



GUÍA DE DISEÑO E IMPLANTACIÓN DE UN PLAN DE VOLUNTARIADO EN EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL



POR SOLIDARIDAD
OTROS FINES DE INTERÉS SOCIAL



PLATAFORMA
DEL VOLUNTARIADO
DE ESPAÑA



CONTENIDOS

1. El voluntariado en empresas de economía social. Beneficios para los/as trabajadores/as y para la organización	3
2. Qué es el Plan de Voluntariado	5
3. Diseño del Plan de Voluntariado. Fases	6
FASE 1. Análisis de la situación de partida de la organización en materia de voluntariado	6
A. Descripción de la empresa. Misión, visión y valores	6
B. Trayectoria de la empresa en acciones de voluntariado.....	6
C. Matriz DAFO. Debilidades, Amenazas, Fortalezas y Oportunidades	6
D. Análisis de los grupos de interés (stakeholders)	6
E. Qué es para nuestra organización el voluntariado	7
FASE 2. Definición de objetivos y estrategias: objetivo general, objetivos operativos y áreas estratégicas.....	7
FASE 3. Diseño y puesta en marcha del Plan de Acción:	8
A. Determinación y diseño de programas y acciones	8
B. Definición del cronograma	8
C. Diseño del sistema de seguimiento y evaluación: criterios, Análisis de riesgos	9
D. Análisis de riesgos	10
4. Evaluación del Plan de Voluntariado: evaluación de seguimiento y evaluación final. El ciclo de mejora	11
5. Bibliografía	13



1. EL VOLUNTARIADO EN EMPRESAS DE ECONOMÍA SOCIAL. BENEFICIOS PARA LOS/AS TRABAJADORES/AS Y PARA LA ORGANIZACIÓN



Se denomina economía social al conjunto de las actividades económicas y empresariales que, en el ámbito privado, llevan a cabo aquellas entidades que persiguen bien el interés colectivo de sus integrantes, bien el interés general económico o social, o ambos.

Las Empresas de Economía Social (EES), por sus propias características y principios orientadores, tienen un vínculo natural con el ámbito de la Responsabilidad Social de Empresa (RSE). De hecho, en los últimos años, han mostrado un fuerte compromiso con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) que contribuyen a la consecución de la Agenda 2030, aportando un modelo empresarial basado en la primacía de la persona, la transparencia, la democracia, la solidaridad y la cohesión social.

Muchas son las iniciativas surgidas, en este sentido, desde las empresas de economía social. La manifestación más importante del compromiso solidario de una empresa hacia las necesidades de la sociedad tiene que ver con la aportación del activo más valioso de la empresa: su capital humano. El enorme potencial de talento, capacidades y entusiasmo de una plantilla formada, organizada y con espíritu solidario encuentra una vía inmejorable de aportación a la sociedad a través del voluntariado promovido por la empresa.

Según el art. 21, título VI, de la Ley 45/2015, de 14 de octubre, de Voluntariado, las empresas podrán promover y participar en programas de voluntariado siempre que las actuaciones que realicen puedan calificarse como de interés general, se incluyan en alguno de los ámbitos de actuación de voluntariado y respeten los valores y principios que inspiran la acción voluntaria.

Las **actuaciones de voluntariado** de las empresas podrán llevarse a cabo mediante la incorporación de los trabajadores y trabajadoras que decidan participar libre y voluntariamente como personas voluntarias en **programas promovidos por entidades de voluntariado en colaboración con la empresa**.

Son muchas y diversas las formas en que una empresa puede orientar sus programas de voluntariado. Particularmente, hoy en día se valora en gran medida el aprovechamiento de las capacidades profesionales y técnicas de la empresa en beneficio de los sectores más desfavorecidos de la población, y en colaboración con el Tercer Sector.

La acción voluntaria destaca por sus beneficios multidimensionales. Pero ¿cuáles son estos beneficios?



