



Voluntariado Corporativo

▶ Guía Práctica para Empresas



Guía para la elaboración de un programa de voluntariado empresarial

Esta es una publicación de Acción Empresarial,
Realizada con el apoyo del Instituto ETHOS- Brasil.

Con el auspicio de:



PHILIPS

Colaboración:
Instituto Ethos

Todos los Derechos Reservados

Su reproducción es permitida con autorización previa de Acción Empresarial

ABRIL 2004

ACCION EMPRESARIAL

Av. Vitacura 2808, Of. 901, Las Condes

Santiago – Chile

Tel: 562-4350135

Fax: 562-4350052

E-mail: info@accionempresarial.cl

Visite nuestro sitio en internet: www.accionempresarial.cl

Presentación

Cuando nuestro país se ha visto afectado por una catástrofe, los chilenos hemos sabido organizarnos y canalizar la ayuda necesaria hacia los más necesitados. En situaciones de emergencia, no escatimamos en gasto y el país entero se convierte en una cadena de ayuda y voluntariado. Nos transformamos, en definitiva, en una suma de gestos individuales que nos fortalece y une.

Cabe preguntarse, entonces, si esto ocurre a nivel del individuo, ¿qué pasaría en una empresa? ¿tendría el mismo efecto aglutinador? Es evidente en estos tiempos, que los temas laborales tienen mayor relevancia y han concertado el interés de las empresas por liderar políticas de alto impacto en este ámbito. El crecimiento y concientización –cada vez mayor- de la responsabilidad social corporativa también ha contribuido enormemente a que las compañías se preocupen e incorporen a su vida cotidiana prácticas laborales más amigables. Algunas multinacionales incluso han sido distinguidas y reconocidas públicamente por su compromiso y esfuerzo para generar un mejor lugar para trabajar.

Algunas de estas iniciativas, han contemplado en su matriz la ejecución de programas de voluntariado corporativo, visualizándose como una excelente oportunidad para canalizar los intereses de la empresa en torno a una determinada acción social, e incorporar –simultáneamente- a los trabajadores en la generación de vínculos con la comunidad. Entre los beneficios más inmediatos que instancias de este tipo reportan a la empresa, destacan un mejoramiento del clima organizacional, un fortalecimiento del vínculo entre la compañía y la comunidad y un desarrollo de las habilidades para trabajar en equipo.

Si bien en Chile, el tema del voluntariado corporativo en las compañías es relativamente nuevo, existen instancias de desarrollo que prometen buenos resultados a corporaciones de todos los tamaños y servicios.

Con la elaboración de esta Guía, Acción Empresarial quiere apostar –en definitiva- a la masificación de instancias de voluntariado corporativo que no solo contribuyen a la acción social del sector empresarial, sino que también permiten demostrar que las iniciativas de responsabilidad social, efectivamente, le generan valor a una compañía.

Si junto con ello podemos, además, elevar las cifras de voluntariado en Chile y alcanzar el desarrollo que tienen países como Brasil, Canadá y Estados Unidos en este ámbito, nuestra labor estará más que cumplida.



▪ Javier Irrarrazaval
Presidente
Acción Empresarial



Indice de contenidos

1.	¿Qué Entendemos por Voluntariado Corporativo?	7
2.	Principales Beneficios	8
3.	Tipos De Voluntariado	9
4.	Pasos Básicos Para Implementar Un Programa De Voluntariado	10
5.	Casos	24
	Anexo	29
	Voluntariado En Chile: Algunos Datos Importantes	

1. ¿Qué entendemos por

Voluntariado Corporativo?

La prestigiosa fundación norteamericana especializada en voluntariado, Points of Light, define el voluntariado corporativo como “cualquier medio formal u organizado utilizado por una compañía para animar y apoyar a sus empleados y jubilados a ofrecer voluntariamente su tiempo y habilidades al servicio de su comunidad.”¹

Según un informe de The Conference Board² titulado Corporate Volunteer Programs: Benefits to Business, un programa de voluntariado está constituido por cualquier tipo de apoyo, formal o informal, que la empresa brinda a los empleados (incluidos aquellos que se han jubilado) que deseen ofrecer en forma voluntaria su tiempo y/o sus habilidades al servicio de la comunidad.

El tipo de apoyo o soporte que la compañía ofrece, suele variar, pero generalmente incluye alguna de las siguientes formas:

1. Servir como fuente de información y agencia de referencia sobre oportunidades de voluntariado.
2. Desarrollar y gerenciar proyectos grupales de voluntariado con el empleado.
3. Llevar acabo actividades o programas de reconocimiento.
4. Construir entorno a los proyectos de voluntariado, programas de capacitación y desarrollo de recursos humanos.
5. Ofrecer subsidios monetarios a aquellos empleados que realizan actividades de voluntariado.³
6. Considerar la participación en voluntariado como una fortaleza en la evaluación de desempeño.

La expresión voluntariado corporativo, también es utilizada para designar la práctica del voluntariado en sí, sea realizada por un grupo de voluntarios ligados directa (funcionarios efectivos y tercerizados), o indirectamente (familiares de los funcionarios, ex funcionarios o jubilados) a una empresa.

Un programa de voluntariado corporativo, por tanto, es un conjunto de acciones orquestadas y sistemáticas que una compañía realiza con la finalidad de incentivar y dar apoyo al voluntariado empresarial o corporativo.

A nivel internacional, el voluntariado empresarial es una práctica común con ciertos años de experiencia. Así las cosas, se considera que una meta satisfactoria en este ámbito, sería contar con un 10% de los funcionarios de las empresas participando en programas de voluntariado; involucrándose por libre y espontánea voluntad, de manera eventual o constante, o realizando actividades relacionadas con sus habilidades específicas o actividades completamente distintas a éstas.

En definitiva, el voluntariado empresarial es un aliado importante para muchas empresas que quieren demostrar un compromiso real con las comunidades en donde operan. Y en la medida que las compañías escojan depositar sus esfuerzos más allá de la tradicional donación de recursos, el voluntariado corporativo se valida como parte importante de los programas de inversión social de las compañías.⁴

¹ Points of Light Foundation, “Developing a Corporate Volunteer Program. Guidelines for Success”, Washington, D.C., 1996.

² (Grupo empresarial y de investigación con sede en Nueva York.)

³ Cecilia Juárez, “Voluntariado del empleado: una alternativa de colaboración en la que todos ganan”. Ponencia del II Encuentro de Investigación y Desarrollo del Sector Social – Acompañando la construcción de una nueva identidad colectiva. Responsabilidad Social, Perspectivas y Desafíos (Córdoba, 19 y 20 de abril de 2001)

⁴ Business for Social Responsibility, www.bsr.org



2.Principales

Beneficios

El voluntariado corporativo es una vía estratégica que trae recompensas y genera valor para la empresa, la comunidad y los funcionarios.⁵

→ Para las empresas.....

- **Impacta positivamente** la imagen y reputación institucional;
- Ayuda a que los empleados desarrollen habilidades de liderazgo y trabajo en equipo;
- **Familiariza** a los empleados con la política y/o acciones de proyección social de la empresa, los identifica con ella;
- Genera un **sentimiento de orgullo** en los empleados hacia su empleador;
- **Mejora el clima** organizacional dentro de la empresa;
- Fomenta una **visión más integral** de la empresa;
- Fomenta la formación de **relaciones interinstitucionales** valiosas;
- **Fortalece el vínculo** entre la empresa y la comunidad con la que se relaciona.

→ Para los empleados/voluntarios...

- Genera o **fortalece un desarrollo integral** de los trabajadores;
- **Fomenta la solidaridad**, lo cual repercute no solo dentro de la empresa sino en los hogares y círculos sociales de los funcionarios;
- **Eleva la moral** de los empleados;

- **Facilita la experimentación** en áreas que llevan a descubrir nuevos valores, nuevas visiones, y que, en general, crean mejores personas;
- Mejora y **fortalece las habilidades** de trabajo en equipo, de interrelación y de liderazgo de los empleados.
- Se les brinda un **espacio confiable** para canalizar su inquietud social.

→ Para la comunidad en general....

