



voluntare
red de voluntariado corporativo

GRUPOS DE TRABAJO
EN **VOLUNTARIADO
CORPORATIVO**

Voluntariado Profesional y Pro Bono: diferencias, ventajas y buenas prácticas

Grupo de trabajo
liderado por:

 **work for social**
Trabaja para el cambio social



GRUPOS DE TRABAJO EN VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Voluntariado Profesional y Pro Bono: diferencias, ventajas y buenas prácticas

Grupo de trabajo
liderado por:



El presente documento se encuentra protegido bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial 4.0 Internacional. El contenido del informe puede ser reutilizado y divulgado por cualquier medio siempre y cuando se cite la fuente (Voluntare - www.voluntare.org) y se indique si se han realizado cambios sobre el documento original. No está permitido el uso de cualquier información recogida en este informe para fines comerciales.

Presente edición: Junio 2018

Coordinación: Voluntare (www.voluntare.org)

Diseño y maquetación: Selenus (www.selenus.es)

ÍNDICE

Voluntariado Corporativo Profesional y Pro Bono	
» Estado de la cuestión y objetivos	4
» Acotación de conceptos	6
Recopilación de buenas práctica	
» Deloitte	8
» Fundación Fernando Pombo	10
» Hogan Lovells	12
Modelos de voluntariado profesional	
» Fundación CODESPA	14
» Ferrovial	17
» Mapfre Colombia.....	21
» Metro de Madrid.....	22
» SINPROMI-Programa Tenerife Solidario.....	28
» Suez.....	30
» Voluntariado y Estrategia	31
Modelos mixtos	
» Atresmedia	32
» Fundación Hazloposible	34
» Work for Social	38
» Pro Bono Social Week	40
Conclusiones: ventajas de ambos modelos.....	42
Grupo de trabajo	
» Entidades integrantes	44
» El equipo humano.....	47

Voluntariado corporativo Profesional y Pro Bono

Estado de la cuestión y objetivos



Según el último estudio sobre Tendencias e Innovación del voluntariado corporativo, generado por el Área de Innovación de Voluntare, dos de las principales tendencias para la próxima década son: la búsqueda de una mayor alineación estratégica de los programas de voluntariado y la generación de relaciones más estables entre empresas y ONG.

En este sentido, cada vez están más presentes en las empresas los programas que movilizan las competencias y el talento de sus empleados. Permiten, por un lado, alinear estos programas de voluntariado con la actividad que ya está desarrollando la empresa y, por otro, establecer relaciones con el tercer sector dentro de su campo profesional, al tiempo que se genera impacto social.

Por eso el voluntariado profesional y la práctica de pro bono se están expandiendo en los últimos

años, tanto en nuestro país como en otras regiones del mundo. Y por esta razón, tanto desde Work for Social como desde Voluntare, consideramos que es el momento de identificar, recopilar y dar a conocer buenas prácticas existentes en nuestro país, de manera que sirvan de inspiración y que aclaren algunas dudas respecto a las definiciones que se manejan en este tipo de programas

A lo largo de esta guía reflexionamos sobre las distintas definiciones que se utilizan, damos a conocer ejemplos reales de programas innovadores y, también, realizamos una comparativa entre los diferentes modelos, a la vez que analizamos sus beneficios, tanto para las empresas como para las entidades sociales y las personas voluntarias.

Esperamos que lo disfrutéis, que os inspiréis y que practiquéis tanto el pro bono como el voluntariado profesional.



Cada vez más los programas generan impacto social a través de la movilización de las competencias de sus empleados. Alinean la acción con la actividad que desarrolla la empresa y colaboran con el tercer sector dentro de su campo profesional.

Acotación de conceptos



Según la Global Pro Bono Network, "pro bono público" es la realización de un trabajo profesional, de manera voluntaria y gratuita, a una causa social. A diferencia del voluntariado tradicional, se utilizan habilidades profesionales para proveer servicios a entidades que no pueden pagar por ello.

Esta definición engloba tanto lo que en nuestro país conocemos como la práctica de pro bono strictu sensu, como la que utilizan muchas empresas de nuestro país como 'voluntariado profesional'. Por ello, creemos necesario contextualizar esta definición internacional a nuestro entorno, dentro del marco corporativo.

• **Pro bono**, en sentido estricto, consiste en aquel servicio gratuito que presta una empresa (normalmente consultoras y bufetes de abogados) a entidades sociales. La empresa trata a esta entidad como si fuera un cliente más y sus trabajadores lo realizan siempre en su horario laboral. Algunas empresas, incluso, contabilizan estas consultorías realizadas al tercer sector dentro de los objetivos laborales de sus trabajadores.

• Se denomina **low bono** cuando las empresas ofrecen estos servicios con grandes descuentos a entidades sociales. Se trata de una práctica muy extendida en Estados Unidos y cada vez más utilizada en sectores como servicios de tecnología.

• El **Voluntariado Profesional**, por su parte, engloba todo tipo de programas de voluntariado corporativo que pretenden movilizar el talento, conocimiento profesional y expertise de sus trabajadores para ponerlo al servicio de entidades sociales. Estos formatos pueden ir desde la realización de una consultoría gratuita a una entidad social, hasta talleres de sensibilización sobre un tema concreto, pasando por mentorías a emprendedores sociales o trabajos profesionales en terreno en terceros países.

Tanto uno como otro cuentan con beneficios y dificultades muy similares, pero antes de detenernos en ello, pasamos a dar a conocer algunas buenas prácticas de ambos modelos de los últimos años, con el fin de detectar sus principales diferencias.



Recopilación de buenas prácticas

Modelos de pro bono



Caso Deloitte: programa Pro Bono

En Deloitte entendemos la RSC como la oportunidad y la responsabilidad de participar de forma activa en la resolución de los principales retos que tiene la sociedad. En concreto el FOCO principal (no único) que compartimos es el recogido en el ODS nº4 "Educación de Calidad y Oportunidades de futuro para todos".

Desarrollamos nuestra actividad de Voluntariado en dos niveles:

Voluntariado Tradicional: realizamos actividades solidarias:

- Donación Económica de los empleados - Programa de la "Nómina Solidaria"
- Donaciones "mixtas": los empleados recaudan una parte y la empresa iguala
- Actividades presenciales en tiempo personal: Fines de semana, Vacaciones de Navidad y verano, etc.

- Actividades presenciales en tiempo de trabajo: jornada del "Impact Day".

Voluntariado Corporativo / Skill Based:

Organizamos y desarrollamos talleres formativos que imparten nuestros voluntarios, normalmente las tardes de los viernes (es tiempo no-laboral), pero lo hacemos en nuestras oficinas.

Son talleres de temática variable, dirigidos a alumnos jóvenes de algunas fundaciones que trabajan con niños y jóvenes en riesgo de exclusión, y otras que trabajan con alumnos con determinada discapacidad intelectual.



Los servicios pro bono que ofrece Deloitte a las entidades sociales tienen idéntico nivel de calidad que los que desarrolla para cualquier otro cliente.



Descripción del Programa Pro Bono en Deloitte

Nace hace aproximadamente 2 años.

Deloitte es una empresa con una oferta de servicios profesionales muy diversos, que se prestan desde las distintas líneas de servicio de la Firma (ofrecemos multitud de líneas especializadas en temas de los más dispar: auditoría, consultoría, riesgos, asesoramientos especializados en finanzas, por industrias, etc.).

Por ello, contamos con un marco global de Trabajo Pro bono, que establece las bases comunes para todos los departamentos de Deloitte, que luego cada grupo de trabajo matizará según sea necesario.

El Programa refleja el enfoque, los servicios susceptibles de ser prestados (con formato pro bono), cuáles no están permitidos (por temas de control de riesgos) y cuál es el procedimiento interno para solicitar, autorizar y gestionar cada proyecto pro bono.

Para solicitarlos: las entidades sociales que solicitan un servicio pro bono deben cumplir con idénticos requerimientos, de transparencia y confianza, que cualquier otro cliente de Deloitte.

Autorización y gestión: los servicios pro bono que ofrece Deloitte a las entidades sociales tienen idéntico nivel de calidad que los que desarrollamos para cualquier otro cliente.

Ejemplos de Trabajos Pro bono:

- Área Jurídica: Es el área que más actividad pro bono realiza. Resuelve normalmente cuestiones relacionadas con constitución de fundaciones, estatutos, aspectos laborales, fiscales, jurídicos, cuestiones sobre jubilación, convenios colectivos, etc.
- Asesores Financieros: Ayudan a las entidades a optimizar la gestión de su actividad financiera, resuelven dudas, etc.
- Consultores: Cada una de las Áreas de Consultoría colabora asesorando en cuestiones de su especialidad. Por ejemplo, temas de Tecnología, sobre estrategia, Business plan, etc.
- Área de Riesgos: igualmente, asesoran sobre posibles riesgos tecnológicos, de reputación, financieros, etc.

Caso Fundación Fernando Pombo:

La Fundación Fernando Pombo es una fundación de abogados, la profesión que ejerció Fernando Pombo. Nació en 2010 como una iniciativa conjunta de Fernando Pombo y el Despacho Gómez-Acebo & Pombo. Su misión es impulsar en la abogacía el compromiso con los derechos de los más desfavorecidos.

Se trata de la primera *clearinghouse* —centro de coordinación Pro Bono— creada en España. Juega un papel destacado en la promoción y desarrollo de la función social de la abogacía, el Pro Bono y las clínicas jurídicas dentro y fuera de España, por lo que ha obtenido relevantes reconocimientos nacionales e internacionales.

Su método se basa en el trabajo en red con abogados, ONG, universidades, clínicas jurídicas, empresas, asociaciones, administración pública e instituciones representativas de ámbito nacional e internacional, para conseguir así un efecto multiplicador.

La Fundación desarrolla sus actividades en España, si bien cuenta con una importante presencia internacional: Ocupa cargos ejecutivos en la International Bar Association (Asociación Mundial de la Abogacía) y forma parte del council de Foro Europeo del Pro Bono y del consejo asesor de CEELI Institute for the Rule of Law.

La Fundación Fernando Pombo promueve la innovación jurídica para la transformación social. Para ello actúa a través del Pro Bono, las clínicas jurídicas y la sensibilización y formación a abogados de empresa sobre derechos humanos.

La Fundación articula su actividad sobre cuatro ejes:

• Eje 1: Proyectos jurídicos para colectivos vulnerables, con especial atención a las mujeres vulnerables, los pacientes doblemente vulnerables, las personas sin hogar y los migrantes forzosos.

