

Voluntariado Corporativo en España y Latinoamérica

Rasgos comunes y distintivos

FORUM
EMPRESA

fundar

Bancaja
GENERALITAT
VALENCIANA





FUNDAR, Fundación de la Solidaridad y el Voluntariado de la Comunitat Valenciana, es una entidad privada y sin ánimo de lucro, creada por la Generalitat Valenciana y Bancaja. Su objetivo es impulsar, promocionar y favorecer el voluntariado, así como la solidaridad con las personas necesitadas. Fundar es miembro del Centro Europeo del Voluntariado, del IAVE, y de la red ENGAGE.

Dirección: C/ Fuencaliente, 1 - 46013 Valencia, España
Teléfono: + 34 963301109
Correo electrónico: jpoyatos@fundar.es
Sitio web: <http://www.fundar.es/>



FORUM EMPRESA es una red de organizaciones empresariales que promueven la Responsabilidad Social Empresarial en las Américas. Su misión es articular y fortalecer a sus organizaciones miembro en el objetivo de fomentar la RSE en sus respectivos países, favoreciendo entre ellas la interacción e intercambio. También, trabaja en proyectos conjuntos con organizaciones internacionales y organismos multilaterales, con el enfoque específico de promover la RSE en un país o región determinada.

Dirección: Av. Vitacura, 2808 of. 901 - Las Condes, Santiago, Chile.
Teléfono: +56 2 7330100
Correo electrónico: info@empresa.org
Sitio web: <http://www.empresa.org/>

Los miembros de la Red Forum Empresa son:



Dirección del Estudio:

Yanina Kowszyk,
Directora Ejecutiva, Forum Empresa

Juan Ángel Poyatos,
Subdirector, FUNDAR

Damien Delfosse,
*Director de Comunicaciones y
Proyectos, Forum Empresa*

Investigadores:

Matilde Spoerer,
*Centro de Ética,
Universidad Alberto Hurtado*

Andrés Suárez,
*Centro de Ética,
Universidad Alberto Hurtado*

Diseño:

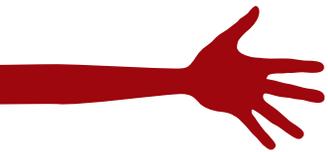
GrupoK

Santiago de Chile, Mayo de 2010.

Todos los derechos reservados.
Su reproducción es permitida con
autorización previa de Fundar
y Forum Empresa.



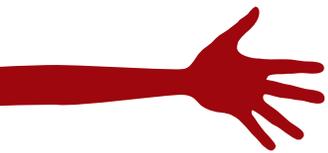
Este documento fue posible gracias al
auspicio de ENDESA.



Agradecimientos

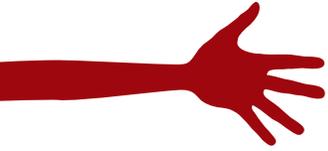
Forum Empresa y Fundar agradecen a las siguientes personas y organizaciones por su amable colaboración en la realización del presente estudio:

- **Alejandra Rivas**, Colaboradora de Comunicaciones, FUNDEMAS.
- **Ángeles Alcázar**, Responsable de Proyectos Sociales del Grupo Iberdrola, Iberdrola.
- **Bárbara Torres**, Líder de procesos y servicios de RSE, CEMEFI.
- **Belén Perales Martín**, Directora Responsabilidad Social Corporativa IBM España.
- **Carla Sifuentes Celiberti**, Responsabilidad Social, Alicorp.
- **Carlos Vidal-Quadras**, Responsable programa voluntariado, Fundación "la Caixa".
- **Claudia Cruz**, Gerente de Comunicaciones, Nejapa Power.
- **Cynthia Faura**, Gerente de Comunicaciones, Perú 2021.
- **Evelio Acebedo**, Head of Community Investment Barclays Spain, Fundación Barclays.
- **Francisco Mesonero Fernández de Córdoba**, Director General Fundación Adecco y Director de RSC, Grupo Adecco.
- **Fundación KPMG**.
- **Gabriel Escaffi Kahatt**, Coordinador de Responsabilidad Social Corporativa, Pfizer México.
- **Isabel Cristina Mesa Jaramillo**, Coordinadora Responsabilidad Social, GM Colmotores.
- **Josefina Martínez García**, Responsable del área de Planeación de Responsabilidad Social y Desarrollo Comunitario, CEMEX.
- **Juan Alberto Valiente Álvarez**, Director Ejecutivo, EDGE.
- **Lucila Ballarino**, Jefe de Coordinación Internacional Programa Voluntarios Telefónica, Fundación Telefónica.
- **María Ruspoli Solís-Beaumont**, Responsable Patrocinio, Mece-nazgo y Acción Social, Grupo OHL.
- **Miriam Garzón Arévalo**, Directora Comunicación y Responsabilidad Corporativa BBVA América del Sur, BBVA.
- **Paulina Dobud**, Gerente de Inversión Social, Fundación Telefónica Chile.
- **Silvio José Schlosser**, Director Ejecutivo, Fundación YPF.
- **Tábata Marchetti Villares**, Asesora de Relaciones Internacionales, Instituto Ethos.
- **Unilever España**.



Índice de contenidos

Página	Capítulo
6. »	Carta de presentación de BITC International
7. »	Resumen Ejecutivo
10. »	I. Introducción
11. »	II. Los Objetivos del Voluntariado Corporativo
12. »	III. Tipos de actividades voluntarias
13. »	IV. Voluntariado Corporativo, valores empresariales y actividad económica de la compañía
15. »	V. Área temática de los programas y sus beneficiarios
18. »	VI. Frecuencia e inserción del programa de VC en la empresa
19. »	VII. Globales, locales y glociales
20. »	VIII. Aliados fundamentales
22. »	IX. Innovaciones
22. »	» Selección de voluntarios
22. »	» Fortalecimiento de las capacidades de los voluntarios
23. »	» Evaluación de resultados
24. »	X. Reflexiones finales
28. »	XI. Reseña de los casos estudiados
42. »	Referencias bibliográficas
43. »	Anexo I: Cuestionario para la recolección de datos



Carta de presentación de Business in the Community International

Desde Business in the Community le damos la bienvenida a este estudio sobre voluntariado corporativo en España y Latinoamérica. Estamos orgullosos de ser patrocinadores de esta iniciativa llevada a cabo por Fundar y Forum Empresa.

Este estudio combina un análisis profundo de ejemplos nacionales, regionales y globales, y marca similitudes, tendencias y divergencias. Lo que se pretende aquí es resaltar el uso estratégico del voluntariado corporativo como herramienta de inversión social y de obtención de beneficios empresariales (desarrollo de los colaboradores, retención de talentos y reputación, entre otros). Es interesante ver que las experiencias de voluntariado corporativo desarrolladas en España y Latinoamérica presentan muchos rasgos comunes con programas llevados a cabo en Asia, Europa y Medio Oriente.

El movimiento del voluntariado corporativo, que comenzó con mayor fuerza en el mundo anglosajón, se viene desarrollando en todos los continentes. Tanto en Europa del Este, donde estaba relacionado a prácticas no muy voluntarias durante el comunismo, como en Escandinavia, donde dada la solidez del estado de bienestar y los altos impuestos no parecía ser necesario que las empresas realizaran inversión social. En Dubái, donde la discusión de problemas sociales es compleja, pero donde la redistribución de la riqueza es un punto más álgido que en otros territorios, se empiezan a ver programas como ENGAGE Dubai, donde las empresas colaboran apoyando a pequeños emprendimientos y participan en programas para chicos con capacidades especiales. Por otro lado, en China se están desarrollando proyectos tanto de voluntariado físico (pintar escuelas, por ejemplo), como de traspaso de capacidades. El programa ENGAGE Hong Kong organiza el 'viaje de oportunidades' donde los colaboradores voluntarios acompañan a jóvenes de áreas desfavorecidas a visitar empresas y universidades para ampliar sus aspiraciones, y luego ofrecen ser mentores de estos jóvenes. En síntesis, se trata de un fenómeno global guiado no sólo por empresas internacionales, sino también plasmado con muchos ejemplos de empresas locales.

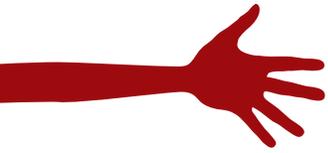
Para el movimiento de responsabilidad social empresaria, el 2009 fue un año muy desafiante. Como escribía The Economist en mayo de ese año, la recesión es una prueba al compromiso de las empresas de hacer un aporte social. Mientras que varias empresas debieron recortar sus presupuestos, los programas de voluntariado corporativo sobrevivieron a esta crisis por tener bajo costo financiero, porque traen beneficios empresariales concretos y porque su impacto social, aunque difícil de medir, es evidente. En este sentido, el análisis que hace el estudio de las distintas experiencias muestra la versatilidad del VC, una actividad que puede utilizarse para contribuir a resolver problemáticas educativas, de empleabilidad o de salud, entre muchas otras.

El voluntariado corporativo acerca mundos, crea puentes y trae beneficios a los que participan dando y recibiendo. Es una herramienta de cohesión social que en este momento es utilizada en todos los continentes. Este estudio, con su análisis de casos y recomendaciones prácticas, es una herramienta que va a inspirar y proveer apoyo a aquellos gerentes de inversión comunitaria interesados en replicar o desarrollar modelos exitosos en sus regiones.

María José Subiela

María José Subiela es Directora de Proyectos en el equipo internacional de Business in the Community (BITC). BITC es un movimiento de 830 empresas dedicadas al fomento de la responsabilidad social empresaria. Tras 27 años de trabajo y con sede en el Reino Unido, esta organización funciona ofreciendo soluciones operativas a las empresas.





Resumen Ejecutivo

El estudio "Voluntariado Corporativo en España y Latinoamérica" describe un conjunto de prácticas de voluntariado corporativo de empresas operando en España y América Latina, buscando observar si se presentan rasgos comunes y distintivos entre ambas regiones geográficas. El objetivo es incrementar el conocimiento en materia de experiencias de voluntariado corporativo, para apoyar la acción empresarial en el desarrollo de negocios cada vez más sustentables.

La motivación para realizar un estudio sobre el VC en España y América Latina, surgió en una reunión de empresas organizada por FUNDAR en el año 2008. En dicha instancia, un grupo de compañías manifestó interés por indagar aspectos tales como:

- ¿Es posible destacar tendencias regionales en las prácticas de VC de compañías con presencia en América Latina y/o España?
- ¿En qué medida el espacio de aplicación de las prácticas ejerce una influencia sobre su desarrollo?
- ¿Cómo pueden enriquecerse mutuamente las distintas prácticas regionales?

Efectivamente, estas son algunas de las cuestiones que aborda este texto. La metodología utilizada en el estudio es cualitativa en la cual, bajo la técnica de estudio de casos, se consideran 14 programas en

América Latina y 11 en España. Para recolectar la información se invitó a colaborar en la investigación a diversas empresas de las redes de FUNDAR y FORUM EMPRESA. La recopilación de los antecedentes se realizó por medio de un cuestionario aplicado vía correo electrónico a gerentes y responsables de los programas de VC para cada caso seleccionado. Los criterios de selección de casos fueron los siguientes:

El programa de VC:

- Asegura impactos positivos en la empresa y en la comunidad.
- Cuenta con el apoyo de la alta dirección a la realización del programa de VC.
- Garantiza el aporte de recursos económicos, humanos y tecnológicos.
- Desarrolla de un plan de trabajo para el logro de resultados concretos.

La información recopilada a partir del cuestionario se complementó con un análisis de sitios webs, informes, memorias institucionales y en algunos casos, entrevistas personales. La distribución de las experiencias se propuso asegurar una representación geográfica equitativa dentro de América Latina, así como una buena distribución de los sectores económicos e industrias. La información se recopiló durante el mes de octubre del año 2009, correspondientes a las siguientes empresas:

Tabla 1: Casos de empresas considerados en el estudio

	Latinoamérica	España
	Cemex, México	Adecco
	Deloitte, México	Barclays
	Pfizer, México	ENDESA
	Nejapa Power Co, El Salvador	Iberdrola
	EDGE, El Salvador	Iberia
	General Motors, Colombia	IBM
	Alicorp, Perú	KPMG
	OHL, Brasil	La Caixa
	Gerdau, Brasil	Novartis
	Santander, Brasil	Timberland
	Repsol YPF, Argentina	Unilever
	Telefónica, América Latina	Telefónica
	Grupo BBVA, América Latina	
	ENDESA, América Latina	



Diferencias Identificadas

Las principales diferencias identificadas entre prácticas de voluntariado corporativo en América Latina y España se centran fundamentalmente en las temáticas de actuación y sus beneficiarios. En América Latina se destaca el interés por beneficiar a los segmentos con menor acceso a la educación, tanto escolar como profesional, focalizándose en las nuevas generaciones y, por tanto, en los futuros clientes, como los principales beneficiarios. Un ejemplo emblemático de esta caracterización es Pro-niño, el proyecto de Telefónica de lucha contra el trabajo infantil. En cambio, en España, el VC no tiene un solo destinatario, sino que se enfoca hacia diversos grupos en desventaja social dentro de sus ciudades (ancianos, vecindarios problemáticos, desempleados, entre otros) o bien, a comunidades de países en vías de desarrollo.

Las empresas en América Latina y España comparten una concepción común acerca de cómo se relaciona el VC con la RSE y la sustentabilidad en base a dos ideas principales: el VC colabora con el desarrollo económico y social de las comunidades y, a su vez, permite incrementar las habilidades profesionales y personales de los colaboradores. Prácticamente en todas las experiencias analizadas se observa que el VC permite a las empresas desarrollar el sentido de orgullo y pertenencia a la compañía por medio de actividades que van en beneficio de la comunidad. Sin embargo, se observa que el fin último del VC es distinto, así en los casos latinoamericanos se le otorga más peso al desarrollo económico y social de las comunidades, mientras que en España, el enfoque está más orientado hacia la gestión de recursos humanos.

Estas diferencias identificadas se vinculan principalmente con los distintos niveles de desarrollo socio-económico y social de ambas regiones. A su vez, existen necesidades y objetivos de desarrollo muy diversos no solamente entre España y Latinoamérica, sino también al interior de esta última. En el contexto latinoamericano se dan situaciones en las cuales se invita al sector privado a colaborar en la resolución de problemas básicos y urgentes, por ejemplo, luchar contra la extrema pobreza, asegurar la educación de los más jóvenes y garantizar el acceso a infraestructuras elementales. A diferencia de España, en donde ya se han alcanzado en gran medida estos objetivos.

Objetivos del Voluntariado Corporativo

Desde el punto de vista teórico, es posible advertir la existencia de varias definiciones del VC. Por ejemplo, para el Instituto Ethos de Brasil, el VC representa "un conjunto de acciones realizadas por las empresas para

incentivar y apoyar el compromiso de sus colaboradores en actividades de voluntariado en la comunidad" (Goldberg, 2001). Por otra parte, CSR Europe asocia el VC a aquellas "actividades donde los colaboradores ponen al servicio de la comunidad sus habilidades y tiempo para enfrentar temáticas sociales y ambientales" (CSR Europe, 2008). Sin embargo, más allá de esta diversidad de definiciones, existe un alto nivel de consenso sobre lo que engloba el concepto y sus beneficios:

- Las prácticas de voluntariado corporativo se ejecutan con el fin de aportar a la sustentabilidad del negocio.
- El VC fortalece intangibles como el reconocimiento, el sentido de pertenencia y el desarrollo de las habilidades personales de los colaboradores para el trabajo en equipo y el liderazgo.

En el terreno, entre las compañías estudiadas, se observan dos formas de hacer VC: los colaboradores participan destinando tiempo, o bien, colaboran con donaciones, dinero y/o bienes. Generalmente, ocurre que las empresas en la práctica combinan ambas modalidades. La bibliografía especializada sólo considera la primera modalidad mencionada como voluntariado corporativo, descartando las donaciones dentro de las definiciones. En tanto, las empresas comunican que las donaciones sí son parte del VC en la medida que sus colaboradores las entregan voluntariamente. Se observó que esta pluralidad de interpretaciones está más ligada a los valores corporativos de cada empresa, que a rasgos culturales del área geográfica de ejecución.

El tipo de VC más cercano a la caridad o filantropía generalmente conoce tasas de participación más elevadas y constituye una herramienta importante para involucrar más a los colaboradores en actividades de VC. Sin embargo, su capacidad transformadora de las habilidades de los trabajadores está en duda.

Estrategias de trabajo y principales innovaciones identificadas

En lo que respecta al diseño de planes y estrategias de VC, se observaron tres tipos de gestión internacional para los programas de VC: programas locales, programas globales y programas glocales. Una consecuencia del desarrollo de programas globales de voluntariado corporativo es la transferencia hacia Latinoamérica de prácticas concebidas principalmente en España, que permite el enriquecimiento y fortalecimiento de prácticas locales pero, a la vez, crea un riesgo de unilateralidad donde la transferencia prima sobre el intercambio. En el otro extremo, los programas locales permiten la mayor adaptación al contexto específico, pero pueden tener un menor alineamiento y padecer de la ausencia de



un enfoque común con los distintos programas de la empresa. Además pueden ocurrir importantes disparidades en la calidad e impacto de las prácticas. A la hora de expandir un programa de voluntariado corporativo en otros ámbitos geográficos, la que ofrece mayor garantía de éxito es la opción glocal que consiste en definir directrices globales que son adaptadas a la realidad local del país.

