política)

### 4.1 El voluntariado nuevo y el experimentado

Durante la formación C1, los socios del consorcio crearon perfiles descriptivos que incluían tanto el requisito mínimo como el perfil esperado de una persona voluntaria con experiencia.



## 4.2 Perspectivas y experiencias del voluntariado actual en relación con el desarrollo de competencias (A4)

Esta parte del informe se elaboró mediante debates en grupo con personas voluntarias en activo de las tres organizaciones de comercio justo socias (Altromercato, Oxfam-Magasins du monde y Fundación Oxfam Intermón).

Estos debates en grupo se llevaron a cabo mediante un protocolo creado por el equipo de la Rotterdam School of Management. Abarcaron más temas de los que se exponen aquí, que son menos útiles para el WP1, pero posiblemente útiles para otros WP.

Aquí se muestra una lista de competencias que las personas actualmente voluntarias afirmaron haber desarrollado a través de su trabajo de voluntariado, o que creen que deberían desarrollarse más. La tercera columna representa aquellas competencias implícitas pero no mencionadas directamente por las personas voluntarias.

Competencia	Desarrollada	Deseada	Deducida
<b>Campaña</b>			
Competencias en gestión de campañas	✓		
Desarrollo de proyectos educativos	✓		
Organización de eventos	✓	✗	
Análisis de datos	✓		
Gestión del voluntariado para campañas en línea			⊖
<b>Tienda</b>			
Competencias para la venta en tiendas	✓		
Competencias para ventas externas		✗	
Coordinación de personas	✓	✗	

Coordinación de grupos de trabajo/de proyectos			⊖
Gestión de la caja	✓		
Conocimiento del funcionamiento de la tienda	✓		
Diálogo constructivo con clientes	✓		
Aptitudes de atención al cliente	✓		
Conocimientos de logística	✓		
Competencias didácticas	✓		
Comunicación externa		✗	
Organización combinada de personal voluntario fijo y ocasional			⊖
Planificación y organización flexibles			⊖
Capacidad de integración según deseos y aptitudes			⊖
Competencias de selección de personal			⊖
Motivación de las personas voluntarias para que se conviertan en vendedores/representantes activos			⊖
Capacidad para adoptar nuevas formas de trabajo			⊖
Gestionar colaboraciones			⊖
Orientar a personas en prácticas			⊖
<b>Comercio justo</b>			
Conocimiento de los procesos de producción	✓	✗	

Conocimientos sobre el Sur Global	✓		
Conocimientos en materia de consumo	✓		
Conocimiento de las relaciones comerciales	✓		
Conocimientos sobre economías y realidades económicas	✓		
Conocimiento de las cooperativas	✓		
<b>Habilidades interpersonales</b>			
Tolerancia hacia los demás	✓		
Autonomía	✓		
Capacidad para Identificarse con otras personas	✓		
Adaptabilidad	✓		
Resolución de problemas	✓		
Trabajo en equipo	✓		⊖
Habilidades sociales – con nuevos grupos	✓		
Empatía	✓		
Amabilidad	✓		⊖
Tolerancia	✓		
Creatividad	✓		
<b>Comunicación</b>			
Comunicación sobre comercio justo	✓	✗	

Argumentar diferentes temas	✓		
Compartir conocimientos	✓		
Hablar en público	✓		
Usar un lenguaje apropiado	✓	✗	
Saber escuchar	✓	✗	
Ser capaz de comunicarse e identificarse con los entornos cotidianos de las personas voluntarias jóvenes y mayores			⊖
Hablar en función de los intereses de otras personas			⊖
<b>Otros</b>			
Autonomía digital	✓		

## 5. PUESTOS DE VOLUNTARIADO DE COMERCIO JUSTO

Durante la investigación de A1, se entregó un cuestionario y se realizaron entrevistas a los socios de comercio justo para conocer las diferencias organizativas entre ellos.

### Principales cuestiones actuales para el consorcio:

- ¿Qué puestos se pueden cubrir con personal voluntario ocasional?
- ¿Qué tareas concretas pueden convertirse en ocasionales?
- Definir algunos de los puestos de nivel básico
- ¿Son los puestos el punto de partida? ¿O lo son las competencias/capacidades?
- ¿Puede el voluntariado corporativo formar parte del voluntariado o no?

### 5.1 La tienda «unicornio»

Durante un taller C1, se pidió al consorcio que pensara en cómo sería la tienda/el equipo ideal, y de ahí surgieron las siguientes posturas y conexiones:



Esta organización provisional de la tienda es un modelo funcional sobre el que los socios pueden ponerse de acuerdo y que puede utilizarse para hablar de las distintas realidades que se observan en las tiendas. No refleja la realidad actual de todas las tiendas, ni es lo que se espera de ellas.

## 5.2 Tipos de voluntariado

El consorcio también ha reflexionado en torno a los perfiles del voluntariado. No se trata de puestos concretos, sino de tipos de personas voluntarias, que se distinguen por diversas cualidades.

Se distinguen dos tipos por la **regularidad de su contribución**:

### Personal voluntario ocasional o por proyecto

Colabora cuando puede, no con regularidad y, a menudo, no durante mucho tiempo. Muestra motivación en todo momento. Suele ser una persona

### Persona voluntaria habitual

Colabora de forma regular y constante. Es fiable a la hora de hacer turnos para la tienda. A menudo, son personas mayores que disponen de mucho tiempo libre. Constituyen el grueso del grupo de personal

Y se distinguen dos tipos más según su **actitud cuando trabajan en la tienda**.

### Vendedor/a

Se centra en mantener la tienda en funcionamiento.