- Logra un **crecimiento extensivo** del voluntariado, es decir, agranda la base de voluntarios disponibles. No sólo se involucran más personas, sino que además la experiencia es difundida por los participantes en sus círculos sociales: trabajo, familia, amigos, etc;
- **Sensibiliza** a aquellas personas que por lo general tienen una opción de vida más individualista que el promedio. Al lograr sensibilizar a trabajadores, y a la empresa, se generan cambios en su conducta, como por ejemplo, comienzan a considerar mucho más el impacto social que tendrán sus decisiones;
- **Fomenta la inversión social** de las empresas en la comunidad y en las organizaciones sin fines de lucro;
- **Acorta la brecha** social y económica entre personas de diferentes niveles socioeconómicos.

Las cifras también confirman los beneficios y retribuciones del trabajo voluntario. Diversos estudios, señalan que:

“En EE.UU. el 90% de los empleados informó que el trabajo voluntario les permitió desarrollar habilidades nuevas” y el “89% de los supervisores observó un comportamiento laboral más positivo entre los trabajadores que se desempeñaron como voluntarios”.⁶

- Otro estudio, realizado por el programa “Family Matters”, en el cual los empleados y sus familias pueden trabajar juntos en proyectos comunitarios, reveló que el “90% de los gerentes encuestados, creen que la imagen de la empresa ha mejorado debido a este programa y el 75% dice que la moral de los empleados también mejoró” (The Conference Board, EE.UU.).

⁵ www.trabajovoluntario.org

⁶ Fuente: Pillsbury, 1998.

 3. Tipos de

Voluntariado

Como en muchos temas, no existe una sola clasificación de los programas de voluntariado. Para efectos prácticos de esta guía, utilizaremos la caracterización realizada por el experto en voluntariado corporativo, Kerry K. Allen, presidente del IAVE (International Association for Volunteer Effort), que identificó 5 tipos de programas clásicos desarrollados en este ámbito:

2 Proyectos grupales.

Convertido en uno de los programas que otorga mayor visibilidad a la empresa, los proyectos grupales ofrecen una manera eficaz de focalizarse en proyectos específicos de corto plazo. Además, ofrece una mayor seguridad al trabajador que se decide a ser voluntario, ya que le brinda la oportunidad de trabajar junto a sus compañeros y amigos.

3 Tiempo libre.

En términos simples, significa permitir que los empleados involucrados en acciones de servicio a la comunidad, puedan tomar algunas horas de trabajo (rentadas) para realizar sus actividades voluntarias.

4 Personal en préstamo.

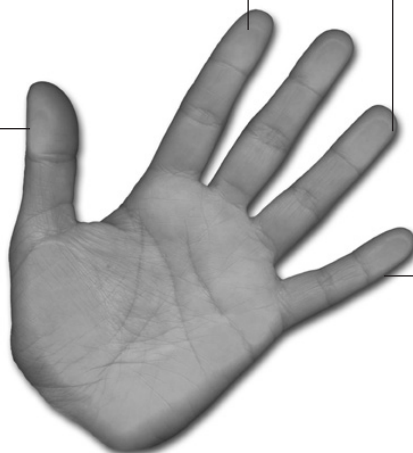
Una extensión natural de la categoría anterior. Significa “ofrecer” a los empleados -en préstamo- a una organización comunitaria para que colaboren en determinados proyectos por un período de tiempo que puede ir de una semana a varios meses. El funcionario puede desempeñarse como complemento de un staff existente para una iniciativa determinada (ej: colaborar con una campaña de recolección de fondos).

1 “Matching” individual.

Algunas empresas crean estructuras internas, dedicadas a hacer coincidir a cada empleado con trabajos específicos que requieren realizarse en una organización sin fines de lucro.

5 Permiso por servicio social.

Es un programa relativamente nuevo que implica liberar al empleado de sus responsabilidades de trabajo por un período de tiempo que puede ser hasta de un año. Durante este tiempo -aunque esto varía según la empresa- puede recibir salario completo, beneficios y garantía de retorno a su puesto (u otro similar) una vez finalizada la acción comunitaria.





4. Pasos Básicos para Implementar

Un Programa de Voluntariado



Los programas de voluntariado corporativo más exitosos, son los que se construyen sobre la base de la **integración** de las prioridades de la compañía, los intereses de los empleados, y las necesidades de la comunidad.

El proceso de elaboración de un programa de voluntariado empresarial, es una experiencia muy particular y depende mucho de las características de cada compañía.

No existe una receta única para construirlo, sí un conjunto de recomendaciones, y orientación básica para el camino a recorrer.

Los pasos presentados a continuación no necesariamente representan un desarrollo cronológico, pues algunos de ellos puede realizarse en forma paralela o uno antes que el otro, por tanto, lo que se enumera a continuación son momentos, no interacciones o simultaneidad en las fases del proceso.

RUTA BASICA ⁷

I. Promueva una reflexión dentro de su empresa sobre la misión de la organización y sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Conquiste aliados dentro de la jerarquía, defina prioridades institucionales y comience a trabajar –al interior– la idea de tener un programa de voluntariado.

II. Reúna un equipo de funcionarios y forme primero un comité de trabajo. El Comité debe mapear las acciones sociales ya realizadas por la empresa, identificar oportunidades e intereses de acción voluntaria, y proponer un plan de acción que también tenga en consideración las expectativas de los funcionarios.

III. Haga un ejercicio de planificación, y defina los recursos (financieros, materiales y humanos) con los que correrá la empresa, para que el programa de voluntariado se desarrolle en forma exitosa.

IV. Difunda ampliamente en la compañía la idea de fomentar un voluntariado a través del envío de una encuesta a los trabajadores. Mucho más allá de oficializar las intenciones en el área, la encuesta revelará las experiencias pre-existentes y los intereses del grupo.

V. Busque información sobre el tipo de ayuda que precisa recibir la comunidad.

VI. Reúna la información. Cruce los intereses de la empresa con los de los funcionarios y éstos con los de la comunidad, y diseñe un proyecto para hacer un programa de voluntariado.

VII. Ponga el programa en funcionamiento. Es hora de coordinar todo aquello que visualizó hacer.

VIII. Refuerce sus prácticas de valoración, reconocimiento y comunicación. Instituya políticas para esas áreas, pues ellas serán responsables de la mantención de gran parte del éxito del programa.

IX. Intercambie experiencias y conocimiento con otras empresas y organizaciones activas en el sector. Esto ayudará que su programa de voluntariado crezca en paralelo con los programas liderados por otras compañías.

⁷ Instituto Ethos, "como as empresas podem implementar Programas de Voluntariado", Sao Paulo, abril 2001.

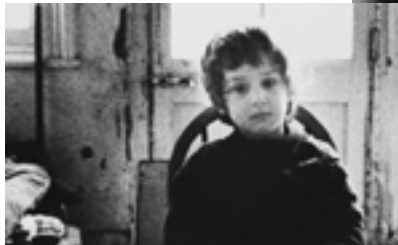
1. Preparando el Terreno

Promueva una reflexión dentro de su empresa sobre la misión de la organización y sobre la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Defina los objetivos de la empresa con el programa de voluntariado Conquiste aliados a nivel gerencial.

La construcción de un programa de voluntariado pasa necesariamente por una reflexión, por parte de la empresa, respecto de su misión, visión, valores, prioridades institucionales y su conducta en el campo de la RSE. De la misma forma, requiere la definición clara de los propósitos de la compañía con un programa de voluntariado y el análisis de las posibles interfases del programa con las prioridades institucionales de la corporación.

Si una empresa quiere ser reconocida por su compromiso con el crecimiento del país, un programa de voluntariado tiende a ser una excelente manera de transformar esa prioridad institucional en realidad. Otros intereses institucionales que un programa de voluntariado empresarial puede ayudar a concretar es, por ejemplo, la integración y el desarrollo de sus trabajadores o la aproximación a la comunidad.

El proceso de reflexión sugerido, debe ser incentivado por la plana gerencial de la compañía o por la persona designada para ello, independiente del tamaño o estructura de la compañía. En una empresa pequeña o mediana, los socios y gerentes deben estar directamente involucrados. En tanto, en una compañía grande, es recomendable que las discusiones incluyan a la presidencia, las gerencias y/o consejo.



La sensibilización de la alta dirección merece un tratamiento especial. Se recomienda tomar como base una presentación que dé cuenta de las ventajas del programa para la empresa, los funcionarios y la comunidad.

Cabe aclarar, que la participación de los representantes de la plana gerencial de las diferentes áreas de la compañía es importante tanto para ayudar a pensar estratégicamente el programa, como para que ellas se apropien de la ini-

ciativa y se adopten las medidas necesarias. Esto va ayudar a conquistar aliados cuyo apoyo será vital cuando el programa esté en pleno funcionamiento, contribuyendo a la mantención del entusiasmo a todo nivel de la administración.

