



Informe sobre voluntariado y sensibilización para la integración laboral

Contenido

1. Cartas de presentación. (Pág.4)

2. Introducción. (Pág. 6)

3. Análisis estadístico. (Pág. 9)

4. Experiencias. Grupo OHL, Bankia, Calidad Pascual, Capgemini, Europamundo, Red Eléctrica de España, Banco Santander, Grupo Vips, Vodafone, Forética. (Pág. 19)

5. 10 años de Voluntarios OHL. (Pág. 40)

6. Reflexión. (Pág. 42)

7. Agradecimientos. (Pág. 43)

1. Cartas de presentación



Grupo OHL

El Grupo OHL celebra la fundación, hace diez años, del programa Voluntarios OHL, una iniciativa en la que han participado, en todo este tiempo, cerca de 6.500 empleados que han impulsado 150 actuaciones de las que se han beneficiado más de 20.000 personas, y con motivo de esta celebración, queremos compartir nuestra experiencia a lo largo de una década de mucho trabajo e ilusión.

Nos hemos esforzado para crear un espacio de diálogo y cooperación entre la empresa, los empleados y la sociedad, favoreciendo iniciativas de acción social y, más concretamente, de voluntariado, que han puesto al servicio de la comunidad el talento de nuestro equipo humano.

Y en esta línea, el informe que presentamos da a conocer, dentro de este tipo de actuaciones, las realizadas con el objetivo de apoyar la integración social y laboral de colectivos vulnerables, y nuestra aspiración sería que nuestra experiencia pueda servir de inspiración y animar a otras empresas a iniciar su andadura en este camino.

Con este fin, hemos invitado a acompañarnos a un grupo de empresas de diferentes sectores, a las que traslado nuestro agradecimiento. A pesar de su heterogeneidad, tienen con OHL y entre sí, un vínculo de unión importantísimo: el compromiso y la voluntad de esforzarse para poner en marcha iniciativas que mejoran la calidad de vida de las personas y, en definitiva, de crear valor social.

Asimismo, hago llegar nuestro reconocimiento a la Fundación Randstad, con la que llevamos años trabajando, que nos ha ayudado no sólo a materializar este informe, sino a desarrollar diversas acciones encaminadas a la creación de empleo para personas en riesgo de exclusión social y con capacidades diferentes, una de las principales líneas de actuación en materia de acción social de OHL.

En el Grupo OHL seguiremos trabajando con ilusión renovada para extender nuestro programa a otros países en los que operamos y, lo que es más importante, para seguir sumando esfuerzos compartidos, porque estamos convencidos de que la mejora de la sociedad es compromiso de todos.

Luis García-Linares García
Director General Corporativo
Grupo OHL



Fundación Randstad

En Randstad creemos que la diversidad y la inclusión nos ayudan a contar con una plantilla más ágil, productiva e innovadora. Este informe sobre diferentes perspectivas de la RSC pone en relieve la importancia de la responsabilidad social y cómo a través de distintas iniciativas se consigue sensibilizar sobre la importancia de la integración social a través del empleo de personas con discapacidad y otros colectivos en riesgo de exclusión.

La Fundación Randstad nació hace más de 12 años con el fin de integrar a personas con diversidad funcional y otros colectivos en riesgo de exclusión social. Con nuestro trabajo, facilitamos la labor integradora de las empresas, incluyendo a nuestros usuarios en los procesos de selección. Y ayudamos a las personas a desarrollar sus capacidades para acceder a un empleo en igualdad de oportunidades.

Una de las empresas donde logramos integrar a nuestros usuarios es OHL, empresa colaboradora de la Fundación Randstad. Además de ser empresa referente en integración laboral de personas con discapacidad y otros colectivos vulnerables, nos plantea desarrollar acciones de sensibilización y voluntariado para acercarnos más a la igualdad de oportunidades.

Quiero agradecer a las más de 600 empresas que han destinado parte de su tiempo en reflexionar sobre estas iniciativas que están en marcha en sus organizaciones. Con sus respuestas, Randstad Research ha analizado cada una de las cuestiones, para conocer en profundidad cuál es la situación actual de las acciones de sensibilización que llevan a cabo en sus organizaciones de un modo estadístico.

Finalmente, estas reflexiones nos sirven para tener una visión por sectores de actividad, grupos de interés, y ejemplos de empresas que colaboran en un fin común. Quiero animar a todas las empresas a implementar estas y otras iniciativas e integrarlas de manera estratégica en sus organizaciones para la creación de valor compartido y crear modelos de negocio sostenible que contribuyan a mejorar la sociedad.

María Viver
Directora
Fundación Randstad



2. Introducción

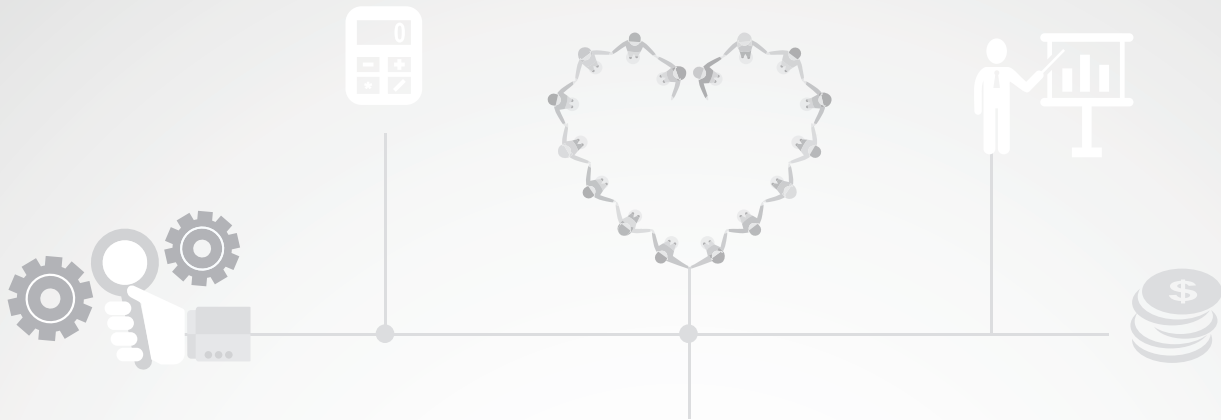


En la primera parte del informe, se han realizado una serie de cuestiones a empresas de diferentes sectores, tamaños y áreas de actividad para **conocer la realidad actual del sector empresarial con respecto a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)**. Este análisis ha sido elaborado por Randstad Research, centro de estudios y análisis que de manera altruista, y como parte de la RSC del Grupo Randstad, elabora informes objetivos sobre el mercado laboral, sus tendencias y el mundo de los Recursos Humanos.

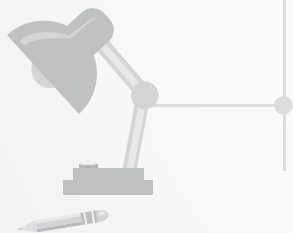
En la segunda parte, algunas de las empresas más relevantes dentro de sus sectores de actividad, comparten sus experiencias en materia de RSC, especialmente acciones de voluntariado y

sensibilización, **con el objetivo de favorecer la inclusión de la diversidad en sus plantillas**. Se incluyen, asimismo, **iniciativas en empresas** de tamaño mediano, ejemplo de que las pymes también pueden realizar este tipo de actuaciones, al igual que otras compañías de mayor tamaño, **favoreciendo con sus propuestas, una sociedad más justa**.

Por último, encontraremos una referencia a los **10 años de voluntariado corporativo que celebra en 2017 el Grupo OHL**. OHL, promotor de este informe junto con la Fundación Randstad, da a conocer el **compromiso de sus empleados con la sociedad** y el desarrollo de iniciativas para fomentar la integración laboral de personas en situación de vulnerabilidad.



3. Análisis estadístico



En este apartado se han incluido los resultados de una encuesta, realizada a finales de 2016, orientada a tener una visión sobre las **acciones de sensibilización enfocadas a la integración de colectivos con discapacidad y en riesgo de exclusión**. El objetivo principal del cuestionario es conocer cuántas empresas españolas aproximadamente desarrollan en la actualidad estas acciones, qué tipo de acciones exactamente practican, cómo se ha iniciado el proceso y también obtener su evaluación del impacto que tienen estas actividades en la integración laboral y en el resultado empresarial en general.

Resumen

Casi la mitad de las empresas encuestadas (el 45%) desarrollan en la actualidad acciones de sensibilización enfocadas a la integración de personas con discapacidad y en riesgo de exclusión.

