

# Guía para la puesta en marcha de un Programa de Voluntariado Corporativo para el Desarrollo

Edición CODESPA



# Guía para la puesta en marcha de un Programa de Voluntariado Corporativo para el Desarrollo

---

Edición CODESPA  
2011



#### **Autores**

---

Para la elaboración de esta publicación se ha contado con la participación de Macarena Morales, consultora especializada en Responsabilidad Social Corporativa. Silvia Loro, técnico de Empresa y Desarrollo de Fundación CODESPA. María Jesús Pérez, directora del departamento de Investigación e Innovación Social de Fundación CODESPA

#### **Fotografías**

---

*Fundación CODESPA*

*Fotografía de portada - Mar Maestre, Fundación CODESPA Filipinas*

Reservados todos los derechos. El contenido de esta obra está protegido por la leyes, que establecen penas de prisión y multas, además de las correspondientes indemnizaciones por daños y perjuicios, para quienes reprodujeran total o parcialmente el texto de este libro por cualquier procedimiento electrónico o mecánico, incluso fotocopia, grabación magnética, óptica o informática, o cualquier sistema de almacenamiento de información o sistema de recuperación, sin permiso escrito de los propietarios del copyright.

© 2011 Edición CODESPA

Diseño y maquetación: Pyma3Comunicación

# Índice

<b>ENTIDADES COLABORADORAS.....</b>	<b>7</b>
<b>CARTA DEL DIRECTOR .....</b>	<b>8</b>
<b>INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>10</b>
<b>LOS PROGRAMAS DE VC PARA EL DESARROLLO .....</b>	<b>13</b>
<b>FASES PARA LA PUESTA EN MARCHA DE PROGRAMAS DE VC CORPORATIVO PARA EL DESARROLLO .....</b>	<b>21</b>
<b>CONCLUSIONES.....</b>	<b>47</b>



# Entidades colaboradoras

## FUNDACIÓN CODESPA

**Fundación CODESPA** ([www.codespa.org](http://www.codespa.org)) es una organización no lucrativa, sin fines políticos ni religiosos, que cuenta con veinticinco años de experiencia en el ámbito de la cooperación internacional al desarrollo y cuyo presidente de honor es S.A.R. el Príncipe de Asturias.



Partiendo de la confianza en la capacidad humana para construir un mundo más equitativo y justo, su misión consiste en proporcionar oportunidades a las personas para que puedan, a través del trabajo, desarrollar sus capacidades y ser protagonistas de su propio desarrollo. Las áreas de especialización de CODESPA son el acceso a las microfinanzas, el mercado y la formación para el empleo. La fundación gestiona más de cien proyectos en diecisiete países de América Latina, Asia y África a través de nueve delegaciones internacionales.

## UNIÓN EUROPEA

La Comisión Europea es el órgano ejecutivo de la Comunidad Europea. Dirigida por 27 comisarios, se encarga de iniciar las propuestas legislativas y vela por el cumplimiento de los Tratados.



La Comisión se encarga también de administrar y ejecutar las políticas comunes y las relaciones comerciales internacionales. Asimismo, gestiona la asistencia exterior de la Unión Europea. Actualmente es la mayor entidad donante del mundo al servicio de los Objetivos del Milenio.

## FUNDACIÓN ROVIRALTA

Creada en 1959 por los hermanos D. Manuel y D. José María Roviralta, la fundación tiene por objeto la aportación de las rentas generadas por su patrimonio para la realización de fines altruistas y/o benéficos. Esta ayuda se presta fundamentalmente a las personas jurídicas que tengan fines benéficos, docentes o mixtos.



Desde 2001 Roviralta ha venido apoyando a CODESPA en proyectos de cooperación al desarrollo, sensibilización e investigación social.

## BOSTON CONSULTING GROUP

Boston Consulting Group (BCG) es una de las primeras y más prestigiosas consultoras a nivel internacional. En España, comenzó a trabajar en 1979 y en la actualidad cuenta con una sólida base de clientes y más de 180 consultores repartidos entre sus oficinas de Madrid y Barcelona.



La responsabilidad social forma parte de su cultura corporativa. De este modo, desde sus oficinas de Madrid y Barcelona están involucradas en una gran variedad de iniciativas que van desde el voluntariado, la financiación de proyectos sociales o la realización de proyectos "pro-bono".