### Narrador

Se centra en transmitir los valores del comercio justo.

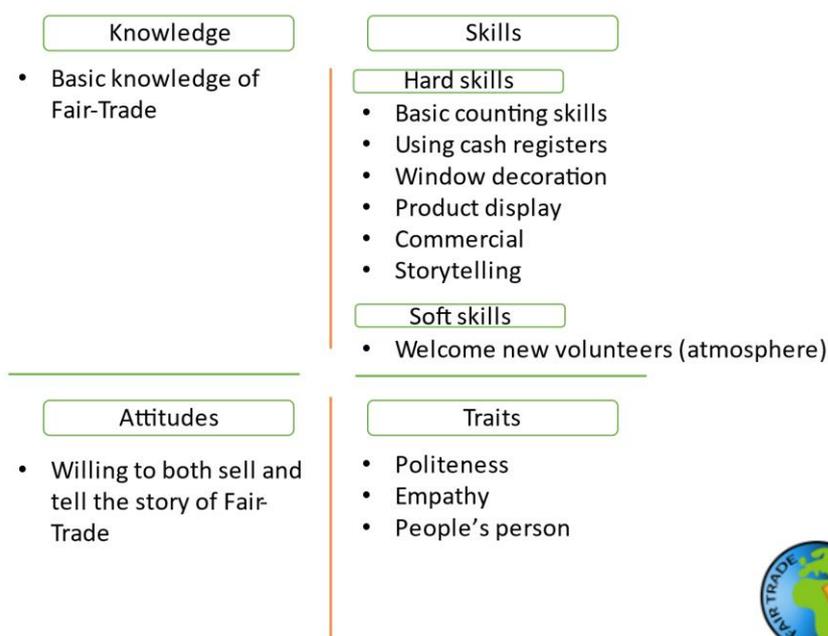
### Persona voluntaria integral

Puede combinar la gestión de la tienda con la difusión de los valores del comercio justo.

### 5.3. Funciones ampliadas

Cada una de las funciones descritas como parte de la tienda «unicornio» se amplió durante el C1, haciendo una distinción entre conocimientos, habilidades (interpersonales y técnicas), actitudes y cualidades. Los componentes de estas funciones deben considerarse como adicionales a los perfiles de «persona voluntaria nueva» y «persona voluntaria con experiencia» que se mencionan en el apartado 5.2. Los perfiles resultantes son producto de los perfiles presentados por las distintos organizaciones de comercio justo socias.

## General store personnel



# Store coordinator

## Knowledge

- In depth knowledge of FairTrade products and processes
- In depth knowledge of Fair-Trade shop
- Needs of the volunteers

## Skills

### Hard skills

- Problem solving
- Conflict management
- Decision making
- Welcoming volunteers (process)
- Local language

### Soft skills

- Organization
- Creating a safe work environment
- Communication with team
- Creativity

## Attitudes

- Highly interested in developments of Fair-Trade

## Traits

- Decisive



# Financial manager

## Knowledge

- In depth knowledge of the shop's financial organization
- General Ethical finance knowledge

## Skills

### Hard skills

- Basic accounting
- Local language
- Financial trend analysis
- Financial forecasting

### Soft skills

- Communicating with team
- Highly organized
- Maintain relationship with umbrella

## Attitudes

## Traits



# Product manager

## Knowledge

- In-depth Fair-Trade knowledge
- Logistical knowledge
- Product lifecycle

## Skills

### Hard skills

- Software for buying products
- Sales trend and forecasting
- Local language and English
- Commercial

### Soft skills

- Organization
- Decisive
- Communicating with team
- Listening
- Relationship management
- Quick response to situations

## Attitudes

- Highly interested in Fair-Trade developments

## Traits

- Decisive



# HR-manager

## Knowledge

- Needs of volunteers

## Skills

### Hard skills

- Local language
- Human resources

### Soft skills

- Listening
- Conflict resolution
- Understanding people
- Problem solving

## Attitudes

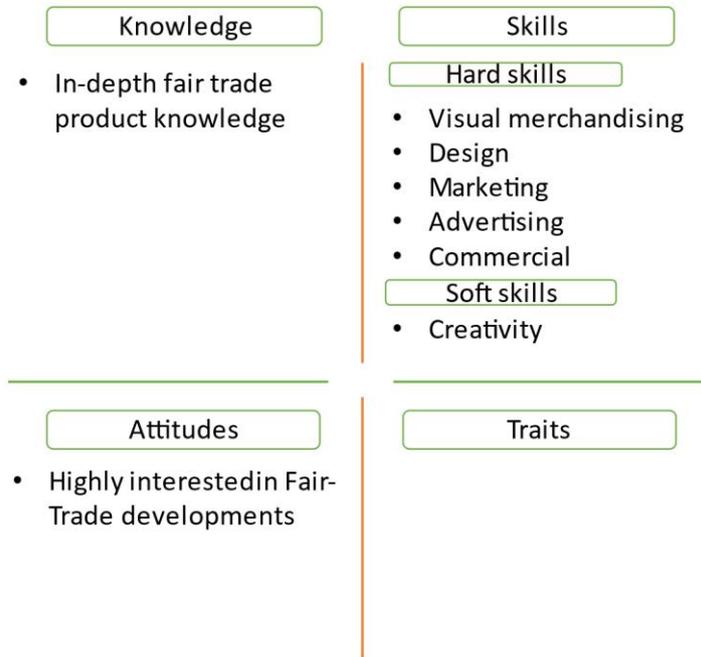
- Openness
- Ability to install an atmosphere of trust