Los medios que se proponen para estimular esta reflexión varían. Es posible aprovechar los canales de comunicación ya existentes, insertando anuncios y artículos en el diario interno, o generando oportunidades de manifestación en un diario mural, lanzando listas de discusión en la intranet o introduciendo el tema dentro de las reuniones de calidad, productividad y reducción de desechos, tan comunes en las empresas. Asimismo, se puede impulsar encuentros por sector, invitar especialistas para hablar con los funcionarios, o crear un banco de ideas y sugerencias.

A continuación se plantean una serie de preguntas que pueden incitar a la reflexión:

¿Cuál es la misión, los valores y visión que guían el actuar de la empresa?

¿Cuáles son las acciones de responsabilidad social que la empresa realiza?

¿Cómo permea la ética su relación con los consumidores, funcionarios, proveedores, comunidad, gobierno y medio ambiente?

¿La empresa realiza actividades comunitarias o apoya programas de acción social en la comunidad? ¿Cuáles son?

En caso de que sea una empresa multinacional, ¿cuáles son los programas que desarrolla su casa matriz?

La política de compromiso con la comunidad ¿está representada o incorporada en la misión de la compañía?

¿Qué objetivos o prioridades institucionales la empresa pretende alcanzar implementando un programa de voluntariado junto a sus empleados? ¿Aumentar visibilidad? ¿Mejorar la reputación? ¿Construir una imagen de empresa ciudadana? ¿Mejorar la calidad de vida de la comunidad? ¿Ser considerada como un buen vecino? ¿Ganar eficiencia en el uso de los recursos destinados a donaciones? ¿Otros?

No todas las preguntas deben tener respuesta inmediata, ni todas las demandas pueden ser atendidas. Algunos temas exigen un plazo de maduración.

El representante de la plana gerencial que asumirá la delantera en la construcción del programa de voluntariado empresarial, usualmente es alguien designado por la organización o un líder de jerarquía superior, que ha emergido durante el proceso de reflexión. Este representante puede, entonces, incentivar la constitución de un grupo de personas para actuar como un primer comité de trabajo.

2. Punta pie inicial: formar el primer comité de trabajo

- **Incentive la formación de un grupo de trabajo compuesto por empleados.**
- **Facilite los encuentros del grupo.**
- **Trabaje por la creación de un plan de acción empresarial.**

La implementación de un programa de voluntariado demanda la misma seriedad y conducta adoptada en cualquier proyecto de naturaleza comercial de la empresa. Generalmente, las compañías acostumburan a delegar el desarrollo de proyectos importantes en grupos constituidos por profesionales de diferentes áreas de la organización. Lo que aquí se propone es sencillo: formar un primer comité de trabajo con funcionarios de varios sectores y niveles jerárquicos, que asuman el liderazgo del programa de voluntariado empresarial en la fase inicial del proceso. Un ejecutivo o empleado de nivel superior que lidere la propuesta en esta fase, podrá actuar como soporte del grupo.

Se recomienda la formación de un comité de trabajo por varios motivos:

1 → **Primero**, porque va a propiciar la discusión colectiva de las bases del programa, a partir de la visión de las personas que conocen el día a día de la organización. Recuerde, el programa de voluntariado es una construcción colectiva.

2 → **Segundo**, porque un comité ayuda a ampliar mucho la reflexión sobre el sentido de que la empresa tenga un programa de voluntariado, tanto desde el punto de vista filosófico como práctico, y ayuda a dirimir conflictos del tipo: “¿Qué quiere hacer la empresa con esto?” o “La empresa quiere que yo utilice mi tiempo libre para hacer actividades sociales y no me va a pagar nada por ello”.

3 → **Tercero**, porque un comité es por sí mismo una experiencia de trabajo voluntario. Es un laboratorio de la práctica social colectiva de los funcionarios de la empresa.

El comité de trabajo funciona como un foro de ideas, aprendizaje y planificación. En el ámbito externo, sus actividades comprenden visitas a otras organizaciones que poseen iniciativas de voluntariado y la búsqueda de conocimiento ligado con el tercer sector. Dentro de la compañía, realizan la búsqueda de iniciativas de apoyo -ya existentes- en el área social, y la identificación de recursos y habilidades de la organización para el desarrollo de acciones voluntarias. Además, seleccionan las áreas temáticas con las cuales existe afinidad para actuar, y sugieren la contrapartida esperada de la empresa.

Los miembros del comité no necesitan poseer experiencia en la acción voluntaria.

Sus integrantes son, en general, personas que se identifican con una

causa social. Ellos pueden llegar al comité en forma espontánea a través de una convocatoria general o a través de una invitación personal.

Desde la reunión inaugural, el comité de trabajo se configura como un espacio privilegiado, querido y de generación de conocimiento. El ejecutivo designado para estimular la formación del grupo, debe conducir la primera reunión explicando en forma transparente las intenciones y motivaciones de la empresa, el aporte esperado por el comité, e introduciendo los conceptos claves para la comprensión de lo que es un programa de voluntariado corporativo. Eso incluye la definición del tema, nociones sobre ciudadanía empresarial, responsabilidad social empresarial, y distinciones entre primer, segundo y tercer sector.

De allí en adelante, la principal función de ese ejecutivo se canaliza en incentivar y facilitar la realización de reuniones de comité en las dependencias de la empresa, y proveer la capacitación necesaria para desarrollar sus atribuciones. Los posibles caminos para que los miembros del comité adquieran una formación rápida en el área social son la participación en seminarios, talleres o charlas con profesionales externos a la empresa.

La presencia de un superior de la empresa en todas las reuniones del comité de trabajo, puede funcionar como fuente de orientación, apoyo moral o confirmación del compromiso social de la empresa, pero no es obligatoria. Las atribuciones del grupo de trabajo son bastante operacionales y, en la práctica, ocurre que algún miembro acaba legitimándose como líder del equipo.

- Extienda a todos una invitación a participar en el comité, a través de una comunicación por escrito. Si es firmada por el presidente de la empresa, mejor aún, porque tiene mayor efectividad.
- Estimule la participación de los diversos niveles jerárquicos.
- Asegure la presencia de personas con perfiles y experiencias diversas en voluntariado.
- Considere también a personas que nunca han realizado trabajo voluntario.
- Trate de evitar que el comité tenga muchos integrantes. Piense en un número entre 6 y 10 miembros, de acuerdo también al tamaño de la empresa.
- Presente los objetivos del comité con transparencia: muestre lo que piensa, lance la idea y busque adhesión.
- Durante el primer encuentro, permita que los participantes se presenten y expongan sus experiencias personales en el campo de la ciudadanía.
- Abra el espacio a preguntas.
- Promueva un nivelamiento mínimo de conocimientos.
- Incentive al grupo a definir con claridad las atribuciones y responsabilidades de cada integrante.
- Realice actas, por escrito, para acompañar la evolución de las reuniones del comité.

3. Lo que es Preciso Definir

Comience a pensar en el modus operandi del programa Defina qué recursos va a ofrecer la empresa

Para que un programa de voluntariado empresarial pueda ser desarrollado es preciso tener en mente, desde el inicio de su implementación, las estrategias que la empresa adoptará para permitir su estructuración y sustentación.

Parte de la definición del modus operandi del programa de voluntariado es identificar lo que la empresa tiene para ofrecer en recursos financieros, materiales y humanos, y cuales son sus prioridades institucionales. También se requiere conocer cuáles son las iniciativas sociales vigentes en la organización.

Luego de realizar el mapeo del plan de acción (sugerido por el comité de trabajo) y de las propias convicciones y metas, la empresa comienza a darle cuerpo a su política de acción social y a pre visualizar los aspectos que deben ser cubiertos, conforme a los tres grandes bloques que se describen a continuación.

Disponibilidad de Recursos

Recursos Financieros.

Delimitación del monto a ser invertido en la estructuración y desarrollo del programa de voluntariado, incluyendo la posibilidad de contratar un profesional con dedicación exclusiva al tema y desarrollar consultorías para capacitación, apoyo técnico, etc.

Recursos Materiales.

Donación de productos, muebles, utensilios, software o equipos en desuso para proyectos sociales

donde participan los voluntarios de la empresa.

Recursos Humanos Especializados.