# Carta del director

El año 2011 ha sido declarado 'Año Europeo del Voluntariado'. Con esta conmemoración, la Unión Europea pone de manifiesto su apuesta por el voluntariado como una herramienta para construir una ciudadanía más ética y una sociedad más justa. Este año se presenta como una oportunidad para elevar el voluntariado, en sus diferentes acepciones, y reconocer el valor que reside tras un concepto que alberga un importante componente humano.

Precisamente, dentro de las mencionadas acepciones, se encuentra un fenómeno que está cobrando un importante auge entre las grandes empresas españolas: el Voluntariado Corporativo (VC). Aún sin una definición consensuada sobre qué se puede o no considerar VC cuestión que probablemente sea positiva para dar cabida a la innovación, se trata, de una forma u otra, de aquel voluntariado que viene apoyado desde la empresa.

De cualquier modo, este movimiento ha contribuido a un acercamiento de posturas y diálogo entre sector privado y tercer sector ya que, entre las diversas iniciativas que pueden componer la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de las empresas, el Voluntariado Corporativo supone una acción activa directa y exige una interacción con las ONG y la sociedad. Así, se ha llegado a un punto en el que, de forma generalizada, las distintas partes reconocen los beneficios y el valor que reside en el Voluntariado Corporativo.

Sin embargo, las posibilidades del VC aun están por explorar. Todavía falta un giro que lleve a entender que los programas de VC pueden ser realmente estratégicos y que la inversión de tiempo, dinero y esfuerzos se puede rentabilizar. Precisamente, una de las cuestiones más interesantes del VC es que puede constituir una herramienta estratégica que contribuya a lograr uno de las barreras más difíciles con las que se encuentra la RSC: dar el salto hacia el resto de la organización.

No cabe duda de que la RSC es una cuestión ya instaurada en las grandes empresas. Se han creado departamentos de RSC, se elaboran reportes anuales y existen comités internos de RSC donde la dirección discute sobre las líneas a seguir. Pero lejos de las altas esferas de la empresa, los trabajadores, por lo general, desconocen el concepto de RSC y, cuando sí cuentan con una noción, acogen la idea con escepticismo. No se trata de ignorancia ni falta de visión. Es, simplemente, lo que experimentamos en una primera fase aquellos que hoy día somos defensores de que otro modelo de negocio es posible, a falta de ver materializada la teoría en la práctica.

Precisamente, por su intrínseco carácter activo y directo, el Voluntariado Corporativo puede llegar a ser una herramienta notablemente eficaz para conseguir dar ese salto con éxito: puede convertirse en una apropiada correa de transmisión de la RSC, en una de sus versiones más activas y tangibles, ya que se consigue la integración de los empleados en la consecución de objetivos sociales que las propias empresas persiguen.

La cuestión de 'rentabilizar' el VC cobra una nueva dimensión en el caso en el que los recursos de la empresa, incluidos sus profesionales, experiencia y conocimiento, se ponen al servicio de la erradicación de la pobreza en países en desarrollo. Si bien es cierto que, a priori, la inversión por persona es más elevada que en otro tipo de voluntariado, también lo es que los beneficios asociados, como el orgullo de pertenencia, la retención del talento o la imagen de la empresa, pueden ser exponenciales.

Y más allá de la gestión de los recursos humanos, podemos mencionar los posibles vínculos al negocio que se pueden encontrar gracias a la inmersión de los empleados en las comunidades, como podría ser la exploración de nuevos mercados y proveedores, la mejora del diálogo con los stakeholders o el desarrollo de productos y servicios sociales innovadores.

Desde nuestra experiencia de ya casi diez años en programas de VC para el Desarrollo, hemos comprobado que una buena gestión lleva a que este tipo de iniciativas evolucionen hacia otros modelos de colaboración entre empresa y ONG. En cierto sentido, un programa de VC para el Desarrollo puede ser una puerta de entrada para que las ONG tengan la oportunidad de orientar a las empresas hacia una RSC más vinculada a su estrategia y cuyos resultados sean más sostenibles: desarrollo de nuevas líneas de servicios y productos para la Base de la Pirámide, cadenas de suministro responsables, etc.