## Traits

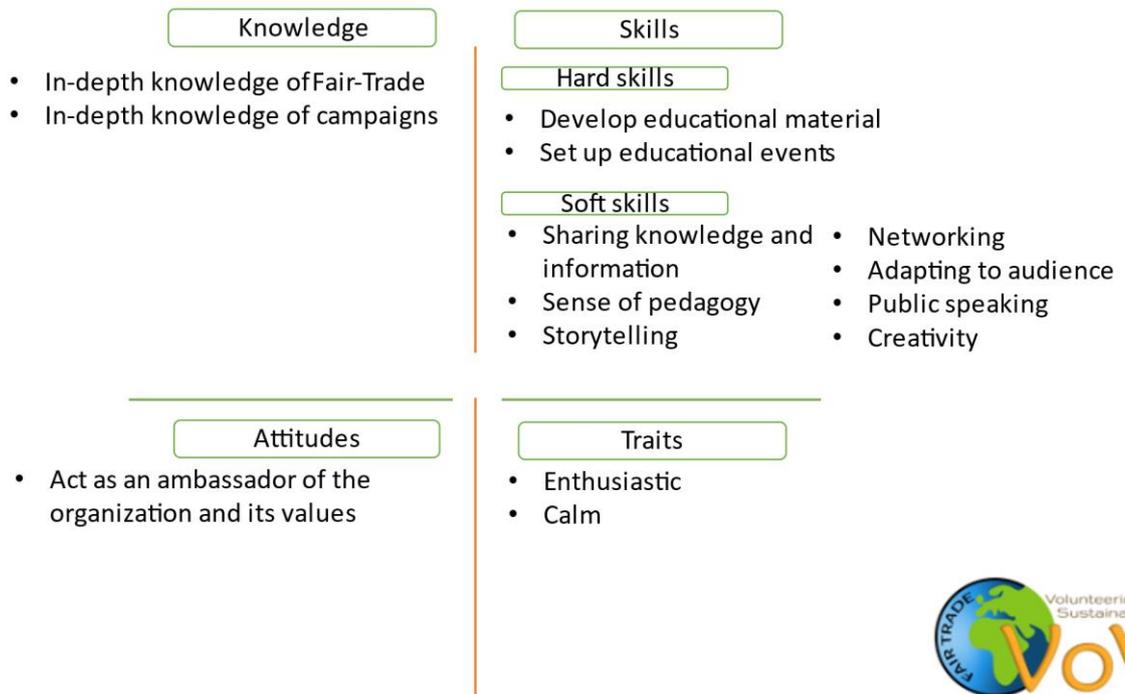
- People person
- Patience



# Product manager visual



# Educator



# Campaign manager

## Knowledge

- In-depth knowledge of Fair-Trade
- Aware of existing campaigns

## Skills

### Hard skills

- Organize events
- Social media

### Soft skills

- Creativity
- Networking
- Storytelling

## Attitudes

- Highly interested in Fair-Trade developments

## Traits

- People person
- Assertiveness
- Curiosity



# Communications manager

## Knowledge

- In-depth Fair-Trade knowledge
- Awareness of existing campaigns

## Skills

### Hard skills

- Volunteer recruitment
- Social media
- Content creation
- Visual design
- Branding

### Soft skills

- Sharing information/knowledge
- Networking
- Organization
- Creativity

## Attitudes

- Openness to the exterior world
- Highly interested in Fair-Trade developments

## Traits

- Decisive



## 6. CAPTACIÓN DEL VOLUNTARIADO EN LAS ORGANIZACIONES DE COMERCIO JUSTO

Tras la primera parte del R1, en el que se han acordado las funciones comunes y específicas del voluntariado en las organizaciones de comercio justo, ahora se pasa a analizar el proceso de captación del voluntariado.

La presente investigación se ha centrado, por un lado, en el proceso de captación en las organizaciones de comercio justo socias y, por otro, en el proceso de captación en otras organizaciones de comercio justo de la UE.

Estas otras organizaciones de comercio justo de la UE proceden de Francia, Polonia, Alemania, Dinamarca, Países Bajos y Austria. El denominador común de todas ellas es que trabajan con voluntariado.

Las organizaciones que han colaborado en esta investigación son las siguientes:

1. [Artisans du Monde](#) (Francia)
2. [Polskie Stowarzyszenie Sprawiedliwego Handlu](#) (Polonia)
3. [Wereldwinkel Rotterdam Centrum](#) (Países Bajos)
4. [Weltladen](#) (Austria)

Asimismo, se ha consultado a otro tipo de organizaciones del Tercer Sector (basadas en la sostenibilidad, el comercio minorista y la equidad económica) sobre sus procesos de selección, a fin de comparar si existen diferencias en los mismos.

Se han observado dos características principales en la selección de estas organizaciones del Tercer Sector ajenas al comercio justo:

1. el tipo de organización:
  - a. sostenibilidad
  - b. equidad económica
  - c. comercio minorista solidario
2. el tamaño de la organización en términos de voluntariado:
  - a. menos de 20 personas voluntarias
  - b. más de 20 personas voluntarias

Estas organizaciones, colaboradoras estratégicas de esta investigación, han sido:

1. Bélgica: [CNCD 11.11.11](#), [Les Petits Riens](#) y [SOS Faim](#).
2. Italia: [Amnistía Internacional Italia](#)
3. España: [Koopera](#), [Ola sin plástico](#), [Oiko Credit Euskadi](#) y [Fashion Revolution Euskadi](#).

Queremos agradecer especialmente a la Plataforma del Voluntariado de España su ayuda y disponibilidad para este proyecto.