Donación de horas de trabajo -de los funcionarios de la empresa- para la prestación de servicios voluntarios en entidades sociales que puedan aprovechar las competencias técnicas adquiridas en sus funcionarios.

Liberación del Espacio Físico.

Acondicionamiento de salas en las dependencias de la empresa, ya sea para que los voluntarios realicen sus reuniones de planeación y actividades voluntarias o para destinarlo al uso de la comunidad.

Liberación del uso del teléfono e internet.

Permitir el uso de estas herramientas para asuntos específicos del voluntariado.

Logística.

Explicite la necesidad de contar con transporte, papel, fotocopiadora, etc. a disposición del comité y del programa de voluntariado.

Estructuración del Programa

Elija el departamento de la empresa que cobijará el programa de voluntariado.

Normalmente las empresas vinculan este tipo de programas a las gerencias de personas, asuntos corporativos, comunicaciones, relaciones institucionales y marketing, entre otras. Actualmente, existen

compañías que han incorporado a su organigrama corporativo gerencias dedicadas específicamente al manejo de temáticas de RSE.

Definición del gerente.

Todo programa de voluntariado requiere de un coordinador. Esa persona puede ser del propio equipo gerencial o un profesional especialmente contratado para ello.

Movilización y capacitación de los funcionarios.

Existe un conjunto de conocimientos generales y específicos que pueden potenciar el funcionamiento del voluntariado. Asimismo, es importante la realización de campañas internas de sensibilización y conferencias con ejemplos concretos de voluntariado.

Política de Comunicación.

La comunicación es un área fundamental para el buen funcionamiento de cualquier empresa y el mismo concepto debe ser aplicado al programa de voluntariado. Ello posibilita que los voluntarios se apropien de la iniciativa y se "pongan la camiseta". La comunicación interna debe velar por que todos los miembros de la empresa tengan un conocimiento mínimo del desempeño social de la organización, y debe estar al servicio de las políticas de movilización, capacitación y reconocimiento. En tanto, la comunicación al público externo puede inspirar a otras empresas a desarrollar también un programa de voluntariado.

Política de monitoreo y evaluación.

Se recomienda adoptar un sistema de registro de las actividades de voluntariado para evaluaciones de impacto.



Práctica Social

Foco de desempeño.

Seleccione las áreas temáticas y públicos objetivos en los cuales la empresa pretende focalizar sus esfuerzos sociales. Esta elección se puede basar en las prioridades institucionales de la compañía, o en los intereses de los funcionarios. Lo ideal es que sea un reflejo de los intereses conjuntos de la empresa, empleados y comunidad.

Área Geográfica.

Escoja a la comunidad o las comunidades en las que desea desarrollar el programa.

Estimular la Acción Voluntaria.

La empresa requiere definir si sus acciones de estímulo al voluntariado lo dirige solo a sus funcionarios o si buscará también involucrar a sus familiares, ex trabajadores, jubilados, proveedores y a la comunidad en general.

Establecer criterios para el apoyo a proyectos sociales.

Las empresas deben generar parámetros que guíen y sustenten las decisiones de apoyo a una determinada obra en detrimento de otra.

Perfil de la acción.

Se puede optar por tener un desempeño de bajo perfil o considerar una alta exposición pública de la iniciativa, que busque el involucramiento de otros actores en el tema.

Vinculación entre proyectos financiados por la empresa y voluntariado.

Se debe decidir si la empresa financiará sólo aquellos proyectos sociales en los que sus funcionarios se encuentran involucrados o si

manejará en forma independiente el programa de voluntariado corporativo de los proyectos de inversión social que apoya.

La Evaluación ayuda a corregir rutas y a mejorar el programa

Los procesos de monitoreo y evaluación sirven para analizar las acciones implementadas; verificar si el camino elegido es el correcto; mostrar si existe avance en relación a los objetivos planteados e identificar los puntos que deben ser rectificadas. Esto permitirá conocer el impacto del trabajo desarrollado.

Considerando que un programa de voluntariado corporativo genera beneficios para la empresa, los trabajadores y la comunidad, es recomendable que se definan mecanismos adecuados de recolección de información y registro de datos.

Al elaborar una herramienta de evaluación debe tener presente los siguientes aspectos:

→ Beneficios para la empresa

- Frente al público interno: incluya preguntas sobre la percepción de los funcionarios respecto de la política de acción social de la empresa y/o el programa de voluntariado, el nivel de compromiso demostrado por la compañía, etc.

- Frente a la comunidad: investigue la percepción de la comunidad respecto de la conducta de la empresa en el área social. Analice el reconocimiento logrado en los medios de comunicación, el punto de vista de los consumidores, la fidelidad a sus productos y servicios, la evolución de las ventas, el reconocimiento público obtenido en premiaciones y la participación en eventos.

→ Beneficios para los funcionarios

- Investigue el grado de motivación, confianza y satisfacción de los funcionarios, tanto a nivel de colaboración como en los niveles jerárquicos.

→ Beneficios para la comunidad

- Observe si existe una mejora en la calidad de vida de la comunidad abordada, la autonomía adquirida para la resolución de problemas, la atención a las necesidades prioritarias, etc.



A continuación presentamos un ejemplo de herramienta de evaluación -de fácil aplicación- para monitorear y evaluar el manejo del programa de voluntariado a nivel interno.

FICHA DE REGISTRO PERSONAL

(Debe ser completada al final de cada día dedicado a la actividad voluntaria)



Día de la actividad: _____



Entidad/Proyecto beneficiado: _____



Duración de las actividades dentro del horario de trabajo: _____



Duración de las actividades fuera del horario de trabajo: _____



Descripción de las actividades realizadas: _____



Resultados obtenidos: _____

4. Pregunte a los Funcionarios **Cómo Pueden Contribuir**

Conozca la experiencia y las expectativas de sus funcionarios en el campo del voluntariado

Cualquier programa de estímulo al voluntariado, que busque una adhesión permanente, altos niveles de participación, que busque favorecer el trabajo en equipo y legitimidad del proyecto, debe considerar la experiencia y las expectativas de las personas a las que se desea involucrar.

Una manera práctica de obtener toda esta información, es realizando una encuesta en conjunto con los trabajadores.

Cuando la empresa decide realizar una encuesta, es recomendable que ya haya superado la etapa de reflexión y definición de su política de acción social, y que haya delineado su objetivo general y específico además de la meta. También es deseable que ya se haya difundido entre los funcionarios, la estructura de voluntariado corporativo a desarrollar en la empresa.

Se aconseja que justo antes de la aplicación de la encuesta se realice una pequeña charla de sensibilización, que puede verse apoyada por un mensaje oficial del presidente de la compañía respecto del tema.



Se aconseja que justo antes de la aplicación de la encuesta se realice una pequeña charla de sensibilización

A continuación se presenta una sugerencia de cuestionario a realizar entre los funcionarios:

(Incluya en la presentación del cuestionario un mensaje de la empresa, anunciando el programa de voluntariado y explicando el motivo de la realización de la encuesta)

Nombre del funcionario:

Cargo:

Teléfono:

E-mail:

1. ¿Ud. participa o ha participado en algún trabajo voluntario?

-Si

-No

Si su respuesta es afirmativa, indique:

- a) Nombre del proyecto o entidad en la cual está o estuvo involucrado
- b) Actividad desarrollada
- c) Ubicación física de la entidad o proyecto

2. ¿Ud. tiene interés en ampliar su participación como voluntario?

-Si

-No

*Si es positivo responda las siguientes preguntas.
Si es negativo siga directamente a la última pregunta de esta encuesta.*

3. ¿En qué área(s) le interesaría trabajar?

- a. Educación
- b. Medio Ambiente
- c. Salud
- d. Deporte
- e. Arte y cultura
- f. Asistencia Social
- g. Otra

4. ¿Con qué público le gustaría trabajar?

- a. Niños
- b. Adolescentes
- c. Adultos
- d. Discapacitados
- e. Ancianos
- f. Presidarios
- g. Otros. Cuáles?

5. A continuación encontrará diferentes alternativas de trabajo voluntario. Indique las opciones que más le despiertan interés:

- a. Atención directa al público beneficiario
- b. Actividades de apoyo, administrativas o de mantención
- c. Orientación y consultoría a dirigentes de un proyecto o entidad
- d. Participación en eventos, campañas
- e. Divulgación y recolección de fondos
- f. Otros. Cuáles?

6. ¿En qué horarios a Ud. le interesa desarrollar su actividad como voluntario?