BENEFICIOS DE LA ACCIÓN VOLUNTARIA¹



PARA LA EMPRESA

- Impacto positivo en la contratación y retención de los empleados
- Aumenta la autoestima de la plantilla.
- Crea oportunidades de desarrollo personal.
- Aumenta el potencial de crecimiento de la productividad.
- Tiene impacto en otros programas de la comunidad a través de las contribuciones económicas de la empresa.
- Potencia el desarrollo de relaciones y aumenta la lealtad de los consumidores.
- Produce una mejora reputacional.
- Enlaces con campañas de marca.
- Creación de relaciones con líderes de opinión de la comunidad.
- Creación de apoyo comunitario sobre temas variado de relaciones públicas.
- Reduce los riesgos y costes operativos (licencia para operar).
- Identifica y construye respuestas a temas sociales que suponen oportunidades o riesgos al negocio (educación, desarrollo de los empleados, etc.).



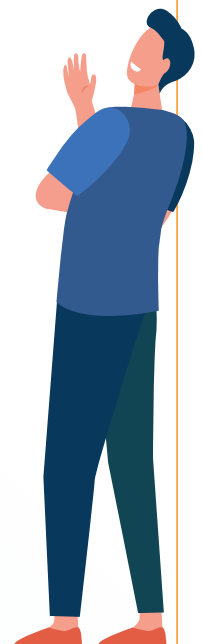
PARA EL TRABAJADOR

- Autorrealización
- Fomenta el sentimiento de pertenencia
- Favorece el descubrimiento de distintas realidades sociales
- Aumenta la conciencia crítica
- Ayuda al autoconocimiento
- Fomenta el aprendizaje de nuevas competencias
- Amplia los círculos sociales
- Favorece que en los espacios de trabajo haya un ambiente de comprensión mutua y respeto.
- Los trabajadores y trabajadoras incorporan en su ámbito laboral aspectos beneficiosos del voluntariado, como la solidaridad.
- Evita el individualismo.
- Aparecen sentimientos y temas comunes para compartir y crear vínculos entre el personal



PARA EL ENTORNO

- Impacta positivamente en los beneficiarios y en las entidades colaboradoras
- Transforma el entorno local
- Desarrollo de relaciones y colaboraciones con diferentes tipos de actores en el entorno.
- Incrementa la colaboración público-privada.
- Aumenta el nivel de sensibilización social
- Aumenta la solidaridad.
- Promueve la identidad social
- Fomenta la cohesión social
- Incrementa el sentido de corresponsabilidad
- La mejora reputacional apoya el rendimiento del mercado.



1. Guía de voluntariado corporativo. VOLUNTARE, Red de Voluntariado Corporativo. 2013



Con la *Guía de Diseño e Implantación de un Plan de Voluntariado en Empresas de Economía Social*, la PVE quiere ofrecer un documento sencillo para que estas organizaciones desarrollen su propio Plan de Voluntariado de una manera realista, útil y adaptada a su propia realidad.

2. ¿QUÉ ES EL PLAN DE VOLUNTARIADO?



El Plan de Voluntariado es un documento que planifica la acción solidaria de las personas voluntarias, recoge los objetivos del voluntariado dentro de la organización. Es un documento que describe de manera muy detallada los proyectos, las actividades y las tareas de las personas voluntarias.

El Plan de Voluntariado tiene que ser muy preciso y debe incluir:

- La misión, la visión y los valores de la empresa
- Los objetivos generales y específicos que queremos alcanzar
- Áreas estratégicas en las que vamos a trabajar
- Ámbito territorial en el que se va a desarrollar (local, autonómico, nacional, internacional)
- Número de personas voluntarias requeridas
- Funciones, actividades y tareas de las personas voluntarias.
- Resultados a conseguir (KPI)
- Cronograma
- Recursos necesarios para desarrollarlos (económicos, humanos y materiales)
- Cómo vamos a evaluar el Plan

El Plan de Voluntariado sirve para que la labor de las personas voluntarias sea coherente con la cultura y la filosofía de base de la organización y esté dirigida a conseguir los mismos objetivos.



3. DISEÑO DEL PLAN DE VOLUNTARIADO. FASES



FASE 1. Análisis de la situación de partida de la organización en materia de voluntariado

A. DESCRIPCIÓN DE LA EMPRESA

- Misión
- Visión
- Valores
- Historia
- Objetivo general de la Organización

B. TRAYECTORIA DE LA EMPRESA EN ACCIONES DE VOLUNTARIADO

- ¿Por qué es necesario el voluntariado dentro de la Organización?
- Acciones realizadas
- Entidades sociales colaboradoras
- Personas voluntarias participantes
- Impacto en la empresa, los/as trabajadores/as, el entorno,...