## 6.1 Las funciones del voluntariado en la tienda de comercio justo en el proceso de captación

Las diferentes funciones del voluntariado en el sector del comercio justo provienen del WP1; en esta fase, hemos preguntado a los socios y a otras organizaciones de comercio justo sobre estas funciones.

En general, dentro de las organizaciones de comercio justo, existen diferentes modelos de captación, y el peso de las partes implicadas en el proceso varía de una organización a otra.

Las dos figuras principales en el proceso de captación son el/la responsable de Recursos Humanos y el/la responsable de la tienda o el equipo de coordinación de la tienda.

Entraremos más en detalle sobre este tema en el apartado dedicado a la captación.

La figura de responsable de Recursos Humanos desempeña un papel fundamental en el proceso de captación: esta función puede corresponder a una persona en concreto, o desempeñarla el/la responsable de la tienda e, incluso, el equipo de coordinación de la tienda. Estas personas son las que tienen la información sobre lo que la organización y la tienda necesitan por parte de la persona voluntaria.

La definición acordada entre las organizaciones de comercio justo socias sobre esta función es:

### Responsable de Recursos Humanos

La persona voluntaria responsable de Recursos Humanos no solo debe conocer el sector del comercio justo, a las personas productoras implicadas y el funcionamiento de la tienda, sino también todo el proceso de captación desde el inicio:

- Conocimiento de las necesidades específicas de la tienda.
  - Esta parte implica una comunicación abierta y frecuente con el equipo de la tienda,
- Las herramientas con las que cuenta la organización para ello y cómo utilizarlas:
  - Cómo atrae la tienda a personas voluntarias: Formas y medios.
  - Cómo publicar un anuncio de selección de personal voluntario en las plataformas que utiliza la organización.
- Cómo establecer un primer contacto con las personas candidatas.
- Cómo hacer la preselección.
- Cómo llevar a cabo una primera entrevista eficaz.

- Cómo integrar a la persona voluntaria nueva una vez que ambas partes (la persona candidata y el equipo de voluntariado) aceptan trabajar juntos.

## 6.2 Captación del voluntariado en otras organizaciones del Tercer Sector

La recopilación de la información relativa a esta parte ha llevado a este estudio a una conclusión similar a la de las organizaciones de comercio justo. En otras organizaciones del Tercer Sector, las funciones que forman parte del proceso (responsable de Recursos Humanos, etc.) suelen ser las mismas. La principal diferencia es el tipo de función que se busca.

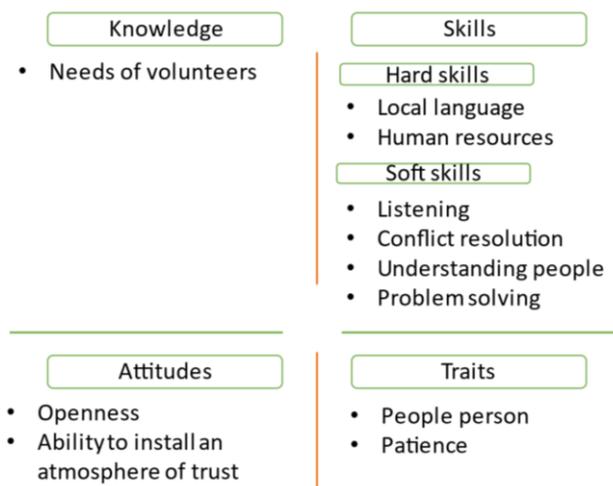
Dependiendo de la organización y de su estructura, incluso hay ocasiones en las que la selección del voluntariado se delega a una organización «paraguas» y no se tiene contacto con las personas voluntarias hasta el momento de la bienvenida de forma presencial.

### Herramientas para atraer a personas voluntarias

En este ámbito, existen muchas similitudes entre las herramientas utilizadas por las diferentes organizaciones (comercio justo y no comercio justo). Existe una amplia gama de herramientas que pueden utilizar.

Las organizaciones socias del proyecto han consensuado una clasificación de las diferentes formas de atraer personas voluntarias, que consta de cinco categorías:

	Directa	Indirecta
--	---------	-----------



<b>Herramientas digitales</b>	Formas directas de comunicación, como la presentación de las ofertas de voluntariado en videoconferencias.	Formas no directas de comunicación mediante herramientas digitales, como anuncios en sitios web o en las redes sociales.
<b>Herramientas no digitales</b>	Formas directas de comunicación, como hablar con las y los clientes en la tienda y participar en eventos externos.	Formas no directas de comunicación mediante elementos físicos, como carteles, folletos, imanes o delantales.

### Herramientas digitales indirectas

- 1. Sitio web de la organización:** Las grandes organizaciones disponen, por lo general, de un sitio web donde publican las vacantes en las distintas tiendas. También lo tienen algunas de las organizaciones pequeñas.

Estos anuncios de captación suelen contener la descripción del puesto, la tarea que la persona voluntaria debe realizar y, si es necesario, las habilidades técnicas e interpersonales.

A partir de aquí, la persona candidata puede enviar su currículum a través de un formulario o por correo electrónico.

- 2. Boletines informativos:** Los boletines informativos se utilizan para atraer personas voluntarias en todo tipo de organizaciones (grandes/pequeñas, comercio justo y no comercio justo).
- 3. Otros portales:** En el Tercer Sector existen portales web específicos para publicar anuncios de empleo. Estos portales funcionan de forma similar a un portal de búsqueda de empleo, en el que la persona candidata crea una cuenta y envía su solicitud a las organizaciones que elija.

Todas las organizaciones, tanto las grandes como las pequeñas, y tanto las de comercio justo como las que no lo son, utilizan estos portales.