Se observa una elevada dependencia del tamaño empresarial respecto al hecho de practicar este tipo de acciones, ya que oscila entre el 21% entre las empresas relativamente pequeñas (de menos de 50 empleados) y el 85% entre las empresas de gran tamaño (de más de 1.000 empleados).

Las tres acciones de sensibilización más frecuentes entre las empresas españolas son acciones de voluntariado, iniciativas de comunicación y acciones de formación.

La iniciativa de incluir acciones de sensibilización en la empresa nace principalmente en la dirección de Recursos Humanos, y en casi la mitad de los casos, se gestiona también por el departamento de RRHH.

También se observa una notable diferencia en función del volumen de negocio y la plantilla de las empresas: en las empresas pequeñas es más típico el liderazgo de la dirección general, mientras que en casi un tercio de las empresas de más de 1.000 empleados la práctica se desarrolla gracias a la iniciativa y el trabajo en el área de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Las que practican acciones enfocadas a la integración de personas con discapacidad en su gran mayoría con-

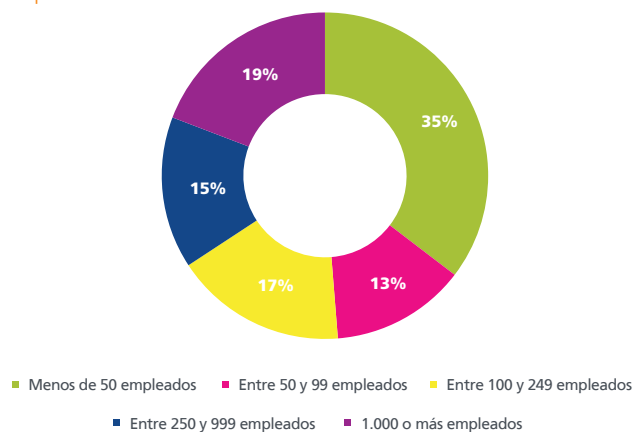
sideran que es una medida favorecedora, y como consecuencias positivas, destacan el aumento de la incorporación de estos colectivos en la empresa, y la mejor integración de los mismos, lo que conlleva en muchos casos el mayor éxito de este tipo de incorporaciones.

Aunque en la mayoría de las empresas no se observa un gran impacto económico de las iniciativas de sensibilización a nivel empresarial (solo el 27% de las empresas reconocen el crecimiento de productividad), la influencia positiva de las acciones en el ámbito de los Recursos Humanos está reconocida por una gran cantidad de empresas (el 59%): mejora el clima laboral (el 33%), la relación entre los compañeros en el seno de cada departamento (el 11%) o la relación entre los diferentes departamentos (el 14%).

Descripción de la muestra

La encuesta se ha realizado entre 601 empresas que operan en España en diferentes sectores de la economía. La muestra se distribuye entre una amplia variedad de sectores: Producción/Industria manufacturera (16%), sectores de alto valor añadido (Servicios financieros, de Consultoría, Marketing, Legal etc.) (12%), Ocio/Hostelería e Industria alimentaria (11%), Transporte/Logística y Automoción (10%), Informática y Telecomunicaciones (8%), Comercio al por menor y Distribución (8%), Atención sanitaria y Educación (8%), Ingeniería y Energía (5%) y otros sectores (14%).

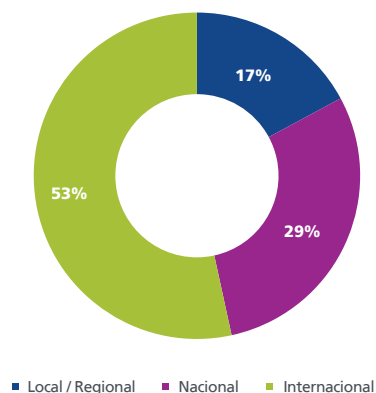
Gráfico 1. Tamaño de empresas en términos de número de empleados



Base: 601 (todas las empresas)

La estructura muestral por tamaño de empresa en términos de número de empleados ofrece una muestra suficientemente representativa de las empresas de diferentes dimensiones: algo más de un tercio (el 35%) son empresas pequeñas, de menos de 50 empleados, un 30% son empresas medianas, con una dimensión comprendida entre 50 y 249 empleados, y finalmente un 34% son empresas grandes, –entre 250 y 999 (el 15%), y de más de un 1.000 empleados (el 19%).

Gráfico 2. Ámbito de actuación de las empresas



Base: 601 (todas las empresas)

Tabla 1. Tamaño de empresas en función de diferentes ámbitos de actuación

	Local / Regional	Nacional	Internacional	Total
Menos de 50 empleados	53%	42%	26%	35%
Entre 50 y 99	17%	10%	14%	13%
Entre 100 y 249	16%	16%	18%	17%
Entre 250 y 999	8%	16%	17%	15%
1.000 +	6%	16%	25%	19%

La mitad de las empresas entrevistadas está formada por organizaciones de ámbito internacional (el 53%): de las cuales el 40% son empresas de hasta 100 empleados, un 35% son empresas entre 100 y 1.000 empleados y el 25% son empresas de importante volumen y de más de 1.000 empleados.

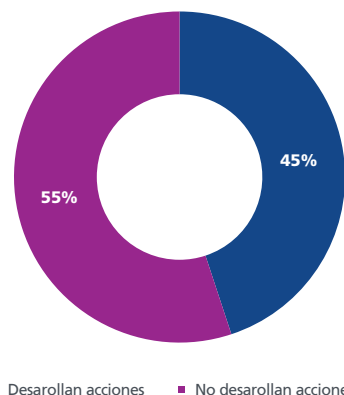
Un 29% de la muestra lo constituyen las empresas que operan a nivel nacional: la mitad de ellas (el 52%) son de menos de 100 empleados, la otra mitad se distribuye de forma bastante homogénea entre diferentes tamaños.

Las empresas locales o regionales son la minoría de la muestra (el 17%) y la gran mayoría de ellas son empresas pequeñas: un 70% son principalmente empresas con plantilla que no supera los 100 empleados.

Principales Resultados

¿Cuántas empresas desarrollan acciones de sensibilización?

Gráfico 3. Número de empresas



Base: 601 (todas las empresas)

La realización de acciones de sensibilización no es generalizada en las empresas españolas. En promedio, casi una empresa de cada dos (el 45%) de las empresas encuestadas desarrolla en la actualidad acciones de sensibilización enfocadas a la integración de personas con discapacidad y en riesgo de exclusión.

¿Hay algunas diferencias en la práctica de acciones de sensibilización en función de ámbito de actuación o del tamaño de las empresas?

Gráfico 3.1. Número de empresas que desarrollan acciones, por tamaño de empresa

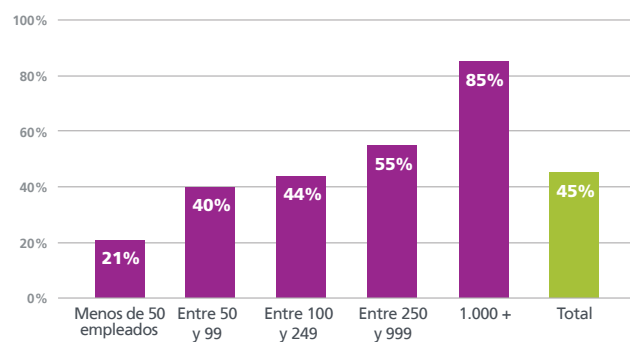
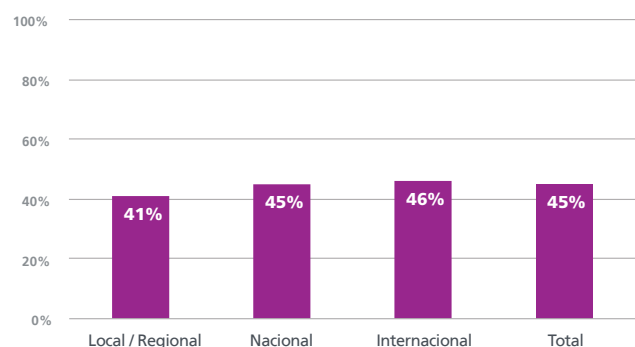


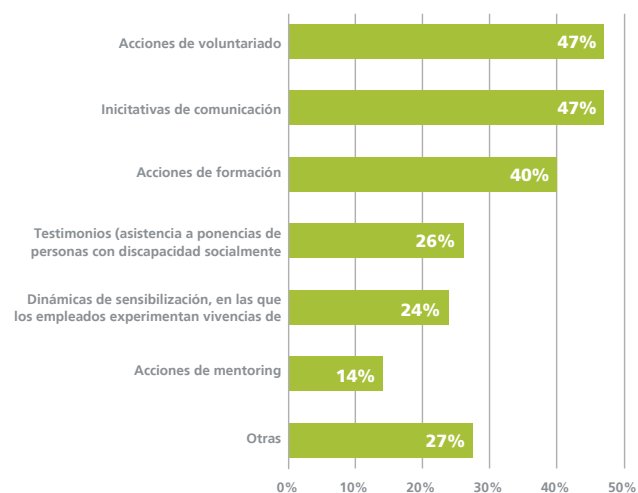
Gráfico 3.2. Número de empresas que desarrollan acciones, por ámbito de actuación



El ámbito de actuación de las empresas influye de manera muy importante en la práctica de dichas actividades, pero el tamaño de la empresa muestra una correlación obvia –cuanto más grande es la empresa, con mayor probabilidad se desarrollan acciones de sensibilización–. La cuota de empresas que desarrollan acciones de sensibilización va variando enormemente en función del tamaño de la empresa, –el 21% entre las empresas pequeñas y un 85% en las empresas de gran tamaño, aquellas que cuentan con más de 1.000 empleados.