C. MATRIZ DAFO

- Análisis interno: Fortalezas y debilidades de la empresa para abordar el Plan de Voluntariado
- Análisis externo: Oportunidades y amenazas del entorno para poner en marcha el Plan de Voluntariado

D. GRUPOS DE INTERÉS (STAKEHOLDERS) EN RELACIÓN CON NUESTRO PLAN DE VOLUNTARIADO

- | | |
|-------------------------------|-----------------------------|
| Internos: | • Empresas proveedoras |
| • Socios/as | • Empresas subcontratistas |
| • Trabajadores y trabajadoras | • Entidades financiadoras |
| • Organos Directivos | • Acreedores/as |
| Externos: | • Sociedad |
| • Entidades de Voluntariado | • Administraciones públicas |
| • Clientes | |



Una vez realizados todos los análisis anteriores, la empresa estará preparada para preguntarse:

¿Qué significa el voluntariado en nuestra organización?

Esto nos llevará a reflexionar y desarrollar una **definición propia de voluntariado**.

Esta **reflexión** se tiene que hacer de manera conjunta por **toda la Organización**. Se debe transmitir a todas las personas que la forman la **importancia de la labor del voluntariado para nuestra empresa**. Para conseguirlo debemos diseñar las **estrategias de comunicación** adecuadas que favorezcan la **implicación de todos** en la implantación de nuestro **Plan de Voluntariado**

FASE 2. Definición de objetivos y áreas estratégicas

Al realizar la formulación de los objetivos, es conveniente cumplir con las siguientes condiciones:

- Han de estar claramente alineados con la Misión
- Los objetivos se derivan, por lo general, de los puntos críticos identificados en el diagnóstico
- Deben ser realistas, pero a la vez deben suponer un reto que estimule su consecución
- Deben enunciarse de manera simple y comprensible
- Deben ser medibles, particularmente para el caso de los objetivos de nivel más bajo o más cercanos al ámbito operativo

Objetivo general: Es un propósito, definido en términos generales, que parte de un diagnóstico y expresa la situación que se desea alcanzar.

Objetivos específicos: Son los que operativizan el objetivo general y se diferencia de él por su nivel de detalle. La característica principal de éstos es que debe ser cuantificables.

Áreas estratégicas: son los ámbitos en los que hemos decidido trabajar: salud, cooperación al desarrollo, exclusión social, medioambiente, etc.



FASE 3. Diseño y puesta en marcha del Plan de Acción:

El art. 21 del Título VI de la Ley 45/2015, de 14 de octubre, de Voluntariado, establece que “las actuaciones de voluntariado de las empresas podrán llevarse a cabo mediante la incorporación de los/as trabajadores/as que decidan participar libre y voluntariamente como voluntarios/as en programas promovidos por entidades de voluntariado en colaboración con la empresa.” Por lo tanto, a partir de este punto la empresa debe colaborar con una o varias entidades de voluntariado para realizar el diseño y puesta en marcha de programas y acciones de voluntariado propios o la integración de sus trabajadores/as voluntarios/as en programas ya existentes en las entidades colaboradoras.

A. Determinación y diseño de programas y acciones

Según establece la Ley de Voluntariado (art. 7, Título I) cada programa de Voluntariado deberá tener el contenido mínimo siguiente:

- a. Denominación: debemos ponerle un nombre al programa.
- b. Identificación del responsable del programa.
- c. Fines y objetivos que se proponga.
- d. Descripción de las actividades que comprenda: tenemos que demostrar que nuestro programa es necesario y va a mejorar el bienestar de una parte de la sociedad.
- e. Ámbito territorial que abarque (local, autonómico, nacional, internacional).
- f. Duración prevista para su ejecución.
- g. Número de voluntarios necesario, el perfil adecuado para los cometidos que vayan a desarrollar y la cualificación o formación exigible.
- h. Criterios para determinar, en su caso, el perfil de las personas destinatarias del programa.
- i. Medios y recursos precisos para llevarlo a cabo (económicos, humanos y materiales)
- j. Mecanismos de control, seguimiento y evaluación.