Algunos de estos portales ofrecen ofertas de trabajo voluntario y remunerado.

Hemos recopilado datos sobre estos portales en los tres países socios de comercio justo, y a continuación presentamos algunos ejemplos:

Italia:

- [Volontari per un giorno](#)
- [Romaltruista](#)

Bélgica:

- [La Plateforme Francophone pour le Volontariat](#)
- [Give a day](#)

España:

- [Haces Falta](#)
- [Voluncloud](#)

La forma de utilizarlos como organización suele ser fácil, lo que significa que el portal guiará a la persona a través del proceso:

- Crear una cuenta como organización.
- Con una dirección de correo electrónico de la organización y todos los datos de la organización
- En algunos portales, se puede crear una cuenta por equipo o tienda.
- Luego está el proceso de publicación de un anuncio de búsqueda.

Una vez que la organización ha publicado un anuncio, las candidaturas enviadas llegan al perfil de la organización para su seguimiento.

#### 4. Redes sociales:

Todos los tipos de organizaciones utilizan diferentes redes sociales para atraer a personas que se incorporan a iniciativas de voluntariado. Según el análisis, existen dos tipos de anuncios de captación:

- General, en el que se hace un llamamiento para contar con más personal voluntario.
- Específico, según la función que se deba desempeñar.

El formato utilizado varía en función de las redes sociales utilizadas:

- Imagen
- Vídeo
- Texto
- Mixto: con vídeo y texto o vídeo y fotografías.

La forma de contacto, si la red social utilizada lo permite, solemos encontrarla en:

- Un enlace de la publicación a la web de la organización
- Un mensaje directo a través de esa red social
- A través del correo electrónico.

En las organizaciones de comercio justo, cada tienda suele tener su propio perfil en las redes sociales, y ahí publican sus ofertas de voluntariado para atraer a las personas que siguen ese perfil.

### Herramientas no digitales indirectas

Estas herramientas se pueden utilizar tanto en las tiendas de comercio justo como en cualquier evento presencial:

- mediante un cartel o folletos, normalmente genéricos.
- La persona voluntaria lleva un distintivo que indica que es voluntaria, como imanes, delantales, tarjetas, etc.

### Herramientas digitales directas

#### Sesiones informativas en línea

Sesiones informativas organizadas por el personal de la organización para explicar las misiones de la organización y su programa de voluntariado. Este tipo de sesión informativa se realiza en línea a través de una plataforma de videollamada.

## Herramientas no digitales directas

### 1. El boca a boca:

- A través de las personas voluntarias que hablan con sus familiares y clientes. Es la forma más eficaz de atraer a personas que se incorporan a iniciativas de voluntariado.
- En la tienda y en eventos con clientes
- De manera informal y en entornos familiares.

Esta manera se podría denominar «marca de persona voluntaria»: están orgullosas de ser voluntarias, cuentan su experiencia y motivan a otras personas a formar parte de la organización.

### 2. Sesiones informativas presenciales

Sesiones informativas organizadas por el personal de la organización para explicar las misiones de la organización y su programa de voluntariado.

### 3. Eventos especiales

El equipo/la tienda puede organizar eventos específicos, por ejemplo:

- charla informativa con testimonios y vídeos, con aperitivos de comercio justo
- desayuno de la organización
- día festivo con un programa de eventos y actuaciones a lo largo del día
- degustación de chocolate
- taller de café

La mayoría de estos eventos los organiza el personal voluntario.

## Participación de terceros

### 1. Eventos de organizaciones de voluntariado:

Programas y eventos específicos gestionados por organizaciones de voluntariado.

### 2. Asociaciones de personas recién llegadas, como solicitantes de asilo y refugiadas.

3. **Programas universitarios:** Con acuerdos específicos entre la organización y las universidades, como el desarrollo de una campaña de comunicación para atraer a personas que se incorporan a iniciativas de voluntariado.

### 4. Voluntariado corporativo:

A través de plataformas externas: disponen de una plataforma que genera diálogo entre ONG y empresas para ofrecer oportunidades de voluntariado a su plantilla. Como parte de su Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

## 6.3 Proceso de selección

En este ámbito, no hay diferencias sustanciales de procedimiento entre las organizaciones comercio justo y las que no lo son.

### Las fases comunes:

#### 1. Primera toma de contacto:

Hay dos maneras de que la persona candidata a voluntaria tenga un primer acercamiento a la organización de comercio justo:

- Directamente, a través de la tienda o el equipo de la tienda (boca a boca): esta vía lleva directamente a la organización de la primera reunión para conocer las motivaciones de la persona.
- A través de la organización «paraguas», sitio web, redes sociales, eventos, etc.:
  - primer contacto con la persona candidata, por correo electrónico o teléfono.
  - Este primer contacto sirve para concertar una entrevista o no, en función de la primera conversación con la persona candidata.

#### 2. Primera entrevista:

Objetivos de esta primera entrevista presencial:

- Recopilar información para ver si las ofertas de voluntariado se ajustan a las expectativas de las personas candidatas.
- Orientarles hacia otra tarea/organización en la que puedan ser más útiles en función de su perfil.
- Informar sobre la organización y las ofertas de voluntariado.
- Resolver las dudas que puedan tener.

En esta entrevista, el/la responsable de selección:

- Presentará la organización.
- Explorará la motivación para el voluntariado y la oferta concreta.
- Explicará el puesto para aclarar mejor cualquier duda.
- Averiguará su disponibilidad y compromiso de tiempo.
- Estudiará su formación y experiencia, competencias y capacidades.

Concluirá la reunión y explicará los próximos pasos.