¿Qué tipo de acciones de sensibilización, enfocadas a la integración de personas con discapacidad y en riesgo de exclusión, se desarrollan?

Gráfico 4. Tipos de acciones de sensibilización



Base: 270 (empresas que desarrollan acciones)

Como puede apreciarse en el gráfico 4, las principales acciones que desarrollan las empresas son voluntariados (47%), iniciativas de comunicación (47%) y acciones relacionadas con la formación (40%).

Tabla 2. Tipos de acciones por tamaño de empresa

	Menos de 50 empleados	Entre 50 y 99	Entre 100 y 249	Entre 250 y 999	1.000 +	Total
Acciones de voluntariado	34%	28%	40%	53%	59%	47%
Iniciativas de comunicación	30%	31%	36%	57%	60%	47%
Acciones de formación	39%	41%	38%	39%	42%	40%
Testimonios (asistencia a ponencias de personas con discapacidad socialmente reconocidas que comparten su experiencia)	27%	22%	20%	25%	30%	26%
Dinámicas de sensibilización, en las que los empleados experimentan vivencias de personas con discapacidad	23%	9%	24%	22%	30%	24%
Acciones de mentoring	16%	13%	16%	16%	12%	14%
Otras	34%	19%	29%	27%	27%	27%

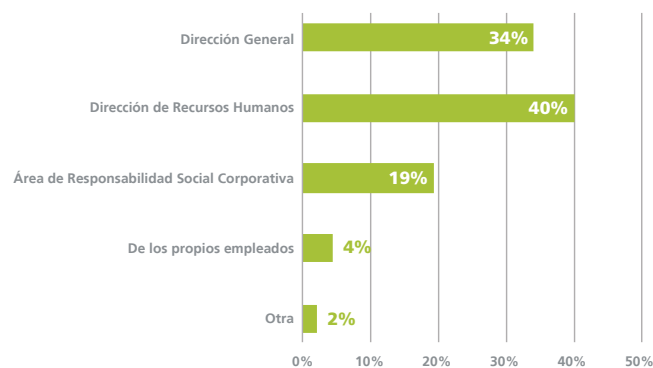
Entre las empresas grandes (250-999 empleados) y muy grandes (de más de 1.000 empleados) no solo es bastante más común practicar acciones de sensibilización (como se ha destacado anteriormente), sino que, además, son las empresas que en mayor proporción desarrollan iniciativas de voluntariado y comunicación, en todos los casos muy por encima del 50% (Tabla 2).

Otro tipo de acciones menos frecuentes, como testimonios y dinámicas de sensibilización, también se encuentran con mayor facilidad en las empresas de mayor dimensión (por encima de los 1.000 empleados), lo que puede estar motivado, por un lado, por contar con mayor número de empleados con discapacidad y, por otro, por disponer de unos RRHH más potentes que pueden dedicarse a este tipo de actividades. Sin embargo, la presencia de estas iniciativas en empresas más pequeñas no es desdeñable.

¿En qué área de la empresa nació la iniciativa de desarrollar acciones de sensibilización?

El origen de las iniciativas parece estar muy focalizado o en la Dirección de RRHH o en la Dirección General.

Gráfico 5. Área iniciadora de las acciones



Base: 270 (empresas que desarrollan acciones)

Entre ambas, explican el origen de casi tres de cada cuatro iniciativas. Así, la iniciativa de introducir las acciones de sensibilización en la práctica de la empresa nace principalmente en la Dirección de RRHH (en el 40% de los casos) o en la Dirección General (en el 34%).

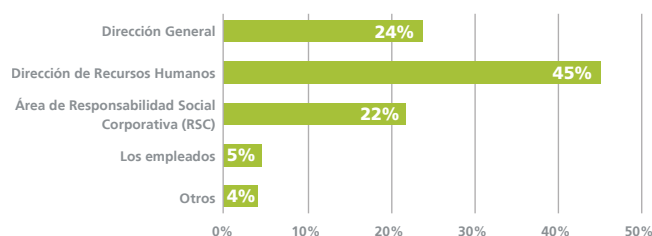
Tabla 3. Área iniciadora de las acciones, por tamaño de empresa

	Menos de 50 empleados	Entre 50 y 99	Entre 100 y 249	Entre 250 y 999	1.000 +	Total
Dirección General	70%	25%	29%	27%	27%	34%
Dirección de Recursos Humanos	14%	50%	53%	45%	40%	40%
Área de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	7%	16%	9%	20%	31%	19%
De los propios empleados	7%	9%	4%	6%	1%	4%
Otra	2%	0%	4%	2%	2%	2%

Existe cierta diferencia, en cuanto al origen de las acciones, en función del tamaño de las empresas. Las diferencias más destacables son que en las pequeñas empresas, de menos de 50 empleados, gana mucho peso el impulso de la Dirección General (el 70%), mientras que en casi un tercio de las empresas de mayor tamaño las iniciativas han nacido de la mano del área de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

¿Quién lidera en la actualidad las iniciativas?

En cuanto al área que en la actualidad lidera la iniciativa de sensibilización, se observan diferencias respecto a aquellas en las que había nacido. Fundamentalmente, la Dirección General pierde algo de peso (aunque

Gráfico 6. Área que lidera las acciones en la actualidad

Base: 270 (empresas que desarrollan acciones)

conserva, con un 24%, el segundo lugar), mientras que ganan peso en el liderazgo actual de las iniciativas los departamentos de RRHH y áreas de RSC.

Tabla 4. Área que lidera las acciones en la actualidad, por tamaño de empresa

	Menos de 50 empleados	Entre 50 y 99	Entre 100 y 249	Entre 250 y 999	1.000 +	Total
Dirección General	52%	22%	20%	18%	16%	24%
Dirección de Recursos Humanos	23%	50%	64%	53%	41%	45%
Área de Responsabilidad Social Corporativa (RSC)	7%	16%	9%	24%	36%	22%
Los empleados	14%	13%	2%	2%	2%	5%
Otros	5%	0%	4%	4%	5%	4%

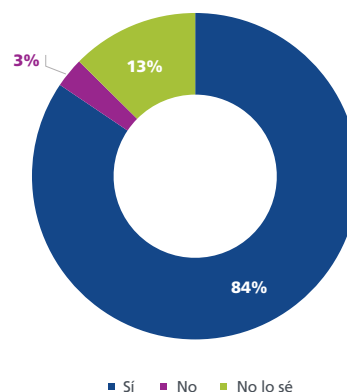
El predominio de la Dirección de RRHH en el liderazgo de las acciones se localiza especialmente en las medianas (entre 100 y 249 empleados), donde alcanza el 64% de los casos y en las grandes (250-999 empleados), donde llega al 53%.

La Dirección General, por su parte, tiene el mayor protagonismo en el desarrollo de las acciones en las empresas de menor dimensión (por debajo de 50 empleados). Destaca, por otra parte, el papel del área de RSC en las empresas de gran tamaño (más de 1.000 empleados), donde se responsabiliza de estas acciones con bastante más frecuencia (el 36%), que en general (22%).

¿Favorecen estas acciones la integración laboral en las empresas?

En cuanto al impacto de las acciones de sensibilización en la integración laboral, las empresas lo tienen claro. Casi todas las empresas que practican acciones enfocadas a la

Gráfico 7. Impacto positivo en la integración laboral.



Base: 270 (empresas que desarrollan acciones)

integración de personas con discapacidad y en riesgo de exclusión las consideran favorecedoras para la integración laboral, ya que se pronuncian en este sentido el 84%.