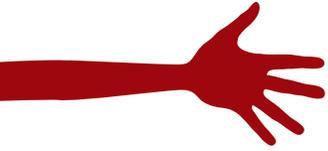
Los programas de VC pueden estar vinculados a diversas gerencias de la empresa (Asuntos Corporativos, Comunicaciones, RSE, Recursos Humanos), estar externalizados a través de ONGs socias, o ser desarrollados por la fundación de la empresa que define directrices a nivel global. A mayor involucramiento de las distintas áreas internas a una compañía, mayor es la frecuencia y permanencia de las actividades en el tiempo. Asimismo, cuanto más está formalizado e institucionalizado un programa, mayor es la cantidad de socios y aliados que logra involucrar. Esto no es sólo en relación a las ONGs, sino también se vincula con las administraciones locales y las autoridades educativas.

Por otra parte, los casos españoles se destacaron en cuanto a innovaciones en la ejecución del VC, buscando soluciones creativas en temas como la selección de voluntarios, su entrenamiento y capacitación y la sistematización y difusión de prácticas. Se observó también en algunos casos de España, la existencia de una vinculación entre el VC y la cooperación internacional; y una mayor presencia de organizaciones intermedias, que prestan un apoyo central al sector privado con su experiencia y cercanía con los beneficiarios.

Salvo casos excepcionales, se observa una debilidad generalizada de los programas en lo que respecta a la sistematización de indicadores que permitan medir los resultados y el impacto del VC. El desafío está en crear un conjunto de indicadores que permita dar cuenta de la efectividad del VC en términos cuantitativos y cualitativos.

Finalmente, se observa la necesidad de potenciar la colaboración público-privada con ONGs y fundaciones para enfrentar de un modo más coordinado las necesidades de los beneficiarios de los programas de VC. En ese sentido, es fundamental que el VC colabore en la resolución de las necesidades más relevantes de las poblaciones beneficiarias.





1. Introducción

La motivación para realizar un estudio sobre el VC en España y América Latina, surgió en una reunión de empresas organizada por FUNDAR en el año 2008. En dicha instancia, un grupo de compañías manifestó interés por indagar aspectos tales como:

- ¿Es posible destacar tendencias regionales en las prácticas de VC de compañías con presencia en América Latina y/o España?
- ¿En qué medida el espacio de aplicación de las prácticas ejerce una influencia sobre su desarrollo?
- ¿Cómo pueden enriquecerse mutuamente las distintas prácticas regionales?

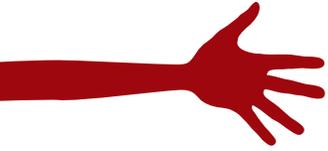
Así, el objetivo de este estudio es aportar información relevante para la implementación de programas de VC como una práctica estratégica dentro de la Responsabilidad Social de las Empresas. A partir del análisis de casos en América Latina y España, se pretende obtener reflexiones sobre sus rasgos distintivos y comunes con el fin de apoyar la toma de decisiones por parte de actores relevantes para el avance de estas prácticas en ambas regiones.

La metodología utilizada es cualitativa y se consideran 14 programas de voluntariado corporativo en América Latina y 11 en España. Para recolectar la información se invitó a colaborar en la investigación a diversas empresas de las redes de FUNDAR y FORUM EMPRESA. La recopilación de los antecedentes se realizó por medio de un cuestionario (Anexo I) aplicado vía correo electrónico a gerentes y responsables de los programas de VC para cada caso seleccionado. Los criterios de selección de casos fueron los siguientes:

El programa de VC:

- Asegura impactos positivos en la empresa y en la comunidad.
- Cuenta con el apoyo de la alta dirección a la realización del programa de VC.
- Garantiza el aporte de recursos económicos, humanos y tecnológicos.
- Desarrolla de un plan de trabajo para el logro de resultados concretos.

La información recopilada a partir del cuestionario se complementó con un análisis de sitios webs, informes, memorias institucionales y en algunos casos, entrevistas personales. La distribución de las experiencias se propuso asegurar una representación geográfica equitativa dentro de América Latina, así como una buena esquematización de los sectores económicos e industrias. La información se recopiló durante el mes de octubre del año 2009.



II. Los Objetivos del Voluntariado Corporativo

Desde el punto de vista teórico, es posible advertir la existencia de varias definiciones del VC. Por ejemplo, para el Instituto Ethos de Brasil, el VC representa "un conjunto de acciones realizadas por las empresas para incentivar y apoyar el compromiso de sus colaboradores en actividades de voluntariado en la comunidad" (Goldberg, 2001). Por otra parte, CSR Europe asocia el VC a aquellas "actividades donde los colaboradores ponen al servicio de la comunidad sus habilidades y tiempo para enfrentar temáticas sociales y ambientales" (CSR Europe, 2008). Sin embargo, existe un alto nivel de consenso sobre lo que engloba el concepto y sus beneficios:

- Las prácticas de voluntariado corporativo se ejecutan con el fin de aportar a la sustentabilidad del negocio.
- El VC fortalece intangibles como el reconocimiento, el sentido de pertenencia y el desarrollo de las habilidades personales de los colaboradores para el trabajo en equipo y el liderazgo.

Efectivamente, como se puede observar en la Tabla 2, en los casos de Los niños de Alicorp, de Alicorp (Perú), On Demand Community, de IBM (España), y Compartir, de ENDESA AMPLA (Brasil), los programas de VC se enlazan con una mirada estratégica y cruzan la gestión de recursos humanos, siendo los temas más claves el clima laboral, la formación para el liderazgo y la reputación corporativa.

Algunas empresas incluso han definido más específicamente los beneficios que tiene el VC en cuanto a la gestión de recursos humanos. La Tabla 3 muestra los casos de Nejapa Power (El Salvador), Iberdrola (España) y KPMG (España).

El VC permite hacer una diferencia en aspectos claves de la gestión de personas (Boston College, 2008). Favorece el reclutamiento y la retención de talentos, ya que las actividades de voluntariado son percibidas como una oportunidad de desarrollo de la carrera profesional por parte de los trabajadores (National Volunteer Skills Centre, 2007).

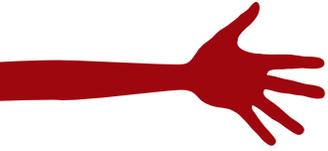
Tabla 2: Objetivos del VC

Alicorp, Perú	<ul style="list-style-type: none"> • Incrementar la satisfacción y orgullo del personal administrativo y operario de Alicorp, brindando herramientas para canalizar la solidaridad de los trabajadores. • Formar líderes positivos para la compañía, los cuales contribuirán en el mantenimiento de una empresa con buena reputación. <p>Fuente: Comunicación personal, octubre de 2009.</p>
AMPLA, ENDESA Brasil	<ul style="list-style-type: none"> • Diseminar dentro de la organización una cultura de apoyo e implicación de los trabajadores con las causas sociales. • Ayudar a atraer y retener trabajadores cualificados y conscientes, mejorando el clima laboral interno. • Aumentar la satisfacción de clientes/comunidad y formadores de opinión con la marca AMPLA, reconociéndola como una empresa con foco en la responsabilidad social. • Promover resultados eficaces y duraderos con pequeñas inversiones. <p>Fuente: Comunicación personal, octubre de 2009.</p>
IBM, España	<ul style="list-style-type: none"> • Convertir a los colaboradores en los protagonistas de la acción social de la empresa. • Mejorar el clima interno de la empresa, aumentar el sentido de pertenencia, e incrementar la motivación. La empresa busca que sus colaboradores se sientan satisfechos de trabajar en una compañía comprometida. <p>Fuente: Adaptado de "Presentación de VC de IBM", Congreso de Voluntariado Corporativo, Valencia, abril de 2008.</p>

Tabla 3: Desarrollo y retención del personal

Iberdrola, España	<p>Entre los resultados esperados del proyecto de VC están el desarrollo del sentido de pertenencia, el trabajo en equipo, la fidelización y compromiso, la retención del talento y, también, la colaboración entre las empresas del grupo de un continente a otro.</p> <p>Fuente: Adaptado de "Presentación de VC de Iberdrola", Congreso de Voluntariado Corporativo, Valencia, abril de 2008, y Comunicación personal, octubre de 2009.</p>
KPMG, España	<p>Dentro de los objetivos del VC en la compañía, al apoyar la educación de jóvenes con dificultades, se encuentran la motivación y desarrollo de habilidades personales y orgullo de pertenencia a nuestra firma.</p> <p>Fuente: Comunicación personal, octubre de 2009.</p>
Nejapa Power Co, El Salvador.	<p>Con el apoyo de la ONG Crisálida, el programa de VC tomó un giro importante en 2008 y ha iniciado una evolución que permitirá utilizarlo como herramienta de entrenamiento de personal.</p> <p>Fuente: Comunicación personal, octubre de 2009.</p>





III. Tipos de actividades voluntarias

En relación a los casos estudiados, se puede afirmar que las empresas en España y Latinoamérica llaman VC a dos tipos de colaboraciones de sus trabajadores. La primera modalidad está centrada en actividades donde los colaboradores están directamente involucrados con los beneficiarios o comunidad objetivo del programa, tal como se define a continuación:

Involucramiento directo: *Actividades en que colaboradores apoyados por su empresa, se unen voluntariamente para realizar acciones que afectan la calidad de vida de comunidades definidas como beneficiarias.*

Un ejemplo de esta visión es el caso del programa de VC en México de la empresa Pfizer:

Buscamos institucionalizar los esfuerzos de RSE invitando a todos los colaboradores de Pfizer a sumar esfuerzos participando en los proyectos sociales que requieren de su talento y experiencia para ser implementados. A través del programa de voluntariado buscamos apoyar a la comunidad no sólo con recursos económicos, sino también con recursos humanos que pueden generar cambios sustanciales que fortalezcan a las organizaciones que trabajan con las comunidades más marginadas de nuestro país. A través de este programa los colaboradores conocen de cerca los principales problemas sociales y de salud que enfrenta México (Comunicación personal, octubre de 2009).

En la segunda modalidad de VC proporcionada por las empresas, se consideran las donaciones como actividades de esta índole.

Donaciones: *Actividades en que colaboradores apoyados por su empresa, se unen para la recolección de dinero, bienes e insumos en beneficio de distintos segmentos de la población y organizaciones de la sociedad civil.*

Un ejemplo es el que corresponde a la asociación de colaboradores de Iberia a través de su ONG Mano a Mano:

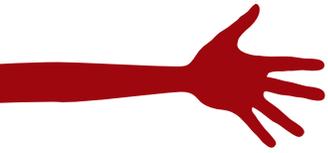
Mano a Mano es una organización no gubernamental donde trabajadores de Iberia, de forma voluntaria, colaboran en: apoyo económico; búsqueda de colaboraciones y donaciones; almacenaje, carga de aviones y tareas de logística; transporte por tripulantes a proyectos; firma de acuerdos con hospitales en origen y en España para operar a enfermos oncológicos; gestión de billetes a familiares y enfermos; y desarrollo de proyectos en los países donde la compañía vuela. Iberia apoya este trabajo mediante su infraestructura aérea, en tierra y con apoyo económico ("Presentación de VC de Iberia-Mano a Mano". Congreso de Voluntariado Corporativo, Valencia, abril de 2008).

Las actividades de VC también evolucionan y cambian de rumbo en el tiempo. En el caso de la empresa Nejapa Power Company en El Salvador, las actividades de VC estaban relacionadas inicialmente con donaciones de bienes e insumos. Sin embargo, desde 2008, el VC se ejecuta con una perspectiva diferente, tal como se observa a continuación:

Desde 2008, el objetivo es potenciar al máximo el VC resolviendo necesidades de la comunidad (revitalización de centros escolares, remodelación de espacios públicos, jornadas de reforestación), brindando espacios de participación a las familias de los colaboradores, aprovechando los talentos del personal y fortaleciendo el trabajo en equipo. Para ello se cuenta con el apoyo del programa de voluntariado Crisálida de Glasswing International. (Comunicación personal, octubre de 2009).

Cabe mencionar que, en gran parte de los casos estudiados, se puede observar que las empresas integran, en mayor o menor medida, ambos tipos de colaboración. En otras palabras, sus colaboradores pueden donar dinero y, al mismo tiempo, trabajar como voluntarios en las comunidades tal como ocurre en los casos de GM Colmotores, Telefónica, Iberia e Iberdrola, entre otros.





IV. Voluntariado Corporativo, valores empresariales y actividad económica de la compañía

El VC representa para las empresas un mecanismo para poner en práctica los valores corporativos y alcanzar sus objetivos éticos y sociales, constituyéndose en un medio para la transmisión de la cultura empresarial. La Tabla 4 muestra algunos ejemplos en ese sentido.

Tabla 4: Valores Corporativos y VC

<p>CEMEX, México</p>	<p>La empresa reconoce que su responsabilidad como buen ciudadano corporativo es apoyar el desarrollo de las comunidades y, por ello, motiva a sus colaboradores a que sean parte activa de éstas últimas a través de su trabajo voluntario en los programas y acciones sociales. Así, la empresa busca que los colaboradores vivan una experiencia de participación comunitaria congruente a la cultura de sustentabilidad y a los valores institucionales de CEMEX. Éstos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Colaboración: trabajar con otros en la búsqueda colectiva de la excelencia. • Integridad: actuar con honestidad, responsabilidad y respeto en todo momento. • Liderazgo: visualizar el futuro y enfocar nuestros esfuerzos al servicio, la excelencia y la competitividad. <p>Fuente: Comunicación personal, octubre de 2009.</p>
<p>Gerdau Brasil</p>	<p>La empresa se compromete con la sociedad, personalmente o en su representación, en el trabajo voluntario en beneficio de la comunidad. A su vez, el VC es una de las 8 directrices éticas de relación con los grupos de interés y se canaliza desde el Instituto Gerdau. En la estrategia de la compañía, el trabajo con la sociedad está relacionado con la promoción del trabajo voluntario.</p> <p>Fuente: Gerdau Brasil, http://www.Gerdau.com.br/meio-ambiente-e-sociedade/sociedade-responsabilidade-social.aspx?language=es-ES, Consulta: octubre de 2009.</p>

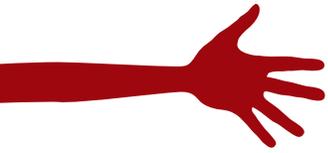
Algunas empresas llevan a cabo sus actividades de voluntariado corporativo en el mismo sector en el cual despliegan sus actividades de negocio, como es posible observar en la Tabla 5. Por ejemplo, empresas del mercado de la salud, como Novartis y Pfizer apoyan a comunidades con necesidades sanitarias. También es el caso de empresas de la banca, como Santander en Brasil o Barclays en España, que colaboran con actividades financieras de grupos desfavorecidos, según se observa en la siguiente tabla.

Tabla 5: VC y sector económico de la empresa

<p>Barclays, España.</p>	<p>El programa de VC considera la financiación de proyectos de educación y formación orientados a la integración social y laboral de personas en riesgo de exclusión, incluyendo un voluntariado más comprometido. La compañía ayuda a las personas a salir de la pobreza enseñándoles a administrar sus recursos y sus deudas:</p> <ol style="list-style-type: none"> Prestándoles consejo y asesoramiento, Familiarizándoles e integrándoles en el sistema financiero, Colaborando en su formación para facilitar su acceso al empleo. <p>Cuanto mejor conozcan las posibilidades que el mundo financiero les puede ofrecer, mejor podrán beneficiarse de ellas.</p> <p>Fuente: Comunicación personal, octubre de 2009.</p>
<p>Novartis, España-Global.</p>	<p>El programa de VC busca compartir los recursos para reforzar los lazos con la comunidad y proporcionar a nuestros trabajadores la extraordinaria oportunidad de devolver algo de lo que la sociedad nos da. De forma más particular, la compañía se centra especialmente en todo lo relacionado con la salud, que es el giro del negocio.</p> <p>Fuente: Comunicación personal, octubre de 2009.</p>
<p>Pfizer, México-Global</p>	<p>La empresa está dedicada al desarrollo de productos innovadores que den soluciones integrales a los problemas de salud a través del desarrollo de medicamentos. Asimismo, la Compañía cuenta a nivel mundial con el programa "Global Health Fellows", el cual recluta a colaboradores para que, en un periodo máximo de 3 meses, colaboren con una organización que trabaje con una comunidad necesitada en zonas en las que la empresa tiene una organización aliada y existen claras necesidades de apoyo. A través de este programa se busca apoyar a la comunidad mexicana no sólo con recursos económicos, sino también con recursos humanos que pueden generar cambios sustanciales que fortalezcan a las organizaciones que trabajan con las comunidades más marginadas del país. El foco del VC está puesto en las principales necesidades de salud a las que se enfrenta la comunidad en la cual operan, tales como: acceso a la salud, VIH y SIDA, Saneamiento ambiental y violencia intrafamiliar.</p> <p>Fuente: Comunicación personal, octubre de 2009.</p>
<p>Santander, Brasil</p>	<p>La Compañía trabaja en alianza con varias instituciones financieras del país que tienen el compromiso de contribuir con la calidad de la educación en la escuela pública. El Banco se involucra específicamente con la gestión financiera: los funcionarios voluntarios del banco comparten sus conocimientos a través de la capacitación de alumnos, profesores y de la comunidad sobre asuntos relacionados con la gestión financiera de las escuelas.</p> <p>Fuente: Santander Brasil: http://www.santander.com.br/portal/rs/script/ResponsabilidadeSocial.do, Consulta: octubre de 2009.</p>

Tanto en España como en Latinoamérica, gran parte de las empresas que desarrollan actividades de voluntariado corporativo están comenzando a integrarlas como un componente estratégico de su política de responsabilidad social. En las palabras de Michael E. Porter y Mark R. Kramer, el mundo de los negocios está trabajando en pos de lograr "vínculos entre las ventajas competitivas del negocio y su responsabilidad social corporativa". Para asegurar un impacto real a largo plazo, las prácticas de voluntariado corporativo se tienen que ligar a temas sociales que se relacionan con el giro del negocio de la empresa, en los cuales, gracias a su know-how, se puede lograr un mayor impacto.