### 3. La decisión:

Esta decisión procede de ambas partes: la organización y la persona candidata. En esta parte del estudio, veremos la parte de la organización y la gestión de los siguientes pasos.

Los criterios para evaluar a la persona candidata estarán vinculados a la descripción del puesto. Una vez tomada la decisión, se llamará a la persona candidata para comunicársela.

En algunas organizaciones, la decisión se toma tras un periodo de prueba, de modo que la persona pueda comprobar si las tareas y el compromiso exigidos se ajustan a sus expectativas. Al mismo tiempo, la organización puede ver si la persona encaja en el equipo.

## Las personas implicadas

Además de la persona candidata, hay diferentes personas implicadas, y aquí es donde encontramos las diferencias más significativas entre las organizaciones de comercio justo.

Aunque en todas las organizaciones el voluntariado desempeña un papel en el proceso de selección, este papel es protagonista en mayor o menor medida a lo largo de todo el proceso.

Intervienen:

- Personal remunerado de la organización.
- Responsable voluntario/a de Recursos Humanos, si la organización tiene esta función.
- Coordinador/a o responsable voluntario/a de la tienda o equipo de coordinación de la tienda.

## 6.4 Buenas prácticas y mejoras en el proceso de selección

Las organizaciones de comercio justo socias han reflexionado sobre lo que consideran las mejores prácticas en el proceso de captación y los aspectos que se deben mejorar en ese proceso.

### Italia: Altromercato

Se identifican buenas prácticas en dos de las organizaciones de Altromercato: Ex Aequo y La Bottega Solidale.

### Buenas prácticas:

En la atracción de personal voluntario:

- **Herramientas digitales indirectas:** Campañas en redes sociales: *Noticias falsas:*
  - *Desmontar mitos sobre el voluntariado en las organizaciones de comercio justo.* Cualquier persona puede ser voluntaria. Muestra las diferentes tareas.
  - Usa un tono irónico.
  - Promueve la inclusión utilizando términos sin género.
- **Herramientas directas no digitales:** hablar de las organizaciones y su trabajo en cada reunión, en público o en los centros escolares.

### Aspectos que hay que mejorar:

- **Herramientas digitales indirectas:** Campañas en redes sociales: calidad técnica y difusión de las campañas.
- La necesidad de procedimientos que ayuden a las organizaciones, especialmente en la primera fase; la atracción de nuevo personal voluntario.

### Bélgica: Oxfam-Magasins du monde

#### Buenas prácticas:

- Un folleto/pequeño texto en la puerta que diga «La tienda cierra hoy por falta de personas voluntarias...» o, por ejemplo, «Necesitamos una persona voluntaria para la contabilidad...» (funcionó para algunos puestos).
- Promoción en Facebook (publicaciones de pago)
- Formulario para cumplimentar en el sitio web.
- Colaboraciones informales con otras organizaciones sin ánimo de lucro.
- Carteles en la calle (como para restaurantes)
- Las sesiones informativas sobre la clasificación de ropa de segunda mano atrajeron a personas diversas y muchas de ellas quisieron volver.
- Captación informal mediante el boca a boca por parte de las personas actualmente voluntarias.
- Algunas acciones/*stands* de presentación del voluntariado en eventos (como el desayuno anual local de Oxfam)

#### Aspectos que hay que mejorar:

- Sesión informativa: muy poca participación, quizás porque esta actividad coincidía con la promoción de un gran evento de Oxfam-Magasins du monde.
- Acciones de presentación del voluntariado en grandes festivales (musicales).

## Resultados dispares

- Publicaciones en plataformas dedicadas a la captación de voluntariado: no funciona siempre, depende de la oferta.

## España: Fundación Oxfam Intermón

### Buenas prácticas:

- La inclusión de nuevos canales de difusión de ofertas para el voluntariado, como las redes sociales, con campañas específicas.
- En la plataforma en línea Hacesfalta.com existe una sección de pago desde la que se puede enviar un boletín informativo a su base de datos formada por personas interesadas en el Tercer Sector.
- Proceso de atracción del voluntariado: realiza una primera criba de candidaturas para comprobar que conocen en qué consiste el voluntariado. Esta práctica hace más eficiente el proceso tanto para las personas voluntarias como para la organización.
- La figura de la persona voluntaria responsable de Recursos Humanos.
  - Contacto directo con el voluntariado del mismo puesto en las diferentes tiendas/ciudades.

### Aspectos que hay que mejorar:

- Instrumentos y criterios para realizar el seguimiento del voluntariado.

## 7. PROCEDIMIENTO DE BIENVENIDA AL VOLUNTARIADO (A9)

Este documento tiene como objetivo analizar las diferentes condiciones y características que las entidades de comercio justo deben garantizar para acoger, gestionar y mejorar la experiencia del voluntariado. Crear entornos acogedores no es una tarea fácil: requiere tiempo, competencias y un plan bien definido. Este informe estudia los diferentes enfoques elegidos por las organizaciones de comercio justo socias en España, Bélgica e Italia. Los datos se recogieron mediante un cuestionario dirigido a las direcciones nacionales de comercio justo de los tres países. En el caso de Italia, donde cada tienda trabaja con un modelo diferente, también participaron en la encuesta algunas personas voluntarias. Después, todos los datos recogidos se discutieron en línea (12/12/2022) y de forma presencial durante la reunión en Roma (18/01/2023).