Durante la Semana:

- a. Mañana
- b. Tarde
- c. Noche

Fines de Semana

- a. Mañana
- b. Tarde
- c. Noche

7. Comentarios y sugerencias de cómo la empresa puede contribuir a apoyar e incentivar las prácticas de voluntariado lideradas por sus trabajadores

5. Considerar las necesidades de la Comunidad

- **Defina en qué comunidad va a actuar la empresa.**
- **Investigue las demandas reales de la comunidad.**

El éxito e impacto de un programa de voluntariado depende del grado de movilización de las personas involucradas, pero también está íntimamente relacionado con la atención a las necesidades reales de la comunidad.

Antes de descubrir cuáles son las necesidades de una comunidad, es preciso definir en qué sociedad se va a actuar. Algunas empresas y grupos de voluntarios deciden depositar sus esfuerzos en el barrio donde la empresa se encuentra inserta o dónde residen sus funcionarios. Esta es una decisión de carácter estratégico, y es así como la empresa debe abordarla. Los proyectos sociales situados en áreas geográficas próximas al lugar de trabajo, pueden ser visitados con mayor frecuencia y facilitan el involucramiento de los funcionarios. También permite la creación de vínculos y la construcción de una alianza beneficiosa para ambas partes.

Sea por tener alguna relación con el negocio de la empresa, o por simpatía de la alta gerencia, algunas empresas definen de antemano el área temática de preferencia (educación, cultura, salud, desarrollo comunitario, medioambiente, etc). En este caso, el ideal sería focalizar la investigación sobre las necesidades de la comunidad en el marco del área temática escogida, revelando dentro de aquel segmento el aporte que haría más sentido.

El cruce entre las prioridades de la empresa, la oferta de trabajo voluntario por parte de los trabajadores y las demandas de la comunidad, permitirá darle un buen inicio al programa de voluntariado corporativo.



6. Cómo transformar sus ideas en un proyecto

Explicite por escrito el programa de voluntariado que usted desea implementar en su empresa

La información recolectada constituye la materia prima requerida para crear el proyecto del programa de voluntariado empresarial. Según la definición de la ONU, un proyecto es un emprendimiento planeado que contempla un conjunto de actividades interrelacionadas y coordinadas, cuya finalidad es alcanzar objetivos específicos dentro de los límites de tiempo y presupuesto.

El proyecto de un programa de voluntariado empresarial puede ser elaborado con la colaboración del primer comité de trabajo, el gerente del programa y aquel profesional que lidere la iniciativa.

Un proyecto debe responder básicamente a las siguientes preguntas:

- ▶ ¿Qué?
- ▶ ¿Por qué?
- ▶ ¿Quién?
- ▶ ¿Cuándo?
- ▶ ¿Dónde?
- ▶ ¿Cómo?
- ▶ ¿Cuánto?

7. El programa en la práctica

Defina el gestor del programa, Haga funcionar el programa

Para dirigir este gran proyecto -de voluntariado empresarial- la compañía requiere de una persona que aborde esta tarea en forma profesional. Esta persona puede ser alguien del equipo gerencial que asuma la dirección del programa en forma paralela a sus atribuciones, o un profesional contratado exclusivamente para ello.

Según estudios realizados en EE.UU., por la Fundación Points of Light, es más común que los programas de voluntariado sean asumidos por personas que cumplan otras responsabilidades dentro de la empresa. En general, se trata de miembros de los departamentos de relaciones con la comunidad, comunicaciones, relaciones públicas o gestión de personas, y destinan entre un 20% a 50% de su tiempo a esta función paralela.

El gestor del programa de voluntariado cumple la función de coordinador de la iniciativa. Es decir, debe articular los diferentes frentes de trabajo que surgirán tanto dentro como fuera de la empresa, debe lograr una ligazón entre los grupos de trabajo y coordinar todas las actividades. Sin esa figura central, se hace prácticamente imposible atender las innumerables demandas que surgen en el camino, desde orientación técnica y soporte de un proyecto, hasta escuchar las experiencias de los voluntarios.



El perfil del gestor de un programa de voluntariado debe ser el de una persona que tenga la habilidad para trabajar en equipo, que tenga un sentido desarrollado de ejercicio práctico, agilidad para solucionar problemas, familiaridad con la lógica de funcionamiento de la iniciativa privada (preocupación por el tema de eficiencia y resultados), capacidad de relacionarse con los diversos niveles jerárquicos

de la empresa y con la comunidad, y conocimiento de la cultura y valores de la organización. En el plano personal, es deseable que tenga carisma, experiencia en voluntariado, compromiso con los temas sociales y -de preferencia- capacidad innata para colocarse en el lugar del otro.

Esta persona debe contar desde el inicio con el apoyo del consejo consultivo, y buscar aliados en los departamentos de personas, comunicación, marketing y relaciones con la comunidad (si es que existe).

Al gestor se le confiarán las siguientes tareas:

- Capacitación de voluntarios
- Selección de los proyectos
- Captación de voluntarios
- Administración de recursos
- Logística
- Monitoreo y evaluación
- Comunicación y reconocimiento
- Actas e informes

8. Claves para el éxito: **Valoración, Reconocimiento y Comunicación**

**Destaque las acciones ejemplares
Dele a la comunicación la debida importancia**

Valorización y Reconocimiento

En el colegio, la familia, el trabajo, en la convivencia social o en una actividad voluntaria, el reconocimiento es uno de los principales combustibles del ser humano. Por mas abnegado que sea un individuo, que valoricen el resultado de su esfuerzo trae satisfacción personal y un sentido de esencialidad.

A continuación se enumeran algunas prácticas de valorización y reconocimiento utilizadas por empresas:

- ▣ Premiaciones por equipo, basadas en criterios claros, objetivos y -de preferencia- que hayan sido definidos con la participación de todos los voluntarios.
- ▣ Difusión de las acciones de un voluntario o equipo de voluntarios en los medios de comunicación de la empresa.
- ▣ Distribución de distintivos, como broches y camisetas.

- ▣ Envío de cartas de agradecimiento firmadas por la dirección de la empresa.
- ▣ Invitación a los voluntarios para que expongan ante sus pares las experiencias en el programa.
- ▣ Participación de los altos ejecutivos de la empresa en los proyectos apoyados por los voluntarios.
- ▣ Realización de eventos especiales.



El reconocimiento debe ser:

- -Personalizado
- Basado en las necesidades y deseos del voluntario
- Merecido
- Inmediato
- Continuo
- Creativo
- Innovador
- Divertido
- Variado
- Ampliamente divulgado

Comunicación

Para que sea efectiva la práctica de la valorización y el reconocimiento, es preciso utilizar todas las herramientas de comunicación disponibles en la empresa, como por ejemplo: reuniones internas, correo electrónico, diario mural, videoconferencia, radio interna, intranet, página web, revista corporativa, etc. Cada empresa debe hacer una evaluación para determinar los medios más eficientes.

Es deseable que la comunicación con su público interno fluya lo suficiente antes de planificar acciones de comunicación externas dirigidas a la comunidad circundante y a la sociedad en general.

La comunicación con el público externo permite:

- ▶ Legitimar la propuesta tanto interna como externamente.
- ▶ Motivar a otras empresas a que adopten políticas similares.
- ▶ Difundir experiencias exitosas que puedan ser replicadas.
- ▶ Dar visibilidad a las acciones de la empresa en el área del voluntariado empresarial, agregando con ello valor a su imagen.

La Comunicación debe ser:

Ágil
Veraz
Trasparente
Objetiva
Cercana
Emotiva
Clara
Creativa
Sistemática
Con contenido de interés
Atractiva visualmente



Es deseable que la comunicación con su público interno fluya lo suficiente antes de planificar acciones de comunicación externas dirigidas a la comunidad circundante y a la sociedad en general.

9. Las Ventajas de Trabajar en Red

Establezca contacto con otras organizaciones

Comparta experiencias y conocimientos

Contribuya al desarrollo del voluntariado empresarial en el país

El trabajo en redes propicia la reflexión sobre la práctica del voluntariado empresarial, promueve el intercambio de experiencias, la transferencia de tecnologías, el debate sobre las dificultades y los desafíos comunes, y además contribuye al mejoramiento del programa de su empresa.