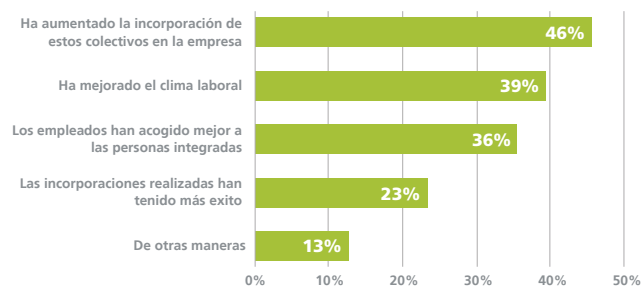
Tabla 5. Impacto positivo en la integración laboral por tamaño de empresa

	Menos de 50 empleados	Entre 50 y 99	Entre 100 y 249	Entre 250 y 999	1.000 +	Total
Sí	80%	72%	91%	92%	84%	84%
No	2%	6%	0%	2%	4%	3%
No lo sé	18%	22%	9%	6%	12%	13%

El efecto positivo de estas acciones de sensibilización en la integración laboral alcanza el mayor impacto en las empresas con tamaños comprendidos entre 100 y 1.000 empleados, donde más del 90% de las empresas que practican estas iniciativas las valoran como favorecedoras de la integración laboral.

¿De qué manera las acciones de sensibilización favorecen la integración laboral en tu empresa?

Gráfico 8. Tipos de impacto positivo en la integración laboral



Base: 228 (empresas que desarrollan acciones y las consideran favorecedoras para la integración)

Tabla 6. Tipos de impacto positivo por tamaño de empresa

	Menos de 50 empleados	Entre 50 y 99	Entre 100 y 249	Entre 250 y 999	1.000 +	Total
Ha aumentado la incorporación de estos colectivos en la empresa	26%	35%	44%	49%	56%	46%
Ha mejorado el clima laboral	29%	48%	37%	40%	43%	39%
Los empleados han acogido mejor a las personas integradas	23%	39%	41%	38%	35%	36%
Las incorporaciones realizadas han tenido más éxito	17%	30%	29%	17%	24%	23%
De otras maneras	23%	9%	10%	9%	13%	13%

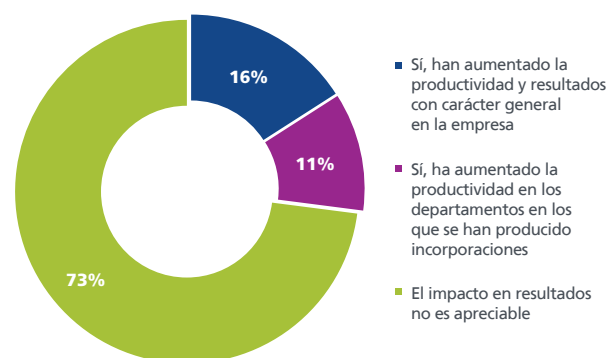
El principal impacto positivo es el aumento de la incorporación de estos colectivos en la empresa (lo que sucede en el 46% de los casos), un efecto que se nota, sobre todo, en las empresas medianas y grandes (de más de 100 empleados).

La siguiente consecuencia favorecedora es la mejora en la calidad de integración de los colectivos con discapacidad o riesgo de exclusión: el 39% de las empresas observan que ha mejorado el clima laboral y el 36% considera que los empleados han acogido mejor a las personas integradas.

En tercer lugar, destaca finalmente el mayor éxito laboral de las incorporaciones realizadas en casi una cuarta parte de las empresas (el 23%).

¿Están contribuyendo las iniciativas de sensibilización de manera positiva al resultado empresarial?

Mientras que hay un claro consenso respecto a que las acciones de sensibilización influyen de manera positiva en la integración laboral, también parece claro, pero en sentido contrario, que el impacto de estas acciones en los resultados empresariales no es muy elevado. Algo más de un cuarto de las empresas (el 27%) que desarrollan acciones de sensibilización observan un impacto positivo en la em-

Gráfico 9. Impacto en el resultado empresarial

Base: 270 (empresas que desarrollan acciones)

presa, bien en el crecimiento de productividad con carácter general (en el 16% de las empresas), bien en el incremento de la productividad en los departamentos en los que se han producido integraciones de personas con discapacidad o en riesgo de exclusión (11% de los casos). En el resto de empresas que desarrollan este tipo de acciones, el 73%, no han tenido impacto apreciable en los resultados.

Tabla 7. Impacto en el resultado empresarial por ámbito de actuación

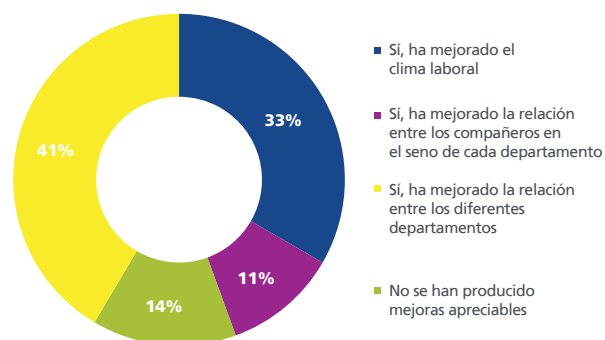
	Local / Regional	Nacional	Internacional	Total
Sí, han aumentado la productividad y resultados con carácter general en la empresa	24%	16%	13%	16%
Sí, ha aumentado la productividad en los departamentos en los que se han producido incorporaciones	14%	14%	9%	11%
El impacto en resultados no es apreciable	62%	70%	78%	73%

Curiosamente, el impacto en resultados empresariales es más apreciable entre las empresas de ámbitos locales y regionales, donde el 38% reconocen el crecimiento de productividad a nivel general o en los departamentos receptores.

¿Generan las iniciativas de sensibilización mejoras en el ámbito de los Recursos Humanos?

Aunque en la mayoría de las empresas no se observa un gran impacto de las iniciativas de sensibilización a nivel de resultados empresariales, sí resulta clara la influencia positiva de las acciones en el ámbito de los Recursos Humanos. De hecho, una gran proporción de empresas (el 59%) reconocen este hecho, bien porque mejora el clima laboral (el 33%), la relación entre los compañeros en el seno de cada departamento (el 11%) o la relación entre los diferentes departamentos (el 14%).

Gráfico 10. Impacto en el ámbito de RRHH



Base: 270 (empresas que desarrollan acciones)

Tabla 8.1. Impacto en el ámbito de RRHH por área de actuación

	Local / Regional	Nacional	Internacional	Total
Sí, ha mejorado el clima laboral	43%	30%	32%	33%
Sí, ha mejorado la relación entre los compañeros en el seno de cada departamento	10%	13%	11%	11%
Sí, ha mejorado la relación entre los diferentes departamentos	10%	16%	14%	14%
No se han producido mejoras apreciables	38%	41%	43%	41%

Tabla 8.2. Impacto en el ámbito de RRHH por tamaño de empresa

	Menos de 50 empleados	Entre 50 y 99	Entre 100 y 249	Entre 250 y 999	1.000 +	Total
Sí, ha mejorado el clima laboral	41%	41%	24%	33%	32%	33%
Sí, ha mejorado la relación entre los compañeros en el seno de cada departamento	11%	16%	16%	8%	9%	11%
Sí, ha mejorado la relación entre los diferentes departamentos	14%	3%	9%	18%	18%	14%
No se han producido mejoras apreciables	34%	41%	51%	41%	41%	41%

La mejora del clima laboral se aprecia sobre todo en las empresas locales y regionales y las estructuras relativamente pequeñas (de menos de 100 empleados),

donde las relaciones interpersonales y la percepción de ser “una familia” tienden a tener más peso que en las grandes corporaciones internacionales.

4. Experiencias



• **Grupo OHL** (Pág. 20)

• **Bankia** (Pág. 22)

• **Calidad Pascual** (Pág. 24)

• **Capgemini** (Pág. 26)

• **Europamundo** (Pág. 28)

• **Red Eléctrica de España** (Pág. 30)

• **Banco Santander** (Pág. 32)

• **Grupo Vips** (Pág. 34)

• **Vodafone** (Pág. 36)

• **Forética** (Pág. 38)

Grupo OHL

OHL es un grupo de concesiones y construcción con más de 100 años de historia presente en cerca de 30 países.

La misión del Grupo OHL es la creación de valor en condiciones de sostenibilidad económica, social y ambiental atendiendo a los intereses concretos de los inversores, los clientes, el equipo humano que compone el Grupo y del conjunto de personas y entidades interesadas en su buena marcha.