Mediante estos proyectos, la Fundación persigue transformar la realidad de los más vulnerables, a través del diseño de soluciones jurídicas innovadoras, que promuevan un mejor asesoramiento legal y defensa de sus derechos.

Estos proyectos van desde la colaboración jurídica Pro Bono con entidades sociales en asuntos de interés público, al análisis e investigación de los derechos de dichos colectivos vulnerables. También

incluye el asesoramiento y formación jurídica Pro Bono a entidades sociales sobre aspectos jurídicos específicos, el desarrollo de clínicas jurídicas sobre los derechos de estos colectivos vulnerables y el diseño de propuestas de mejoras legislativas, entre otras actuaciones de carácter jurídico.

• Eje 2: Emprendimiento social

La Fundación considera indispensable la involucración de la abogacía Pro Bono en la promoción del emprendimiento social a través de la innovación jurídica. Por ello, la Fundación crea proyectos con asesoramiento jurídico Pro Bono a emprendedores sociales, investiga fórmulas legales innovadoras para la sostenibilidad de las ONG y los emprendedores sociales —como por ejemplo la viabilidad jurídica de los Bonos de Impacto Social en España— y participa en foros nacionales e internacionales sobre emprendimiento social, inversión socialmente responsable e innovación jurídica.

• Eje 3: Abogacía del futuro

MULTIPLÍCATE es el proyecto de la Fundación en universidades. Persigue el doble objetivo de (implicar hoy a los abogados del futuro, en la defensa de derechos de los más desfavorecidos y de contribuir a un mayor desarrollo de la función social de la abogacía.

Desde 2011, la Fundación imparte formación especializada a estudiantes de Derecho y desarrolla proyectos de clínica jurídica en colaboración con las principales universidades españolas.

• Eje 4: Abogacía de empresa

La Fundación realiza formación y sensibilización de abogados de empresa en el respeto de los derechos humanos, en relación con las más innovadoras prácticas internacionales, principalmente, los Principios Rectores de la ONU sobre Empresas y Derechos Humanos.

Por último, procede destacar que todas las iniciativas de la Fundación persiguen el fortalecimiento del Estado de Derecho y la promoción de los Objetivos de Desarrollo Sostenible de Naciones Unidas (ODS), especialmente del Objetivo 16 “Paz, Justicia e Instituciones sólidas”.



La Fundación Fernando Pombo promueve la innovación jurídica para la transformación social a través del Pro Bono, las clínicas jurídicas y la formación a abogados de empresa en derechos humanos

Caso Hogan Lovells: Programa BaSE Training (Business and Social Enterprise)

Hogan Lovells implementó en 2015 la Global Citizenship Policy (GCP). Fue el primer despacho que estableció un objetivo de horas de dedicación a Responsabilidad Social Corporativa. La GCP prevé que los 6.000 empleados de Hogan Lovells prestemos al menos 25 horas anuales de Citizenship (alrededor de dos horas al mes), como parte de nuestra actividad diaria. Y fija la expectativa de que los abogados utilicen sus horas de Citizenship para llevar a cabo actividades de pro bono.

Ser un ciudadano ejemplar es parte integrante de la cultura y estrategia de Hogan Lovells. Nuestra creencia compartida en el valor de la responsabilidad social es uno de los lazos que nos une como despacho global. Tratamos de lograr ese compromiso por parte de todos los que formamos Hogan Lovells a través de la GCP.

Como resultado de esta política, nuestras oficinas en España han visto incrementada su actividad en pro bono en un 350% (2015), lo que representaría un valor de unos 500.000€ en horas de trabajo.

Nuestro compromiso de buena ciudadanía se compone de cinco programas: pro bono, Diversidad e Inclusión, Voluntariado, Recaudación de fondos y Donaciones y Sostenibilidad. Todos ellos contribuyen a nuestra iniciativa global de Empoderamiento de Mujeres y Niñas. Hemos dedicado miles de horas de trabajo a clientes pro bono y a las ONG con las que colaboramos, contribuyendo a atajar algunos de los problemas más urgentes del momento.



Con la Global Citizenship Policy (2015), Hogan Lovells fue el primer despacho que estableció un objetivo de horas de dedicación a la RSC y fija la expectativa de que los abogados utilicen ese tiempo a actividades de pro bono.

Descripción del programa

El programa BaSE Training está diseñado para formar a los abogados junior del despacho en cuestiones comerciales, así como para acercarlos al ámbito de las actividades empresariales de impacto social.

La formación, que se imparte en colaboración con Ashoka Reino Unido, se organiza dos veces al año en la sede de Londres. A ella acuden alrededor de 90 abogados junior de toda Europa. Con el fin de completar la formación en cuestiones de impacto social, la última parte de la formación consiste en un taller de asesoramiento jurídico en el que emprendedores de toda Europa comparten su modelo de negocio con los abogados.

A cada emprendedor se le asigna un grupo de 4-6 abogados junior (supervisados por un abogado senior que también se desplaza a Londres), con el fin de comentar el modelo de negocio, el impacto social y sobre todo, cuestiones jurídicas en las que necesita asesoramiento especializado. Tras el taller en Londres, el grupo de abogados se compromete a asesorar pro bono al emprendedor en una cuestión jurídica previamente acordada y durante seis meses.

Gracias a este programa, los emprendedores sociales tienen la oportunidad de viajar a Londres y conocer a otros emprendedores que están llevando a cabo proyectos con impacto social; así como de contar con el asesoramiento jurídico de un equipo de abogados internacionales. La selección de emprendedores se realiza además en colaboración con redes de emprendimiento como la propia Ashoka, UnLtd, Pro bono Lab, Impact Hub o Youth Business International.

Hogan Lovells implementó en 2015 la Global Citizenship Policy (GCP). Fue el primer despacho que estableció un objetivo de horas de dedicación a Responsabilidad Social Corporativa. La GCP prevé que los 6.000 empleados de Hogan Lovells prestemos al menos 25 horas anuales de Citizenship (alrededor de dos horas al mes), como parte de nuestra actividad diaria. Y fija la expectativa de que los abogados utilicen sus horas de Citizenship para llevar a cabo actividades de pro bono.

Beneficios del programa

Esta actividad supone la implicación de los equipos de Recursos Humanos y Formación del despacho, así como del equipo de pro bono. El diseño del programa se hace combinando tanto las necesidades de formación adicional que pueden tener los abogados como pensando también en sensibilizarles en torno al emprendimiento social. Además, les da la oportunidad de poder conocer en persona a un emprendedor y de contagiarse por su entusiasmo y ganas de construir una sociedad más justa.

A su vez, los emprendedores sociales tienen la oportunidad de viajar a Londres y conocer a otros emprendedores que están llevando a cabo proyectos con impacto social; así como de contar con el asesoramiento jurídico de un equipo de abogados internacionales.

Además, en todos nuestros programas de apoyo al emprendimiento, contamos con la participación de abogados procedentes de nuestros clientes corporativos, que se unen a los equipos de asesoramiento de Hogan Lovells. Para la próxima sesión de BaSE Training contaremos con cuatro aboga-

dos junior procedentes de clientes del despacho que se integrarán en diferentes equipos de apoyo a emprendedores. Esto nos permite afianzar aún más la relación con los clientes corporativos, permitir que los miembros más jóvenes de ambos equipos se conozcan; además de ampliar la red de contactos y apoyo para las entidades proveedoras de emprendedores sociales.

Por otro lado, el proceso de candidaturas nos permite identificar emprendedores sociales que, si no pueden participar en el programa por falta de plaza o por inadecuación de sus necesidades jurídicas a nuestras capacidades, pueden beneficiarse de apoyo jurídico pro bono a nivel local.

Además, el año pasado, gracias a los contactos entre UnLtd Spain y Hogan Lovells en Madrid, para buscar emprendedores que participaran en este programa, se consiguió organizar un taller similar en Madrid. En él se invitó a participar a tres emprendedores españoles y contó también con la participación de representantes de clientes del despacho en Madrid. Esta experiencia local fue tan exitosa que se están preparando actividades similares en Milán, París y Roma.



Modelos de Voluntariado Profesional



Caso CODESPA. Colaboración con GAES: Profesionales para el desarrollo

GAES se dedica a proporcionar soluciones auditivas a las personas con problemas de audición, desde que fue fundada en 1949. Sus centros auditivos disponen de la tecnología más avanzada, así como de técnicos especialistas para detectar un posible déficit auditivo y adaptar la ayuda auditiva más apropiada y de forma personalizada en cada caso. Actualmente, GAES dispone de una red de unos 600 centros auditivos, de los cuales más de 500 están en España y el resto distribuidos en Andorra, Portugal, Chile, Argentina, Ecuador, Colombia, México y Panamá.

GAES Solidaria nació de la mano de María José Gassó, en 1996, como un departamento de acción social dentro de GAES. Su objetivo era mejorar la calidad de vida de las personas que más lo necesitan y fomentar el cuidado auditivo. Durante sus 22 años de existencia, su actividad y campo de actuación fueron creciendo hasta alcanzar los 300 voluntarios, todos ellos empleados de GAES, y actuar en 21 países.

Entre los diversos proyectos llevados a cabo bajo el paraguas de GAES Solidaria destacan iniciativas desarrolladas en países como India, Senegal

o Camerún, siempre en colaboración con distintas organizaciones.

La consolidación de las diversas acciones desarrolladas por GAES Solidaria ha llevado a GAES a dar un paso más y constituir la Fundación GAES Solidaria, un hecho que permitirá dar continuidad a las iniciativas que se estaban llevando a cabo hasta el momento pero que, además, incorporan tres nuevos propósitos: impulsar la investigación vinculada a patologías otorrinolaringológicas, concienciar a la población sobre la importancia de la salud auditiva como elemento básico del bienestar de las personas y ayudar a los deportistas y músicos amateurs a conseguir sus sueños.

Descripción del programa

En Ecuador, las zonas rurales siempre son las que reflejan mayores índices de pobreza. Para enfrentarse a estas dificultades, Fundación CODESPA está apoyando un grupo de pequeños productores de leche del municipio de Colta, en la Sierra centro ecuatoriana, en la creación de la empresa COCICHC, con la que se pretenden mejorar en última instancia sus ingresos y condiciones de vida.

Para contribuir a este objetivo, GAES y la Fundación CODESPA firmaron una alianza que permitía contar con el apoyo de empleados de la empresa.



Este programa abre las puertas al voluntariado empleados de otros departamentos, como Marketing o Recursos Humanos.