V. Área temática de los programas y sus beneficiarios

Existen importantes distinciones entre Latinoamérica y España en dos aspectos fundamentales, las áreas temáticas de los programas y los grupos beneficiarios de los mismos. En el caso latinoamericano, la mayoría de los casos se concentran en el área educativa con foco en niños y jóvenes. En cambio, para el caso español, los temas y públicos destinatarios de los programas son más diversos. Las figuras 1 y 2 muestran esta diversidad:

Un ejemplo ilustrativo de la diversidad de temáticas abordadas es el caso de Unilever. En esta compañía, cada mes se realiza una acción diferente. No hay un único público objetivo, ni un sólo resultado esperado. Del mismo modo, en el caso de la Caixa se observa una gran amplitud de actividades y beneficiarios abordados por el VC:

Las actividades realizadas por las asociaciones de voluntarios de la Caixa son:

- Asistencia a niños en aulas hospitalarias.
- Actividades lúdicas y deportivas con niños en riesgo de exclusión
- Clases de integración y de español para inmigrantes, y clases de refuerzo escolar para niños de inmigrantes.
- Acompañamiento a personas discapacitadas en las visitas a instalaciones deportivas y culturales.
- Acompañamiento a los enfermos de Alzheimer para dar un respiro a sus familiares.
- Colaboración en actividades lúdicas y deportivas dirigidas a niños con discapacidades físicas y psíquicas.
- Clases de informática para personas con deficiencias intelectuales.
- Acciones medioambientales tales como plantación de árboles, limpiezas de playas y de márgenes de ríos.
- Voluntariado de gestión en tareas de administración, contabilidad y consultas jurídicas.

Voluntariado de cooperación internacional. ("Presentación de VC de la Caixa", Congreso de Voluntariado Corporativo, Valencia, abril de 2008, y, Obra Social Fundación la Caixa, http://obrasocial.lacaixa.es/voluntariado/voluntariado_es.html, consulta: noviembre de 2009)

Figura 1:
Distribución de los casos en España según temática de actuación.

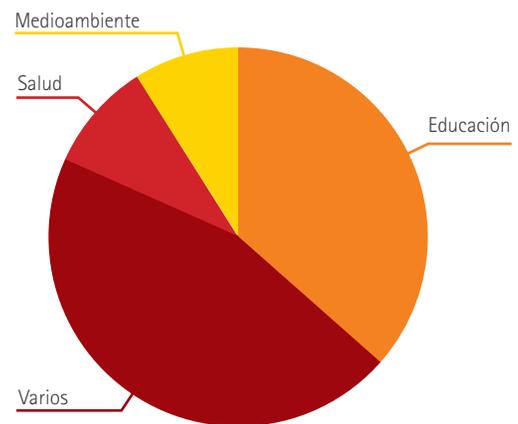
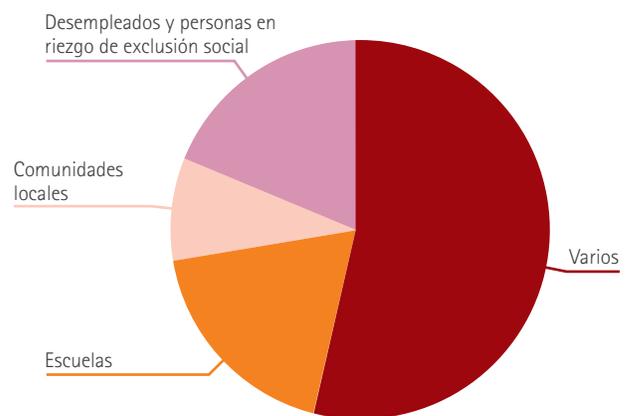


Figura 2:
Distribución de los casos en España según beneficiarios.



En España existe una mayor dispersión a la hora de seleccionar los ámbitos de actuación. Esto se debe, en parte, a que se busca la participación de los colaboradores al momento de definir los alcances de los programas. Se prioriza la motivación, el involucramiento, y la participación de los colaboradores en la definición de un programa "estratégico" con un fin marcado por la dirección de la compañía. Además, se ven cada

vez más casos en los que la acción de voluntariado se plantea como un premio para los trabajadores, con un importante componente de comunicación interna. Por otra parte, en las evaluaciones de los casos españoles se relevaron más ítems relacionados con la gestión de los recursos humanos para evaluar los programas de voluntariado corporativo. Según el 1er. Informe del Observatorio de Voluntariado Corporativo en España, los principales objetivos que persiguen las empresas españolas analizadas con el desarrollo de las actividades de VC son, por orden de importancia, los siguientes: fomentar el orgullo de pertenencia, mejorar el clima de la organización, captar y retener talentos y desarrollar las capacidades de los colaboradores. Como vemos, todos ellos relacionados con la gestión de los recursos humanos de la empresa.

En el caso Latinoamericano, las actividades de VC tienen una marcada intención de aportar al desarrollo económico y social por medio de la educación. Se puede inferir que las empresas se centran en el ámbito de la educación, en particular de los jóvenes, ya que el voluntariado en esta área tiene un impacto mayor en el desarrollo de una futura generación de usuarios, clientes y colaboradores. Por otra parte, los altos niveles de desigualdad social en América Latina motivan e impulsan a los voluntarios a colaborar con acciones transformadoras como el apoyo a la educación y la infancia.

Se desarrollan diferentes experiencias, con mayor o menor involucramiento del voluntario en la tarea educativa misma. En algunos casos, los voluntarios son tutores y animan actividades extracurriculares, como ocurre en el programa Voluntarios Telefónica, donde los empleados dan

apoyo a los niños beneficiarios del programa Proniño de Fundación Telefónica. En otros casos, el voluntario despliega una actividad educativa directamente. La participación de los trabajadores en el proceso de decisión de los programas de voluntariado es mucho más reducida por lo que las líneas están más marcadas por la dirección de la compañía y, por lo tanto, más centradas en actividades que aporten sostenibilidad al negocio.

Cuando se relaciona las áreas de actuación y los beneficiarios con los objetivos del VC, es posible observar que en España las actividades de VC están más enfocadas a la gestión de los recursos humanos, mientras que en América Latina, se conciben principalmente como una herramienta de RSE y de desarrollo de las comunidades.

Otro aspecto importante a señalar del caso español es que el VC, en algunos casos, se asemeja a la cooperación internacional con países en vías de desarrollo. Además de realizar actividades de VC en España, algunas empresas despliegan actividades más allá de sus fronteras, tal como se puede apreciar en la Tabla 6.

Un caso especial de cooperación internacional es el de Iberia, donde sus colaboradores fundaron la ONG Mano a Mano en 1994, con el fin de enviar ayuda humanitaria a aquellos países que lo necesitan. Para ello, se utilizan los espacios libres que quedan en las bodegas de los aviones de Iberia o en los equipajes de tripulantes de cabina. Desde su fundación, Mano a Mano ha enviado más de 2.000 toneladas de ayuda humanitaria en forma de alimentos, ropa, calzado, material escolar y sanitario, y

Figura 3: Distribución de los casos en Latinoamérica según temática de actuación.

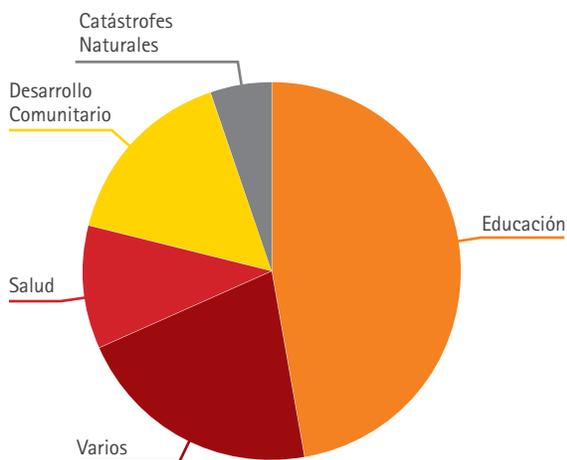


Figura 4: Distribución de los casos en Latinoamérica según beneficiarios.

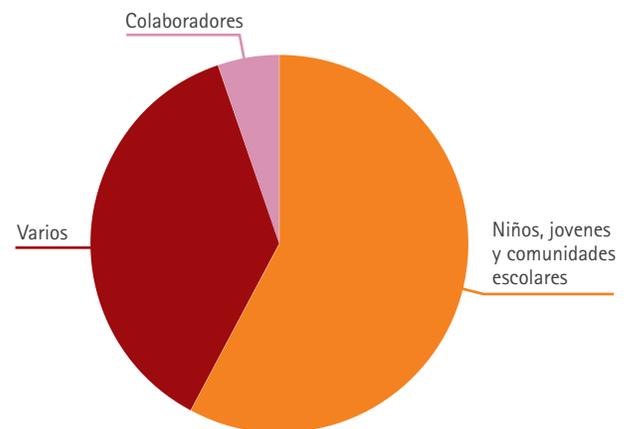


Tabla 6: VC y Cooperación internacional

Empresa	Beneficiarios de la cooperación	Modalidad: VC directo, aportes monetarios y/o bienes
Adecco, España	Perú	Voluntariado directo y bienes
Iberdrola, VC, España	Guatemala, Perú	Aporte Monetario
Iberia, Mano a Mano, España	Argentina, Cuba, Chile, Ecuador, Guatemala, Guinea, Mozambique, Sudáfrica, Nicaragua, Panamá, Perú, Rep. Dominicana	Transporte de bienes
Novartis, VC, España	África Occidental	Aporte Monetario
Unilever, VC, España	Kenya, Ghana, Indonesia, Colombia	Bienes

juguetes, entre otros. Los proyectos se desarrollan en España, América Latina y África. ("Presentación de VC de Iberia-Mano a Mano", Congreso de Voluntariado Corporativo, Valencia, abril de 2008 y Asociación Mano a Mano, <http://www.manoamano.net/>, consulta: noviembre de 2009).

Cuando las empresas promueven un involucramiento directo de trabajadores voluntarios en programas de cooperación internacional financiados por ellas, pueden "rentabilizar" de mejor manera su inversión en el voluntariado, al añadirle todas las ventajas ya citadas de un programa de voluntariado corporativo, como por ejemplo el sentimiento de orgullo de los colaboradores. Además, se suma un componente de comunicación interna: a los voluntarios se les suele encomendar una presentación a sus compañeros sobre las actividades en las que han estado participando, acercando y humanizando así las inversiones en cooperación internacional que mantiene la compañía, como también estimulando la participación y el compromiso de los voluntarios a través del conocimiento del contexto en el cual se desarrollan las actividades de VC.



VI. Frecuencia e inserción del programa de Voluntariado Corporativo en la empresa

Tanto en Latinoamérica como en España, no existe una ubicación única o privilegiada del VC al interior de las empresas. De los casos considerados en esta investigación, los programas de VC están coordinados generalmente por las siguientes áreas:

- Asuntos Corporativos
- Responsabilidad Social Empresarial
- Fundación
- Comunicaciones Corporativas
- Recursos Humanos

En algunos casos, el programa de VC no sólo se vincula a una única sección de la empresa, sino que está vinculado con más de una de ellas. Por ejemplo, en el caso del banco BBVA en Brasil, el VC se incorpora a

la "política de RSE" y de "reputación corporativa" bajo el alero de un programa de gestión de personas, tal como se observa en la siguiente descripción:

El VC aparece como un eslabón de la Política de RSC y de la Estrategia de Responsabilidad y Reputación Corporativa. Además, el voluntariado representa uno de los ámbitos del programa "Pasión por las personas" que busca mejorar el clima organizacional y la calidad de vida de las personas. Bajo este programa se encuadran cinco grandes líneas de trabajo: 1º Calidad de Vida; 2º Beneficios personales; 3º Deporte y cultura; 4º Senior; 5º Voluntariado. (Adaptado del Informe Anual 2008, Grupo BBVA, http://www.bbva.com/TLBB/fbin/IARC08_tcm12-190458.pdf)

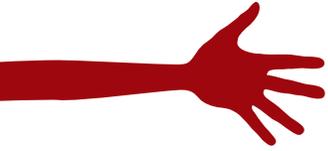
Se podría pensar que a mayor involucramiento de diversas áreas de la empresa, mayor la duración de los programas, y que a mayor institucionalidad de los programas, mayor estabilidad de las acciones de VC.

Tabla 7: Frecuencia y gerencia donde se sitúan los programas de VC en América Latina

Empresa	Gerencias y/o Direcciones encargadas	Duración del Programa
Alicorp, Perú	Recursos Humanos Responsabilidad Social	Permanente
BBVA, A. Latina	Responsabilidad y Reputación Corporativa, Comunicaciones e Imagen	Permanente
CEMEX, México	Responsabilidad Social y Desarrollo Comunitario	Permanente
Deloitte, México	Comité de RSE	1 vez al año
ENDESA, Chile	Recursos Humanos y Organización	Permanente
General Motors, Colombia	Responsabilidad Social Recursos Humanos	Permanente
Gerdau, Brasil	Instituto Gerdau	Permanente
Grupo Santander y aliados, Brasil	Bancos que forman la Alianza Social por la Educación	Permanente
Nejapa Power Co, El Salvador	Comunicaciones	Permanente
Pfizer, México	Asuntos Corporativos Responsabilidad Social	Permanente
Repsol YPF, Argentina	Recursos Humanos Comunicaciones y relaciones externas Fundación YPF	Proyectos anuales
Telefónica, Chile y A. Latina	Asuntos Corporativos Gerencia RSE Fundación Telefónica	Actividades permanentes y puntuales

Tabla 8: Frecuencia y gerencia donde se sitúan los programas de VC en España

Empresa	Gerencias y/o Direcciones encargadas	Duración del Programa
Adecco	Fundación Adecco Responsabilidad Social Corporativa	Permanente
Barclays	Fundación Barclays	Permanente
ENDESA	Dirección General de Comunicación	Permanente
Iberdrola	Dirección General de Comunicación	Permanente
Iberdrola	Recursos Corporativos	Proyectos anuales
IBM	Ciudadanía Corporativa Asuntos Corporativos	Permanente
KPMG	Fundación KPMG	Permanente
la Caixa	Comunicaciones	Actividades Permanentes y puntuales
Novartis	Responsabilidad Social	Permanente
Novartis	Fundación la Caixa	Actividades Permanentes y puntuales
Timberland	Responsabilidad Social Corporativa	Permanente



VII. Globales, Locales y glocales

Los programas de voluntariado corporativo tienen distintos alcances geográficos que, para los fines de este estudio, se categorizaron como sigue:

1. Programas globales: las compañías coordinan sus actividades de VC de manera global como es el caso de Adecco. Lo anterior se puede observar en la comunicación llevada a cabo con esta compañía para este estudio:

A nivel global, los giros del negocio son los referidos a la contratación y selección de personas para servicios permanentes, transitorios y/o subcontratados. El servicio de VC, insertado en el objetivo de la Fundación, se orienta a la integración laboral de personas que por sus características personales, encuentran más dificultades a la hora de encontrar trabajo. Los voluntarios han sido animados a participar en el entrenamiento de jóvenes emprendedores en Ecuador. Luego se extendió a actividades de VC en Perú. Los colaboradores concursan internamente para ir a hacer VC en un tercer país, buscando el intercambio cultural de los trabajadores, facilitado por la Fundación (Comunicación personal, octubre de 2009).

Una experiencia más incipiente en América Latina es el caso de la multinacional Gerdau en Brasil. Según informa en su último reporte de sustentabilidad, esta empresa, a través de su fundación Instituto Gerdau, está comenzando a replicar sus actividades de VC en el resto de América Latina. Con esto, mantiene la línea que llevan desarrollando previamente otras multinacionales. En otras palabras, se define una política global y la fundación articula el VC con la empresa en el país respectivo.