OHL mantiene un compromiso público y voluntario con el desarrollo sostenible, materializado a través de su política de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y del conjunto de normas y procesos que sientan las bases del modelo de gestión de la compañía en esta materia.

El compromiso del Grupo con la creación de valor económico, social y ambiental, allí donde opera, es compartido por todos los empleados de la organización.



Destaca una experiencia de RSC: ¿Cómo surgió? ¿Desde cuando está en marcha? ¿A qué grupos de interés va dirigida?

Entre las diferentes iniciativas de RSC, en el área del compromiso con la sociedad, destaca el programa **Voluntarios OHL**, liderado por el Servicio de Acción Social, Patrocinio y Mecenazgo de la Dirección General Corporativa del Grupo OHL.

El programa surge a iniciativa de los empleados hace una década, los cuales propusieron el desarrollo de este tipo de actividades a la Dirección.

Desde su puesta en marcha, 6.500 empleados han participado promoviendo 150 iniciativas, gracias a las cuales se ha mejorado la calidad de vida de más de 20.000 personas.

¿Cómo llevasteis a cabo el proceso de puesta en marcha de la iniciativa?

Con el objetivo de detectar empleados interesados en participar en las actividades de voluntariado, se pusieron en marcha diversas campañas de comunicación interna. Además, se llevaron a cabo sesiones formativas presenciales y un curso de formación online.

Con estas acciones, se creó un núcleo inicial de voluntarios que fueron la semilla para la consolidación de los grupos de España. Posteriormente, el programa se ha extendido a otros países en los que opera OHL.

Desde sus inicios, Voluntarios OHL siempre ha contado con el apoyo y compromiso de la Dirección del Grupo.

¿Qué otras acciones ponéis en marcha para favorecer la integración laboral?

La empleabilidad de los colectivos más vulnerables es una de las líneas más significativas de trabajo a favor de la sociedad, y que cuenta con un plan específico de integración laboral.

El Grupo OHL colabora con diversas entidades para la incorporación de estos colectivos.

También se impulsan proyectos formativos y de capacitación, de los que se benefician personas en riesgo o en situación de exclusión social, con el fin de adquirir los conocimientos necesarios para lograr una oportunidad laboral. Éstas acciones, que incorporan en muchos casos prácticas laborales, cuentan con la participación activa de los empleados de OHL en calidad de formadores.

Además, se realizan actuaciones de sensibilización pe-riódicas con el objetivo de favorecer su incorporación en la plantilla.

Por último, se apoyan iniciativas que fomentan el empleo a través de la Convocatoria de proyectos sociales presentados por empleados del Grupo OHL destinada a financiar proyectos formativos de carácter ocupacional-laboral cuyos beneficiarios son personas en riesgo de exclusión social, así como el autoempleo con proyectos formativos y de ayudas a emprendedores, estas últimas actuaciones se enmarcan

En OHL trabajamos para el conjunto de la sociedad, con el apoyo de nuestros empleados y con la mirada puesta en las generaciones futuras. Garantizar su bienestar es su mayor reto.



en la Cátedra de Investigación Fundación Konecta-Universidad Rey Juan Carlos dirigida a incentivar el emprendimiento de personas con capacidades diferentes, y con la que OHL colabora.

¿Cuáles son los beneficios que habéis obtenido? ¿Estas acciones han favorecido para que suponga un aumento en la integración de personas con discapacidad y otros colectivos en la empresa?

El programa de Voluntarios OHL es la mejor expresión de la acción social del Grupo OHL, que pone el talento de los empleados al servicio de la sociedad.

En los empleados fomenta la lealtad a la empresa, eleva la moral, contribuye a aumentar su satisfacción y motivación, atrayendo al mejor capital humano. Asimismo, los empleados adquieren nuevas competencias y habilidades que posteriormente son desarrolladas en su puesto de trabajo.

Además, estas acciones favorecen la sensibilización interna para apoyar la integración laboral con éxito de personas que tienen especial dificultad para acceder al mercado de trabajo.

Bankia

Bankia entiende la Gestión Responsable como la integración voluntaria en sus políticas y procedimientos de las cuestiones ambientales, sociales y de gobierno corporativo que surgen del conocimiento del entorno en el que desarrolla su actividad y la relación y el diálogo con todos sus grupos de interés.

La visión y la misión de Bankia, inspiradoras del Plan de Gestión Responsable 2016-2018, se resumen en hacer una **banca mejor y más fiable, desde el respeto a los valores** que la entidad ha asumido como propios: **profesionalidad, integridad, compromiso, cercanía y orientación al logro.**



Destaca una experiencia de RSC: ¿Cómo surgió? ¿Desde cuándo está en marcha? ¿A qué grupos de interés va dirigida?

Red Solidaria Bankia es un proyecto innovador que aúna la obtención de resultados de los centros y oficinas de Bankia con la Acción Social del banco. El programa, que nació en el año 2013, se ha consolidado como uno de los pilares más representativos de la Acción Social de nuestra entidad, al unir el desarrollo local con la implicación de todos los empleados y nuestros objetivos de negocio.

¿Cómo llevasteis a cabo el proceso de puesta en marcha de la iniciativa?

En el primer semestre de 2013 se realizó una prueba piloto en la Dirección de Negocio de Empresas Norte, con 12 centros implicados. Tras el éxito de la iniciativa, se extendió en el segundo semestre a toda la Dirección de Empresas del Banco, y se realizó un programa piloto

en la Dirección Territorial de Banca de Particulares de Castilla y León. En total, 77 proyectos consiguieron una dotación económica, con más de 660.000 euros donados a proyectos solidarios.

Tras los resultados favorables, en 2014 se extendió el proyecto a toda la banca comercial de la entidad, abarcando a más de 11.800 profesionales y 220 proyectos presentados.

En el segundo semestre de 2015, se amplió a Servicios Centrales, y en 2016 a otras unidades, como la dirección de Legacy, Pymes y Negocios Especializados, con más de 13.000 profesionales implicados.

¿Qué dificultades encontrasteis en la puesta en marcha? ¿Cómo las solventasteis?

Una de las dificultades iniciales era la amplia dispersión geográfica de la Red Comercial, desde el punto de vista de la elección del proyecto y de la involucración de cada empleado en el programa.

Se consiguió un total respaldo a la iniciativa al realizar “road shows”, por todas las unidades explicando el proyecto y ofreciendo a cada zona pluri-provincial, la posibilidad de presentar proyectos en todas las provincias, lo que favoreció la cercanía y gran capilaridad del programa.

Además, en 2015 se creó una herramienta informática para que los profesionales pudieran subir información y mostrar a sus compañeros los proyectos e iniciativas. Estos proyectos son posteriormente votados por el resto de profesionales de cada unidad para seleccionar finalmente, el que defenderán como equipo durante todo el año, a través del logro de sus objetivos.

¿Qué otras acciones ponéis en marcha para favorecer la integración laboral?

Una de las líneas básicas de la Acción Social de Bankia es el fomento del empleo y la integración laboral de todos los colectivos (personas en riesgo de exclusión social, mayores de 45 años, mujeres, jóvenes sin cualificación y personas con discapacidad). Desde 2015, a través de Red Solidaria, se trata de impulsar y favorecer los proyectos que se destinan a este objetivo, siendo una de nuestras prioridades. De los 695 proyectos presentados en estos años, más del 50% tienen como fin favorecer la integración laboral.

¿Quién lidera estas iniciativas? ¿De quién es la responsabilidad de la puesta en marcha de la iniciativa?

Red Solidaria Bankia transforma el trabajo diario y nuestros resultados en ayuda a proyectos solidarios cercanos y elegidos entre todos los profesionales del banco. Una gran Red que sigue creciendo año a año.



La iniciativa se lidera desde la dirección de Acción Social del Banco, y gracias al apoyo e involucración del resto de las direcciones del banco, convirtiéndose a día de hoy en una señal de identidad, que crece año a año, bajo el nombre de “La Red Solidaria de Bankia”.

¿Qué factores han sido los determinantes para una buena involucración del grupo de interés objetivo en vuestras iniciativas?

Todos los profesionales de Bankia proceden de una cultura corporativa muy marcada por el apoyo social, lo que sin duda favorece este tipo de involucración. Además, al ser proyectos cercanos a su entorno, y elegidos por ellos mismos, se convierten en prescriptores y promotores directos de las ONG a las que presentan, teniendo un contacto muy cercano con ellas y siendo en algunos casos incluso futuros voluntarios en dichas asociaciones.

¿Cuáles son los beneficios que habéis obtenido?