Foto cedida por Fundación CODESPA



El proyecto Maji Ni Huai, de Ferrovial, evidenció que una empresa puede multiplicar su contribución cuando aporta lo que mejor sabe hacer. En este caso, construir infraestructuras.

Inma y Ana, del área de RRHH y de Marketing de GAES, viajaron hasta Ecuador para revisar procesos internos de la empresa COCICHC y ayudarla a implementar un plan de trabajo que ayudara a reforzar la captación y retención del talento, así como la venta de leche.

Beneficios

La Fundación GAES Solidaria desarrolla desde hace años distintos programas de voluntariado, destinados principalmente a audioprotesistas. Este programa permitió a trabajadores del departamento de Marketing y de Recursos Humanos de GAES a desarrollar también su experiencia como voluntarios. Nos abre las puertas para que otros empleados de otros departamentos puedan participar también de esta experiencia.

Concretamente, para Ana Zapata, de Marketing, e Inma Sotelo, del área de RRHH, fue una experiencia muy enriquecedora. Trabajaron todos los días con el personal de la Fundación CODESPA y empleados de La Quesera. Así pudieron elaborar un plan de RRHH y de Marketing para la empresa que facilitara comercializar mejor el producto y aumentar sus beneficios. Gracias a esta vivencia pudieron aprender de los valores indígenas, sus ganas de formarse y mejorar y su cariño.

Caso Ferrovial: Infraestructuras Sociales

El compromiso de Ferrovial con la sostenibilidad y la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se remonta a 1999 cuando, a raíz de su salida a bolsa, comienza a cumplir con las exigencias de reporte sobre gobierno corporativo. Tres años más tarde, Ferrovial fue la primera empresa española en adherirse al Pacto Mundial de las Naciones Unidas y desempeñó un importante papel en el lanzamiento de la Red Española del Pacto Mundial.

La compañía ha continuado apostando por la RSC como función estratégica, orientada a mantener su competitividad y mejorar su reputación. Por ello, su actual estrategia de RSC está alineada con su núcleo de negocio y se centra en la promoción de infraestructuras más eficientes, limpias y accesibles. La compañía forma parte de prestigiosos índices de sostenibilidad como el Dow Jones Sustainability y el FTSE4Good.

Según Francisco Polo, director de Comunicación y Responsabilidad Corporativa, "entendemos que desde Ferrovial debemos aportar financiación, pero también queremos aportar algo más: el talento y las habilidades de nuestros empleados". Para ello, en 2008, arrancó el proyecto de infraestructuras de agua "Maji Ni Huai" (El Agua es Vida), financiado íntegramente por Ferrovial, que fue diseñado y ejecutado en colaboración con la ONG Amref en la región del Serengeti, en Tanzania.

Esta experiencia marcó un antes y un después para Ferrovial y su compromiso social. El proyecto Maji Ni Huai puso en evidencia que una empresa puede multiplicar su contribución al desarrollo humano cuando aporta lo que mejor sabe hacer, en el caso de Ferrovial, construir infraestructuras.

Ferrovial, como empresa que trabaja en el sector de la construcción, mantenimiento de infraestructuras y prestación de servicios, quiere contribuir con su talento y experiencia al desarrollo de proyectos en este sector.



Programa Infraestructuras Sociales

Tras su experiencia de colaboración con Amref, Ferrovial decidió institucionalizar este tipo de intervenciones y desarrolló en 2011 un programa para financiar y ejecutar proyectos de cooperación en colaboración con ONG de desarrollo: el Programa de Infraestructuras Sociales. Con este programa, Ferrovial apostó por las alianzas con ONG como el mejor modelo para maximizar su contribución al desarrollo humano.

Este programa representa:

- Una vía de financiación relevante para organizaciones del tercer sector (hasta 150.000€ por proyecto) procedente del ámbito empresarial y bajo una modalidad de concurrencia competitiva, aspectos poco habituales en el sector empresarial que apoya a las ONG.
- El alineamiento de una gran empresa española con las prioridades sectoriales (agua y saneamiento) y geográficas (África y América Latina) de múltiples ONG españolas.
- Una modalidad de colaboración poco corriente, en la que la empresa se implica más allá de la donación, mediante la colaboración permanente y la

participación de empleados de Ferrovial, a través de voluntariado corporativo profesional.

En el momento en el que el programa se institucionalizó, el Comité de Dirección y el Consejo de Administración lo dotaron de un presupuesto de 500.000€ anuales, que íntegramente se invierten en los proyectos ejecutados en países en desarrollo. Además, en ese momento se crearon puestos para la gestión del programa dentro del Departamento de Comunicación y Responsabilidad Corporativa.

A esto hay que añadir los gastos asociados a los viajes de empleados voluntarios y de responsables de Ferrovial a terreno (vuelos, alojamiento, manutención) que corren a cuenta de Ferrovial. Así mismo, el equipo técnico del Área de Responsabilidad Social Corporativa de Ferrovial participa estrechamente con la ONG socia en la planificación de manera previa al inicio del proyecto.

Metodología

La selección de proyectos se realiza por concurrencia competitiva, en base a las propuestas que ONG españolas y sus contrapartes locales hacen llegar a Ferrovial a través de una convocatoria abierta que la compañía lanza anualmente.



Es importante remarcar la labor de identificación de necesidades y soluciones a implementar en el propio terreno, realizada previamente por las contrapartes locales de las ONG españolas. Por este motivo, todas las propuestas son valoradas en base a criterios técnicos que atienden, entre otros, a la experiencia de la organización solicitante y su socio en terreno, e inciden en criterios de identificación, de sostenibilidad, y de viabilidad técnica y económica.

Una vez seleccionado el proyecto, se inicia la puesta en marcha a través de la firma de un Convenio de colaboración con la ONG, en el que se establecen, entre otros aspectos, el rol y deberes de ambas partes y los mecanismos de gestión, supervisión y comunicación a lo largo del proyecto. El acuerdo entre Ferrovial y la ONG se rige como un Convenio de Colaboración Empresarial en actividades de interés general (artículo 25 de la Ley 49/2002), y no como una mera donación, lo que reviste a esta relación empresa-ONG de un cariz menos filantrópico y más colaborativo. La "Comisión Paritaria", que se conforma en cada uno de los proyectos, es el órgano de gestión compartida y seguimiento de los mismos. En ella, participan el mismo número de representantes de Ferrovial que de la ONGD, generando así un espacio de coordinación, comunicación y toma de decisiones de manera consensuada y equitativa.

Voluntariado

En 2010 se pasó una encuesta sobre voluntariado corporativo a unos 5.000 empleados de la empre-

sa en España para conocer sus intereses y expectativas al respecto. Los resultados sorprendieron gratamente a los responsables de RSC y Recursos Humanos. Frente al 3-4% de respuestas esperadas, el 30% de las personas consultadas respondió al cuestionario. Y un 89% afirmó estar interesado en hacer voluntariado. Entre los temas que más interés despertaba, la participación en un proyecto de cooperación, seguida de la asesoría profesional a ONG (sin necesidad de desplazarse a terreno).

En el momento de poner en marcha el Programa de Infraestructuras Sociales, este interés de los empleados, unido al deseo de la compañía de apoyar proyectos más allá de la financiación, sirvieron para insertar el voluntariado corporativo como parte esencial del programa.

Cada uno de los proyectos tiene al menos un viaje de voluntarios. Se desplazan entre 2 y 5 empleados, en función de las necesidades y de las posibilidades logísticas de la zona a la que se viaja, además de un responsable del grupo del Área de Responsabilidad Corporativa.

Internamente, la compañía realiza proceso dirigido a los empleados en el que se ofrece la posibilidad de participar en el proyecto como asesores técnicos. La identificación de las necesidades, a las que los voluntarios empleados de Ferrovial pueden dar respuesta, se realiza en terreno. En la Comisión Paritaria se adaptan estas necesidades a los perfiles de empleado con los que cuenta la compañía.



Foto cedida por Ferrovial



En la Comisión Paritaria se casan las necesidades identificadas con los perfiles de los empleados voluntarios.

El gran número de empleados interesados en formar parte del programa y la diversidad de sus perfiles permite una selección de candidatos, que se ajusta estrechamente a la solicitud realizada desde terreno. Una vez los voluntarios son seleccionados y su participación confirmada, se establece un plan de trabajo en terreno detallado, asignando funciones en base al expertise de cada una de las personas seleccionadas y a las necesidades existentes.

Antes de iniciar el viaje, el grupo recibe información relativa al proyecto y asiste a una sesión informativa sobre el contexto, el proyecto, la organización española y su contraparte, así como sobre cuestiones logísticas. La estancia en terreno se prolonga durante dos semanas, en las que se llevan a cabo funciones de apoyo a la puesta en marcha del proyecto (mejoras en el diseño, expediente técnico, contrataciones, etc.), labores de supervisión técnica de las obras de construcción, implementación de estrategias para la sostenibilidad del proyecto, etc.

Realizado el trabajo, se elabora un informe con las conclusiones y recomendaciones después de la estancia, que se facilita a la contraparte local y la ONG española. A su vuelta, los voluntarios continúan recibiendo información sobre el proyecto y apoyándolo puntualmente.

La compañía, consciente del esfuerzo del empleado que voluntariamente apoya estos proyectos, considera una de las dos semanas que se permanece en terreno como parte del trabajo del empleado. La persona voluntaria, por su parte, aporta la otra semana como parte de sus vacaciones.

Beneficios y claves de éxito

- Desde el inicio cuenta con el apoyo de la alta dirección de Ferrovial: se presentó al Consejo de Administración y la Presidencia participa en el seguimiento del Programa.
- Dispone de un diseño bien estructurado, basado en procedimientos y criterios claros, con un enfoque que va más allá de la implicación habitual de las empresas en el ámbito de la acción social. Cuenta con un equipo responsable del Programa, con alta motivación y experiencia, lo que favorece la colaboración con ONG en un clima de confianza y de corresponsabilidad.
- Se encuentra alineado con el núcleo de negocio de la compañía, lo que facilita la aportación de la experiencia de Ferrovial a los proyectos. Y cuenta como aspecto clave con la participación de empleados a través del voluntariado corporativo, canalizándose así la contribución técnica de Ferrovial a los proyectos.
- Se orienta a resultados de desarrollo y dispone de canales efectivos para la difusión interna y externa. Se alinea así con las expectativas de los empleados y promoviendo el orgullo de pertenencia a la compañía.