2. Programas locales: cada filial o empresa de un grupo realiza de forma independiente sus programas de VC. Éste es el caso de la Caixa en España, donde las juntas directivas de cada asociación de voluntarios eligen sus ámbitos de actuación:

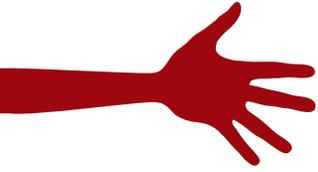
Las 45 asociaciones de voluntarios con acción en 46 provincias españolas realizan una amplia diversidad de actividades, puntuales o regulares: asistencia a personas necesitadas, actividades lúdicas con personas en riesgo de exclusión social, educación de integración, colaboración en entidades sociales, medioambientales, campañas de Navidad y voluntariado internacional. (Comunicación personal, octubre de 2009).

3. Programas glocales: las compañías definen directrices globales y luego, la gerencia de cada país la adapta a la realidad local. Esto ocurre con los casos de BBVA, General Motors Colmotores y ENDESA. En esta categoría de programas glocales, las multinacionales disponen directrices generales del VC que son posteriormente adaptadas a las situaciones particulares de cada país.

En ENDESA se despliegan distintas actividades de VC en las diferentes empresas del grupo bajo una política general global de fomento y estímulo de las mejores prácticas de VC de cada país. Además, desde 2008 la compañía desarrolla una propuesta metodológica para medir y valorar la contribución social en términos de impacto en la sociedad, apoyándose en un trabajo colaborativo con el London Benchmarking Group, IBG, en España. (Comunicación personal, octubre de 2009).

El reporte de 2008 del Grupo BBVA ha definido una estrategia "focalizada" -educación e inclusión financiera/accesibilidad- para así poder entregar servicios financieros a nuevos y mayores segmentos de la población, y una estrategia glocal como marco global que orienta las intervenciones locales. (Informe de Responsabilidad Corporativa Grupo BBVA, 2008).

Los tres alcances geográficos que se determinaron para los programas tienen un impacto considerable cuando se considera un análisis comparativo de las prácticas de voluntariado corporativo. Una consecuencia natural del desarrollo de programas globales de voluntariado corporativo es la transferencia de prácticas concebidas principalmente en España hacia Latinoamérica (exceptuando el caso de Gerdau Brasil). Esto es producto de la histórica implantación de empresas españolas en esta región y aún cuando enriquece y permite el fortalecimiento de prácticas locales, crea a su vez un riesgo de unilateralidad en el cual la transferencia prima por sobre el intercambio. En el otro extremo, los programas locales permiten una mayor adaptación al contexto local, pero pueden tener un menor alineamiento y padecer de la ausencia de un enfoque común. Además, este tipo de iniciativas pueden dar lugar a importantes disparidades en la calidad e impacto de las prácticas.



VIII. Aliados fundamentales

Como señaló el Reporte a la Comisión Europea del Proyecto Engage en 2004 (Business in the Community, 2004), la asociación con organizaciones de la sociedad civil cumple un papel importante en la implementación de los programas de VC. Este tipo de instituciones puede manejar las expectativas tanto de las comunidades, como de las empresas; facilita el entendimiento respecto a sus presiones, motivaciones, necesidades y valores; promueve el intercambio y construye capacidades en las organizaciones comunitarias, permitiéndoles comprender mejor el mundo de los negocios. En España, se destaca el papel de los intermediarios u ONGs en la canalización de las prácticas de VC e inclusive, en la legislación valenciana (ley 4/2001) se define que el VC debe ejecutarse en colaboración con una entidad enfocada a este tema.

Las alianzas establecidas con la sociedad civil le otorgan a los programas de VC mayor efectividad al contar con asistencia técnica y profesional. En América Latina, por ejemplo, tanto ENDESA Chile como la compañía salvadoreña Nejapa Power han construido este tipo de alianzas, como se puede observar en la Tabla 9:

Tabla 9: Alianzas para potenciar el VC

<p>ENDESA</p>	<p>El proyecto "Colaborando con Energía" se desarrolla en Santiago de Chile en una alianza entre ENDESA Chile con la ONG World Vision en dicho país. El programa busca mejorar las condiciones de vida y la educación de personas, especialmente niños, en situación de precariedad o riesgo social y que habitan en sectores aledaños a las instalaciones de la empresa. La ONG hace de puente e interlocutor de primer nivel con la organización social junto a la cual se ejecuta el proyecto: "Casa de la Mujer de Huamachuco", en la comuna de Renca.</p> <p>El proyecto "Programa de Reciclado" es un convenio de cooperación entre EDSUR, empresa de ENDESA en Argentina, con la Fundación Garrahan perteneciente al Hospital de Pediatría Prof. Dr. Juan P. Garrahan, la más importante institución de salud para niños en ese país. Los colaboradores de EDSUR recolectan papel y tapitas que la Fundación Garrahan, a su vez, recicla para generar recursos y cumplir los objetivos de la Fundación. Estos últimos incluyen el apoyo permanente tanto a las actividades asistenciales como a las de docencia e investigación, con la capacitación de recursos humanos y la educación continua de los integrantes del equipo de salud del Hospital. Asimismo, esta Fundación presta atención a las necesidades sociales y emocionales de los pequeños pacientes y sus familias.</p> <p>Fuente: Comunicación personal, octubre de 2009.</p>
<p>Gerdau Brasil</p>	<p>Si la empresa no tiene la capacidad de organizar las actividades voluntarias de manera efectiva, deje que una organización con experiencia en el tema lo haga. El voluntario está interesado en sacarle el máximo provecho a su inversión de tiempo y esfuerzo. Al tener el apoyo de una ONG especializada, en el caso de El Salvador, se eliminó la pérdida de tiempo en los proyectos. Así, se tuvo mayor satisfacción del voluntario. Los voluntarios están interesados en actividades con impactos más duraderos (transición de festejos a mejora de infraestructuras)".</p> <p>Fuente: Comunicación personal, octubre de 2009.</p>

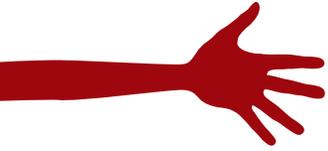
Además de alianzas con la sociedad civil, las empresas también han desarrollado una relación con organizaciones del sector público para contribuir con las comunidades. Esto en la medida que los programas de VC abordan temas de desarrollo social. Tales son los casos, por ejemplo, de Gerdau y Telefónica, como se puede observar en la Tabla 10:

Tabla 10: Colaboración público-privada

Gerdau	<p>Gerdau desarrolla sus actividades desde el Instituto Gerdau trabajando con las administraciones públicas, empresas de la industria, empresas colaboradoras (editoriales, canales TV, ONGs, Redes Ciudadanas). En actividades como el Programa Más allá de las letras, trabaja con 65 municipios.</p> <p>Fuente: Gerdau Brasil, http://www.Gerdau.com.br/meio-ambiente-e-sociedade/sociedade-responsabilidade-social.aspx?language=es-ES, Consulta: octubre de 2009.</p>
Telefónica	<p>En Telefónica-Chile, el programa Proniño desarrolla alianzas internas y externas. En primer lugar están las 3 ONGs ejecutoras: a) Consejo de Defensa del Niño, CODENI, b) la Corporación Protectora de la Infancia, c) Vicaría de la Pastoral Social de los Trabajadores de la Iglesia Católica. En segundo lugar, se encuentran las administraciones locales (Municipios y Alcaldes). En tercer lugar, las redes de RSE y VC, donde se comparten y difunden las experiencias de VC; que son nacionales como Acción RSE, y regionales como América Solidaria. En cuarto lugar, se encuentran organismos de gobierno: Ministerios (Trabajo, Educación, Salud), la Comisión Bicentenario y otras agencias de protección social. En quinto lugar, se encuentran agencias de Naciones Unidas como la OIT y Pacto Global. En sexto lugar, se encuentran otras organizaciones como empresas, organismos e instituciones de promoción social.</p> <p>Fuente: Comunicación personal, octubre de 2009.</p>

En España no sólo se conoce un mayor desarrollo de la sociedad civil, sino que la experiencia de vinculación público-privada reconoce una trayectoria más extensa que en los países latinoamericanos. En España incluso es poco habitual que exista una relación directa entre una compañía y el sector público a la hora de desarrollar voluntariado corporativo. No ocurre lo mismo en América latina, donde se hace más necesario que el sector privado apoye directamente a la administración pública ante problemáticas de desarrollo básicas y urgentes.

Tanto en España como en Latinoamérica, el desarrollo del VC va de la mano con el fortalecimiento del trabajo colaborativo. Existe un consenso en la mayoría de los países latinoamericanos estudiados sobre la necesidad y la urgencia del involucramiento del sector privado para enfrentar los problemas de desarrollo. La articulación entre intereses del sector privado y del sector público no es un proceso evidente por lo que el rol de la sociedad civil como mediador es esencial.



IX. Innovaciones

En ambas regiones se está prestando particular atención a la calidad de las actividades de voluntariado corporativo, formando a los voluntarios, trabajando en alianzas con organizaciones expertas y seleccionando los voluntarios que tengan las características más adecuadas, entre otros. Las prácticas más innovadoras se encuentran principalmente en España.

Selección de voluntarios

El sistema de reclutamiento de voluntarios más común consiste en realizar campañas internas de promoción para incentivar a los colaboradores a participar. Estas campañas incorporan mecanismos de difusión como talleres de información, boletines, correos electrónicos, etc. Sin embargo, existen algunos casos excepcionales en España donde la selección de los voluntarios se realiza a través de concursos internos. Tal es el caso de Adecco:

La Fundación Adecco ha instaurado un sistema de concurso en el cual se inscribieron en el 2008 alrededor de 200 colaboradores a través de la plataforma de Recursos Solidarios.

- *Una vez inscritos, los colaboradores participaron en un concurso gestionado a través de encuestafacil.com, un mecanismo que profesionalizó esta instancia y facilitó la interacción con el participante.*
- *De esta forma, semana a semana, durante 2 meses, los colaboradores contestaban una pregunta cuya orientación iba enfocada a formarles en Responsabilidad Social Corporativa y a fomentar la opinión y el desarrollo de políticas socialmente responsables en Adecco.*
- *Cada pregunta se puntuaba e iba creando un ranking que se trasladaba a los voluntarios para que supieran su posición y posibilidades de acceder a una de las 20 plazas para el voluntariado.*
- *Tras 8 semanas de preguntas, se terminaba con un proyecto en el que el empleado tenía que proponer una iniciativa de RSC que pudiera aplicarse a su puesto de trabajo.*
- *Con la evolución del Proyecto y las respuestas de las 8 semanas se obtuvieron los vencedores del concurso. (Comunicación personal, octubre de 2009).*

También se destaca, en este sentido, ENDESA Perú:

Las cinco empresas de ENDESA en Perú conforman una red de voluntarios, organizada por un Comité de Voluntariado Corporativo. Este Comité está liderado por un grupo representativo de trabajadores de cada empresa, monitoreado y seleccionado por las áreas de comunicaciones y de recursos humanos de las empresas del ENDESA. Esta conformación permite crear un grupo de personas comprometido y motivado, que está acostumbrado a trabajar en conjunto tanto en las actividades de VC, como en la ejecución de la actividad propia de la empresa.

En el caso de la empresa Timberland, se realiza un concurso entre los colaboradores para que éstos puedan participar en los programas de VC. Para incorporar un nuevo voluntario se invita a los trabajadores de las localidades donde está presente la empresa para que conozcan las oportunidades de voluntariado. Una vez que los colaboradores interesados presentan su solicitud para participar, el equipo de Global Stewards Review Committee revisa las postulaciones y selecciona a los candidatos para cada cargo. Estos últimos tienen una duración de dos años. Los criterios de selección consideran aspectos tales como la experiencia del candidato en materia de servicio, la innovación de sus propuestas y el nivel de cercanía que tienen con los colaboradores locales, entre otros.

Las razones para emplear este tipo de procedimientos se deben en buena medida, como ya se ha dicho, a la mayor relevancia de los objetivos de gestión de los recursos humanos que prima en España.

Fortalecimiento de las capacidades de los voluntarios

Otro elemento innovador que cabe destacar entre los casos de las empresas que operan en España es la existencia de procedimientos para acompañar y fortalecer las capacidades de los colaboradores durante su voluntariado. En Timberland y Barclays existen mecanismos para ayudar a los voluntarios a realizar con éxito sus nuevos compromisos mediante el entrenamiento y formación de los recursos humanos.



Tabla 11: Fortaleciendo las capacidades de los colaboradores

Barclays	<ul style="list-style-type: none"> La empresa respalda a los voluntarios ya que considera que el voluntariado es una oportunidad para que los colaboradores desarrollen habilidades que los benefician en el plano personal y profesional. Por ello, los voluntarios colaboradores de Barclays España que han participado en el programa de voluntariado corporativo recibieron sesiones de coaching para facilitarles su labor como monitores. Esto dentro de un programa de colaboración firmado con la ONG Coaching Sin Fronteras. <p>Fuente: "Presentación de VC de Barclays", Congreso de Voluntariado Corporativo, Valencia, abril de 2008. e Informe de Sostenibilidad, Barclays España 2008 https://www.Barclays.es/publico/pdf/RSC_2008.pdf</p>
Timberland	<ul style="list-style-type: none"> Una vez que los colaboradores son aceptados en el programa de voluntariado, el equipo de Community Engagement les proporciona acompañamiento a través de servicios de coaching con el fin de que los voluntarios aprendan a equilibrar su nuevo rol con sus responsabilidades profesionales. A su vez, la empresa se compromete con los voluntarios ayudándolos a desarrollar habilidades fundamentales de liderazgo tales como capacidad de influencia, delegación de responsabilidades, manejo del tiempo y capacidad de motivar a sus equipos de voluntarios. Asimismo, los voluntarios seleccionados reciben capacitación sobre la estrategia, tácticas e iniciativas de RSC de Timberland para que estén equipados con las herramientas necesarias para ejecutar los objetivos del voluntariado. <p>Fuente: Engaging employees: Timberland's Global Stewards Program. 2009 Report.</p>

Evaluación de resultados

Si bien existen sugerencias de evaluación de actividades de VC esta dimensión aparece insuficientemente desarrollada por las empresas (Global Corporate Volunteer Council, 2009). La evaluación del voluntariado en las empresas con presencia en América Latina considera los siguientes criterios:

1. Clima laboral.
2. Motivación del personal.
3. Horas de trabajo.
4. Montos de dinero.

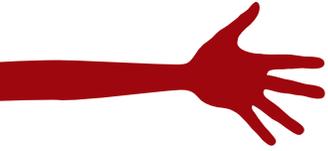
En los casos de compañías con presencia en España, las empresas muestran criterios de evaluación similares a aquellas en América Latina, prestando atención además a la reputación corporativa y al grado de participación de los colaboradores. Se destacan la auditoría externa de Adecco y el programa "Service Scorecard" de Timberland. Este último es de aplicación global en la empresa.

Resta aún trabajo para lograr una evaluación de resultados y de impacto exhaustiva. Un reciente estudio elaborado por el Boston College en 2009 indica 6 criterios para que los programas sean efectivos, según se especifica en la siguiente Tabla:

Tabla 12: Criterios para la efectividad de programas de VC (Employee Volunteering and Giving Programs, EVGP)

criterio	Definición
Configuración Causa-Efecto	Los programas de VC de alta efectividad están estructurados para mantener las causas sociales y la productividad de socios no comerciales.
Posicionamiento Estratégico del Negocio	Los programas de VC de alta efectividad están posicionados internamente para contribuir a la efectividad del negocio.
Inversión Suficiente	Los programas de VC de alta efectividad tienen asegurado un presupuesto personal y ayudas suficientes para los requerimientos operativos y de gestión.
Cultura de Compromiso	Los programas de VC de alta efectividad se benefician de la facilitación otorgada por la compañía y de los estímulos del compromiso de los colaboradores con la comunidad.
Fuerte Participación	Los programas de VC de alta efectividad tienen significativos niveles de compromiso desde la mayoría de los colaboradores.
Capacidad de Evaluación	Los programas de VC de alta efectividad hacen seguimiento de sus esfuerzos, mantienen una contabilidad de sus metas de resultados y llevan a cabo mejoras basadas en la evidencia.

Fuente: Boston College (2009).



X. Reflexiones Finales

El objetivo de este estudio es describir las prácticas de voluntariado corporativo en empresas de España y Latinoamérica, destacando aspectos comunes y distintivos. El enfoque desde el cual se presentan los resultados es empresarial. Concretamente, el estudio recopiló la opinión de responsables de programas de voluntariado corporativo en 25 empresas: 14 en América Latina y 11 en España, y utilizó información disponible en reportes y páginas webs de las empresas.

Del estudio de los casos, se construyó una tipología respecto del alcance de los programas de VC. En este sentido, también se identificaron diferencias ya no sólo entre continentes, sino entre las empresas analizadas.

- Programas globales: las compañías coordinan sus prácticas de VC como parte de una estrategia global de RSE que se replica a nivel local.
- Programas locales: cada filial o empresa de un grupo implementa de forma independiente sus programas de VC.
- Programas locales: las compañías definen directrices globales y luego, la gerencia de cada país la adapta a la realidad local.