Los beneficios han sido muchos, entre ellos se ha conseguido ese refuerzo de la cultura corporativa en la empresa, una mayor involucración social de todos los empleados, que cada año presentan más proyectos sociales. En estos cuatro años, se han logrado desarrollar 695 proyectos sociales, en todas las provincias españolas, con una dotación total de más de 4,5 millones y más de 200.000 beneficiarios directos.

Calidad Pascual

Calidad Pascual, empresa familiar con un conjunto de valores consolidado y diferenciador, referente en el sector de la alimentación, su principal actividad es la preparación, envasado, distribución y venta, entre otros, de lácteos y derivados con la marca Pascual, aguas minerales Bezoya, bebidas vegetales Vivesoy, Bifrutas y Mocay Caffè.

Calidad Pascual complementa su portfolio con otros productos de valor añadido, gracias a alianzas con empresas como Idilia foods (fabricante de batidos Cola Cao y Okey), Unilever, Esteve, Agua Pedras Salgadas (Grupo Unicer), Kellogg, Heinz e Isabel de Conservas Garavilla.

Tras realizar en 2014 un primer análisis de materialidad, desarrollamos el Plan Director de Creación de Valor Compartido 2020, que nace de la necesidad prioritaria de armonizar nuestros objetivos de negocio con las expectativas de nuestros grupos de interés.

Muy resumidamente, podríamos decir que el Plan de Impacto Económico apuesta por el crecimiento y liderazgo en el mercado español, la internacionalización y la sostenibilidad financiera; **el Plan de Impacto Laboral fomenta el desarrollo de empleo de calidad** y empleabilidad de las personas, así como **la consolidación de nuestro papel como excelente lugar para trabajar**; el Plan de Impacto Ambiental, mide los impactos que la actividad de la compañía genera en el entorno y el Plan de Impacto Social, por su parte, contribuye a la creación de una cadena de valor socialmente responsable, así como a ser un referente por la generación de valor para la sociedad



¿De qué parte de la Compañía nace la iniciativa de RSC? ¿Quién lidera estas iniciativas? ¿De quién es la responsabilidad de la puesta en marcha?

En nuestro caso emana del Consejo de Administración ya que hay un Consejero Designado de Responsabilidad Corporativa al que reporta toda la actividad en cuanto a la Gestión Ética y Responsable en la compañía. El Plan Director de Creación de Valor Compartido es coordinado desde la dirección de Responsabilidad Corporativa y Comunicación que se encarga de asegurar que los impactos económicos, sociales, ambientales y laborales de la actividad de la compañía se des-

plieguen ordenada y adecuadamente entre nuestros grupos de interés.

No obstante, cada uno de los ejes del plan es desarrollado por los gestores de los correspondientes grupos de interés. En concreto, el Plan de Impacto Laboral se lidera desde el área de Personas que impulsa las actividades de fomento de la inserción de personas con discapacidad.

¿Qué dificultades encontrasteis en la puesta en marcha? ¿Cómo las solventasteis?

Seguimos invirtiendo tiempo y esfuerzo en sensibilizar a la organización hacia la escucha activa a los Grupos de Interés. Llevamos muchos años sin practicarlo y volver a coger un hábito siempre cuesta más de lo que nos gustaría. La integración es un elemento natural de nuestra relación con las personas. No han existido grandes dificultades para incorporarla a nuestra estrategia de personas.

Entendemos la diversidad como un rasgo definitorio de nuestra trayectoria. Nuestro compromiso es seguir apostando por la incorporación normalizada, plena e integral de las personas con discapacidad en nuestra organización. En Pascual superamos el porcentaje del 2,5% de personas con discapacidad dentro de nuestra plantilla y nuestro objetivo es continuar mejorando este dato en el futuro más inmediato.

Contamos con un plan específico en el que se establecen acciones como la contratación directa de personas con discapacidad, o la promoción indirecta a través de la compra de bienes y servicios a Centros Especiales de Empleo, entre otras iniciativas.

¿Qué factores han sido los determinantes para una buena involucración del grupo de interés objetivo en vuestras iniciativas?

No es fácil gestionar la relación con tantos y tan variados grupos de interés. De ahí la necesidad de establecer una sistemática que nos permita priorizar las acciones y focalizar los esfuerzos, como es el Plan Director de

Al fin y al cabo, no estamos haciendo nada especial, como solemos decir, “esta es una empresa de personas que trabajan para hacer la vida mejor a otras personas y en la que sobresalen más las capacidades que las discapacidades”

Creación de Valor Compartido. Para nosotros es fundamental tener a colaboradores que trabajen a gusto con la compañía, por eso evaluamos con periodicidad el grado de satisfacción de los grupos de interés con nuestro trabajo y productos. Estamos también abiertos a sus demandas y reclamaciones a través de canales tradicionales, como la línea 900, y modernos, como las redes sociales, pero también evaluamos el desempeño de nuestros proveedores, las opiniones de nuestros consumidores, etc. Solo así conseguiremos la mayor calidad en los eslabones de nuestra cadena de valor.

En concreto, entre nuestros empleados medimos la percepción de forma sistemática con encuestas de clima y compromiso, para la puesta en marcha de planes de acción asociados, muchos de ellos con incidencia en la integración de personas con discapacidad.

También hemos prestado mucha atención a la difusión y divulgación, con numerosos artículos y reportajes en nuestros canales internos de comunicación como la revista “Cuéntalo”.

Asimismo, en los últimos años realizamos campañas de “afloramientos” con el fin de ayudar a personas con discapacidad a conseguir el certificado y beneficiarse de las ventajas que supone.

¿Cuáles son los beneficios que habéis obtenido?

Estas acciones han favorecido para que suponga un aumento en la integración de personas con discapacidad y otros colectivos en tu empresa. Ya superamos el porcentaje del 2,5% de nuestro personal con discapacidad en plantilla y nos comprometemos a seguir incrementándolo en el futuro. Nuestra intención es la de seguir mejorando el ratio de personas con discapacidad en Calidad Pascual, a través de un compromiso sólido. Hay ejemplos especialmente satisfactorios, como el del departamento de servicio al cliente o Customer Service, para cuya creación se tuvo en cuenta la incorporación de personas con discapacidad, con un resultado de casi 10 personas incorporadas con discapacidad de un total de 46 personas en el departamento situado en Aranda de Duero.

Capgemini

Capgemini fue fundada en 1967 por Serge Kampf. Su visión y misión de la organización partía del hecho de considerar a las personas en el corazón de nuestro negocio, y todas las acciones de nuestra compañía se han sustentado sobre unos valores sólidos alrededor de los cuales se ha vertebrado nuestra forma de trabajar y de hacer negocios.

Nuestra Responsabilidad Corporativa se fundamenta en nuestra labor social, nuestra apuesta por la diversidad y la igualdad, nuestro código ético, nuestro respeto al medio ambiente y la solidaridad.

Contamos con un programa de garantía de derechos y en contra de la discriminación. Estamos comprometidos a ayudar a proteger el medio ambiente para el futuro y a crear un lugar de trabajo mejor para nuestros profesionales. Toda nuestra actividad en proyectos, servicios o departamentos tiene muy en cuenta la dimensión medioambiental.

Pero, además, diversidad forma parte de nuestro ADN. No puede ser de otra forma para una empresa que cuenta con más de 180.000 profesionales en más de 40 países de todo el mundo. La diversidad es para Capgemini su principal ventaja estratégica, y la motivación, el aprendizaje y el bienestar de los empleados su prioridad. En este sentido, la tecnología es un factor clave en la integración de colectivos con más dificultades de inserción laboral ya que facilita el desarrollo de su trabajo y aumenta su bienestar.



Destaca una experiencia de RSC:

Nuestro programa de RSC se apalanca en tres áreas clave:

Values & Ethics: Se trata de quiénes somos y de cómo hacemos negocios. Construido sobre una base de nuestros siete valores fundamentales (Honestidad, Audacia, Confianza, Libertad, Equipo, Espíritu / Solidaridad, Modestia y Diversión), nuestro Código de Ética apoya nuestra cultura corporativa e impregna todas nuestras prácticas comerciales, comportamientos de adquisiciones y bienestar de los empleados Políticas.

People Culture: Estamos comprometidos a ser un empleador de referencia para las personas que desean desarrollarse en un entorno creativo y diverso. Nuestra prioridad es promover el desarrollo profesional y el bienestar.

Asegurando que tanto nuestras prácticas comerciales como nuestras instalaciones potencien la excelencia. Te-

nemos una cultura por la que respetamos y valoramos la diversidad y creatividad de toda nuestra gente.