Es necesario realizar un análisis previo de distintos programas y acciones alternativos y, tras el mismo, tomar una decisión sobre cuáles son los óptimos para lograr los objetivos propuestos.

B. Definición del cronograma

Para poner en marcha el Plan de Voluntariado debemos organizar un **calendario** en el que indicaremos la lista de actividades que vamos a desarrollar en cada programa y una temporalización de cada una de ellas. El cronograma es una **herramienta visual** que nos va a ayudar a organizar el trabajo y a tener un control sobre la marcha del programa.



C. Diseño del sistema de seguimiento y evaluación: criterios, indicadores y fuentes de verificación

La **Sistema de Evaluación** tiene por objetivo hacer un análisis, tan sistemático y objetivo como sea posible, sobre la realización y los resultados de cada programa en curso (evaluación de seguimiento) o acabado (evaluación final). Esto nos servirá para introducir mejoras continuas en nuestras actividades y nos proporcionará una base para la difusión de los resultados alcanzados.

Un buen sistema de evaluación deberá incluir un conjunto de **criterios** y de **indicadores** de medición, con sus correspondientes valores estándar y fuentes de verificación.

Los **criterios** más utilizados en evaluación de programas son:

Eficacia: grado o nivel de consecución de los objetivos y resultados esperados en un periodo temporal determinado.

Eficiencia: logro de los resultados en relación con los recursos que se consumen.

Pertinencia: adecuación de los resultados y los objetivos del programa al contexto en el que se realiza.

Impacto: análisis de los efectos que el programa tiene sobre los distintos grupos de interés implicados.

Viabilidad: probabilidad que tiene de llevarse a cabo el programa, en función de los criterios elegidos para su análisis.

Sostenibilidad: posibilidad de mantener en el tiempo el programa, tanto técnica como económicamente.

Una vez establecidos los criterios pasaremos a definir un **sistema de indicadores** (KPI,s) que nos sirva para emitir un juicio de valor sobre el programa.

Características de un buen indicador

- Debe medir algo relevante
- Debe estar relacionado con el objetivo al que está asociado
- Debe ser cuantificable, en la medida de lo posible
- Debe tener una interpretación única
- Se debe medir con facilidad
- Debe asociarse con fuentes de verificación asequibles, fiables y accesibles.



D. Análisis de riesgos

Consiste en conocer e identificar qué cosas podrían suponer un problema para el éxito de nuestros programas y, como consecuencia, para nuestro Plan de Voluntariado. El proceso que debemos seguir es el siguiente:



Identificación de los posibles riesgos

Es conveniente que se adviertan los riesgos lo antes posible durante la consecución de los programas, para así poder cambiar los aspectos necesarios de éstos y minimizar el impacto.

Medición y análisis cualitativo

Este análisis se basa en priorizar los riesgos atendiendo a:

- Probabilidad de ocurrencia
- Impacto que causarían en los objetivos del proyecto
- Plazo de respuesta
- Tolerancia al riesgo en función de los costes, cronograma y alcance.

Medición y análisis cuantitativo

Consiste en analizar numéricamente los efectos de los riesgos identificados sobre el objetivo del programa.

Este análisis es aplicado sobre los riesgos priorizados previamente en el análisis cualitativo.

Elaboración de un Plan de Contención de Riesgos

Existen distintas estrategias para responder ante los problemas que pueden aparecer durante la realización de los programas:

- Aceptar el riesgo o las consecuencias que este ocasione tras producirse.
- Solventar el riesgo antes de que ocurra eliminando aquella amenaza que vaya a dar pie a este.
- Reducir el impacto que ocasione, o incluso eliminarlo, actuando sobre la actividad que lo vaya a ocasionar, disminuyendo así la probabilidad de que ocurra.