Este informe supone un primer paso en la creación de organizaciones «acogedoras». Esta cuestión se ha abordado partiendo de los siguientes puntos clave:

- Definición de una organización «acogedoras»
- Proceso
- Personas implicadas
- Eventos
- Formación
- Apoyo en el trabajo/tutoría
- Acuerdo de voluntariado/presentación de responsabilidades
- Política de no discriminación
- Valorización del voluntariado
- Motivos de abandono
- Herramientas de seguimiento

## 7.1 La organización «acogedora»

La primera cuestión que abordamos se refería a las condiciones y características que deben garantizar las realidades del comercio justo para:

**acoger, gestionar y mejorar**  
la experiencia del voluntariado.

Estas son también palabras clave y enfoques metodológicos. La experiencia del voluntariado es el eje central del trabajo y para mejorarla es importante trabajar en la acogida, la gestión y el desarrollo de herramientas y servicios para el voluntariado. El objetivo es construir entornos acogedores capaces de valorizar las competencias de las personas que se incorporan a iniciativas de voluntariado para el sector del comercio justo y para el Tercer Sector en general.

Como punto de partida para diseñar las características clave de una organización «acogedora», debemos centrarnos en tres elementos:

- 1) **PROCESO**: la acogida es un proceso continuo.
- 2) **COMUNICACIÓN**: establecer claramente las tareas y las expectativas.
- 3) **ESCUCHA**: una organización que acoge debe tener en cuenta las **competencias**, los **objetivos** y la **disponibilidad** de las personas voluntarias.

El proceso de acogida comienza con la «**primera toma de contacto**». Se trata de garantizar que las personas voluntarias encuentren su lugar en la organización y que sientan que se valora y aprecia su contribución. Cada organización tiene un procedimiento diferente, pero los elementos clave son:

- 1) **conocer a la persona voluntaria; y**
- 2) **que la persona voluntaria conozca la organización y su función dentro de ella.**

Otros elementos importantes son:

- **Bienvenida afectuosa**: invitar a la persona voluntaria nueva a **formar parte de** las reuniones, los grupos de WhatsApp y otros encuentros informales como celebraciones de cumpleaños, etc.
- **Paquete de bienvenida**: la información básica relativa a la formación, el apoyo logístico y las condiciones legales para una actividad de voluntariado.
- **Adecuación**: ser capaces de adaptar las oportunidades de voluntariado a las personas voluntarias (principio de puertas abiertas).

## Herramientas

Las **herramientas/acciones** más importantes y eficaces que las organizaciones han puesto en práctica para apoyar a las personas voluntarias son:

- **Bienvenida afectuosa**
- **Tutoría**
- **Formación**
- **Reconocimiento/valorización**
- **Valoración por parte de la persona voluntaria**
- **Área en línea específica**

## El proceso de selección y asignación

«Nunca tendrás una segunda oportunidad para causar una buena primera impresión».

*La clave del éxito del voluntariado radica en **casar adecuadamente las competencias con las expectativas de la persona voluntaria y los requisitos del proyecto**. Esto requiere no solo un claro conocimiento y una comunicación precisa de las competencias que se necesitan, sino también un intenso proceso de selección para averiguar si la persona voluntaria encaja con el proyecto. A menudo, los puestos de voluntariado exigen tareas especiales, como la enseñanza, que requieren formación y cualificaciones especiales. Las organizaciones tienen la obligación de **seleccionar solo a las personas que reúnan las competencias y cualificaciones** o bien proporcionarles la formación necesaria.*

*Esto requiere una **descripción individual del puesto** en la que se indiquen las expectativas del proyecto, que también debe estar a disposición de la persona solicitante.*

*La organización responsable debe contar al menos con un **proceso de selección** básico, que incluya el contacto personal con las personas*

*Este texto constituye un ejemplo que destaca la importancia de tener una idea clara de lo que debe hacer la persona voluntaria, pero también garantizar el principio de puertas abiertas: toda persona es bienvenida en cualquier momento; se trata simplemente de encontrar la tarea adecuada para cada una. El equilibrio entre inclusión y eficacia es uno de los mayores retos de la teoría de la gestión del voluntariado.*

## Selección

En los recuadros presentamos dos ejemplos de procesos de selección, en España y en Bélgica. En Italia no se ha podido realizar porque cada tienda/asociación tiene un sistema y una metodología diferentes.

### Bélgica

Acciones de bienvenida: **Este proceso dura 3 meses.**

El proceso de acogida de las personas voluntarias se describe en el proceso de bienvenida (dirigido a los equipos de voluntariado). Sin embargo, cada equipo puede adaptar este proceso en función de lo que le resulte más conveniente.

La forma más habitual de dar la bienvenida a una persona voluntaria nueva es la siguiente:

Una **persona voluntaria del equipo se pone en contacto** con la persona candidata para organizar una **primera reunión**.

A esta primera reunión le siguen **3 meses de prueba/formación en la tienda**.

El equipo entrega a la persona voluntaria nueva el **documento de**

### España

Acciones de bienvenida: **Este proceso dura 1 mes.**

**Ayuda** para acceder y cumplimentar el formulario de voluntariado en línea.

Plataforma **Reaccionamos**, un espacio que contiene toda la documentación e información necesaria para el desempeño del voluntariado

Formación inicial INSTITUCIONAL

Explicación de la composición y el funcionamiento del EQUIPO

Presentación al resto del equipo, tanto de forma virtual (correo electrónico, WhatsApp) como en persona (por ejemplo, la siguiente reunión, turnos en la tienda).

Entrega del paquete de bienvenida **«Voluntariado, un espacio**

## Personas implicadas

¿Quiénes son las principales personas implicadas en la acogida de las personas que se incorporan al voluntariado? Hay diferentes tipos de perfiles implicados en la gestión y el apoyo al voluntariado. En la siguiente lista se recogen las principales funciones. En cualquier caso, todas las organizaciones socias afirmaron que la relación más importante es la que se establece entre las propias personas voluntarias.