Community Commitment: Nos esforzamos por tener un impacto positivo en las comunidades en las que vivimos y trabajamos. Como importante empleador global, trabajamos a nivel local, nacional e internacional con autoridades, organizaciones no gubernamentales (ONG) y organizaciones benéficas sobre dos prioridades: Educación y desarrollo. El Grupo fomenta la participación activa de cada miembro de nuestro equipo en nuestras comunidades.

Environmental Sustainability: Estamos comprometidos a entender, medir y reducir nuestro impactos ambientales. Somos conscientes que los servicios empresariales que ofrecemos tienen un impacto en el medio ambiente. Trabajamos duro para reducir este impacto ahorrando energía y reduciendo los residuos, así como reduciendo los viajes de negocios. También trabajamos

para aumentar la conciencia de los empleados sobre los temas críticos relacionados con el medio ambiente.

¿De qué parte de la organización nace esta iniciativa? ¿Quién las lidera? ¿Quién las pone en marcha?

Las iniciativas de RSC en Capgemini España están lideradas por el área de Recursos Humanos en estrecha colaboración con el departamento de Comunicación y Márketing y la implicación del resto de la compañía, los departamentos de Formación, Selección... también son un apoyo fundamental para la correcta ejecución de nuestras políticas de RSC.

¿Cuáles son los beneficios que habéis obtenido?

El poder facilitar y mejorar el acceso y la inserción laboral a personas que pertenecen a colectivos desfavorecidos. Trabajamos día a día para eliminar barreras y aportar nuestro granito de arena, para facilitarles el acceso al entorno laboral en las mejores condiciones. La gestión de la diversidad y de las personas con discapacidad ha permitido a Capgemini aumentar su capacidad de innovación, aspecto que se ve reflejado en el negocio.

En Capgemini buscamos soluciones a las barreras que encuentran las personas con discapacidad.

¿Qué factores han sido determinantes para una buena involucración del grupo de interés objeto de nuestras iniciativas?

La capacidad de compromiso por parte de la Alta Dirección es fundamental para el éxito de estas iniciativas. Además, este compromiso se ve recompensado en muchos aspectos, siendo uno de los principales el sentido de pertenencia y compromiso con la organización que demuestran los empleados de este colectivo. Creemos activamente en esta premisa y desde nuestro consejero delegado Paulo Morgado, pasando por el resto de cuerpo directivo trabajamos para que así sea y se trasmite a todos los equipos de trabajo.

Principios Básicos:



¿Cómo llevaste a cabo el proceso de puesta en marcha de la iniciativa?

Desde Recursos Humanos hemos lanzados los planes anuales de RSC alineados siempre con las directrices marcadas desde internacional, intentando adaptar las mismas a la realidad de nuestro entorno y las inquietudes de nuestros profesionales.

Hacemos llegar todas las iniciativas a nuestros profesionales a través de los canales comunicación de los que disponemos. Siempre muy de la mano de nuestro departamento de Comunicación y Márketing.

Respecto a nuestro compromiso con la inserción laboral, siempre ha estado presente en Capgemini, muestra de ello es nuestra colaboración con diferentes fundaciones que nos han ayudado a estar cada día más cerca de nuestro fin.

Por nuestro sector y especialización, y la dificultad para encontrar personal cualificado en alguna tecnología, llevamos a cabo diferentes acciones con el objetivo de facilitar la inserción laboral tanto de manera directa como indirecta. En Capgemini buscamos soluciones a las barreras que encuentran las personas con discapacidad.

Europamundo

Europa Mundo Vacaciones trabaja en varios campos con el fin de concienciar que nuestra huella sea la menor posible en aquellos destinos que visitamos y en todo caso que esa huella sirva para promover la convivencia y el entendimiento entre culturas, y desarrollar un turismo sostenible y responsable.

En su política de RSE, propone a sus clientes y proveedores, y en general a todos sus grupos de interés adherirse a su Código Ético y Manual de Buenas Prácticas.

En abril del 2011 creó la Fundación Europamundo, siendo uno de los 16 socios internacionales que tiene la Organización Mundial del Turismo en su programa ST-EP, de atenuación de la pobreza mediante el turismo sostenible. Se han realizado 46 proyectos durante estos últimos 4 años con un total de 77.400 beneficiarios directos.



Destaca una experiencia de RSC: ¿Cómo llevasteis a cabo el proceso de puesta en marcha de la iniciativa?

Comenzó con la presentación a mi CEO de un proyecto de creación del departamento con líneas principales de actuación y un plan estratégico a corto y medio plazo. Con la presentación del Departamento a los Responsables de Departamento de la Empresa y al Consejo de Administración, dado que su apoyo y compromiso es fundamental para la consecución de los fines propuestos.

¿Qué dificultades encontrasteis en la puesta en marcha? ¿Cómo las solventasteis?

Es un poco pronto para diagnosticar dificultades, aunque creemos que la mayor será dar a conocer y entender lo que es la RSE en todos sus aspectos, su transversalidad

a todos los empleados de la empresa, y que exista una comunicación bidireccional.

Ese es uno de mis principales retos la comunicación con nuestros principales grupos de interés.

¿Qué otras acciones ponéis en marcha para favorecer la integración laboral?

Estamos trabajando desde 4 aspectos diferentes:

1.- Desde el punto de vista de nuestra integración en la empresa. Nuestro porcentaje de personas con discapacidad en la empresa en del 3,5%, además que trabajamos con la Fundación Randstad en poder integrar laboralmente algunos de sus usuarios mayores de 45 años que sean desempleados de larga duración y que además tengan certificado de discapacidad.

2.- Desde el punto de vista de la financiación de proyectos. Desde la Fundación Europamundo estamos financiando algunos proyectos que buscan la integración laboral o en la sociedad: un proyecto para personas con discapacidad intelectual y física a través de la integración de la danza y el teatro con la Asociación Dan Zass, el proyecto de F. Randstad para mayores de 45 años en paro de largo duración, y un proyecto educativo de formación profesional en orientación y jardinería con la F. Oxiria. Nos vamos a integrar en la Red Europea contra la pobreza y la exclusión social EAPN y trabajamos dando visibilidad con la Asociación Victoria contra la Violencia de Género.

3.- Desde el punto de vista del voluntariado. En este campo trabajamos en dos aspectos, el de formación a través de la Fundación Randstad apoyando talleres para sus usuarios mayores de 45 años en paro de larga duración y voluntariado corporativo con personas sin hogar a través de la ONG Solidarios para el Desarrollo.

4.- Desde el punto de vista de la sensibilización en nuestra organización. Realizamos charlas o mesas redondas regularmente a lo largo del año sobre colectivos como PSH o Mujeres contra la violencia de Género.

¿De qué parte de la Compañía nace esta iniciativa?

El planteamiento surge de nuestra Dirección General el poder integrar todas las acciones que realizamos dentro del Departamento de RSE y sus políticas.

¿Quién lidera estas iniciativas? ¿De quién es la responsabilidad de la puesta en marcha de la iniciativa?

La puesta en marcha de las iniciativas son mías, del Director del Departamento de RSE, aunque siempre están consensuadas muy estrechamente con la Dirección Ge-

neral y en casos particulares que afecten, con los Responsables de Departamento o RR.HH.

¿Cuáles son los beneficios que habéis obtenido?

Yo creo a corto plazo en la reputación e imagen, hemos pasado de ser una empresa cuasifamiliar a ser una empresa internacional.

También creo que hemos querido y lo estamos haciendo mostrar las cosas que entendemos que hacemos bien, dar esa visibilidad a nuestra empresa.

Y por otro lado, sensibilizar a nuestros compañeros de la sostenibilidad y de que otro mundo es posible, más justo.

Las emociones sentidas cuando tenemos la oportunidad de disfrutar la belleza de nuestro mundo, nos lleva a entender la importancia de la sostenibilidad y el futuro de nuestro planeta. En Fundación Europamundo, creemos en el encuentro con “el diferente”, el descubrimiento y el respeto de sus valores.

¿Estas acciones han favorecido para que suponga un aumento en la integración de personas con discapacidad y otros colectivos en la empresa?

Creemos que es un tema de trabajo, de mayor sensibilización y búsqueda de una oportunidad y queremos estar en ello para que sea posible una mayor integración de colectivos en riesgo de exclusión social.

Red Eléctrica de España

Nuestra misión es asegurar el correcto funcionamiento del sistema eléctrico español y garantizar en todo momento la continuidad y seguridad del suministro eléctrico.

La responsabilidad corporativa para Red Eléctrica es parte de su cultura empresarial y una herramienta clave para la creación de valor. Por ello, el cumplimiento del programa de responsabilidad corporativa se ha incluido en los objetivos gerenciales y en los objetivos a largo plazo del equipo directivo.