4. EVALUACIÓN DEL PLAN DE VOLUNTARIADO: EVALUACIÓN DE SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN FINAL. EL CICLO DE MEJORA CONTINUA

Elementos que debe contener

La Evaluación de Seguimiento:

- Cuadro de seguimiento presupuestario
- Seguimiento de actividades
- Cumplimiento de cronograma
- Seguimiento de indicadores

La Evaluación Final:

- Cuadro de cumplimiento de previsiones presupuestarias
- Valoración del cumplimiento de objetivos
- Análisis global de los criterios de evaluación

La evaluación de nuestros programas debe inscribirse en un **Ciclo de Mejora Continua del Plan de Voluntariado**.



Por tanto, las conclusiones de nuestro análisis evaluador deben incluir:

Puntos fuertes, que deben ser potenciados

Áreas de mejora, que darán lugar a ajustes y cambios en el planteamiento de nuestros programas.



Con la elaboración de esta **Guía de Diseño e Implantación de un Plan de Voluntariado en Empresas de Economía Social**, la Plataforma de Voluntariado de España (PVE) pretende ofrecer una herramienta útil, eficaz y que garantice un estándar de calidad en todas las acciones de voluntariado que se lleven a cabo desde estas organizaciones.

Esperamos que con ella las empresas de economía social dispongan de un documento sencillo para desarrollar su propio Plan de Voluntariado, adaptado a su realidad y en consonancia con los principios orientadores que les identifican: primacía de las personas y del fin social sobre el capital, transparencia, democracia y promoción de la solidaridad interna y con la sociedad.



5. BIBLIOGRAFÍA

Guía para elaborar un Plan de Voluntariado. Plataforma de Voluntariado de España.

<https://plataformavoluntariado.org/wp-content/uploads/2020/10/guia-elaborar-plan-voluntariado.pdf>

La contribución de la economía social a los Objetivos de Desarrollo Sostenible. CEPES y Ministerio de Asuntos Exteriores, Unión Europea y Cooperación. 2020.

<https://www.cepes.es/files/publicaciones/117.pdf>

Economía Social. Ejemplo privilegiado de Organizaciones Socialmente Responsables. Casasola Gómez-Aguado, M. y del Amor Saavedra, E. Cointegra. 2012.

<https://cointegra.org/economia-social/>

Guía de voluntariado corporativo. VOLUNTARE, Red de Voluntariado Corporativo. 2013.

<https://www.voluntariado.fundacionrepsol.com/sites/default/files/guia-de-vc-voluntare.pdf>

Voluntariado Corporativo. Un puente de colaboración entre la empresa y la sociedad. Paloma Lemonche. Cuaderno 17. Forética.

https://foretica.org/wp-content/uploads/publicaciones/cuadernos-foretica/cuaderno_foretica_17_voluntariado_corporativo.pdf

Metodología de evaluación de la Cooperación Española. Ministerio de Asuntos Exteriores. Secretaría de Estado para la Cooperación Internacional y para Iberoamérica. 2001.

<https://www.aecid.es/Centro-Documentacion/Documentos/Evaluaci%C3%B3n/Metodologia1.pdf>

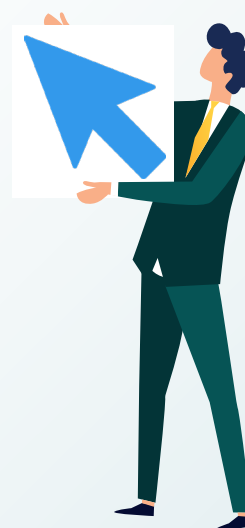
Medición de impacto de proyectos de Responsabilidad Social Corporativa. Fundación Haz lo Posible.

Ley 45/2015, de 14 de octubre, de Voluntariado. Boletín Oficial del Estado, 15 de octubre de 2015, núm. 247.

<https://www.boe.es/buscar/act.php?id=BOE-A-2015-11072>

Ley 5/2011, de 29 de marzo, de Economía Social. Boletín Oficial del Estado, 30 de marzo de 2011, núm. 76.

<https://www.boe.es/boe/dias/2011/03/30/pdfs/BOE-A-2011-5708.pdf>





PLATAFORMA
DEL VOLUNTARIADO
DE ESPAÑA

C/ Tribulete 18 Local 28012 Madrid
Tlf: 91 541 14 66 • Fax: 91 541 14 21
www.plataformavoluntariado.org