Caso Mapfre Colombia: "Brindando oportunidades para la vida laboral"

Los principales datos del programa "Brindando oportunidades para la vida laboral" en 2017 son:

- Más de 1000 empleados en plantilla
- 330 Voluntarios Únicos y 208 Familiares
- Más del 30% de la plantilla es voluntaria
- Más del 95% de las actividades se realizan fuera de la jornada laboral

Descripción del programa

Se trata de un programa que coopera al desarrollo de personas en situación de vulnerabilidad y en riesgo de exclusión social y contribuye a mejorar la calidad de vida y disminución de la pobreza.

Dirigido a:

- Personas con discapacidad motriz.
- Mujeres cabeza de familia.
- Jóvenes bachilleres recién graduados y con muy escasos recursos económicos.

Resumen: (6 módulos, 13 temas, 3 meses, 8 sábados, 30 horas):

- Módulos teórico-prácticos estructurados, planificados e impartidos por los voluntarios (4 horas y media cada módulo; Ofimática, técnicas comerciales, Finanzas, Atención al Cliente, etc.)
- Lugar: en las instalaciones de MAPFRE (sábados por la mañana de 8:00-12:30)



El programa impacta positivamente en la cultura y el buen clima dentro de la empresa, ya que los beneficiarios pasan a ser compañeros y sirven de ejemplo de superación.

Beneficios del programa

Creación de lugares inclusivos

Impacta positivamente en la cultura y el buen clima, los beneficiarios pasan a ser compañeros y sirven de ejemplo hacia los demás; ejemplo de superación.

Impacto en Orgullo de pertenencia y compromiso, las personas que se incorporan a la empresa se convierten en empleados con un alto compromiso que hará aumentar su productividad. Además, se sentirán orgullosos de trabajar en la organización.

Resultados

En 2016, de dieciséis personas participantes doce finalizaron la formación y cinco se incorporaron a MAPFRE. Otras cinco están en otras empresas.

En 2017, se repite el programa y se incluye el Plan Padrino; consiste en que aquellos que se incorporen a la empresa tengan un acompañamiento periódico a cada uno de los beneficiarios, ahora empleados MAPFRE, y les motiven a hacer realidad el plan de vida.

Posicionamiento:

La Compañía gana imagen frente a los diferentes grupos de interés con los que se relaciona, haciendo visible su determinación de ser socialmente responsable. En todos los casos, un mejor posicionamiento se convierte en mejor reputación y por tanto mejores negocios.



Las actividades de voluntariado corporativo de Metro de Madrid tienen un marcado acento en la inclusión social: mejoran la accesibilidad y la autonomía de todos los viajeros, con especial atención a los colectivos más vulnerables.

Caso Metro de Madrid: Proyecto L.A.R.A.

Metro de Madrid S.A. es una empresa pública de la Comunidad de Madrid. El suburbano de la capital se inauguró el 17 de octubre de 1919, da servicio a 2,3 millones de viajeros diarios en la ciudad de Madrid y otros 11 municipios. A día de hoy cuenta con 301 estaciones a lo largo de 294 km de vía.

La propia actividad de Metro de Madrid genera una contribución a la sociedad al ofrecer un servicio de movilidad, que reporta beneficios a los ciudadanos y que permite desplazarse de forma cómoda, segura y eficiente. Esto contribuye a disminuir la congestión del tráfico, la accidentabilidad y la ocupación de espacio en superficie, mejorando la calidad de vida de las personas. Además, actúa como un importante elemento integrador y favorece la creación de empleo.

Metro de Madrid, como empresa responsable comprometida con el desarrollo sostenible, orienta su gestión a contribuir al progreso económico, social y medioambiental de la sociedad en la que opera, partiendo de un compromiso firme con el respeto a los derechos humanos internacionalmente reconocidos. Para lograr esta contribución, en el marco de su nueva Política de Responsabilidad Corporativa, Metro de Madrid trabaja conforme a tres líneas de actuación:

- **Negocio Responsable:** Priorizamos el respeto por las personas, los valores éticos y el medio ambiente.
- **Gestión Medioambiental:** Transporte público sostenible, basado en la eficiencia energética y el uso racional de los recursos.
- **Cultura Inclusiva:** Como elemento integrador de la sociedad, Metro de Madrid apuesta por la inclusión social de todas las personas y colectivos.

Además, Metro de Madrid contribuye a la sociedad reinvertiendo en ella, o compartiendo, los activos conseguidos por su propia actividad. Desde el año 2012, y con el objetivo de enmarcar todas las acciones relacionadas con esta aportación de Metro a la sociedad en un Plan de Acción Social con imagen y mensajes propios, nos referimos a la acción social de Metro como la Línea Social de Metro de Madrid.



Foto cedida por ATRESMEDIA

Metro, respondiendo a una planificación estratégica, colabora con distintas entidades sociales y colectivos, con la finalidad de contribuir a la transformación social y a la mejora de la calidad de vida de la sociedad en general, poniendo a su disposición recursos clave de la compañía (económicos, humanos, tecnológicos o sus propias instalaciones) y aprovechando su gran potencial como canal de comunicación para intentar paliar las necesidades de personas y colectivos que, por sus características, capacidades o circunstancias especiales, se encuentran en riesgo de exclusión social.

A lo largo de 2017 se han realizado 83 acciones dentro de la línea social, frente a las 78 del año anterior (supone casi un 12% más). De estas acciones se beneficiaron 85 entidades con fines sociales (ONG, fundaciones y otro tipo de asociaciones o empresas) lo que muestra el compromiso de la compañía con un amplio abanico de entidades no lucrativas, intentado diversificar el reparto de su ayuda.

Programa de Voluntariado Corporativo de Metro de Madrid

Metro enmarca su Programa de Voluntariado Corporativo entre las acciones de colaboración con entidades y colectivos sociales, cumpliendo así otro de sus compromisos específicos recogidos en la línea de actuación "Cultura Inclusiva", de su política de Responsabilidad Corporativa. Gracias al programa de voluntariado, Metro de Madrid promueve, facilita y coordina la participación de sus empleados en activo, jubilados y prejubilados, así como de sus familias, en actividades de carácter solidario y voluntario incluidas en la línea social. Así, también desde el año 2012, se han realizado más de 60 actividades de voluntariado. Han par-

ticipado 200 empleados que han acumulado un total de 3.200 horas de voluntariado corporativo.

Los objetivos del Programa de Voluntariado Corporativo de Metro de Madrid son:

- Contribuir al desarrollo de la línea social y al cumplimiento de sus objetivos,
- Apoyar las inquietudes sociales de sus empleados,
- Favorecer su participación en actividades solidarias.

Las actividades de voluntariado corporativo de Metro de Madrid han tenido, desde el primer momento, un marcado acento en la inclusión social, a través del acceso a un transporte público suburbano de calidad, con planes dirigidos a mejorar la accesibilidad y la autonomía de todos los viajeros, y con especial atención a los colectivos más vulnerables. Desde la primera actividad de voluntariado corporativo realizada con personas TEA (Trastorno del Espectro Autista), para que conocieran las instalaciones, museos y simuladores de Metro, se han sucedido acciones con niños y jóvenes en riesgo de exclusión social, pacientes de cáncer y enfermedades raras, personas sin hogar, mayores, etc.

Al mismo tiempo, el programa de voluntariado de Metro de Madrid fomenta la participación social, a través de la involucración de los empleados y el resto de la ciudadanía en la promoción de valores solidarios. Ejemplo de ellos son las decenas de campañas de recogida de alimentos, libros, donativos, material escolar y deportivo, así como la colaboración con campañas de sensibilización promovidas por ONG y entidades sociales, en las que empleados y viajeros de Metro han colaborado conjuntamente.



El programa de voluntariado de Metro de Madrid fomenta la participación social a través de la involucración de los empleados y la ciudadanía en la promoción de valores solidarios.



Foto cedida por Metro Madrid

Proyecto L.A.R.A. - Línea de Apoyo para el Refuerzo de la Autonomía

Las acciones de voluntariado corporativo de Metro de Madrid han dado lugar a nuevas formas de prestar un servicio público a la sociedad, contando con las habilidades profesionales de sus empleados y fomentando el trabajo en equipo dentro de la compañía. El proyecto L.A.R.A. -Línea de Apoyo para el Refuerzo de la Autonomía-, en palabras de Mónica Mariscal Contreras, responsable del Servicio de Responsabilidad Corporativa, "es una nueva línea de trabajo, orientada a favorecer la autonomía de las personas con discapacidad

intelectual en la red de metro. Y está basada en el convencimiento y la experiencia de que todas las personas podemos progresar, si contamos con los apoyos necesarios".

Lara, la joven con Síndrome de Down que da nombre al proyecto, fue la primera en hacer uso del programa de acompañamiento por el que voluntarios de Metro enseñan a personas con discapacidad a familiarizarse con los elementos de la estación y del tren, así como a perder miedo al "espacio Metro". En su caso, la propia familia y los responsables de la Fundación Alas -en cuyas actividades participa Lara- solicitaron a Metro un en-

trenamiento personalizado para que fuera capaz de realizar sus habituales recorridos en metro. El entrenamiento, a cargo de los voluntarios, se prolongó durante más de un año todas las tardes de los viernes.

Actualmente Lara es completamente autónoma para realizar sus viajes en transporte público, con el aumento de calidad de vida que eso supone tanto para ella como para su familia. El papel de los voluntarios y del resto de personal de Metro implicado en este programa está logrando que superen los problemas de comprensión, orientación e inseguridad que afectan a personas con discapacidad intelectual o del desarrollo en su relación con la red. La participación de los empleados ha sido la clave y detonante del éxito de este programa de entrenamiento. Han brindado su experiencia profesional con total implicación, coordinando sus turnos para hacerlos compatibles y siempre fuera de sus horarios de trabajo.

La implicación de los voluntarios, coordinados con otros trabajadores que prestan servicio directo a los viajeros, ha supuesto también un impulso al trabajo, la inclusión social y a la visibilidad de las fundaciones que hasta el momento están implicadas en el Programa L.A.R.A. (Plena Inclusión Madrid, Síndrome de Down España, Down Madrid, Fundación Alas, Fundación A LA PAR).

Desde entonces, otros jóvenes con discapacidad intelectual como Lara -Virginia, Paula, Ana, Aitor...- son ya capaces de viajar solos en Metro y gozan de una autonomía que les permite un mejor acceso al trabajo, los estudios y el ocio.