Participar de un foro de discusión sobre el tema, permite ampliar el nivel de conocimiento sobre experiencias de otras empresas y organizaciones, identificar valores, creencias y compromisos afines. Estos contactos pueden conducir



al establecimiento de asociaciones o alianzas estratégicas que hagan viable la ejecución de actividades

que la empresa sola no puede realizar. Simultáneamente, se maximizan también los esfuerzos.

Buenos motivos para trabajar en red:

Reflexionar sobre la práctica.

Intercambiar experiencias e informaciones.

Valerse del conocimiento acumulado por otros para alcanzar los desafíos impuestos en el programa.

Establecer asociaciones y alianzas estratégicas.

Ganar fuerza política para influenciar las políticas públicas.

Contribuir a la evolución del voluntariado empresarial en el país.

PHILIPS CHILENA

El programa de voluntariado empresarial Philips Chilena-CDI, responde a una estrategia corporativa más amplia que involucra un trabajo conjunto con la organización CDI Chile. Al alero del programa CDI en la Empresa, la compañía busca principalmente “reducir la brecha digital corporativa” dando acceso tecnológico a aquellas personas al interior de la empresas-que por sus labores o educación- no tienen acceso cotidiano a ésta. Una de las formas o caminos para reducir la brecha digital corporativa que propuso CDI, fue desarrollar un plan de voluntariado empresarial, cuyas especificaciones detallamos a continuación.

Objetivos del programa de voluntariado empresarial: canalizar los recursos humanos de la empresa para promover la Inclusión Digital Corporativa, beneficiando al público interno y externo de la compañía.

1. Incorporar digitalmente a aquellas personas que trabajan en la empresa o están relacionadas con ella, y que no tienen acceso ni conocimiento de informática.
2. Desarrollar grupos de voluntariado empresarial activos, que permitan establecer mejores relaciones laborales internas.
3. Canalizar las demandas de trabajos sociales y filantrópicos que tienen los empleados de la empresa, a través de acciones promovidas por la compañía.
4. Fortalecer el compromiso social de la corporación, en un marco de responsabilidad social empresarial (RSE).

Beneficiarios del Programa: existen dos públicos objetivos en el plan de voluntariado empresarial: los trabajadores de la empresa (sin acceso a la tecnología) que se benefician de los cursos de informática y ciudadanía y; los voluntarios que se benefician con el trabajo que realizan al interior de la Escuela de Informática y Ciudadanía.

Escenario sobre el que se desarrolla el plan de voluntariado empresarial: este programa está pensado dentro de lo que CDI denomina la Escuela de Informática y Ciudadanía (o EIC). Las EIC son –principalmente- espacios habilitados para entregar capacitación en informática y ciudadanía al interior de una empresa o comunidad. Su característica principal es la de generar un espacio para la reflexión entorno a temas de ciudadanía. De esta forma, mas que un mero espacio de conexión y capacitación, son espacios en el que las personas pueden discutir y aprender sobre temas de importancia para ellos, como la no violencia, la participación ciudadana, ecología, reinserción laboral, etc.

Característica de una EIC al interior de la empresa:

- a. Se habilita los computadores en un espacio físico acondicionado por la compañía. En el caso de Philips Chile, se hizo al interior de su casa matriz.
- b. El educador es capacitado por CDI para que pueda aplicar la metodología que integra Informática y Ciudadanía.
- c. Las ayudantías, difusión y soporte técnico de la EIC, son responsabilidad de voluntarios de la empresa.
- d. La responsabilidad del proyecto al interior de la compañía, se delega en un ejecutivo capaz de convocar y movilizar a las personas y los recursos financieros.

Ejecución del programa

Durante el año 2001 las oficinas matrices de CDI en Brasil, desarrollaron un modelo pionero denominado CDI en la Empresa. La idea principal era aplicarlo en una compañía capaz de asumir el desafío de incluir a sus empleados en la compleja labor de entregar su tiempo en beneficio de miembros de la empresa sin acceso a la tecnología. Así fue como en 2002, Philips (promovido por su director regional Marcos Magallanes) decidió impulsar esta iniciativa en varios países de América Latina (Uruguay, México, Chile, Argentina y Brasil). Esta alianza implicó la apertura de una Escuela de

Informática y Ciudadanía al interior de cada una de las sedes de la compañía, y cuatro nuevas escuelas en distintas comunidades de escasos recursos.

En Chile, el programa se viene aplicando desde febrero de 2002, con los resultados que presentamos a continuación.

Proceso de gestación.

En diciembre de 2002, aprovechando la visita del fundador de CDI, Rodrigo Baggio, se realiza una reunión entre los ejecutivos de CDI Chile y los gerentes -general y de marketing- de Philips Chilena. A partir de esta reunión, se establece un plan de trabajo para implementar el programa CDI en la empresa.

A partir de esta reunión se coordinan las convocatorias a voluntarios interesados en participar de la EIC, así como del proceso de instalación de la misma.

Equipo responsable al interior de Philips.

En la etapa siguiente, se designó un responsable general al interior de Philips, cuyo rol asumió la gerencia de marketing. Este rol tiene un carácter fundamentalmente estratégico, puesto que busca convocar y aglutinar distintos esfuerzos y recursos de la empresa, a través de los diferentes departamentos. De ahí la importancia de alguien con un rango de liderazgo relevante y con la capacidad de generar sinergia entre las distintas partes. Adicionalmente, se designó al coordinador de la Escuela de Informática y Ciudadanía, aquella persona encargada de administrar los procesos al interior de la EIC (horarios, información actualizada de las clases, premiación de alumnos, etc.).

Capacitación del equipo responsable.

CDI capacitó al responsable del proyecto y a la coordinadora de EIC, respecto de como llevar a cabo esta iniciativa, y acerca de cuales serían las funciones y áreas específicas que debían desarrollar.

Gestación de los voluntarios.

El siguiente paso implicó el desarrollo de un plan de voluntariado de acuerdo a la realidad de los empleados de Philips. Para ello, CDI designó a un "gestor de proyectos" con el fin de entregar un servicio personalizado de asesoría a la empresa. El perfil de esa persona requirió, necesariamente, el manejo de habilidades empresariales, comunicacionales, y un alto sentido y conocimiento de las problemáticas sociales. Este profesional, conjuntamente con el equipo responsable del proyecto al interior de Philips y de CDI, diseñó el plan de captación, capacitación y trabajo de los voluntarios.

La convocatoria se desarrolló vía una mini campaña de comunicación interna, que incluyó el envío de mails, anuncios en periódicos internos y mención en charlas generales. El objetivo de la campaña era convocar a personas interesadas en participar voluntariamente del trabajo de la EIC. Luego de este proceso, se realizó una charla introductoria, a cargo del equipo de CDI Chile, con el fin de informar sobre el funcionamiento de la EIC y explicar el tipo de trabajo voluntario que se necesita.

Capacitación de los voluntarios.

Un factor clave para el éxito de este programa, es el haber definido claramente las necesidades que tiene la EIC y -a partir de ello- definir los roles o tipos de voluntarios que se necesitan, así como sus funciones generales. Dentro de los tipos de voluntarios que se necesitaban al interior de Philips se identificaron: voluntarios pedagógicos (que apoyan en las clases y el proceso educativo liderado por el monitor o educador de la EIC); voluntarios de comunicación (encargados de difundir todas las actividades de la EIC en la empresa y fuera de ella); y voluntarios técnicos (encargados de dar soporte, manutención y apoyo técnico a la EIC). Posteriormente, se realizaron capacitaciones a los funcionarios, y se entregaron las pautas de cómo trabajar colaborativamente al interior de una EIC y canalizar los intereses personales en una iniciativa conjunta como esta.

Gestión del voluntariado empresarial.

Uno de los trabajos más intensos que desarrolló CDI al interior de Philips, fue la gestión del voluntariado. Principalmente, porque al interior de las empresas no necesariamente se conocen las herramientas y estrategias más adecuadas para llevar a cabo un plan exitoso con voluntarios altamente profesionalizados. Para ello, el equipo de CDI estableció reuniones mensuales estratégicas con los encargados del proyecto, a fin de discutir problemáticas macro y específicas relacionadas con los participantes. Adicionalmente, se realizaron jornadas de trabajo y talleres, a fin de evaluar las dificultades y los procesos facilitadores del trabajo. Es importante agregar que, en el caso de Philips, se estableció una metodología participativa y constructiva, en la que el aporte y valoración de las ideas de las personas fue fundamental.