La categorización anterior sugiere tres elementos diferenciadores en la gestión y planificación de los programas de RSE con componentes de VC:

- En las compañías con una única estrategia de RSE para toda la corporación, se desarrollan prácticas similares de VC en sus distintas operaciones. Esto facilita la vinculación del programa con las políticas globales del resto de las áreas de la empresa y ayuda a transmitir el concepto de una organización global e interconectada.
- En aquellas corporaciones en las cuales la estrategia RSE depende mayormente de cada operación, los programas de VC pueden estar más adaptados a la realidad local pero a la vez carecer de un impacto y estándar global.
- En los casos de empresas multinacionales que tienen fundaciones, son estas últimas las que canalizan y dirigen los programas de VC para todas las operaciones de la compañía, en coordinación con otras áreas o departamentos.

Una consecuencia del desarrollo de programas globales de volunta-

riado corporativo es la transferencia hacia Latinoamérica de prácticas concebidas principalmente en España, que permite el enriquecimiento y fortalecimiento de prácticas locales pero, a la vez, crea un riesgo de unilateralidad donde la transferencia prima sobre el intercambio. En el otro extremo, los programas locales permiten la mayor adaptación al contexto específico, pero pueden tener un menor alineamiento y padecer de la ausencia de un enfoque común que genera un actor centralizador. Ello además de dar lugar a importantes disparidades en la calidad e impacto de las prácticas.

Por otra parte, entre las compañías estudiadas se observan dos formas de hacer VC: los colaboradores participan destinando tiempo, o bien, colaboran con donaciones, dinero y/o bienes. Generalmente, ocurre que las empresas en la práctica combinan ambas modalidades. La bibliografía especializada sólo considera la primera modalidad mencionada como voluntariado corporativo, descartando las donaciones dentro de las definiciones. En tanto, las empresas comunican que las donaciones sí son parte del VC en la medida que sus colaboradores las entregan voluntariamente.

Aspectos distintivos

Las diferencias encontradas entre las prácticas de VC en España y Latinoamérica se vinculan fundamentalmente con los siguientes aspectos:

- Área temática de actuación y beneficiarios del VC. En Latinoamérica el VC se focaliza en el ámbito de la educación con foco en niños y jóvenes. En tanto en España no se privilegia un determinado ámbito o beneficiario, sino que prevalece una mayor diversidad.
- Cooperación internacional. En los casos españoles se observa una vinculación entre el VC y la cooperación internacional; no así en los casos latinoamericanos.
- Innovaciones en la ejecución del VC. Los casos españoles se destacan particularmente en cuanto al entrenamiento de los voluntarios y la difusión e intercambio de las prácticas de VC.
- Mayor presencia de organizaciones intermedias en España. Éstas prestan un apoyo central al sector privado al participar en activida-



des de voluntariado, aportando eficiencia en las acciones y niveles de satisfacción más elevados de los colaboradores que participan en los programas.

- e. Distintos enfoques. En España se le otorga un peso mayor a la gestión de recursos humanos en comparación a Latinoamérica, donde prima la concepción del voluntariado corporativo como una herramienta de RSE que aporta al desarrollo de las comunidades.

Rasgos comunes

El VC también contribuye al avance de la RSE al favorecer la formación de redes colaborativas con instituciones públicas o privadas. Del estudio de los casos se desprende que existe una colaboración incipiente entre los distintos actores que confluyen en el trabajo con las comunidades más desfavorecidas. Sería interesante comprobar a través de futuros estudios, si los temas y beneficios que generan los programas en curso están en la línea de los diagnósticos y planes que elaboran los tomadores de decisiones de las políticas públicas. Esto brindaría información útil para responder una de las preguntas más claves en este sentido, a saber, si los programas de VC están contribuyendo con el desarrollo local y en qué medida.

La dificultad en la medición de los resultados e impactos es transversal a casi la totalidad de las prácticas estudiadas. Es difícil demostrar los resultados del VC para la empresa o la comunidad destinataria. Frente a la pregunta sobre cuánto aporta el VC, no hay indicadores de resultados y/o impacto suficientemente robustos como para entregar respuestas satisfactorias. Así, sería oportuno construir indicadores de medición y consensuarlos entre las diversas entidades promotoras del VC. Las mediciones propuestas por Boston College (Boccalandro, 2008, ver página 23), como las matrices de evaluación de actividades y resultados de Timberland, permitirían a los gerentes y encargados del VC demostrar la relación costo – beneficio de estas acciones y justificar así su inversión.

Un aspecto relevante a la hora de diseñar indicadores de evaluación de los programas de VC es indagar respecto de la relación entre los propósitos y resultados de estos programas, con aquellos que la comunidad requiere.

Recomendaciones prácticas

Del análisis de los 25 casos estudiados, consideramos oportuno extraer algunas recomendaciones que pueden orientar a los responsables de implantar programas de VC tanto en América Latina como en España.

Al comenzar, conseguir el apoyo de la alta dirección a la realización del programa de VC

- Incorporar el voluntariado a los valores de la empresa.
- Proyectar resultados esperados y proponer acciones vinculadas al giro del negocio.
- Identificar experiencias previas de actividades voluntarias de los colaboradores y mostrar sus resultados.

Identificar los aliados internos (departamentos, gerencias o fundación, entre otros) y externos a la iniciativa (actores claves en la comunidad que están generando cambios).

- Involucrar a las personas o departamentos de la empresa que podrían estar interesados en participar.
- En el caso de que el programa de voluntariado se desarrolle o se coordine en algún área diferente a Recursos Humanos, asegurar su alineamiento con la estrategia de RRHH de la compañía.
- Identificar las entidades que definen políticas públicas con los segmentos de la población que están asociados al proyecto (por ejemplo, educación, medioambiente, trabajo comunitario, entre otros), que puedan colaborar en actividades objetivo de la compañía y sus colaboradores, y que sean capaces de aportar valor añadido en la gestión de los programas.
- Mostrar cómo las acciones de voluntariado de la empresa pueden complementar las acciones de los organismos que estén actualmente trabajando en el área temática del programa de VC.
- Identificar necesidades de capacitación de las organizaciones sociales que participan del programa y requieran adquirir nuevas habilidades.
- La creación de redes de empresas trabajando en proyectos comu-

nes en una ciudad o país permite:

- a. compartir soluciones útiles, ahorrar tiempo al socializar los errores y éxitos
- b. disminuir el aislamiento y aumentar la calidad del compromiso de los colaboradores
- c. aumentar el impacto de las acciones
- d. disminuir los riesgos al no depender los fondos de una única compañía
- e. construir relaciones con otras compañías que permiten realizar negociaciones colectivas y economías de escala

Desarrollar un plan de trabajo que contemple los siguientes aspectos:

- Objetivos estratégicos del VC para la empresa y para la comunidad.
- Sistema de capacitación, seguimiento, motivación y reconocimiento de los voluntarios.
- Reglas claras para los voluntarios y las organizaciones sociales a través de la formulación de una política de voluntariado corporativo.
- Flexibilidad en el programa como para ser modificado o redefinido - en función de los resultados alcanzados y de la retroalimentación obtenida en las evaluaciones.

Garantizar aporte de recursos económicos, humanos y tecnológicos

- Conformar un comité estratégico y líder que coordine los voluntarios.
- Disponer de un presupuesto aprobado.
- Acceder a recursos de infraestructura, logística y gestión de la empresa para apoyar de las actividades de los voluntarios.
- Asegurarse de que el programa responde a las expectativas de las tres partes que intervienen en el proyecto: la empresa, sus trabajadores y la comunidad.

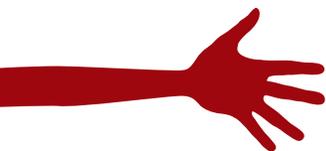
Proyectos Glocales frente a los globales o los locales

A la hora de expandir un programa de voluntariado corporativo en otros ámbitos geográficos, la opción glocal (definir directrices globales, y que la gerencia local las adapte a la realidad del país) es la que ofrece mayor garantía de éxito. Evita el riesgo de unilateralidad que puede tener un programa exclusivamente global proveniente de la matriz, frente a la situación particular de cada filial. Además, este tipo de VC merma la pérdida de "conexión" entre los colaboradores y el contexto local del país. Por último, esta opción disminuye el menor grado de alineamiento que puede tener un programa exclusivamente local, así como las im-

portantes disparidades que puede tener una iniciativa de este tipo en la calidad e impacto de las actividades.

Asegurar impactos positivos en la empresa y en la comunidad

- Diseñar indicadores claros para evaluar los programas.
- Aplicar los indicadores antes del desarrollo de las actividades, durante la implementación de las mismas (consideradas acciones de seguimiento), inmediatamente al finalizar el programa (evaluación de resultados) y a los dos años de finalizadas las acciones (evaluación de impacto).
- Retroalimentar con estos resultados la planificación estratégica y operacional de los programas.
- Preparar informes de resultados e impactos y difundirlos entre la alta dirección de la empresa, la prensa y la comunidad.
- Analizar la ampliación del área de cobertura del programa a partir de la sistematización de buenas prácticas y preparar un documento para replicar la experiencia en otra operación de la empresa.



XI. Reseña de los casos estudiados

1. Adecco

1. Empresa	Adecco
2. País Considerado	España
3. Actividad Económica	Servicios en el área de Recursos Humanos
4. Descripción General y Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • La compañía tiene un plan estratégico de VC denominado Programa de voluntariados solidarios. En 2009, dentro de su plan de trabajo, desarrolló el programa Recursos Solidarios en Perú y, en 2008, el programa Low Cost, en Ecuador. • En Perú se ofreció a un grupo de madres adolescentes de Cuzco nueva maquinaria y formación en su uso, como oportunidades para desarrollar su negocio textil. • En Ecuador, los voluntarios participaron en la formación profesional y en el terreno de 150 jóvenes emprendedores pertenecientes a microempresas. • Este programa de VC internacional es una herramienta que busca acercar a los colaboradores de la compañía con otras realidades sociales distintas de España. Las actividades del voluntario incluyen la elaboración de propuestas de proyectos y el trabajo social en las comunidades.
5. Unidad o Área Encargada (s)	Fundación Adecco, Responsabilidad Social Corporativa
6. Área temática del programa	Integración Laboral
7. Beneficiarios	Microemprendedores jóvenes y madres adolescentes
8. Criterios de Evaluación	Preselección de Candidatos (20 de 200 postulantes) Auditoría Externa sobre la ejecución de los programas
9. Socios o aliados	21 gramos (Marketing social) Properú (ONG) Casa Mantay (casa de mujeres madres jóvenes)
10. Información web	www.fundacionAdecco.es

2. Alicorp

1. Empresa	Alicorp
2. País Considerado	Perú
3. Actividad Económica	Sector Alimenticio
4. Descripción General y Objetivos	<p>El programa Los Niños de Alicorp es un programa educativo dirigido a las madres que se desempeñan dentro de la compañía, así como a las esposas de los operarios, para contribuir a mejorar el estado nutricional de sus hijos. El programa contempla campañas clínicas y jornadas de capacitación que son lideradas por los colaboradores de Alicorp que forman parte del cuerpo voluntario.</p> <p>Tiene dos grandes objetivos internos:</p> <ol style="list-style-type: none"> 1. Incrementar la satisfacción y orgullo del personal administrativo y operario de Alicorp, brindando herramientas para canalizar la solidaridad de los trabajadores. 2. Formar líderes positivos para la compañía, los cuales contribuirán en el mantenimiento de una buena reputación.
5. Unidad o Área Encargada (s)	RSE
6. Área temática del programa	Educación en nutrición infantil
7. Beneficiarios	Madres operarias y esposas de colaboradores de Alicorp y sus hijos
8. Criterios de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Encuesta preliminar sobre disponibilidad al voluntariado por parte de los colaboradores. • Encuesta de satisfacción al personal capacitado
9. Socios o aliados	Se ejecuta internamente
10. Información web	www.Alicorp.com.pe

3. Barclays

1. Empresa	Barclays
2. País Considerado	España
3. Actividad Económica	Banca
4. Descripción General y Objetivos	<p>El programa Banca para un futuro mejor fue iniciado en 2008, y se enfoca en el financiamiento de proyectos de educación y formación orientados a la integración social y laboral de personas en riesgo de exclusión en las comunidades autónomas de España. A nivel corporativo, el voluntariado es el principal vehículo de actuación de la Responsabilidad Corporativa. Este programa cuenta con prioridad estratégica dentro de la Responsabilidad Social Corporativa del Grupo durante cinco años (2008/2013), y tiene con un presupuesto global de US\$150.000.000 en los países donde opera.</p> <p>Se busca ayudar a las personas a salir de la pobreza, enseñándoles a administrar sus recursos y sus deudas, prestándoles consejo y asesoramiento, familiarizándoles e integrándoles en el sistema financiero, colaborando en su formación para facilitar su acceso al empleo, y aumentar el conocimiento de las posibilidades que el mundo financiero les puede ofrecer.</p> <p>El programa se relaciona con otros presentes en la compañía, por ejemplo, Cuenta conmigo y Ayudar es fácil.</p> <p>El VC se involucra con los objetivos estratégicos de RR.HH, entre los que cuentan el desarrollo del capital humano, el compromiso, el desarrollo de habilidades, la satisfacción, la integración, y el mejor conocimiento del entorno socioeconómico.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	Fundación Barclays
6. Área temática del programa	Educación financiera
7. Beneficiarios	Personas en riesgo de exclusión (personas con discapacidad, o que por motivos socioeconómicos, culturales, de género, edad, o salud corren el riesgo de ser excluidos).
8. Criterios de Evaluación	Grado de participación en actividades de voluntariado y captación de fondos (2008: 57.000 colaboradores aprox. en 31 países) Horas de Trabajo destinadas al VC
9. Socios o aliados	En 2007 se apoyó a 30 organizaciones de la sociedad civil de toda España.
10. Información web	https://www.Barclays.es/publico/contents/comunes/fundacionBarclays_home.jsp?lang=es_ES&torigen=particulares

4. BBVA

1. Empresa	BBVA
2. País Considerado	América Latina (Argentina, Chile, Colombia, México, Panamá, Paraguay, Perú, Puerto Rico, Uruguay, Venezuela)
3. Actividad Económica	Banca
4. Descripción General y Objetivos	<p>El programa Niños Adelante es un programa de becas de integración que tiene como origen el interés de la empresa por focalizar su acción social en el desarrollo de la educación primaria y secundaria. El programa se inició en 2007 y se ejecuta en 10 países de América Latina.</p> <p>El objetivo es impulsar la integración de niños de colectivos desfavorecidos a través de la educación. El modelo utilizado es el otorgamiento de becas (ayuda económica mensual para gastos) y material escolar, seguimiento escolar personalizado, y acompañamiento de voluntarios como tutores o colaboradores en las diferentes actividades relacionadas con el programa.</p> <p>Las actividades de voluntariado dentro del programa van desde las tutorías y seguimiento escolar de los niños beneficiados, hasta el apoyo en la mejora de las infraestructuras de los colegios.</p> <p>El Grupo BBVA apoya y fomenta el VC en todos los lugares donde está presente bajo la premisa de considerar como protagonistas a las personas que trabajan en el equipo de BBVA, quienes se han mostrado muy interesadas en colaborar con la educación de colectivos desfavorecidos con el fin último de mejorar las condiciones de vida de las personas, aspecto en el que coinciden la empresa y los colaboradores.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	La unidad de Comunicación y Marca y su departamento de Responsabilidad Corporativa
6. Área temática del programa	Educación primaria y secundaria
7. Beneficiarios	Niños en situación de desventaja social
8. Criterios de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Consulta previa a los colaboradores sobre sus intereses con la comunidad • Cantidad del personal que participa (2009: 2.091 voluntarios) • Montos de dinero aportados (2009: 13 millones solo para el programa de becas) • Número beneficiados (2009: 51.466 niños)
9. Socios o aliados	Se trabaja conjuntamente con organizaciones sociales en cada país. Colegios, organismos públicos, fundaciones, ONGs y Organizaciones de la sociedad civil: Fundación Claritas (Argentina); Hogar de Cristo (Chile); Asociación Benéfico Cristiana Prodein (Colombia); Secretaría de Educación Pública (México); Asociación de Damas Guadalupanas y Centro Comunitario para la promoción de la Cultura de El Chorrillo (Panamá); Instituto Oftalmológico Visión Superior y Fundación Alda (Paraguay); Instituto de Estudio peruanos y Ministerio de Educación (Perú); Organización Proyecto Nacer (Puerto Rico); DERES (Uruguay); Asociación Venezolana de Educación Católica, Avec, y Fe y Alegría.
10. Información web	http://ninosadelante.com/na/