Y, por supuesto, los voluntarios y la propia compañía han desarrollado unas competencias vitales en su desarrollo profesional: trabajo en equipo, empatía, resolución de conflictos, planificación de tareas, habilidades comunicativas, innovación social, gestión del cambio, compromiso, confianza, liderazgo...

Esta línea de trabajo iniciada con L.A.R.A. no es solo acción social o voluntariado, es un proyecto transversal que forma parte de la estrategia de Metro, afecta a todas las áreas de la compañía y tiene tres objetivos claros:

- Impulsar las medidas de accesibilidad complementarias incluidas en el Plan de Accesibilidad e Inclusión de Metro, especialmente diseñadas para personas con discapacidad intelectual y del conocimiento. Entre estas medidas se encuentra la incorporación al plan de formación de un módulo obligatorio por el que ya han pasado cientos de trabajadores de atención directa al cliente, la me-

jora de la información con guías de uso en lectura fácil y un nuevo diseño de los planos de la red, para facilitar la comprensión y mejorar la accesibilidad cognitiva.

- Favorecer la normalización de la imagen del colectivo de personas con discapacidad a través de campañas de sensibilización dirigidas a los clientes y a los empleados -incluidas en la línea social- y en el fomento de las acciones de voluntariado, con jornadas de convivencia entre empleados, sus familias, y personas pertenecientes a colectivos en riesgo de exclusión social.

- Facilitar la orientación individual, a través del programa de acompañamiento y entrenamiento, que permite que personas con discapacidad intelectual o del desarrollo aprendan a desenvolverse de forma autónoma en la red y el refuerzo de la sensibilización de los empleados de atención directa al viajero, que como se ha dicho, cuentan con la formación y la documentación necesaria para poder atender las necesidades ante problemas de orientación y comprensión de los viajeros con distintas capacidades.

“

Lara, la joven que da nombre al proyecto, fue la primera en hacer uso del programa de acompañamiento en el que voluntarios de Metro familiarizan a personas con discapacidad con los elementos de la estación y del tren.

Reconocimientos públicos en 2017

El voluntariado profesional basado en habilidades y el desarrollo que ha supuesto para Metro de Madrid el Programa L.A.R.A. se han visto recompensados también públicamente con varios premios durante el año 2017.

Entre ellos destacan el galardón concedido a Metro de Madrid como "Empresa por la Inclusión 2017" por Plena Inclusión Madrid- federación que incluye a 110 entidades de personas con discapacidad intelectual y del desarrollo de la Comunidad de Madrid-. Este reconocimiento destaca que Metro de Madrid "ha colaborado para favorecer la inclusión de personas con discapacidad intelectual o del desarrollo, formando a más de 300 trabajadores para proporcionarles pautas y herramientas que les ayuden en su actividad diaria en el trato de personas con discapacidad intelectual; ha editado una guía en lectura fácil sobre el uso del metro y cuenta con un departamento de RSC implicado en la inclusión del colectivo, además de colaborar en la cesión de espacios para acciones de visibilidad social".

Metro de Madrid también ha sido recibido el Premio Trébol a la Solidaridad concedido por la Federación Síndrome de Down España por su colaboración en la difusión de la campaña "XTUMIRADA", destacando también el programa para favorecer la inclusión a través del transporte puesto en marcha por el suburbano madrileño.

Los voluntarios han desarrollado competencias vitales en su desarrollo profesional: trabajo en equipo, empatía, resolución de conflictos, planificación, habilidades comunicativas, innovación social, gestión del cambio, compromiso, confianza...



Caso Tenerife Solidario. SINPROMI, S.L.

El Programa Tenerife Solidario nació en 1997, desde el Área de Acción Social del Cabildo Insular de Tenerife. Actualmente lo gestiona la Sociedad Insular para la Promoción de la Discapacidad, SINPROMI, S.L. Su objetivo es “promover, potenciar y concienciar sobre el voluntariado y el tejido asociativo en la Isla de Tenerife”.

Dentro de este concepto genérico, desde 2008, se comienza a trabajar en el fomento del Voluntariado Corporativo entre las empresas de la isla. En 2010 comienza, de forma efectiva, la aplicación de las acciones de Voluntariado Corporativo.

Cada año aumenta el interés y la participación tanto de las empresas como de las entidades de Voluntariado (asociaciones y fundaciones, que persiguen el interés general y que cuentan con personas voluntarias para el desarrollo de las actividades y el cumplimiento de los fines estatutariamente establecidos).

Culmina este año 2018 con la celebración de 30 alianzas de Voluntariado Corporativo coincidiendo con la VIII Semana Internacional de Voluntariado Corporativo (Give & Gain).

En este apartado recogemos las colaboraciones que el Programa Tenerife Solidario ha facilitado desde el 2010 hasta 2017, describiendo con ello un conjunto muy heterogéneo de Empresas (por actividad, volumen e inquietudes), de Entidades de Voluntariado (por las necesidades que cada una de ellas presenta) y por el beneficio que ambas partes han obtenido.

En los últimos años se viene desarrollando una línea de trabajo con las empresas, cuyo objetivo es “potenciar la Responsabilidad Social Corporativa del tejido empresarial de Tenerife, mediante la implantación de un programa de Voluntariado Corporativo”. Desde esta perspectiva, el Voluntariado Corporativo es entendido como una actividad que promueve y favorece una empresa para que sus trabajadores/as desarrollen acciones de voluntariado en las Entidades de Voluntariado de Tenerife, acordes a sus motivaciones e intereses.

2011

> Turismo Tenerife y Fundación ATARETACO: con el objetivo de sensibilizar sobre la importancia del medioambiente como recurso de integración social, el proyecto tuvo un año de duración. Participaron 22 trabajadores, que invirtieron un total de 220 horas y se beneficiaron 100 usuarios/as.

2014, dentro de la Semana Internacional de Voluntariado Corporativo de FORÉTICA:

> Márquez Díaz S.L. y AECC: apoyo en campaña de captación de socios/as.

> Casinos de Tenerife, Cáritas Diocesana y Cruz Roja: formación al personal de las entidades en “Modelo Lienzo de optimización en la gestión de proyectos”.

> DLógica y ACUFADE: asesoramiento sobre la web de la entidad.

> Tesorería General de la Seguridad Social y Cruz Roja: taller de Buenas prácticas ambientales en oficina.

2015, dentro de la Semana Internacional de Voluntariado Corporativo de FORÉTICA:

> Casinos de Tenerife y Fundación En Pie: formación en Modelo Lienzo de Gestión de Proyectos.

> Escuela de Coaching Profesional Lider-Haz-GO! Canarias, Amate, Quiero ser como tú, ASINLADI, Entrelazados y ATELSAM: formación en cambio de modelo de Jefe a Líder Coach.

> Red Innovación Social, Asociación IMPARCI y Asociación ¡Vive!: formación sobre programa de fomento del voluntariado en la ciencia y la tecnología.



Cada año aumenta el interés y la participación tanto de las empresas como de las entidades de Voluntariado. Las acciones favorecen que los empleados desarrollen acciones acordes a sus motivaciones e intereses.

2016

> Obra Social de Casinos de Tenerife y Cáritas Diocesana de Tenerife: Impartición de Taller de Resolución de Objeciones para Trabajadores/as Sociales.

> Obra Social de Casinos de Tenerife y Real Sociedad Económica de Amigos del País de Tenerife: realización de proceso de coaching personalizado con el presidente de la entidad.

> Recursos Humanos de Casinos de Tenerife y Cruz Roja: impartición de Taller de Técnicas de Búsqueda de empleo.

> Escuela de Coaching LIDER-HAZ-GO!, Asociación tinerfeña de Esclerosis Múltiple (ATEM), Asociación de Fibromialgia de Tenerife (AFITEN), Asociación de Mujeres con Cáncer de Mama y AMATE-KOMYO REIKI: espacio de coaching grupal para la salud con personal de varias entidades de dicho ámbito.

2017

> Excelencia Turística de Tenerife y Asociación Rayuela: impartición de charla sobre inserción laboral en el sector hotelero.

> Casinos de Tenerife y Asociación Rayuela: impartición de charla sobre habilidades para afrontar una entrevista de trabajo y elaboración de C.V.

> Centro de Asesoramiento Psicológico y Social C-PAS, Asociación Tinerfeña de Enfermos Reumáticos (ASTER) y EN PIE Fundación Canaria: impartición de Taller de Habilidades Directivas para personal de Junta Directa de ambas entidades.



Caso Suez: HandsON PRO

Desde Suez, nuestra responsabilidad es contribuir con la comunidad garantizando el derecho humano al agua, dialogando con los grupos de relación e impulsando la innovación en nuestro campo de acción.

En 2017 iniciamos HandsON PRO, nuestro programa de Voluntariado Corporativo, con más de 500 voluntarios y 1.000 horas de voluntariado.

Hemos empezado en 2018 (15 de febrero, primer piloto), HandsON PRO, el voluntariado profesional de Suez, basado en habilidades de nuestro empleados, con un foco de alianza con entidades del tercer sector.

Beneficios

Se capacitó al 100% del equipo técnico de Associació Hàbitats, entidad del Tercer Sector ambiental que moviliza más de 3.000 voluntarios al año en Cataluña con el "Proyecto Ríos", de diagnóstico y limpieza de agua, en aspectos para mejorar su

desempeño como entidad, produciendo entregables tales como un modelo de patrocinios, un modelo de convenios de colaboración, un listado de contactos de empresas o manuales de estilo.



HandsON PRO de SUEZ se basa en habilidades de nuestro empleados, con un foco de alianza con entidades del tercer sector.



Foto cedida por Suez.



"Voluntarios por IMPACT 2030": voluntariado corporativo colaborativo, coordinado por Voluntariado y Estrategia.



Proyecto colaborativo en el que un grupo multidisciplinar de voluntarios de tres empresas diferentes trabajaron por un objetivo común: el ODS 8 (trabajo decente y crecimiento económico)

Caso Voluntariado y Estrategia: Voluntarios por IMPACT2030

Fundación Telefónica, Fundación la Caixa y SAP se unieron para llevar a cabo el proyecto Voluntarios por IMPACT 2030. Su objetivo, apoyar a cuatro entidades sociales que favorecen la empleabilidad: Fundación Santa María la Real, Fundación Adsis, Fundación Tomillo y Fundación Integra. Este proyecto se desarrolló bajo la coordinación de Voluntariado y Estrategia.