Fuente: CDI y Philips Chile

BELLSOUTH Chile

Inicio Formal: Diciembre 2002

Antecedentes

BellSouth tenía una vasta experiencia en el tema en los Estados Unidos, donde estuvo ligada desde sus orígenes hace un siglo con los Pioneers, un reconocido cuerpo de voluntarios de las compañías telefónicas norteamericanas.

El incentivar el trabajo voluntario de los ejecutivos y empleados forma parte de su cultura organizacional. En esta línea el área de RRHH juega un rol fundamental al potenciar el desarrollo de carrera de sus funcionarios a través de estos programas -especialmente en ámbitos como liderazgo y capacidad de trabajo en equipo- insertos en los valores corporativos que mueven a la compañía: respeto mutuo, honestidad, mejora continua, integración con nuestra comunidad y satisfacción al cliente.

Objetivos

- 1.- Dar a los empleados de la compañía una instancia de participación y compromiso con los sectores más necesitados de la comunidad.
- 2.- Formalizar y avalar actividades realizadas por los empleados de la compañía, orientadas a desarrollar las capacidades en las personas y a la instalación de competencias y recursos en las propias comunidades.

Convocatoria

En el marco de la política de responsabilidad social impulsado por la compañía, se lanza hacia fines de 2002 un programa de acción solidaria para los empleados orientado a BellSouth Proniño, un programa de escolarización de niños trabajadores financiado por la Fundación BellSouth y por sus filiales en diez países de Latinoamérica, implementado en 2001.

En Chile el programa beneficia a 400 menores en 12 localidades de todo el país.

Como incentivo, la compañía ofreció apoyo logístico y administrativo, y además la liberación de una jornada laboral al año por voluntario para destinar al trabajo solidario.

La primera actividad fue organizar las celebraciones de Navidad de 2002 para los grupos objetivos. Los empleados se reunieron para organizar las celebraciones y envolver regalos. El coro de los empleados se sumó a los festejos.

A principios de 2003 se relanzó internamente el programa Proniño. Se realizaron presentaciones y se exhibió un video que daba cuenta de la problemática del trabajo infantil en Chile y el aporte de BellSouth- Proniño. En esta oportunidad se les entregó a los empleados formularios para que manifestaran su interés en colaborar con el programa y la forma en que deseaban hacerlo: a través de aportes en dinero o bien, de trabajo voluntario.

Luego de esta intensa campaña de comunicaciones interna, durante todo el año se mantuvo abierta la invitación a los empleados a sumarse a la iniciativa. Se ofrecían dos opciones: aporte en dinero y trabajo en terreno. Un formulario publicado en la Intranet permitía formalizar la adhesión al programa.

Las personas interesadas fueron convocadas a una reunión, en que se conformaron los grupos de voluntarios por centro. Se les invitó a hacer un diagnóstico de las necesidades de estos centros y a presentar un plan de trabajo anual.

Tanto el diagnóstico, como el plan de actividades fue presentado al Comité Proniño, que dirige y gestiona el programa en la empresa.

Cada grupo de voluntarios informa de sus actividades y da cuenta de la utilización de fondos de manera periódica al Comité y se coordina que éstas sean difundidas al interior de la compañía.

A la fecha se han realizado numerosas actividades: Campañas de recolección de útiles escolares; invitaciones a los niños al cine; visitas a centros culturales; talleres de desarrollo de habilidades dirigidos a los padres y niños; celebraciones de cumpleaños, Fiestas Patrias y Día del Niño y clínicas de tenis en el marco del Torneo ATP, entre otras.

Composición

- 1.- El voluntariado corporativo está integrado por cerca de 200 empleados que desempeñan distintas actividades con los niños beneficiarios del programa Proniño y sus familias.
- 2.- Además, hay 200 empleados que cooperan mensualmente con este programa de ayuda a la comunidad, a través de aportes en dinero (esto permite financiar las actividades del voluntariado).

Organización

El voluntariado está organizado de la siguiente forma:

- 1.- Sus miembros aportan 5 horas de trabajo al mes (mañana de sábado).
- 2.- Existen seis equipos (constituídos por más de 30 personas cada uno) asignados a algunos de los Centros de Atención Diurna en donde se ejecuta el programa Proniño: La Florida, Lo Prado, Calera de Tango, Lo Espejo, San Bernardo y Concepción.
- 3.- Cada equipo está constituido por un líder y por encargados de actividades específicas (talleres, infraestructura, deportes y recreación, etc.).
- 4.- Los líderes constituyen la Directiva del Voluntariado Corporativo, que tiene como misión generar las directrices y estandarizar la gestión de los equipos de voluntarios.

Planificación actividades

Cada uno de los equipos de voluntarios ha realizado:

- 1.- Diagnóstico de necesidades en la comunidad (en los niños, sus padres y profesionales).
- 2.- Diseño de un plan de acción para el año, compuesto por actividades recreativas para los niños, talleres de desarrollo técnico y personal para los padres y actividades culturales en conjunto para padres e hijos.
- 3.- Presentación de plan de acción a Comité Proniño (con plazos, costos e impacto asociados) para aprobación del mismo.
- 4.- Implementación de plan de acción aprobado.

Fuente: Comunicaciones BellSouth Chile

La empresa Siemens establece en uno de sus principios básicos “nuestra responsabilidad social es nuestro compromiso global”. Amparada en esta frase corporativa, y a través de su Dirección de Comunicaciones y Relaciones Corporativas, brinda todo su apoyo a dos grupos de empleadores que -en forma voluntaria- impulsaron diversas actividades hacia la comunidad.

El primero de estos grupos, conocido como el Grupo Siemens y coordinado por una persona del área de finanzas, se formó en 1986 y reúne en la actualidad a aproximadamente 300 personas. El foco de su ayuda son las escuelas rurales y de frontera, y uno de los medios que utilizan para la recaudación de fondos es la colecta de ticket canasta que los empleados voluntariamente donan. Este aporte ha permitido, entre otros emprendimientos, construir tres escuelas, un jardín infantil y una sala de primeros auxilios en las provincias de Chaco, Salta, Formosa y Santiago del Estero; encarar innumerables refacciones (construcción de galerías, renovación de tendidos eléctricos, etc.); proveer cocinas económicas, heladeras, paneles solares y demás artefactos a decenas de pequeñas escuelas con alto grado de carencia. En todos los casos, se intenta promover la “auto-ayuda”, es decir, que los habitantes del lugar colaboren en la implementación del proyecto.

El segundo grupo de empleados voluntarios, conformado por aproximadamente 80 personas, focaliza su ayuda en las escuelas-albergue de la zona cordillerana del sur de Mendoza, a las que asisten alrededor de 50 niños de entre 6 y 16 años. En este caso, el grupo es el responsable de la capacitación técnica del Área de Sistemas de Transporte, Redes de Acceso y Gestión, y Redes de Telecomunicaciones. Su acción comunitaria ha permitido varios envíos de muebles usados, vajilla de cocina, ropa, útiles escolares y alimentos no perecibles.

Cabe destacar que en ambos casos, los grupos de empleados voluntarios cuentan con el respaldo de la empresa en numerosos sentidos: en especies, ya que brinda los materiales necesarios para llevar adelante los proyectos (computadores, útiles escolares, paneles solares, materiales de construcción, etc.); en recursos logísticos, dado que brinda el espacio ocioso en sus camiones para el traslado de materiales; y en tiempo, ya que en muchos casos la coordinación e implementación de los proyectos comunitarios se realiza durante el horario de trabajo. La compañía también brinda su apoyo difundiendo las actividades realizadas por estos grupos en la revista interna que publica periódicamente.

8

Juárez, Cecilia, “Voluntariado del empleado: una alternativa de colaboración en la que todos ganan”

Anexo



Guía Práctica para Empresas



Anexo



EL VOLUNTARIADO EN CHILE: ALGUNOS DATOS IMPORTANTES*

Las cifras del Voluntariado

Chile ha cultivado el mito de ser un país solidario, ello a partir de la suma de gestos individuales que se multiplican ante una catástrofe, como aluviones o terremotos. Pero ello no se condice con la realidad que aflora al momento de analizar las cifras sobre participación solidaria en el ámbito nacional.

Según una investigación de la Dirección de Estudios Sociales de la Universidad Católica (Desuc), sólo el 11% de los chilenos participa en alguna obra de beneficencia. Y de este porcentaje apenas un cuarto dedica horas de trabajo a la institución con la cual se comprometió. El 75% restante está inscrito y dona dinero a través de descuentos en sus cuentas corrientes o cobranzas a domicilio.