A pesar de que hay un número significativo de empresas españolas que trabajan esta línea de Voluntariado Corporativo, no todas conciben que puedan extraerse este tipo de beneficios. Y es que, si se busca extraer el máximo potencial, no cabe duda de que un fenómeno como el Voluntariado Corporativo conlleva una tremenda complejidad.

El marco que nos brinda la Unión Europea en 2011 es mucho más que una excusa para hablar de voluntariado. Tras diez años de historia, del programa de Voluntariado Corporativo para el Desarrollo de CODESPA, 'Profesionales para el Desarrollo', solicitamos a Boston Consulting Group asesoría para evaluar y aplicar mejoras a la iniciativa. Gracias a su colaboración y apoyo nace la presente guía, que no tiene otro sino el objetivo de aportar nuestro granito de arena a la innovación en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa para el Desarrollo (RSC+D).

En este momento incipiente en lo que respecta a la implantación de este tipo de iniciativas entre el sector privado español y europeo, es de gran importancia que los organismos especializados en voluntariado y Desarrollo actúen para definir los criterios de calidad y de maximización de valor para las organizaciones y, sobre todo, para las comunidades.



José Ignacio González-Aller Gross  
Director General de Fundación CODESPA



# Introducción

El proceso de globalización experimentado a lo largo de las últimas décadas ha llevado al establecimiento de un nuevo orden mundial en el que las grandes empresas han conseguido una posición de mayor influencia en el ámbito político y social y, por lo tanto, cuentan con más responsabilidad respecto a su contribución para solventar las principales barreras que impiden el desarrollo de la humanidad.

La erradicación de la pobreza, el bienestar futuro de las comunidades de zonas en desarrollo, la integración social de colectivos en riesgo de exclusión son, entre otros, algunos de los problemas globales más enraizados y que, por su misma complejidad, exigen de una acción conjunta por parte de los distintos agentes sociales.

En las últimas décadas, como consecuencia de diversos factores, gran parte del sector empresarial se ha ido implicando progresivamente en la búsqueda de soluciones a los mencionados problemas globales. Y en este sentido, el diálogo y acercamiento de posturas entre sector privado y tercer sector ha sido una de las claves para mejorar la contribución empresarial al desarrollo.

En la práctica, estas ideas se han materializado en políticas y actividades de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Y dentro de las distintas acciones que pueden componer una estrategia de RSC, el **Voluntariado Corporativo** se posiciona como una de las iniciativas que mejor ha materializado las teorías en acción.

## VOLUNTARIADO CORPORATIVO, CORREA DE TRANSMISIÓN DE LA RSC

Si bien la RSC está desde hace años instaurada ampliamente en las grandes empresas españolas, comunicar y hacer llegar sus políticas y acciones a la base de los empleados sigue siendo un desafío.

En muchos casos, gran parte de los trabajadores desconoce o acoge con escepticismo la labor social de su empresa. Según un estudio realizado en 2009 por la consultora Krauthammer en colaboración con la Universidad de Ámsterdam y la Universidad Erasmo de Rotterdam, "la RSC de las empresas no convence a sus propios empleados". Entre otras conclusiones, el informe desprende diferencias entre lo que los empleados buscan y necesitan y lo que las políticas e iniciativas de RSC ofrecen ya que, "lejos de ser pasivos observadores, los empleados están tomando un papel activo".

Se pierde, por tanto, el gran potencial de sensibilización y generación de impactos y resultados positivos que la RSC puede y busca tener.

Frente a ello, los programas de Voluntariado Corporativo (VC) se han convertido en una fórmula con potencial para acercar posturas. Son una alternativa en la que los empleados de la empresa se convierten en agentes activos de la RSC, transformando teoría en práctica. Precisamente por este carácter activo y directo, el Voluntariado Corporativo puede llegar a ser una herramienta eficaz para dar ese salto con éxito y alcanzar al conjunto de la empresa. Uniendo a la información, la motivación y la implicación de los empleados en la consecución de los objetivos sociales que la empresa persigue, se impulsa la creación de una cultura corporativa impregnada de responsabilidad social en la gestión integral de la entidad.

Dentro de las acciones de RSC que tienen como finalidad contribuir a la creación de oportunidades en países especialmente afectados por la pobreza (RSC+D), los **Programas de Voluntariado Corporativo para el Desarrollo** se posicionan como una de las iniciativas que, si bien aún son escasas, están cobrando importancia y visibilidad en los últimos tiempos.