Un total de doce empleados y jubilados (cuatro por cada empresa participante) se agruparon en equipos multiempresa para abordar los retos internos de la entidad social que les fue asignada. Cada equipo trabajó durante dos semanas intensivas en la entidad social.

Se trata de un proyecto colaborativo en el que tomaron parte tres organizaciones diferentes, con trayectorias y experiencias variadas. Para encontrar un objetivo común se realizó una primera reunión, a la que se invitó a participar a más empresas. Entre todos se identificó el Objetivo de Desarrollo Sostenible número 8, trabajo decente y

crecimiento económico, como objetivo prioritario al que hacer frente a través del proyecto.

Beneficios

Según el 90% de los voluntarios, "el proyecto ofrece oportunidades de aprendizaje/desarrollo importantes y únicas para mí"; "es enriquecedor para todos los participantes y para la propia compañía, ya que es una forma de invertir en formación no técnica. Y los participantes se ven beneficiados por la inclusión en equipos multidisciplinarios, donde se aprenden cosas diferentes a lo que pueden desarrollar en tu propio trabajo". "Pone en valor a sus voluntarios/as en proyectos que no son puntuales, sino que tienen trascendencia"

El 100% de los voluntarios considera que trabajar con empleados de otras empresas ha sido enriquecedor, "porque has de llegar a acuerdos con otras personas con perfiles y cultura empresarial diferente. Cada cual es un "experto" en su área"; "Nos ha permitido compartir diferentes culturas empresariales, aportando cada uno su visión. Además, hemos coincidido tres generaciones distintas, lo cual lo ha enriquecido todavía más y nos hemos complementado muy bien".

Modelos mixtos de Voluntariado Profesional y Pro bono



Foto cedida por Atresmedia.

Caso Atresmedia: Voluntariado Profesional y Programa Pro Bono

Atresmedia es el grupo líder de Comunicación en España y la única compañía audiovisual con posiciones clave en todos los sectores en los que opera -televisión, radio, desarrollo digital y multimedia, cine y organización de eventos- a través de sus marcas insignia, Antena 3, La Sexta, Onda Cero y Europa FM, entre otras.

Consciente de su responsabilidad como medio de comunicación, Atresmedia ha asumido el compromiso de poner al servicio de la sociedad la capacidad de difusión de sus canales de comunicación, incidiendo en un tratamiento responsable de los contenidos y la publicidad que emite, así como impulsando la accesibilidad y la transparencia. La protección a los grupos más vulnerables, así como la contribución a solucionar problemas que preocupan a la sociedad son también principios que guían la actividad del Grupo.

El Voluntariado Corporativo es una de las líneas fundamentales de la política de responsabilidad corporativa de Atresmedia. Desde el año 2005, el

Grupo mantiene un apoyo incondicional a las actividades de voluntariado, impulsando un programa de voluntariado Corporativo que da respuesta a las inquietudes solidarias de sus profesionales y pone a disposición de asociaciones y ONG todo su potencial y habilidades, con el fin de contribuir a su labor. Desde sus inicios, más de 1.080 voluntarios han participado en las diferentes actividades del programa de voluntariado corporativo de Atresmedia donando un total de 233.469 horas.

Además, Atresmedia utiliza sus medios de comunicación para difundir y sensibilizar a la sociedad acerca de la importancia de la labor voluntaria emitiendo numerosos reportajes y noticias y forma parte de iniciativas referentes en voluntariado como el "Día Solidario de las Empresas" junto a Cooperación Internacional, el "Give and Gain", junto a Forética, y es socio de la red Voluntare desde 2012.

Voluntariado profesional

Desde los inicios del Programa de Voluntariado Corporativo, hace 10 años, Atresmedia ha impulsado diferentes acciones de voluntariado basado en las habilidades profesionales de sus empleados.



Entre otras cosas, los empleados voluntarios han diseñado planes de comunicación, elaborado catálogos fotográficos y reportajes en vídeo o locutado material de comunicación para las entidades sociales beneficiarias.

	Proyectos realizados	ONGs beneficiarias	Países	Voluntarios participantes	Horas donadas
2007 - 2017	9	7	6	57	9.774

La mayoría de estos proyectos se han desarrollado en el marco del programa de voluntariado internacional que el Grupo organiza cada año haciéndolo coincidir con el periodo vacacional de verano. Proyectos en países como Perú, Honduras, Ecuador, Guatemala y Senegal, y ONG como Agua de Coco, Fundación Codespa, ANETA (Automóvil Club del Ecuador), AMREF Flying Doctors, Fundación Entreculturas y CESAL ONG han recibido la colaboración de los profesionales de ATRESMEDIA.

Además, a nivel nacional, los empleados han participado en dos proyectos de voluntariado profesional en Madrid: las lanzaderas de empleo de la Asociación Santa María La Real y los cuentos para niños con cardiopatías de la Fundación Menudos Corazones.

En las nueve actividades de voluntariado basado en habilidades, los 57 empleados participantes, provenientes de distintos departamentos de la empresa, han impartido talleres sobre edición de vídeo, marketing, contabilidad, periodismo radiofónico, redes sociales, etc. y han diseñado planes de comunicación, elaborado catálogos fotográficos y reportajes en vídeo o locutado material de comunicación para las entidades sociales beneficiarias.

Programa Pro Bono

Hace también una década, Atresmedia diseñó un procedimiento para la emisión de campañas publicitarias sin coste para entidades sociales. Se trata de un programa pro bono que ofrece a

numerosas asociaciones sin ánimo de lucro, que cumplan con determinados requisitos, la posibilidad de emitir sus campañas de comunicación publicitarias de manera gratuita en todos los medios de comunicación de Atresmedia.

Gracias a este servicio de emisión de publicidad, uno de los principales que ofrece Atresmedia a sus anunciantes convencionales, entidades sociales con pocos recursos han podido difundir sus spots y cuñas publicitarias en todos los canales de televisión, emisoras de radio y plataformas digitales de Atresmedia, lo que les ha permitido incrementar su número de socios, así como su capacidad de sensibilización y de divulgación de la problemática social en la que trabajan.

En la gestión de este programa pro bono participan durante todo el año empleados de 5 departamentos: publicidad, emisiones, asesoría jurídica, producción y responsabilidad corporativa, área encargada de recibir las solicitudes y coordinar el procedimiento.

Desde que se puso en marcha, en 2007, se han emitido más de 90 campañas de numerosas entidades sin ánimo de lucro, con las que se firma un convenio de colaboración, como Down España, Juegaterapia, ASPACE, Educo, Fundación RAIS, Fundación Integra y Fundación Aladina, entre otras muchas. Esta colaboración con el sector social ha supuesto, solo en los últimos siete años entregar espacio publicitario sin coste para las entidades sociales por valor de más de 63 millones de euros.



“ El programa de publicidad pro bono permite a entidades con pocos recursos difundir spots y cuñas publicitarias en los canales de televisión, emisoras de radio y plataformas digitales de Atresmedia.

Foto cedida por Atresmedia.



“Ideas con Valor”, coordinado por Fundación Hazloposible

Beneficios

Ofrecer el servicio principal del negocio y las capacidades profesionales de los empleados a causas y entidades sociales repercute de manera muy positiva tanto en la compañía como en la sociedad:

- Desarrollar un programa pro bono, que ofrece un servicio de emisión de publicidad sin coste para determinadas ONG, alinea la responsabilidad corporativa de Atresmedia con el core del negocio y con su estrategia, lo que aporta coherencia al compromiso social de Atresmedia como medio de comunicación.
- Aumenta el orgullo de pertenencia de los empleados ya que, al participar en acciones solidarias, toman conciencia del potencial y utilidad que tiene su trabajo para la labor de las ONG y se sienten satisfechos de la empresa que les facilita estas oportunidades.
- Reafirma el compromiso del Grupo con el sector social y los ámbitos en los que trabajan, pues aporta un valor que va más allá de lo asistencial.
- Fortalece la reputación de Atresmedia, lo que se refleja en los resultados de determinados informes, como el último “Estudio RepTrak España 2017”, elaborado por Reputation Institute, en el que ATRES-MEDIA se distingue como el grupo audiovisual con mejor reputación.

Caso Fundación Hazloposible: Ideas con Valor y Canalización Pro Bono

Hazloposible es una organización que nace en el año 2000, para impulsar de manera innovadora la participación de la sociedad en causas solidarias, utilizando la tecnología.

Su foco principal es la canalización del talento hacia ONG y para ello cuenta con diversas plataformas web y apps dirigidas a empresas (voluntariadocorporativo.org) y a ciudadanos (hacesfalta.org, solucionesong.org, probonos.net) y a empresas. En sus plataformas participan más de 10.000 ONG de todo el territorio nacional, 700.000 ciudadanos y 20 empresas que suman más de 30.000 empleados.

El área de Voluntariado Corporativo e Innovación Social acompaña a las empresas para maximizar el impacto de sus programas de Voluntariado Corporativo, buscando el triple beneficio para la empresa, los empleados y la comunidad. Para ello cuentan con diferentes servicios en función de la madurez de los programas de las compañías, siendo el voluntariado profesional/pro bono una de ellas.

Este tipo de voluntariado permite poner las habilidades profesionales de los empleados a disposición del Tercer Sector, generando un mayor impacto en todos los actores que intervienen, así como un mayor compromiso.

1. IDEAS CON VALOR (programa pro bono/ voluntariado basado en habilidades)

Ideas con Valor, actividad de Voluntariado Corporativo dirigida a la alta dirección (o personas con alto grado de responsabilidad), con el fin de contribuir a resolver un reto real de una ONG. Se trata de una metodología desarrollada por una organización norteamericana (Common Good Ventures).

Las características de la iniciativa son:

- Evento de 1,5 - 2 horas.
- 10-12 personas.
- ONG presenta un reto real.
- Metodología de “brainstorming”, donde los voluntarios aportan sus conocimientos y experiencia.
- Seguimiento a los 9-12 meses de la aplicación de las ideas generadas en la sesión de brainstorming.

Ideas con Valor es una actividad eficiente y de alto impacto para la organización beneficiaria. Desde Hazloposible, se han realizado ya cuatro ediciones de Ideas con Valor con un enfoque multi-empresa:

• Ideas con Valor 2017

ONG Beneficiaria: Fundación Rais Multiempresa (6 Directivos de diferentes empresas).
Reto: ¿Cómo posicionar la empresa de inserción de RAIS para maximizar las ventas y conseguir así generar más puestos de trabajo para personas en riesgo de exclusión social?