Los índices de participación comunitaria en Chile son muy bajos en comparación con países desarrollados. Teniendo presente las proporciones, en Estados Unidos existen cerca de 900 mil instituciones y 90 millones de voluntarios cada año. Uno de cada dos adultos mayores entrega alrededor de tres horas semanales al trabajo comunitario, mientras que en Canadá los voluntarios contribuyen con un promedio de 191 horas por año, tiempo que equivale a 578 mil trabajos en jornada completa.

En tanto, en Alemania uno de cada tres adultos (34%) es voluntario, con un promedio de 15 horas mensuales dedicadas a diversas asociaciones, iniciativas, proyectos y grupos de autoayuda. Las tres cuartas partes de las personas encuestadas son voluntarias para aumentar sus conocimientos y experiencias, mientras que el 40% de los que no cumplen esta labor se muestran interesados en realizar actividades de este tipo.

En Brasil, el 50% de los voluntarios escoge este tipo de actividades porque disfruta con ayudar a otros, un 38% lo percibe como una obligación, mientras que el 31% se hace voluntario por su religión o sus estudios.

País	Ciudadanos/voluntariado en beneficencia	No instituciones
EE. UU	50 %	900.000
Francia	20 %	70.000
España	20 %	70.000
Colombia	16 %	15.000
Chile	11 %	1.500 (é)

(é) En Chile se registran 27.000 fundaciones sin fines de lucro, pero sólo 1.500 están identificadas como de beneficencia.

Fuente: Fundación Simón de Cirene

Tipo de asociación	Chile	Estados Unidos
Movimiento religioso	14,1 %	36 %
Club deportivo	11 %	19,4%
Sindicatos	5,1 %	14 %
Asociación educativa	2,9 %	13,5 %
Colegio profesional	1,9 %	14,4 %
Club social	1 %	10 %

Fuente: Dirección de Estudios Sociológicos de la Universidad Católica. 1997. Instrumentos Jurídicos

Cuando las estadísticas se aplican a un tipo de participación más amplia, como juntas de vecinos, fundaciones sin fines de lucro o colegios profesionales, el panorama no mejora. Las actividades que concentran mayor interés entre los chilenos, son aquellas relacionadas con el crecimiento personal, lo religioso y la entretención. No así con las organizaciones que incitan un interés comunitario o hacer cosas por otros, sin obtener beneficio.

Instrumentos Jurídicos

El voluntariado en Chile –como sujeto jurídico- carece de marco legal. Su formalización queda subsumida en los cuerpos legales que regulan a las entidades sin fines de lucro, entre las cuales pueden haber unas más cercanas que otras a la acción propia del voluntariado, a través de la promoción de su ejercicio, ayudando a su financiamiento o protegiendo a los voluntarios en la práctica de su labor.

Estos instrumentos jurídicos son:

- a. Las normas sobre Fundaciones y Corporaciones
- b. Ley sobre Juntas de Vecinos y demás Organizaciones Voluntarias (Ley N°19418, de 1997)
- c. Ley sobre Impuesto a la Renta (Decreto Ley N°824, de 1974)
- d. Ley sobre Rentas Municipales (Decreto Ley N° 3063, de 1979)
- e. Ley de Donaciones con Fines Culturales (Ley N° 18985, de 1990)
- f. Ley de Donaciones con Fines Educativos (Ley N° 19247, de 1993)
- g. Reglamento sobre Realización de Rifas, Sorteos y Colectas (Decreto N° 955, de 1974)
- h. Normativas específicas referidas a la labor de los Bomberos de Chile.

Programa de Fomento al Voluntariado

El Programa de Fomento al Voluntariado es impulsado por la División de Organizaciones Sociales (DOS) perteneciente al Ministerio Secretaría General de Gobierno.

Dicha organización, cuenta con apoyo financiero del Banco Interamericano de Desarrollo (BID) y su propósito general es generar las condiciones para que la ciudadanía participe activamente en el diseño y ejecución de acciones dirigidas al bienestar común.

El programa apunta a impulsar mayores niveles de participación, asociatividad y compromiso social, a través de la práctica voluntaria activa de la ciudadanía. Adicionalmente, pretende desarrollar un conjunto de actividades destinadas a fomentar y ampliar el campo de acción del voluntariado como expresión de ciudadanía activa, y colaborar -con ello- al fortalecimiento de la cultura solidaria en el país.

Sus líneas de acción son:

- Producción de Conocimiento
- Centros Regionales de Voluntariado
- Estrategia Comunicacional
- Seguimiento y Evaluación.

Centros Regionales de Voluntariado (CRV)

Los CRV son una iniciativa de colaboración y co-ejecución entre el Estado y la Sociedad Civil, que nace en el marco del Programa de Fomento al Voluntariado. Pretende desarrollar espacios destinados a canalizar -de manera profesional y responsable- la demanda de voluntarios existente en el país.

Funciona en cuatro regiones del país:

1) Coquimbo: Centro "Voluntades", California 877, Población El Romeral, La Serena. Tel/Fax: (51) 212241.

2) Valparaíso: "Centro de Promoción de la Acción Voluntaria", Ex Cárcel de Valparaíso, Tel (32) 216459.

3) Bío-Bío: Centro de Promoción de la Acción Voluntaria "Minga Ciudadana", A. Prat 501, segundo piso, Estación de Ferrocarriles. Tel: (41) 256545.

4) Región Metropolitana: Centro Metropolitano de Voluntariado "Nos+Otros", Calle Cabo Arestey N° 2464, Santiago. Tel: 6979008.

** División de Organizaciones Sociales-Ministerio Secretaría General de Gobierno "Voluntariados en Chile: Lo Plural y lo Diverso, Sistematización de antecedentes generales en Chile y el exterior" LOM Ediciones, Santiago de Chile, mayo 2003.*

Acción Empresarial

Nuestra Misión:

Promover la Responsabilidad Social Empresarial, entendida como una visión de negocios que integra armónicamente el respeto por los valores éticos, las personas, la comunidad y el medioambiente.

Acción Empresarial promueve las buenas prácticas empresariales y el intercambio de experiencias en materia de responsabilidad social corporativa.

La iniciativa opera sobre la base de la membresía de empresas. Las empresas socias de **Acción Empresarial** acceden a información práctica, investigaciones, talleres de entrenamiento, intercambio de experiencias y actividades de difusión. Asimismo, pasan a formar parte del network internacional de empresas comprometidas con la responsabilidad social en las Américas del cual **Acción Empresarial** es miembro activo, el Foro EMPRESA



(Empresa y Responsabilidad Social en las Américas) y que hasta el momento reúne a más de 2.500 empresas en la región (USA, México, Brasil, Chile, El Salvador, Perú, Canadá, Argentina).

Herramientas Disponibles



Manual

Primeros Pasos, a Empresa y La Responsabilidad Social

Guía

Acercando La Empresa a la Comunidad

Guía

Marcas con Sentido Social

Guía

Responsabilidad Ambiental De Un Buen Ciudadano Corporativo

Guía

Reporte Social Empresarial

Guía

Cómo Conciliar la Vida Laboral y la Vida familiar

Indicadores de Responsabilidad Corporativa

El ABC de la Responsabilidad Social Empresarial

Empresas Socias

AES-GENER • AGUAS ANDINAS • ANGLoAMERICAN CHILE • ASOCIACIÓN CHILENA DE SEGURIDAD • BANK BOSTON • BANCO SANTANDER BELLSoUTH • CAJA DE COMPENSACIÓN DE LOS ANDES • CCU • CHILETABACOS • COLBÚN • CÓRPORA TRESMONTES • DBM • DEUTSCHE BANK EMPRESAS INTERAMERICANA • EMPRESAS LIPIGAS • ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN DE LA PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA • ESSO FERRADA NEHME ABOGADOS • FORESTAL TERRANOVA • GERDAU AZA • GRUPO ENERSIS • HEWLETT-PACKARD • MASISA • MCCANN ERICKSON MCDONALD'S • MERCK SHARP & DOHME • METROGAS • MINERA ESCONDIDA • NATURA COSMETICOS • PEOPLE & PARTNERS PHILIPS CHILENA • PIMASA • PMC MARKETING & COMUNICACIONES • PRICEWATERHOUSECOOPERS • PRINCIPAL • PROCTER & GAMBLE SODEXHO • URQUIDI Y RIESCO ABOGADOS • WALT DISNEY • ZEGERS DDB