5. CEMEX

1. Empresa	CEMEX
2. País Considerado	México
3. Actividad Económica	Construcción
4. Descripción General y Objetivos	<p>El programa de voluntariado es definido como aquel por el cual los colaboradores, incluyendo amigos y familiares, pueden contribuir de manera sustentable en la educación, el medio ambiente y el desarrollo de las comunidades en las que viven y operan los colaboradores.</p> <p>Para la compañía, los objetivos internos son: a) incluir en el ADN de CEMEX el compromiso social, b) alinear las iniciativas de voluntariado a la estrategia de Responsabilidad Social y, c) promover nuevos proyectos.</p> <p>Los objetivos externos son: a) fortalecer a CEMEX como Empresa Socialmente Responsable y, b) contribuir con la comunidad en su mejoramiento y en el alcance de sus propios objetivos.</p> <p>Los proyectos son promovidos por la misma compañía y también desde los propios voluntarios, en donde CEMEX asegura el presupuesto para su ejecución y capacitación. El voluntariado es una forma de vivir los valores corporativos de colaboración, integridad y liderazgo.</p> <p>El VC está implicado en los objetivos de formación del recurso humano en las áreas de formación de competencias: a) a nivel corporativo (competencias CEMEX), b) específicas de la área y/o de negocio y, c) humanas y sociales. Así, las áreas de actuación definidas por medio del VC tienen competencias asociadas a dichas áreas.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	Responsabilidad Social y Relaciones con la Comunidad
6. Área temática del programa	Desarrollo de infraestructura comunitaria, educación para el autoempleo y cuidado y preservación del medio ambiente
7. Beneficiarios	Escuelas y Comunidades del entorno.
8. Criterios de Evaluación	<p>Porcentaje de participación (2008: 32% de los colaboradores)</p> <p>Horas de trabajo</p> <p>Actividades realizadas</p> <p>Desarrollo de la comunidad de Voluntarios CEMEX México en Plaza, herramienta de voluntariado (administración y reportes) y herramienta de aportaciones voluntarias (para programas y desastres naturales).</p>
9. Socios o aliados	Entidades de gobierno, universidades (para la capacitación) e instituciones.
10. Información web	www.CEMEXmexico.com

6. Deloitte

1. Empresa	Deloitte
2. País Considerado	México
3. Actividad Económica	Servicios de auditoría, impuestos, consultoría y asesoramiento financiero
4. Descripción General y Objetivos	<p>El programa Impact Day es un programa de inversión en la comunidad dentro del área de RSE, donde una vez al año los colaboradores tienen la oportunidad de contribuir al bien común por medio del voluntariado realizando actividades de apoyo a instituciones no lucrativas que atienden causas como el medio ambiente, la educación, atención a la niñez y la cultura. Éste responde a una planificación global que se replica en México, tal como se hace en los otros países en donde opera la firma.</p> <p>La empresa considera que el VC impacta por medio del desarrollo del orgullo de pertenencia, atracción de talento, generación de redes sociales, y reconocimiento público e integración. El voluntariado ha sido impulsado desde 2004 y, en 2009, participaron voluntarios en 22 eventos organizados por 13 oficinas a nivel nacional.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	Comité de RSE
6. Área temática del programa	Es diferente cada año.
7. Beneficiarios	Comunidades de las oficinas donde opera la firma.
8. Criterios de Evaluación	Seguimiento del Comité de RSE sobre la ejecución de los proyectos financiados.
9. Socios o aliados	
10. Información web	http://www.Deloitte.com/view/es_MX/mx/conozcanos/article/b82fe536a4ff5210VgnVCM100000ba42f00aRCRD.htm

7. EDGE

1. Empresa	EDGE
2. País Considerado	El Salvador
3. Actividad Económica	Educación Tecnológica
4. Descripción General y Objetivos	El programa de voluntariado tiene como objetivo apoyar en la educación de niños y jóvenes de El Salvador, brindando soluciones educativas fundamentadas en el uso relevante y efectivo de las TICs, cumpliendo, a su vez, con los estándares nacionales e internacionales. El programa busca a nivel interno: a) mejorar la integración del personal a nivel de departamentos y, b) despertar el interés por colaborar para otras personas sin esperar nada a cambio.
5. Unidad o Área Encargada (s)	Dirección Ejecutiva
6. Área temática del programa	Educación escolar
7. Beneficiarios	Niños y jóvenes
8. Criterios de Evaluación	Diagnósticos sobre necesidades de colaboración Seguimiento del proyectos Porcentaje de participación (2009: 25%)
9. Socios o aliados	Centro de Capacitación Hilasal Fundemás Glasswing International
10. Información web	www.edge.com.sv

8. ENDESA

1. Empresa	ENDESA
2. País Considerado	España y América Latina (Argentina, Brasil, Chile, Perú y Colombia)
3. Actividad Económica	Energía
4. Descripción General y Objetivos	<p>A. ENDESA</p> <p>El voluntariado corporativo es una palanca estratégica, dentro del desarrollo sostenible, en la generación de valor para la empresa, la comunidad y los colaboradores. El VC tiene un rol en la acción social de la compañía: a) contribuye al desarrollo de las comunidades y, b) las experiencias de VC se transfieren al conjunto de la Empresa. En este proceso, definido globalmente, se busca que los proyectos se adapten a la sensibilidad y necesidades locales.</p> <p>B. PROGRAMAS LOCALES</p> <ul style="list-style-type: none"> • ENDESA Solidarios, ENDESA, España. Esta iniciativa consiste en la implantación de un canal de colaboración para los colaboradores que facilita recaudar donaciones para proyectos solidarios liderados y seleccionados por ellos mismos, así como el fomento y formación en acciones de voluntariado. En 2008 participaron más de 500 trabajadores lo que hizo posible la recaudación de más de 60.000 euros, destinados a proyectos sociales. • Compartir, AMPLA, Brasil: Este programa incluye: días de acción voluntaria (reforma en instalaciones eléctricas y en la estructura de instituciones), campañas de donación y Papá Noel Voluntario. Las acciones se desarrollan principalmente para instituciones sociales que atienden niños hasta 12 años y sus familias en las regiones más carentes del área de concesión. Las acciones refuerzan el programa de RSE Conciencia Ampla que trabaja en la formación de ciudadanos conscientes sobre consumo de energía y preservación ambiental. Cuenta ya con 24.985 beneficiados, 13 instituciones sociales y han participado 928 voluntarios. • Chilectra, Chile. Actualmente se desarrollan varias actividades de voluntariado con el enfoque de generar un único programa de VC que agrupe los intereses de los trabajadores e implique el diseño de una metodología e indicadores. Entre estas iniciativas se puede considerar La Copa Chilectra programa que cuenta con la colaboración con UNICEF, la agencia de gobierno para la prevención del consumo de drogas, CONACE y la Fundación Iván Zamorano. Éste lleva ya varias versiones. • CODENSA-EMGESA, Colombia. En seis municipios de la gobernación de Cundinamarca, los colaboradores y sus familias donaron un regalo en Navidad (2008) a 600 niños. Los niños beneficiados se denominaron Ángeles y cada empleado tuvo la posibilidad de apadrinar a través de un listado que se publicó por la intranet de la empresa. El empleado compró un regalo para el niño apadrinado y se pudo inscribir para asistir a la entrega del mismo en compañía de su familia. • ENDESA Perú (Edelnor, Edegel, EEP SA, CAM Perú, Synapsis). El programa de VC busca que los colaboradores de estas empresas sean reconocidos como un grupo humano cohesionado, comprometido a realizar acciones solidarias que contribuyan a mejorar la calidad de vida de personas en extrema pobreza dentro de la zona de concesión de ENDESA y, a nivel nacional, cuando se vean afectadas por desastres naturales. Entre 2007 y 2009 se ejecutaron los siguientes proyectos: 2007: Ayuda a familia afectadas por el friaje en sierra sur y por terremotos; 2008: Construcción Colegio en zona afectada por terremotos; 2009: Siembra de árboles y plantas, y ropa para friaje en sierra sur

Continúa en la página siguiente

4. Descripción General y Objetivos	<ul style="list-style-type: none"> • ENDESA, Chile. El programa Colaborando con energía busca contribuir a mejorar las condiciones y expectativas de vida de personas en el área de educación escolar. El programa se articula por medio de World Vision Chile, que hace de puente entre la compañía y las escuelas involucradas. El voluntario lleva a cabo un trabajo de tutoría, habiendo recibido entrenamiento previamente. • ENERSIS, Chile. El Voluntariado Corporativo de ENERSIS contextualiza dos programas: a) Encumbra tu Idea y, b) Actividades de Desarrollo. Estos proyectos combinan la asistencia comunitaria con un programa de enseñanza infantil complementaria desarrollado por los voluntarios, y se llevan a cabo en la Escuela Miravalle de Peñalolén. En Encumbra tu idea, se procura convertir a los niños en los protagonistas y responsables de su propio desarrollo educativo y personal, enseñándoles valores, habilidades, capacidades y técnicas que son propios del mundo empresarial con el objetivo de entregar a los alumnos herramientas prácticas para la vida, así como prepararlos para enfrentar el mundo laboral. • EDESUR, Argentina. Los colaboradores desarrollan programas de reciclado para generar recursos y apoyo permanente para cooperar con la Fundación Garrahan perteneciente al Hospital de Pediatría Prof. Dr. Juan P. Garrahan, en sus actividades asistenciales, de docencia e investigación. Existe un programa de reciclado de papel y tapitas de plástico para la Fundación Garrahan y Hospital de Pediatría Prof. Dr. Juan P. Garrahan, así como un programa piloto de reciclado de cartón y envases de botellas de plástico. • ENDESA COSTANERA, Argentina. Los colaboradores participan en el programa Red Solidaria por medio del apoyo en donaciones de bienes e insumos para niños en riesgo de exclusión social que asisten a instituciones como el Comedor Padre Vasco y el Hogar Padre Hurtado.
5. Unidad o Área Encargada (s)	RSE, Recursos Humanos, Calidad, Medio Ambiente, y Comités Locales
6. Área temática del programa	Es un conjunto de actividades determinadas por la naturaleza de las necesidades en el lugar de operación.
7. Beneficiarios	Grupos definidos por la empresa y sus colaboradores en el lugar de operación.
8. Criterios de Evaluación	La compañía sugiere una ruta para el desarrollo del VC, que contempla: a) promover la reflexión interna en la empresa (misión y RSE), b) creación del Comité de Trabajo, c) planificación y definición de recursos, d) encuesta colaboradores y difusión de la idea, e) diálogo con la comunidad y definición de tipos de ayuda, f) cruce de la información y definición del proyecto, g) puesta en marcha, h) refuerzo de las prácticas, i) reconocimiento y comunicación y, j) intercambio de experiencias y conocimientos con otras empresas y organizaciones.
9. Socios o aliados	Los definidos por las empresas de cada país.
10. Información web	http://www.ENDESA.es/

9. General Motors Colmotores

1. Empresa	General Motors Colmotores
2. País Considerado	Colombia
3. Actividad Económica	Automotriz
4. Descripción General y Objetivos	<p>El voluntariado corporativo se enmarca en la promoción de una cultura de solidaridad y participación al interior de la organización, la cual, a su vez, es proyectada en beneficio de comunidades vulnerables.</p> <p>El voluntariado de donación de tiempo libre para la realización de actividades sociales y humanitarias parte del reconocimiento de necesidades e intereses de las partes que en él convergen, y busca estar alineado a los Objetivos del Milenio de Naciones Unidas.</p> <p>Por cada 50 horas de voluntariado, GM Corporation dona 250 dólares a fundaciones que son parte del programa. Adicionalmente, los colaboradores realizan donaciones económicas mensuales (en forma permanente) para apoyar programas educativos en beneficio de niños y jóvenes en condición de preza y/o vulnerabilidad por temas asociados al conflicto armado. Por cada peso donado por los colaboradores para programas educativos, la empresa dona un peso adicional para la realización de los mismos.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	Responsabilidad Social – Vicepresidencia Recursos Humanos
6. Área temática del programa	Educación, gestión para el fortalecimiento institucional, construcción de casas prefabricadas, capacitación técnica, recreación, salud y protección del medio ambiente.
7. Beneficiarios	Niños, jóvenes y comunidades en situación de vulnerabilidad.
8. Criterios de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • % Participación de colaboradores voluntarios donantes de tiempo (Del 10% en el 2000 al 50% en el 2009) • Horas de trabajo voluntario (44.000 horas acumuladas a partir del 2000) • Donaciones de la empresa asociadas al voluntariado (USD\$203.000) • % Colaboradores donantes de dinero para proyectos educativos (76%) • Cantidad de beneficiarios (Cerca de 3000 personas por año)
9. Socios o aliados	20 fundaciones
10. Información web	http://www.chevrolet.com.co/empresa/empresa-responsabilidad-social.html

10. Gerdau

1. Empresa	Gerdau
2. País Considerado	Brasil
3. Actividad Económica	Energía
4. Descripción General y Objetivos	La empresa se compromete con la sociedad, personalmente o en su representación, en el trabajo voluntario en beneficio de la comunidad, constituyendo un eje del ejercicio de la ciudadanía de los colaboradores. Se les capacita para el trabajo conjunto con estamentos de apoyo (educadores, por ejemplo). Existe un programa de educación, un programa relacionado al medio ambiente y otro que colabora con el Movimiento Todos por la Educación.
5. Unidad o Área Encargada (s)	Instituto Gerdau
6. Área temática del programa	Como eje estratégico, la educación (alfabetización y lectura) y, en segundo lugar, la concientización ambiental (agua, energía, residuos). El canal de TV aborda: DD.HH., cultura brasileña, medio ambiente, educación sexual, prevención de drogas, formación profesional, emprendimiento, etc.
7. Beneficiarios	Programa Más allá de las letras: 65 municipios, Programa Biblioteca Virtual: 100.000 beneficiarios, programa Canal Futura: emisiones para 73 millones.
8. Criterios de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Montos de dinero (19,5 millones de euros en 2008). • Cantidad de voluntarios (9.200 voluntarios en 2008) • Donaciones (se alinea con el Movimiento Todos por la Educación y las 5 metas para mejorar la calidad de la educación básica en Brasil a 2022. Libros donados: 600.000).
9. Socios o aliados	Administraciones Públicas, Empresas de la industria, Empresas colaboradoras (editoriales, canales TV ONGs, Redes Ciudadanas)
10. Información web	http://www.Gerdau.com.br/meio-ambiente-e-sociedade/sociedade-voluntario-Gerdau.aspx

11. Grupo Santander

1. Empresa	Santander y aliados del programa Banco na Escola
2. País Considerado	Brasil
3. Actividad Económica	Banca
4. Descripción General y Objetivos	<p>El VC está compuesto por programas propios, y también apoya otras iniciativas, como es el caso del programa Banco na escola: Alianza Social para la Educación, el cual constituye una iniciativa específica de varias instituciones (en 2009 éstas son Grupo Santander, Citi, Fundação Itaú Social e Instituto Ibi) que tienen el compromiso de contribuir con la calidad de la educación en la escuela pública con un componente de voluntariado.</p> <p>El VC también se manifiesta a través de campañas específicas y el apoyo que entrega el banco a tres ONGs creadas por funcionarios de la empresa.</p> <p>El objetivo de Banco na Escola se enfoca en la gestión participativa de los recursos entregados a las escuelas. El banco se involucra con la gestión financiera: los funcionarios del banco comparten sus conocimientos como voluntarios en la capacitación de alumnos, profesores y de la comunidad en general sobre asuntos relacionados con la gestión escolar. Los directores, consejeros y otros miembros de las escuelas que trabajan en relación con los temas de gestión y fiscalización de los recursos escolares, también participan en los cursos entregados. Los temas abordados en los cursos se relacionan con: gestión pública, gestión democrática y participativa de la escuela, entre otros.</p> <p>El Banco Santander y las instituciones comprometidas en la Alianza Social para la Educación consideran que el éxito en la escuela es fundamental para el desarrollo personal y social; que la baja escolaridad y la falta de acceso a los códigos de la modernidad tiene un impacto en la producción y en la capacidad de inserción competitiva en un contexto de economía globalizada; y que las organizaciones tienen la responsabilidad social de hacer una diferencia y compartir sus conocimientos de sus áreas de actuación. Para llevar a cabo las actividades en las escuelas, los participantes reciben capacitación y entrenamiento previos.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	Alianza Social para la Educación, del cual Grupo Santander es uno de sus miembros.
6. Área temática del programa	Educación y formación de establecimientos escolares y administraciones locales
7. Beneficiarios	Directivos y profesionales de escuelas y municipios
8. Criterios de Evaluación	Cada año el programa emite un informe que relata objetivos, cantidad de participantes y fechas de cada actividad realizada para su seguimiento. Las líneas de trabajo auditadas son: reuniones entre aliados y la Secretaría Municipal de Educación de Sao Paulo; voluntarios; actividades de VC; comunicación, divulgación y consolidación de imagen del programa, monitoreo y evaluación, y desarrollo de nuevos proyectos.
9. Socios o aliados	Ministerio de Educación, La secretaria Municipal de Educación de Sao Paulo, Coordenação do Orçamento Participativo, y Unicef. El socio ejecutor del programa es la Oficina de Ideas y Marketing Cultural.
10. Información web	www.banconaescola.com