• Ideas con Valor 2016

ONG Beneficiaria: Fundación Secretariado Gitano Multiempresa (13 Directivos de diferentes empresas)
Reto: ¿Qué y cómo podemos transformar nuestros enfoques y programas de empleo con la comunidad gitana (exitosos hasta ahora) para que sigan siendo eficaces ante los cambios que se prevén en el mercado laboral y que la comunidad gitana sea parte de ese cambio y no víctima de él?

• Ideas con Valor 2015

ONG Beneficiaria: Fundación Ashoka Multiempresa (11 Directivos de diferentes empresas)
Reto: ¿Cómo ampliar la red de nominadores y expertos de Ashoka, generar identidad y fidelizarles?

• Ideas con Valor 2014

ONG Beneficiaria: Fundación Tomillo. Multiempresa (9 Directivos de diferentes empresas)
Reto: ¿Cómo transmitir la esencia de Tomillo para generar interés, compromiso y participación de personas de Madrid?

Es un formato que permite hacer voluntariado corporativo a la alta dirección de las organizaciones al no requerirles demasiado tiempo de dedicación. Adicionalmente, contribuye a cambiar el paradigma de lo que a veces se entiende por voluntariado corporativo, es decir, actividades meramente asistencialistas. En el caso de hacerlo multi-empresa, permite establecer networking entre iguales.

CÓMO HA BENEFICIADO EL PROGRAMA A LA ONG BENEFICIARIA

Las ONG beneficiarias que participan en Ideas con Valor se benefician del conocimiento de los profesionales que participan en la jornada. Estas son algunas declaraciones de las entidades que han participado:

Fundación Rais (2017):

Me voy con muy buenas ideas. Esto ha sido salir de la caja para saber cómo nos ven los demás.

Fundación Secretariado Gitano (2016)

Ideas con Valor me ha parecido una iniciativa muy interesante. Bueno, más que interesante, muy valiosa. Salimos superando las expectativas iniciales que teníamos. Ahora nos vamos con muchas ideas a digerir y a reflexionar. Sinceramente, creemos que algunas nos van a aportar líneas de reflexión, de trabajo... Y las vamos a explorar en mayor profundidad.

Las organizaciones sociales ganamos mucho porque al final si quieres progresar, tienes que escuchar. Uno se enriquece en la medida en qué esté abierto a aprender. Y yo creo que eso ocurre cada vez más en nuestro sector, que pensamos que tienes que aprender de otros. En otros tiempos se pensaba que no, que "nosotros somos entidades sociales, nosotros sabemos de solidaridad, qué van a venir las empresas a contarnos". Las empresas saben contarte, además en tu propio lenguaje, y eso aporta valor real a lo que hacemos, a nuestras organizaciones, a nuestro desarrollo.

Fundación Ashoka (2015)

Las ideas no paraban de brotar, enlazaban unas con otras. Crecían sobre lo dicho anteriormente.

2. CANALIZACIÓN PRO BONO (programa pro bono/voluntariado basado en habilidades)

Fundación Hazloposible cuenta, desde diciembre de 2014, con la plataforma Probonos.net, desde la que se canaliza asesoría jurídica gratuita hacia ONG y sus beneficiarios.

La propia plataforma es el canal a través del cual las ONG hacen llegar sus necesidades de pro bono / voluntariado profesional.

Para la resolución de los casos pro bono, Fundación Hazloposible cuenta con una red en la que en este momento participan despachos de abogados, clínicas jurídicas de universidades y abogados a título particular.

Fundación Hazloposible se ocupa de:

- Recibir las solicitudes de las ONG y analizar, de su mano, cuál es su necesidad real. Estimar el número de horas que el trabajo requiere y formular y publicar la petición con el lenguaje adecuado.
- Identificar cuál es la mejor empresa / universidad / abogado particular para atender cada solicitud y facilitar el contacto entre ambas partes.
- Asegurar que el trabajo pro bono se realiza en plazo.
- Facilitar que ambas partes valoran cada servicio tras su finalización.
- En el caso de canalización de pro bono a despachos y empresas, además, Fundación Hazloposible les hace llegar informes que les permiten conocer cómo su trabajo es valorado por las ONG así como hacer seguimiento de la actividad pro bono que están realizando, en su conjunto.

Principales logros alcanzados desde su lanzamiento, en diciembre de 2014, hasta ahora:

- Hemos canalizado 355 casos de 225 ONG.
- La satisfacción media de las ONG es de un 91% y la de los abogados de un 89%.
- Formamos parte de la European Pro Bono Alliance y la Global Pro bono Network.
- El proyecto se desarrolla a través de una alianza estratégica con Wolters Kluwer y Noticias Jurídicas.
- Actualmente se está en proceso de desarrollo de nuevos canales en la plataforma que permitirán canalización de pro bonos en otras áreas distintas a la legal como marketing y comunicación, tecnología...



Ideas con Valor facilita a la alta dirección implicarse en el Voluntariado Corporativo porque no requiere mucho tiempo de dedicación.

CÓMO HA BENEFICIADO EL PROGRAMA A LA ONG BENEFICIARIA

Transcribimos testimonios recibidos:

ONG Special Olympics

El servicio de los abogados pro bono fue rápido, amable, práctico y resolutivo.

ONG Adilas

“La experiencia ha sido estupenda. La abogada nos ofreció sus conocimientos para ayudarnos.”

(Artículo completo en el blog de Probonos.net).

Pau Rodríguez y Alicia Agra, participantes de la Clínica Jurídica de la Universidad Europea

Respecto a la posibilidad de participar en una Clínica Jurídica, Pau cuenta que es una “experiencia altamente recomendable” y considera que el trabajo que allí hacen los estudiantes conlleva un “beneficio social” para las personas que lo necesitan. Alicia mantiene una opinión similar y comenta que “debería incluirse en cualquier plan de estudios. Qué mejor manera de aprender que ayudando a alguien que te necesita”.

También preguntamos a estos dos estudiantes de Derecho su opinión sobre la necesidad de que en el mundo legal se promueva la actividad pro bono. Alicia comenta que “una de las cosas más importantes que tienen las empresas son los conocimientos que sus empleados poseen y por qué no compartirlo. Podría enriquecer mucho a nivel profesional y ético. Yo sin dudarlo participaría en proyectos como este”. Por su parte, Pau termina diciendo que “los despachos de abogados, bufetes y firmas deberían contar con un cupo de horas pro bono. Actualmente el asesoramiento jurídico gratuito es muy limitado y no cubre la mayoría de actos jurídicos, en los que se ve envuelto el ciudadano”.

(Artículo completo en el blog de Probonos.net).

Juan Manuel Campo Cabal, abogado colaborador en Probonos.net y director de la Clínica Jurídica de la Universidad Europea de Madrid:

“Es imperativo un cambio de los programas de Derecho que permita ofrecer los servicios de asistencia jurídica a la comunidades más necesitadas.”

(Artículo completo en el blog de Probonos.net).

Paula María González Chorén, recién licenciada en

Derecho y colaboradora habitual de Probonos.net:

“Somos profesionales interesados en aportar nuestro granito de arena a proyectos sociales.”

(Artículo completo en el blog de Probonos.net).

Caso Work for Social: Maratón Pro Bono

Work for Social es una asociación sin ánimo de lucro que tiene por objetivo hacer accesible a las entidades sociales servicios profesionales de alta calidad, a través de la práctica del pro bono y del voluntariado profesional. Su misión pasa por diseñar programas innovadores para que tanto los trabajadores de empresas, como estudiantes y ciudadanos en general, puedan ofrecer su talento y conocimiento a entidades sociales, a través del pro bono y el voluntariado profesional.

Descripción del programa

El Maratón Pro Bono consiste en reunir a un equipo multidisciplinar de los trabajadores de una empresa (alrededor de 8-12 personas) para que durante una jornada laboral resuelvan una problemática concreta de una entidad social que puede ser de variada índole: estrategia, legal, finanzas, tecnología, etc. De esta manera, y con la coordinación y facilitación de Work for Social, se consiguen resultados concretos al final de la jornada, con un impacto duradero y de gran importancia en las entidades sociales, que también están presentes durante la jornada del Maratón.

A día de hoy, han participado más de 40 voluntarios en un Maratón Pro Bono, han recibido asesoramiento y servicios pro bono ocho entidades sociales y varias empresas han participado en este tipo de Maratones.

Beneficios

Supone un formato de corta duración, pero de gran impacto. Al conllevar un compromiso de tan solo ocho horas por parte de los trabajadores, resulta atractivo tanto para las empresas como para las entidades sociales beneficiarias. El grado de satisfacción de los trabajadores es tal que el 97% asegura que repetiría la participación en otro Maratón Pro Bono.



El Maratón Pro Bono reúne un equipo multidisciplinar de los trabajadores de una empresa para que durante una jornada laboral resuelvan una problemática concreta de una entidad social, también presente en la jornada.



Global Pro Bono Network reúne desde emprendedores sociales hasta organizaciones maduras, fomentando el intercambio de buenas prácticas.

Al dar su tiempo y conocimiento, los trabajadores de la empresa están generando un gran impacto en la gestión de la entidad social, dado que el acceso para este tipo de organizaciones al talento, que las empresas poseen, resultaría muy complicado para ellas.

El nivel de orgullo de pertenencia se incrementa y se desarrollan habilidades, tanto las llamadas hard skills (aquellas relacionadas con sus conocimientos técnicos) como las soft skills (las vinculadas a sus habilidades personales, como la empatía, el trabajo en equipo o la escucha activa). Por último, al ser un evento de una única jornada de duración, en la que se crean equipos variados dentro de una empresa, es un formato perfecto para potenciar el teambuilding.

A nivel externo, se generan lazos con las entidades sociales beneficiarias del Maratón, dado que a los tres meses del evento se organiza una reunión de seguimiento, para celebrar los éxitos y ver qué dificultades ha tenido la entidad social en la implementación de la consultoría pro bono recibida. Muchos de los voluntarios de la empresa terminan siendo voluntarios de la entidad social, con lo que el impacto va mucho más allá del propio Maratón.

Caso Pro Bono Week

La Global Pro Bono Network es una red internacional de organizaciones que promocionan la práctica de pro bono y de voluntariado profesional. Sus miembros van desde emprendedores sociales hasta organizaciones maduras, lo cual da diversidad y fomenta el intercambio de buenas prácticas.

Fundada oficialmente en 2013 por la Fundación BMW - Herbert Quandt y Taproot Foundation (EEUU), todos sus miembros se reúnen anualmente a nivel global y en una segunda ocasión a nivel regional. En España organizaciones como Fundación Hazlo posible y Work for Social son miembros de la red.