Las demás funciones, que pueden ser desempeñadas por personal remunerado o por personas voluntarias, son las siguientes:

- Responsable de Recursos Humanos
- Responsables técnicos
- Subgrupo «Dinámica de voluntariado»
- Personas empleadas
- Personas voluntarias que ayudan a la persona recién llegada

## Formación

La formación es un pilar en cualquier plan de apoyo al voluntariado. Aquí se explican los dos ejemplos de España y Bélgica.

### BÉLGICA

La formación «Descubre Oxfam-Magasins du monde» es muy recomendable para todas las personas que se incorporan al voluntariado, ya que explica los valores, las misiones, la forma de trabajar y los principios del comercio justo de Oxfam-Magasins du monde.

Cada semestre, hay una nueva agenda de formación con diferentes oportunidades para las personas voluntarias.

Para las personas que se incorporan a iniciativas de voluntariado:

#### **Descubre Oxfam-Magasins du monde.**

Para personas que forman parte del subgrupo **«Dinámica de voluntariado»**:

se organizan diversas formaciones relacionadas con el ciclo del voluntariado (las propuestas cambian cada semestre):

- captación de personal voluntario.
- difusión de conocimientos
- bienvenida a personas que se incorporan a iniciativas de voluntariado
- gestión de las relaciones
- comunicación no violenta (formación impartida por una entidad externa)
- presentación y venta de productos

Se ofrecen otras oportunidades de formación al voluntariado en función de los proyectos. Por ejemplo, el pasado mes de septiembre de 2022 se propuso **Climate Fresk** (<https://climatefresk.org>) para personas voluntarias y externas de Oxfam-Magasins du monde.

## 7.2 Reconocimiento y valorización del voluntariado

*Las personas voluntarias no se comprometen porque esperen una recompensa, pero es importante que su organización o grupo reconozca y valore lo que hacen. Reconocer la contribución de las personas voluntarias demuestra que su organización o grupo aprecia su aportación y compromiso. Hacer esto puede contribuir a que las personas voluntarias se sientan valoradas y apoyadas. Si se sienten apreciadas, es más probable que permanezcan en la organización. No es necesario que suponga un gran esfuerzo, pero tiene que ser algo periódico, personal y que no favorezca solo a*

Disponemos de algunas herramientas para valorizar y redefinir el esfuerzo del voluntariado:

- Informe anual sobre el voluntariado.
- Emisión de un certificado que acredita que son o han sido voluntarios/as.
- Celebración del día del voluntariado el 5 de diciembre.
- Se les implica en todo el proceso de toma de decisiones como miembros de la junta directiva y en las asambleas generales.
- **Se les envían cartas de agradecimiento**
- Se les ofrecen descuentos
- Se organizan reuniones con el/la director/a general
- **Se organizan reuniones a nivel local y regional**
- Se les incluye en la preparación de las campañas.
- **DOC: [El reconocimiento del voluntariado](#) (Oxfam-Magasins du monde)**

### Se quedan porque...

Esta es una lista de razones por las que el voluntariado decide permanecer en la organización:

- **Creen** en lo que la organización está haciendo y en que con su contribución están ayudando a construir un mundo más justo.
- Disfrutan de su voluntariado.
- Desean luchar contra las desigualdades.
- Son leales a la organización.
- Quieren tener un impacto en los países más pobres.
- Se sienten útiles.
- Quieren seguir activos/as tras la jubilación.
- Quieren trabajar en un equipo que comparta los mismos valores.
- Quieren «cambiar» el mundo.
- Necesitan contacto social.
- **Sienten que pueden contribuir** a que el comercio internacional sea más justo.
- Encuentran un **entorno familiar** con otras personas voluntarias

- También pueden tener oportunidades de **conocer a personas** que forman parte de organizaciones de productores.

### Se marchan por...

- Cuestiones relacionadas con **la disponibilidad**. Razones personales o profesionales.
- Son demasiado mayores.
- La actividad de voluntariado es demasiado exigente.
- Ya no tienen tiempo.
- **Ya no creen** en el proyecto.
- Sufren conflictos dentro del equipo, con otras personas voluntarias o empleadas de la organización.
- Se aburren porque en algunas tiendas hay pocos clientes.
- Se cansan de una actividad rutinaria.
- Otros compromisos que nos les permiten garantizar un tiempo para el voluntariado.

## 7.3 Conclusión

Esta investigación nos ha permitido analizar la estructura y los numerosos valores que definen a una organización en lo que respecta a la acogida. Esta investigación se basa en la experiencia de las tres organizaciones nacionales de comercio justo de Italia, España y Bélgica. A partir de los datos recogidos, podemos decir que los aspectos más relevantes son:

### 1. Comunicación

### 2. Formación

### 3. Valorización

Todas las organizaciones socias reconocen que estos tres elementos son clave para una organización inclusiva y acogedora. Sin embargo, las herramientas y las estrategias de aplicación son diferentes y cada organización afirma tener dificultades para mantener la implicación y la motivación del voluntariado.

Partiendo de los datos y la información recopilados, el consorcio debería trabajar en la mejora de la experiencia del voluntariado, recopilar herramientas y revisar o integrar el proceso en curso. Esta investigación pone de manifiesto que el voluntariado podría involucrarse más en el diseño y la planificación de las herramientas y los servicios que se les ofrece. El objetivo principal debería ser mantener los valores y diseñar los servicios y las herramientas a partir de las necesidades del voluntariado.