12. Iberdrola

1. Empresa	Iberdrola
2. País Considerado	España y países donde opera
3. Actividad Económica	Energía
4. Descripción General y Objetivos	<p>El programa de VC de Iberdrola busca canalizar el espíritu solidario de los colaboradores diseñando estrategias que alienten la participación voluntaria en proyectos alineados con los valores corporativos. Dentro de sus objetivos se encuentra mejorar la calidad de vida de las personas, reforzar el sentido de pertenencia e identificación del empleado con la organización, el refuerzo del compromiso, la solidaridad, la responsabilidad y el trabajo en equipo, el refuerzo de las políticas de RRHH y establecer una contribución dentro de la RSE.</p> <p>La colaboración se lleva a cabo fuera del horario de trabajo y se concentra en actividades desplegadas a lo largo de España y, también, en terceros países como Perú y Guatemala.</p> <p>Previamente, en 2005, se efectuó un sondeo para conocer la opinión de los profesionales de Iberdrola. La mayoría de los colaboradores manifestó una predisposición muy favorable a la puesta en marcha del programa, estableciéndose las prioridades de las iniciativas. Actualmente, el programa cuenta con un portal interno para facilitar el VC entre sus colaboradores y jubilados.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	Dirección de Recursos Corporativos
6. Área temática del programa	Discapacidad, Energía, Situaciones de Emergencia, Medio Ambiente, proyectos propios.
7. Beneficiarios	Personas con discapacidad, niños con dificultades y adultos mayores, colectivos desfavorecidos y afectados en situaciones de emergencia en España. Medio ambiente y públicos propuestos por los propios colaboradores.
8. Criterios de Evaluación	Monitoreo y seguimiento de las actividades realizadas Porcentaje de participación de colaboradores
9. Socios o aliados	Fundación CHANDRA y ONGs socias y Fundaciones socias
10. Información web	http://www.iberdrola.es/

13. Iberia

1. Empresa	Iberia y ONG Mano a Mano
2. País Considerado	España
3. Actividad Económica	Transporte
4. Descripción General y Objetivos	<p>Mano a Mano es una iniciativa de los colaboradores de Iberia, mediante la cual ellos aprovechan los recursos de la empresa para enviar ayuda humanitaria a los países que se han visto afectados por catástrofes naturales, o, en otros casos, el traslado de niños y sus familiares a España para que puedan ser intervenidos quirúrgicamente, entre otras iniciativas. Para la empresa, el programa de VC tiene como finalidad facilitar la movilización del talento, tiempo y energía de sus colaboradores a favor del desarrollo social de las comunidades donde opera.</p> <p>Los colaboradores de Iberia fundaron la ONG Mano a mano en 1994 para aprovechar los recursos de la compañía enviando ayuda humanitaria a aquellos países que lo necesitan, en especial los espacios libres que quedan en la bodega de los aviones de Iberia o en los equipajes de tripulantes de cabina. Se ha enviado ayuda humanitaria en forma de alimentos, ropa, calzado, material escolar y sanitario, y juguetes, entre otros, dentro de proyectos de ayuda que se desarrollan en España, América Latina y África.</p> <p>Además de aprovechar los espacios libres en la bodega de los aviones o en los equipajes de tripulantes de cabina para enviar esta ayuda, Iberia ha puesto a su disposición aviones completos para transportar la carga o el material médico. La ONG también ha colaborado en la reconstrucción de viviendas derruidas por catástrofes naturales.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	ONG Mano a Mano
6. Área temática del programa	Transporte de bienes
7. Beneficiarios	Personas con necesidades de España, Argentina, Cuba, Chile, Ecuador, Guatemala, Guinea Ecuatorial, Mozambique, Sudáfrica, Nicaragua, Panamá, Perú, República Dominicana.
8. Criterios de Evaluación	Análisis y control de gastos producidos en el proyecto, grado de justificación de los gastos, evaluación de proyectos presentados, ejecución total de las donaciones internas y externas.
9. Socios o aliados	Empresas, ONGs y organismos oficiales de los países receptores de la ayuda.
10. Información web	http://www.manoamano.net/

14. IBM

1. Empresa	IBM
2. País Considerado	España
3. Actividad Económica	TICs
4. Descripción General y Objetivos	<p>La empresa lleva a cabo la plataforma de Voluntariado On Demand Community desde 2003. Reúne la filantropía corporativa y el voluntariado, con colaboradores y personal retirado. Se trata de ofrecer a escuelas y ONGs un set de tecnología con programas educativos globales ya probados.</p> <p>A través de esta herramienta de colaboración, IBM aúna su experiencia en tecnología y en responsabilidad social para ofrecer a sus colaboradores un amplio conjunto de herramientas, recursos, información y soporte destinado a aumentar el valor de las actividades de voluntariado que realicen.</p> <p>El compromiso social promovido por el programa entre los colaboradores de la compañía tiene una estrecha relación con los valores de la empresa: a) dedicación al éxito de cada cliente, b) innovación importante para la compañía y para el mundo, c) confianza y responsabilidad personal en toda relación.</p> <p>Para la compañía los beneficios son: mejora del clima y la cohesión internos, personal motivado e identificado con la organización, aumento del sentido de pertenencia a la empresa, disminución de la rotación, integración de los distintos colectivos que trabajan en la empresa, que los colaboradores sean quienes conocen la comunidad en la que viven, proyección social en la comunidad, multiplicadores de corrientes de opinión positiva, desarrollo de habilidades sociales de comunicación, establecimiento de contactos con futuros clientes: administraciones públicas, entidades sociales y otras empresas.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	Corporate Citizenship and Corporate Affairs
6. Área temática del programa	Educación
7. Beneficiarios	Estudiantes y profesores centros educativos, ONGs y grupos socialmente desfavorecidos.
8. Criterios de Evaluación	<p>Colaboradores registrados a nivel global y local</p> <p>Horas de VC a nivel global y local (22% en España, información 2008-2009)</p> <p>Encuestas de satisfacción a colaboradores y hojas de evaluación a entidades beneficiarias</p> <p>Seguimiento de los proyectos</p>
9. Socios o aliados	ONGs, ONLs y centros educativos.
10. Información web	http://www.ibm.com/ibm/ibmgives/grant/giving/demand.shtml www.ibm.com/es/rsc/ciudadania_corporativa/programas/voluntariado_corporativo/

15. KPMG

1. Empresa	KPMG
2. País Considerado	España
3. Actividad Económica	Servicios de auditoría, impuestos y asesoría
4. Descripción General y Objetivos	<p>El programa Engage Valencia busca apoyar la educación de jóvenes con dificultades y que los alumnos cuenten con un refuerzo escolar, aumentando así su motivación para participar en el sistema educativo, favoreciendo el trabajo en equipo, mejorando la autoestima de los estudiantes, y estimulando la motivación, el desarrollo de habilidades personales y el orgullo de pertenencia en los colaboradores.</p> <p>El proyecto está enmarcado en el compromiso con la educación y en línea con uno de los valores corporativos de la empresa: "Estamos comprometidos con la comunidad".</p> <p>Engage es un proyecto internacional de VC en el cual participan diferentes compañías. En Valencia, los voluntarios, a través de Fundar, participan ayudando a jóvenes en distintas situaciones, acercándoles al mundo de la empresa y transmitiéndoles valores de esfuerzo y responsabilidad, o colaborando en las prisiones con reclusos en vías de inserción, preparándoles para su posterior incorporación al mundo laboral.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	Fundación KPMG
6. Área temática del programa	Apoyo Escolar
7. Beneficiarios	Jóvenes con dificultades
8. Criterios de Evaluación	<p>Estudios de resultados proporcionados por Fundar</p> <p>Comunicaciones informales con los voluntarios involucrados</p> <p>Grado de participación de colaboradores</p> <p>Cantidad de beneficiarios (1329 beneficiados en la Comunidad Valenciana en 2008-2009)</p>
9. Socios o aliados	Engage, FUNDAR
10. Información web	http://www.engageyouremployees.org/ http://www.engageyouremployees.org/key-cities/programmes/engage-valencia/

16. la Caixa

1. Empresa	la Caixa
2. País Considerado	España
3. Actividad Económica	Caja de Ahorros
4. Descripción General y Objetivos	<p>La finalidad del programa voluntariado es el fomento del voluntariado entre las personas que tienen o han tenido relación laboral con la Caixa, como vía de participación en la Obra Social de la entidad y desarrollo de la RSE. Para ello se impulsó la creación de 45 asociaciones de voluntarios de "la Caixa" en las que ya participan más de 3.000 personas empleadas, jubiladas, familiares y amigos, que actualmente asesoran y apoyan a estas asociaciones y les aportan recursos económicos para financiar sus actuaciones de VC. Las juntas directivas de cada asociación de voluntarios eligen sus ámbitos de actuación, las entidades sin ánimo de lucro cercanas con las que desean colaborar y los proyectos que desean ofrecer a sus socios y voluntarios desarrollar. Las 45 asociaciones de voluntarios, con acción en 46 provincias españolas, realizan una amplia diversidad de actividades, puntuales o regulares: asistencia a personas necesitadas, actividades lúdicas con personas en riesgo de exclusión social, educación de integración, colaboración en entidades sociales, medioambientales, campañas de Navidad, y voluntariado internacional.</p> <p>Este modelo descentralizado permite que todos los colaboradores de "la Caixa" que trabajan en más de 5.000 oficinas en España puedan participar del voluntariado corporativo de la entidad y que sean las asociaciones de voluntarios de "la Caixa" las que se contacten con las organizaciones sin ánimo de lucro de su provincia y definan actividades a realizar, adecuando a cada localidad las acciones que se impulsan.</p> <p>Adicionalmente, el programa propone acciones conjuntas para todas las asociaciones de voluntarios, fomenta que los voluntarios participen en otros programas sociales de Fundación "la Caixa" y coordina el voluntariado internacional de los voluntarios de "la Caixa" en proyectos de cooperación internacional en países en vías de desarrollo.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	Obra Social la Caixa
6. Área temática del programa	Asistencia de personas con diferentes necesidades sociales
7. Beneficiarios	Niños y adultos con discapacidades físicas, psíquicas, sensoriales, niños en riesgo de exclusión social, personas mayores dependientes, etc.
8. Criterios de Evaluación	<p>Numero de colaboradores, jubilados y familiares apuntados al programa</p> <p>% respecto plantilla de "la Caixa"</p> <p>Número de actividades realizadas</p> <p>Número de participaciones de los voluntarios en las actividades</p>
9. Socios o aliados	Entidades sociales beneficiadas
10. Información web	http://obrasocial.lacaixa.es/voluntariado/voluntariado_es.html

17. Nejapa Power Co.

1. Empresa	Nejapa Power Company (Cenergica)
2. País Considerado	El Salvador
3. Actividad Económica	Energía
4. Descripción General y Objetivos	<p>Inicialmente, el programa Volunteer Initiative Program buscaba fomentar la participación de los colaboradores de la empresa en los programas sociales que la compañía realizaba (entregas de paquetes escolares, festejos infantiles). Desde el 2008, y con el apoyo del programa de voluntariado Crisálida de Glasswing International, realizó un giro importante. Actualmente el objetivo del proyecto es potenciar al máximo la participación en el VC resolviendo necesidades de la comunidad (revitalización de centros escolares, remodelación de espacios públicos, jornadas de reforestación), brindando espacios de participación a las familias de los colaboradores, aprovechando y descubriendo los talentos del personal, fortaleciendo el trabajo en equipo y colaborando con los miembros de la comunidad y otras instituciones.</p> <p>Por medio del VC, la empresa busca transmitir los valores de integridad, responsabilidad, seguridad, excelencia e innovación, en el marco de la política de RSE con las comunidades aledañas.</p> <p>Desde la participación de Crisálida, el VC involucra el fortalecimiento de los equipos de trabajo.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	Gerencia de Comunicaciones
6. Área temática del programa	Desarrollo social comunitario
7. Beneficiarios	Comunidades aledañas
8. Criterios de Evaluación	<p>Cantidad de participantes</p> <p>Personas beneficiadas</p> <p>Inversión/beneficio</p> <p>Número de obras realizadas</p> <p>Encuesta de satisfacción realizada por Glasswing (logística, relación-percepción de la empresa, etc.)</p>
9. Socios o aliados	Glasswing International-Crisálida AmCham
10. Información web	http://www.crisalida.org/

18. Novartis

1. Empresa	Novartis
2. País Considerado	España
3. Actividad Económica	Farmacéutica
4. Descripción General y Objetivos	<p>El programa de acción social contempla múltiples iniciativas de VC, entre las que destacan el Euro Solidario y Día de la Solidaridad. La primera consiste en la donación voluntaria de los colaboradores de Novartis de un euro de cada una de sus nóminas a una ONG, aportando la compañía la misma cantidad recaudada. El Día de la Solidaridad consiste en que un día al año, los trabajadores de Novartis cambian la oficina o la fábrica por labores de voluntariado para ayudar a las comunidades locales donde Novartis está presente.</p> <p>Se considera como una herramienta para el entrenamiento del personal, y de retención y captación de talento, además de ser clave para reforzar el compromiso personal y el valor de marca, constituyendo un salario emocional que contribuye a que los colaboradores se identifiquen con la empresa y con su marca.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	RSE, Comunicaciones Internas
6. Área temática del programa	Salud
7. Beneficiarios	Comunidades locales
8. Criterios de Evaluación	
9. Socios o aliados	Cruz Roja, Aldeas Infantiles, Save The Children, ONGs Locales Del Ámbito Sanitario, Caravana Solidaria a África Occidental, entre otras.
10. Información web	http://www.es.Novartis.com/portales/web/es/apartados/menuprincipal/06_compromiso_social/subhome_flash.html

19. Grupo OHL

1. Empresa	Grupo OHL
2. País Considerado	Brasil
3. Actividad Económica	Construcción, concesiones, medio ambiente, desarrollos e industrial.
4. Descripción General y Objetivos	<p>El proyecto Proyecto Escola busca humanizar el tránsito y promover la seguridad vial de jóvenes escolares a través de una educación fundamentada en valores y el aprendizaje de nuevas conductas que favorezcan la convivencia y el ejercicio pleno de ciudadanía.</p> <p>El proyecto está completamente operativo en los municipios del área de influencia de las autopistas gestionadas por Autovías, Centrovías, Intervías y Vianorte, pertenecientes a la red del Estado de São Paulo, y está previsto extenderlo paulatinamente a las nuevas concesiones federales de OHL Brasil situadas en los Estados de Minas Gerais, São Paulo, Paraná, Santa Catarina y Rio de Janeiro (Brasil). La participación en el programa se lleva a cabo durante el horario laboral. Los colaboradores de las concesionarias de OHL Brasil que desarrollan labores en el control de las autopistas -y por lo tanto tienen relación con el tema de la gestión de la seguridad en las citadas carreteras- son formados en aspectos de seguridad vial y prevención de accidentes para colaborar en el proyecto.</p> <p>El VC es considerado como una herramienta eficaz tanto para realizar proyectos con verdadero valor social para la comunidad, como para desarrollar y potenciar las capacidades de los colaboradores. Éste constituye un elemento que favorece el desarrollo de nuevas capacidades en los colaboradores, y potencia su crecimiento personal.</p> <p>El proyecto involucra tanto a la administración como las escuelas, comunidades locales y colaboradores del Grupo OHL, favoreciendo la formación y sensibilización social, y consolidando la posición de OHL Brasil como una empresa con vocación de permanencia en ese país, interesada en su desarrollo.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	Acción Social Grupo OHL (Madrid)
6. Área temática del programa	Educación
7. Beneficiarios	6.472 profesores y 128.535 alumnos de 199 escuelas participantes en el Proyecto de 48 municipios colindantes con las autopistas gestionadas por OHL Brasil.
8. Criterios de Evaluación	<p>Desde que se puso en marcha el proyecto se ha reducido la siniestralidad en las proporciones siguientes:</p> <ul style="list-style-type: none"> 49% las agresiones físicas en el ambiente escolar; 9% accidentes sin lesiones en la escuela; 23% accidentes con vehículos en el municipio; 54% accidentes de ciclistas; 68% accidentes de peatones, especialmente de jóvenes.
9. Socios o aliados	15 Direcciones Regionales de enseñanza, 44 Secretarías Municipales de Educación, Policía Militar Rodoviária, Universidade Estadual Paulista, Agência Reguladora de Transportes do Estado de São Paulo, Fundação para o Desenvolvimento da Educação, Ministério da Educação, Secretaria de Estado da Educação, Coordenadoria de Ensino do Interior, Diretorias de Ensino / Secretarías Municipais de Educação.
10. Información web	<p>www.ohl.es</p> <p>www.ohlbrasil.com.br</p> <p>Web del proyecto : www.projetoescolaintervias.com.br</p>



20. Pfizer

1. Empresa	Pfizer
2. País Considerado	México
3. Actividad Económica	Farmacéutica
4. Descripción General y Objetivos	<p>A nivel global, Pfizer desarrolla el programa Global Health Fellows, el cual recluta a colaboradores para que, en un periodo máximo de 3 meses, colaboren con una organización que trabaja en una comunidad necesitada de una zona en la cual la compañía tiene una organización aliada.</p> <p>El programa de VC Pfizer México se trabaja a partir de los resultados de la Convocatoria para Proyectos Sociales. Los colaboradores, junto con expertos evaluadores de proyectos sociales, anualmente donan su tiempo y experiencia evaluando y seleccionando los mejores 40 proyectos para que sean financiados (de un total de 200 proyectos que se reciben anualmente a través de la Convocatoria).</p> <p>Por medio de la Convocatoria se han financiado 185 proyectos de 133 Organizaciones de la Sociedad Civil. Del universo de 133 Organizaciones ganadoras de la Convocatoria, Pfizer identificó desde el 2008 a 10 Organizaciones que cumplieran con el perfil para ser aliadas directas del Programa de Voluntariado de Pfizer México.</p> <p>A través del lanzamiento de una campaña interna se da a conocer el programa, sus alcances y los requisitos para convertirse en voluntario. Aquellos voluntarios interesados envían al correo de la Coordinación de Responsabilidad Social (CRS) un mensaje solicitando mayor información. El equipo de la CRS responde con las opciones / vacantes que existen dentro de cada organización. En ese momento el Voluntario elige en qué organización y proyecto le gustaría participar. El proceso de reclutamiento incorpora al equipo Directivo de Pfizer, incluyendo a la Dirección General, esto con el fin de contar con el compromiso y soporte de los tomadores de decisión de la empresa.</p> <p>Este programa busca contribuir de manera activa a mejorar la calidad de vida de las comunidades en las que opera Pfizer y comprender mejor las principales necesidades de salud a las que se enfrentan.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	Dirección Regional de Asuntos Corporativos
6. Área temática del programa	Salud comunitaria
7. Beneficiarios	Personas de escasos recursos o grupos vulnerables en México.
8. Criterios de Evaluación	<p>Cantidad de personas beneficiadas: 350.000 personas</p> <p>Voluntarios evaluadores: 10% de los colaboradores</p> <p>Voluntarios en campo: 1%</p>
9. Socios o aliados	Las Organizaciones de la Sociedad Civil ganadoras de la Convocatoria para Proyectos Sociales de Pfizer.
10. Información web	http://www.Pfizer.com.mx/