Descripción del evento

Pro Bono Week es un evento anual de sensibilización de la práctica de pro bono a nivel global. Se celebra durante la última semana de octubre, a iniciativa de la Global Pro Bono Network, desde 2013. Tiene como finalidad dar a conocer el movimiento pro bono internacional a nivel regional. Durante los últimos años han tenido lugar más de 50 eventos en más de 20 países.

El formato de estos eventos lo decide cada organizador, quien no tiene por qué ser miembro de la Global Pro Bono Network. Estos eventos locales suelen ser talleres de sensibilización sobre el pro bono, facilitaciones entre voluntarios y entidades sociales para promover la práctica de pro bono u otros formatos tales como Maratones Pro Bono o mentorías individuales a entidades sociales.

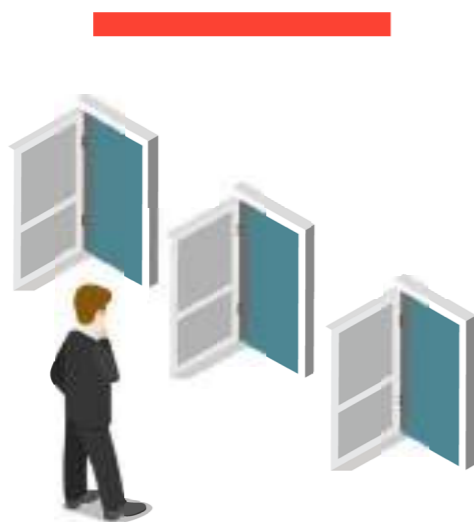
En los últimos tres años, tanto la Fundación Hazlo posible (a través de su plataforma www.legal.probonos.net) como Work for Social (con talleres realizados en Impact Hub Madrid) han promovido eventos a nivel local en España durante la Pro Bono Week.

Por último, este evento se compone de una campaña de comunicación coordinada por un miembro de la Global Pro Bono Network. Se promueve la participación de todas las organizaciones que impulsan un evento a nivel local. La campaña tiene como finalidad generar conversaciones en redes sociales sobre pro bono. Así, el evento cuenta con sus propios perfiles en redes sociales, página web, hashtag y Thunderclap.

Gracias a este evento global, se da una gran difusión al movimiento pro bono y se promueve su conocimiento y práctica de manera regional.



Conclusiones: ventajas de ambos modelos



Las prácticas de pro bono y voluntariado profesional presentan diferencias significativas en cuanto a su organización y puesta en práctica, como hemos puesto de manifiesto en esta guía. Sin embargo, también ofrecen una serie de ventajas comunes:

Para las empresas:

- Recursos humanos: tanto el pro bono como el voluntariado corporativo profesional, si está bien comunicado, fomenta la cohesión en equipo, la gestión de talento, la atracción de talento (employer branding) y el orgullo de pertenencia a la organización.
- Reputacionalmente: cuando una organización permite a sus trabajadores la realización de pro bono o voluntariado profesional, está mostrando a la sociedad su interés y compromiso por lo local, da una imagen responsable y sus trabajadores son embajadores de los valores que la organización promueve.
- En el plano de la innovación: la práctica de pro bono y voluntariado profesional permite a la organización la realización de nuevas dinámicas de trabajo, de prototipar nuevos servicios, de adaptar sus servicios al tercer sector, de establecer nuevas relaciones con sus colaboradores, proveedores y clientes, etc.

Para las entidades sociales beneficiarias:

- Mejora la eficiencia de su gestión.
- Consiguen ser más eficaces en su misión.
- Incrementan su alcance, llegando a más beneficiarios.

Para las personas voluntarias:

Por último, por el lado del voluntario profesional o trabajador que realiza un pro bono, quienes lo practican manifiestan que:

- Obtienen satisfacción personal por colaborar con un proyecto social.
- Su práctica les ha supuesto un crecimiento profesional, al poner su conocimiento al servicio de una causa social.
- Vuelven a su puesto de trabajo con nuevas ideas que aplicar en sus proyectos del día a día.

Por tanto, concluimos que el voluntariado profesional y pro bono es un formato que moviliza menos personas dentro de la empresa, pero que supone un impacto mucho mayor por parte de las organizaciones beneficiarias y de los voluntarios.

Así mismo, detectamos una tendencia clara dentro del voluntariado corporativo: la búsqueda para movilizar talentos y conocimientos de los empleados, promoviendo relaciones que generan beneficios a todas las partes participantes.



Reunión de arranque (arriba) y cierre (abajo) de Pro Bono



Grupo de trabajo

Entidades integrantes



ATRESMEDIA

Atresmedia es el grupo líder de Comunicación en España, la única compañía audiovisual, con posiciones clave en todos los sectores en los que opera -televisión, desarrollo digital y multimedia, cine, radio, internet, e incluso organización de eventos- a través de sus marcas insignia, Antena 3, La Sexta, Onda Cero, Europa FM, etc.



Conviértete en oportunidad

Organización no lucrativa, con 32 años de experiencia en cooperación internacional al desarrollo. Partiendo de la confianza en la capacidad humana para construir un mundo más equitativo y justo, nuestra 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.

Voluntariado Corporativo: Profesional y Pro Bono



Corazón y Manos es una asociación formada por empleados de Clece, abierta a personas externas. Contribuye a la solución de problemas humanos de nuestro entorno y, en la medida de sus posibilidades, más allá de su ámbito de actuación interna.

ferrovial

Ferrovial es uno de los principales operadores globales de infraestructuras y gestores de servicios a ciudades, comprometido con el desarrollo de soluciones sostenibles. Cotiza en el IBEX 35 y forma parte de índices de sostenibilidad como el DJSI y FTSE4Good. Sus actividades se desarrollan a través de cuatro líneas de negocio: Servicios, Autopistas, Construcción y Aeropuertos. El compromiso con la sociedad se materializa apostando por la Responsabilidad Corporativa, las buenas prácticas en materia de Calidad y Medio Ambiente y la Innovación.



Hogan Lovells Madrid ofrece un enfoque empresarial y colaborativo a sus clientes. Prestamos un asesoramiento cercano y transparente, con experiencia en todos los sectores industriales, entre otros, el energético, infraestructuras, inmobiliario, nuevas tecnologías, seguros y farmacéutico. Nuestros abogados y personal de apoyo trabajan habitualmente en español, inglés, alemán, francés, italiano y holandés.

Grupo de trabajo

Deloitte.

Deloitte es la firma de servicios profesionales líder en España y en el mundo. Estamos orientados hacia la excelencia empresarial, la formación, la promoción e impulso de nuestro capital humano y a mantener el reconocimiento como la firma que da el mejor servicio a sus clientes, sin olvidar en ningún momento su compromiso con la Sociedad.

Fundación **hazlo posible**

Hazlo posible es una organización en la que trabajamos para impulsar de manera innovadora la participación de la sociedad en causas solidarias utilizando la tecnología. Queremos lograr una sociedad más comprometida y participativa en la que cada persona y organización sea protagonista en la construcción de un mundo más justo y sostenible.



MAPFRE es una aseguradora global con presencia en los cinco continentes. Compañía de referencia en el mercado asegurador español, es la mayor aseguradora española en el mundo, la principal multinacional del sector en Latinoamérica y se encuentra dentro del Top 5 en No Vida en Europa por volumen de primas. MAPFRE cuenta con más de 36.000 empleados y en 2017, sus ingresos se aproximaron a los 28.000 millones de euros y el beneficio neto se situó en 701 millones de euros.

45



Metro de Madrid, empresa pública dependiente de la Comunidad de Madrid, tiene como principales funciones la explotación de las líneas de la red de Metro en funcionamiento, la planificación y mejora de la calidad del servicio de transporte y el mantenimiento y optimización de las instalaciones de la red del suburbano madrileño.



La Fundación Fernando Pombo es una fundación de abogados que nace en 2010 con la misión de promover los derechos de los más desfavorecidos, impulsando una abogacía comprometida con los derechos humanos. Actuamos a través del Pro Bono, la innovación legal, las clínicas jurídicas y la sensibilización a abogados de empresa en Derechos Humanos, para conseguir un efecto multiplicador en los derechos de los más vulnerables.

El equipo humano



Han participado en las reuniones: Alberto Muñoz Alfaya, Almudena Calvo Domper, Andrea Sánchez Angulo, Beatriz Sicilia Afonso, Benedetta Falletti di Villafalletto, Esmeralda Fernández, Clara de Bienassis, Gonzalo Sales Genovés, Joan Miquel Domínguez Reig, José Francisco Pérez, José Manuel Veiga, Julia Aramendi, Julio García Martín, Lucía Jiménez, Marta Granero Burillo, Nerea Plaza Martínez, Rafael Merino Rus, Samanta Fernández-Canillas y Teresa González Barreda.

La coordinación de esta guía ha estado a cargo de: Andrea Sánchez Angulo, directora y cofundadora de Work for Social, Benedetta Falletti de Villafalletto, directora de Voluntare, y María José Medialdea Fernández, responsable de Comunicación de Voluntare.



SUEZ España es referente global en productos y servicios para la gestión del agua tanto en el ámbito municipal como en los sectores industrial y agrícola, con el objeto de mejorar la calidad de vida de las personas y avanzar en la protección de los recursos. A través de la innovación, la economía circular o la promoción del diálogo y de la colaboración, SUEZ contribuye al desarrollo sostenible en las comunidades donde está presente.



Programa del Área de Acción Social y Gobierno Abierto del Excmo. Cabildo Insular de Tenerife, que es gestionado por la Sociedad Insular para la Promoción de las Personas con Discapacidad, y que desde su creación en el año 1997 "Promueve, Potencia y Conciencia sobre el Voluntariado y el tejido asociativo en la Isla de Tenerife".



Voluntariado y Estrategia es una consultora especializada en apoyar, guiar y acompañar a todo tipo de organizaciones en sus programas de RSC, especialmente en sus estrategias de voluntariado corporativo y acción social.



Work for Social es una asociación sin ánimo de lucro que tiene como fin promover la práctica del pro bono y del voluntariado profesional tanto en empresas, como en universidades y ciudadanos en general. Miembros de la Global Pro Bono Network desde 2015 y de Voluntare desde 2017.



www.voluntare.org

info@voluntare.org



@Voluntare



/voluntare



/in/voluntare

Socios directores de Voluntare:



Coordinador de Voluntare:



Voluntariado
y Estrategia