21. Repsol YPF

1. Empresa	Repsol YPF
2. País Considerado	Argentina
3. Actividad Económica	Energía
4. Descripción General y Objetivos	<p>En Argentina, Repsol YPF gestiona el VC a través de la Fundación YPF. El programa tiene como antecedente Energía Solidaria y actualmente se denomina Energía Productiva. La filosofía del programa es consolidar los vínculos entre la empresa y la comunidad a través de acciones ligadas al desarrollo y a la sostenibilidad, con los colaboradores de la Compañía como líderes y mentores de los proyectos. La compañía expresa que el componente fundamental del éxito de estas iniciativas empresariales es la implicación personal de los colaboradores en la gestión del proyecto desde el inicio del mismo.</p> <p>El programa Energía Productiva apunta al desarrollo económico en distintas regiones del país convocando a un concurso abierto y competitivo con la expectativa de que los beneficios del desarrollo de los proyectos lleguen a toda la sociedad argentina. Un eje central es que colaboradores y contratados por YPF están invitados a participar del concurso de manera voluntaria para que puedan transferir a su entorno social sus conocimientos en tecnología y en gestión del área productiva. Se prevén dos modalidades de participación de sus colaboradores: a) como tutores, que tienen a cargo la interacción periódica con los responsables del proyecto y están atentos a las necesidades productivas que surjan. Por cada proyecto seleccionado se designan dos tutores, quienes deben vivir en la región donde el proyecto se desarrolla y, b) como consultores, que aportan conocimiento y capacidad de trabajo a través de comentarios y sugerencias hechas desde un Foro de Energía Productiva.</p> <p>A través de esta participación, la Fundación YPF espera que los tutores voluntarios se beneficien con el ejercicio de liderazgo y sientan mayor motivación. Por su parte, los consultores voluntarios desarrollan experiencia en la resolución de problemáticas reales.</p> <p>Con estas instancias de participación, los proyectos productivos se benefician con el aporte de profesionales expertos, quienes transfieren sus conocimientos y su capacidad de gestión.</p> <p>El objetivo fundamental es que los proyectos puedan generar empleo, tengan un potencial beneficio social y logren sustentabilidad una vez agotado el subsidio de la compañía.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	Fundación YPF
6. Área temática del programa	Micro emprendimiento
7. Beneficiarios	Organizaciones sociales seleccionadas en la convocatoria
8. Criterios de Evaluación	<p>Montos de dinero que financian proyectos (2008: \$623.760 pesos argentinos)</p> <p>Cantidad de proyectos (2001-2007: 219 proyectos, 2008: 8 proyectos)</p> <p>Participación de colaboradores en la elaboración de propuestas (2001-2007: 900 funcionarios)</p>
9. Socios o aliados	ONGs, Universidades y Consultores (etapa selección de proyectos)
10. Información web	http://www.ypf.com/

22. Telefónica

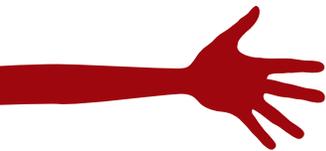
1. Empresa	Telefónica
2. País Considerado	Chile y América Latina (Argentina, Brasil, Colombia, Ecuador, El Salvador, Guatemala, México, Nicaragua, Panamá, Perú, Uruguay y Venezuela)
3. Actividad Económica	Telecomunicaciones
4. Descripción General y Objetivos	<p>A través del programa Proniño, Telefónica busca contribuir con la erradicación del trabajo infantil mediante la escolarización en América Latina. La iniciativa enlaza a los colaboradores a través del VC. Así, el programa integra dos ámbitos estratégicos: colaboradores y sociedad.</p> <p>Se busca potenciar el trabajo en equipo y fortalecer la cultura de los colaboradores en beneficio de la sociedad. Para ello, se ha desarrollado un compromiso formal expresado en la Declaración de Voluntariado que contiene los siguientes aspectos: a) garantizar que las actividades del voluntariado formen parte de la acción social oficial de la Compañía, b) informar acerca de las actividades del voluntariado por todos los canales de comunicación formales de la empresa y de los pasos a seguir para ser voluntario, c) incentivar desde las jefaturas la participación de los colaboradores en cada una de las actividades que organice el voluntariado, d) aplicar criterios de prevención y seguridad para los colaboradores en las actividades oficiales del voluntariado, e) establecer objetivos y metas que permitan al voluntariado organizar actividades desafiantes y con un real aporte a su comunidad y, f) comunicar la Declaración de Voluntariado a todos los colaboradores de la compañía.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	Asuntos Corporativos, RSE
6. Área temática del programa	Educación escolar
7. Beneficiarios	Niños y escuelas
8. Criterios de Evaluación	<p>Cantidad de Niños Beneficiados: 2008, 107.602 niños, niñas y adolescentes directamente.</p> <p>Cantidad de Centro educativos: 2.596 centros educativos (2.177 escuelas y 419 centros de atención)</p> <p>En Chile, los beneficiarios directos del programa en 2009 son 4.872 niños en un total de 34 escuelas municipales, y los beneficiarios totales, directos e indirectos, son los 18.881 alumnos que asisten a estas escuelas.</p> <p>Horas de trabajo voluntario (a agosto de 2009: 1746 horas)</p> <p>Evaluación del Clima laboral</p>
9. Socios o aliados	<p>ONGs ejecutoras de Proniño: a) Consejo de Defensa del Niño, CODENI, b) la Corporación Protectora de la Infancia, c) Vicaría de la Pastoral Social de los Trabajadores, de la Iglesia Católica.</p> <p>Municipios y Alcaldes.</p> <p>Redes de RSE y VC, como Acción RSE y América Solidaria. Organismos de gobierno: Ministerios del Trabajo, Educación y Salud, la Comisión Bicentenario y otras agencias de protección social.</p> <p>Agencias de Naciones Unidas como la OIT y Global Compact.</p> <p>Otras organizaciones como empresas, organismos e instituciones de promoción social.</p>
10. Información web	http://www.Telefónica.es/pronino

23. Timberland

1. Empresa	Timberland
2. País Considerado	España - global
3. Actividad Económica	Calzado
4. Descripción General y Objetivos	<p>El programa Global Stewardship está dentro de la estrategia de RSE de la compañía, que tiene como objetivos la reducción del impacto ambiental y el mejoramiento del desempeño en los lugares donde opera la empresa. Los desafíos del programa son: involucrar colaboradores y gerentes, comunicar y medir el impacto del negocio.</p> <p>Se realiza un proceso de selección de candidatos a través de un concurso para participar en los programas de voluntariado. Para incorporar un nuevo voluntario, se realiza una invitación a los colaboradores de las localidades donde está presente la empresa para que conozcan las oportunidades existentes. Una vez que presentan su solicitud, esta es revisada por el equipo de recursos humanos de la compañía. Posteriormente, el equipo de Global Stewards Review Committee revisa las postulaciones y selecciona a los candidatos para cada cargo, el cual tiene una duración de dos años. Los criterios de selección consideran aspectos tales como: experiencia del candidato en materia de servicio, innovación de sus propuestas y el nivel de cercanía que tienen con los colaboradores locales. Luego, las actividades de VC, orientadas dentro de proyectos de medio ambiente, sirven para desarrollar y entrenar al personal en cinco fases, que contienen objetivos e indicadores asociados a cada etapa.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	RSE
6. Área temática del programa	Medioambiente
7. Beneficiarios	Comunidades aledañas
8. Criterios de Evaluación	<p>Existen cuatro herramientas de evaluación:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Service Tool Kit, que provee información y herramientas para ejecutar con éxito servicios comunitarios entre 25 y 1000 voluntarios (identificación de objetivos, elaboración de planes y presupuestos, reclutamiento, detección necesidades comunitarias, selección de organizaciones, evaluación). • Community Investment Guide, para los programas de donaciones • Values Steward development opportunities, que es un sistema de desarrollo de valores por medio del VC, identificando cinco niveles de liderazgo y objetivos para cada nivel, incluyendo entrenamiento, horas de trabajo, entre otros elementos. • Service Scorecard, como sistema de monitoreo y seguimiento. Comprende indicadores de desempeño, agrupados en temas, categorías de temas, e indicadores asociados.
9. Socios o aliados	
10. Información web	www.earthkeeper.com/csr

24. Unilever

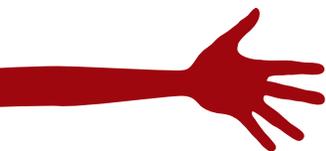
1. Empresa	Unilever
2. País Considerado	España
3. Actividad Económica	Higiene personal y del hogar, alimentación y helados
4. Descripción General y Objetivos	<p>El programa Voluntariado Corporativo de Unilever España tiene como objetivos: a) conseguir que los empleados de Unilever conozcan realidades sociales que sin el programa sería complejo que observarán, b) inculcar una cultura de responsabilidad social entre las personas que forman parte de la organización, c) contribuir a la mejora del entorno social más cercano a Unilever, d) desarrollar iniciativas sociales en equipo, e) aumentar el sentimiento de orgullo de pertenencia a la empresa entre los empleados.</p> <p>Se trabaja además con el Programa Mundial de Alimentos, proyecto prioritario para la compañía en el ámbito global. Esta modalidad de VC, más colectiva, se relaciona con otros programas, más individuales, como el Proyecto Coach (donde un voluntario de Unilever hace sesiones de coaching a un joven en riesgo de exclusión) o talleres de cocina y nutrición (donde el cocinero y la nutricionista enseñan conceptos básicos de cocina y nutrición a colectivos en riesgo de exclusión), talleres de yoga y Pilates para la Fundació Ludàlia, formada por discapacitados intelectuales.</p>
5. Unidad o Área Encargada (s)	Departamento de comunicación
6. Área temática del programa	Alineada a los negocios en los que opera Unilever y a las inquietudes y preferencias de los empleados
7. Beneficiarios	<p>3ª edad, infancia, países en vías de desarrollo, discapacitados, etc.</p> <p>En 2009 más de 100 personas se beneficiaron de este programa, se limpiaron 2 ríos catalanes, se ayudó a 90 familias con pocos recursos y se consiguieron 100.000 comidas para el Programa Mundial de Alimentos para niños de Kenia, Ghana, Indonesia y Colombia.</p>
8. Criterios de Evaluación	<ul style="list-style-type: none"> • Actividades realizadas • Número de beneficiarios • Número de voluntarios
9. Socios o aliados	Programa Mundial de Alimentos, Cáritas, Fundació Xamfrà Sant Miquel, Fundació Ludàlia, Fundació Èxit, Fundació IRES y Banco de Alimentos.
10. Información web	http://www.unilever.es/



Referencias bibliográficas

- Asociación Paz con Dignidad (2008). Atlas de la Energía en América Latina. Las inversiones de las multinacionales españolas y sus impactos económicos, sociales y ambientales.
- Acción RSE (2004) Guía de Voluntariado Corporativo. Chile.
- Boccalandro, Bea (2009). Is employee volunteering the management tool of the 21st century? Center of Corporate Citizenship at Boston College. <http://blogs.bccccc.net/2009/08/is-employee-volunteering-the-management-tool-of-the-21st-century/> consulta octubre, 2009.
- Business in the Community (2004). ENGAGE in Europe 2004, Report to the European Commission: Overview and Conclusions. Reino Unido.
- Business in the Community (s/d) Toolkit for Volunteering Programme. BITC England. www.bitc.org.uk/ consulta octubre, 2009.
- Center for Corporate Citizenship (2008) Mapping Success in Employee Volunteering. Boston College.
- Centro Europeo de Voluntariado (2006). Participación de nacionales de terceros países en el voluntariado como medio para mejorar la integración. España.
- CSR Europe, ENGAGE, European Alliance for CSR (2008). CSR Laboratories: Bringing the European Alliance on CSR to Life.
- Fundación Ethos (2009) Indicadores 2009. Brasil.
- Fundación Carolina (2009) La RSE de la empresa española en América Latina.
- Goldberg, Ruth (2001), Como as empresas podem implementar programas de voluntariado, Instituto Ethos.
- Global Corporate Volunteer Council (2009). Global Companies Volunteering Globally.
- Hardill, I. y Baines, S. (s/d) Inclusive Volunteering Toolkit. Economic and Social Research Council.
- Observatorio del Voluntariado Corporativo (2009). Informe Voluntariado Corporativo en España 2009.
- National volunteer skills centre (2007) Employee volunteering and CSR: job seekers perspectives. Australia.
- Porter, M. E. y Kramer, M.R. (2006) El vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa. Harvard Business Review.
- Reed, A.M., Reed, D. (2008) Partnerships for Development: Four Models of Business Involvement. Journal of Business Ethics.
- Timberland (2009) Engaging employees: Timberland's Global Stewards Program. 2009 Report. www.Timberland.com consulta octubre, 2009.





Anexo I: Cuestionario para la recolección de datos

Por favor, llenar la información requerida a continuación y enviar este formato a damiend@empresa.org. La información será utilizada para un estudio de casos de voluntariado corporativo en Latinoamérica y en España realizado por Forum Empresa y Fundar. Le invitamos a adjuntar todos los materiales que usted considere adecuados, particularmente si estos responden a los ítems más abajo.

Plazo: viernes 9 de octubre de 2009

NOMBRE DE LA EMPRESA:	
PRINCIPALES PRODUCTOS Y SERVICIOS:	
NOMBRE DE LA PERSONA QUE COMPLETA ESTE FORMULARIO:	
EMAIL:	CARGO:
CIUDAD:	TELÉFONO:
MEDIO POR EL CUAL PREFERE QUE SE LE CONTACTE:	PAÍS:
NOMBRE DEL PROGRAMA:	
ZONA GEOGRÁFICA DE EJECUCIÓN:	AÑO DE INICIO:
MISIÓN Y OBJETIVOS DEL PROGRAMA: ¿QUE PROBLEMA BUSCA RESOLVER?	
SISTEMA DE RECLUTAMIENTO DE VOLUNTARIOS:	
¿EL PROGRAMA SE INCRIBE EN UN CONJUNTO DE ACTIVIDADES DE VOLUNTARIADO DENTRO DE LA EMPRESA?	
¿CÓMO SE RELACIONA EL PROGRAMA CON LOS VALORES CORPORATIVOS DE SU EMPRESA?	
¿SE CONSIDERA QUE EL PROGRAMA ES UNA HERRAMIENTA DE ENTRENAMIENTO DE PERSONAL?	
GERENCIA O DEPARTAMENTO A CARGO DEL PROGRAMA:	
PERSONAL DE LA EMPRESA –PORCENTAJE– QUE PARTICIPA EN EL PROGRAMA DE VC:	
DESCRIBA LA COMUNICACIÓN INTERNA Y EXTERNA DEL PROGRAMA:	
CANTIDAD DE BENEFICIARIOS:	
SOCIOS PRINCIPALES Y SECUNDARIOS (ORGANIZACIONES INTERMEDIARIAS, ONGS, ETC.):	
CRITERIOS PARA LA SELECCIÓN DE SOCIOS:	
METODOLOGÍA DE SEGUIMIENTO DE LAS PRÁCTICAS Y DE MEDICIÓN DE RESULTADOS:	
RESULTADOS (ESPERADOS Y LOGRADOS) DEL PROYECTO DE VC PARA LA EMPRESA:	
RESULTADOS (ESPERADOS Y LOGRADOS) DEL PROYECTO DE VC PARA LOS VOLUNTARIOS:	
RESULTADOS (ESPERADOS Y LOGRADOS) DEL PROYECTO DE VC PARA EL PÚBLICO OBJETIVO:	
ASPECTOS A MEJORAR:	
LECCIONES APRENDIDAS:	
FUENTES DE INFORMACIÓN SECUNDARIAS SOBRE EL PROGRAMA:	

Gracias por su apoyo.





Retroalimentación

Por favor, háganos llegar comentarios sobre este estudio, solicitudes para ampliar la información o aclarar dudas y sugerencias sobre aspectos a profundizar en estudios futuros.

Escribanos un correo electrónico a:

info@empresa.org o jpoyatos@fundar.es

Muchas gracias.