La relación con los grupos de interés se realiza a través del modelo de la gestión de la diversidad en REE.



Destaca una experiencia de RSC: ¿Cómo surgió? ¿Desde cuándo está en marcha? ¿A qué grupos de interés va dirigida?

Está en marcha desde 2015, y seguimos trabajando para incluir la diversidad en la plantilla. Es transversal así que no sólo hablamos de discapacidad, también gestión de la diversidad generacional, donde se ha realizado un estudio de la plantilla, y se ha analizado el impacto del envejecimiento relacionado con la seguridad, ya que nuestros profesionales actuales son pieza fundamental para la transferencia de conocimientos.

¿Cómo llevasteis a cabo el proceso de puesta en marcha de la iniciativa?

En REE, existen dos grupos de trabajo. Por un lado, el grupo coordinador de la discapacidad, integrado por di-

ferentes directores de las áreas de la empresa, donde les llegan todas las iniciativas que a su vez recoge el otro gran grupo, el grupo directivo que son los propios jefes de equipo, impulsar y potenciar internamente la integración. Cualquier iniciativa que favorezca la diversidad es propuesta por el grupo directivo y el grupo coordinador lo aprueba.

¿Qué dificultades encontrasteis en la puesta en marcha? ¿Cómo las solventasteis? ¿Qué experiencias persiste en marcha que no funcionaron?

En alguna ocasión, cuando hemos organizado internamente una acción de voluntariado corporativo, no ha habido una gran adhesión de voluntariados. Considero que las causas nos han resultado ajenas, como ha sido el mal tiempo. Para nuevas ediciones, valoraremos nuevos retos o buscar otras fechas para asegurarnos mejor tiempo.

¿Qué otras acciones ponéis en marcha para favorecer la integración laboral?

Una de las acciones que hemos llevado a cabo es la formación específica a las personas que realiza selección o potencialmente puede hacerla sobre cómo tratar a una persona con discapacidad, para asegurar un trato normalizado en cualquier proceso de selección.

Otra de las acciones realizadas ha sido con empleados y sus familias, fue un voluntariado corporativo, donde los beneficiarios fueron personas con discapacidad de la asociación Ami3, que ayuda en la promoción del municipio de Tres Cantos. En un aula medioambiental, realizamos plantación, reforestación y, aprendizaje sobre diversos ecosistemas.

La responsabilidad corporativa para Red Eléctrica es parte de su cultura empresarial y una herramienta clave para la creación de valor.

¿De que parte de la Compañía nace esta iniciativa?

El éxito del modelo de gestión de la diversidad, está basado en el compromiso con la alta dirección. Dos de nuestros principios de gestión empresarial son por un

lado, impulsar el diálogo, la integración y el desarrollo social; por otro, construir una compañía basada en las personas.

¿Quién lidera estas iniciativas? ¿De quién es la responsabilidad de la puesta en marcha de la iniciativa?

El departamento de Seguridad y Salud, que depende de RRHH.

¿Qué factores han sido los determinantes para una buena involucración del grupo de interés objetivo en vuestras iniciativas?

Incluir a la plantilla desde un inicio, desde aportar las ideas, decidir cuáles son las que se van a llevar adelante, ayudar en la ejecución y sin duda, compartir todos los beneficios para que se sientan parte del éxito.

¿Cuáles son los beneficios que habéis obtenido?

La involucración de los empleados en todas las iniciativas puestas en marcha, el sentimiento de orgullo hacia una empresa saludable, y responsable con la diversidad.

¿Estas acciones han favorecido para que suponga un aumento en la integración de personas con discapacidad y otros colectivos en la empresa?

Sí, sin duda favorecen a la inclusión de la diversidad en las plantillas.

Banco Santander

Banco Santander es uno de los principales bancos de la zona euro, y uno de los mayores bancos a nivel internacional, y **desarrolla su actividad de forma responsable, contribuyendo al progreso económico y social de las comunidades en las que está presente y teniendo en cuenta su impacto en el medio ambiente.**

Para Banco Santander, ser sostenible implica desempeñar su actividad contribuyendo al progreso económico y social de las comunidades en las que está presente, teniendo en cuenta su impacto en el medio ambiente y fomentando las relaciones estables con sus principales grupos de interés. Este compromiso con la sostenibilidad implica la integración de criterios éticos, sociales y medioambientales, tanto en la estrategia y en el modelo de negocio, como en las políticas y procesos internos del Banco y afecta, de forma transversal, a ámbitos muy distintos.

Además, Banco Santander también contribuye al desarrollo económico y social a través de iniciativas y programas sociales que promueven la educación, el emprendimiento, la empleabilidad y el bienestar social.



Destaca una experiencia de RSC: ¿Cómo surgió? ¿Desde cuando está en marcha? ¿A qué grupos de interés va dirigida?

El proyecto “De Mujer a Mujer”, creado por iniciativa de Fundación Integra y Banco Santander, toma como eje el voluntariado para aumentar las oportunidades de mujeres víctimas de violencia de género en el mercado laboral.

Para ello, el programa formativo ofrece a quince mujeres, empleadas del Banco Santander, la oportunidad de tutelar, compartir y aportar sus conocimientos durante seis meses a otras quince mujeres que, por sus circunstancias personales podrían encontrarse en riesgo de exclusión.

La relación entre mentora y participante se materializa en sesiones individuales y jornadas de trabajo colectivo. En estas sesiones conjuntas colaboran entidades como Universia, red universitaria de referencia en Iberoamérica

impulsada por Banco Santander y que cuenta con el fomento del empleo entre sus principales líneas de acción.

Entrenar para superar cualquier proceso de selección

Entre estas actividades colectivas destaca la “Escuela de Fortalecimiento”, con talleres y dinámicas de grupo para aprender las claves de un buen currículum y entrenar mediante la técnica role playing, aplicando la teoría a una simulación real de una entrevista de trabajo, siempre con la ayuda de las mentoras voluntarias.

Buenas prácticas y retos que afrontar

La “Escuela de Fortalecimiento” se celebró en la Ciudad Grupo Santander (sede del Banco Santander en Boadilla del Monte), al igual que el “Mentor Day”, que facilitó a las quince mentoras del proyecto la oportunidad de poner en común los logros hasta el momento, expectati-

vas del proceso, buenas prácticas, y para trabajar juntas en las barreras y posibles creencias limitantes que han detectado en las mujeres a las que intentan ayudar en su desarrollo personal y profesional.

Son problemas a abordar en las sesiones individuales, en las que cada mentora trabaja metas a corto plazo con la mujer que tutela en este proceso formativo.

¿Qué otras acciones ponéis en marcha para favorecer la integración laboral?

Este proyecto se complementa con otras iniciativas desarrolladas por la Fundación Universia como por ejemplo:

- El Programa “Incluye” de la Fundación Universia, surge en 2007 para facilitar el acceso de los estudiantes universitarios con discapacidad a realizar prácticas profesionales, con el objetivo de aumentar la empleabilidad de los candidatos seleccionados, desarrollando sus competencias, y actuando como fuente de identificación de talento para las empresas colaboradoras. Con este fin, el programa Incluye se transforma en una antesala para el acceso al empleo cualificado de los universitarios con discapacidad.
- La participación y patrocinio de ferias y jornadas de empleo.
- El programa Capaces de Emprender. Programa de asesoramiento para emprendedores con discapacidad.
- O las becas “Capacitas” que impulsan una educación en igualdad de oportunidades y la necesidad de inclusión laboral sin discriminación de las personas con discapacidad en el mercado competitivo.

Además, desde el año 2012 la Fundación Universia es Agencia de Colocación. La Fundación colabora con empresas y candidatos en la búsqueda y selección de perfiles con discapacidad, para favorecer su incorporación profesional al tejido productivo ordinario.

¿De qué parte de la Compañía nace esta iniciativa?

Estas iniciativas se encuadran dentro de la estrategia de inversión social que el banco lleva a cabo para contri-

buir al progreso de las personas y de las comunidades locales, y cuyo principal foco de atención es la educación superior, seña de identidad del compromiso social del banco.

A través de su programa “Santander Universidades” el Banco mantiene alianzas estratégicas a largo plazo con cerca de 1.200 universidades de todo el mundo. Con las que desarrolla más de 3.000 proyectos académicos en 2016 destinados a la mejora de la educación, la creación de más y mejores oportunidades para los estudiantes universitarios y el estímulo de la cultura emprendedora, la investigación y la innovación.

Banco Santander contribuye al desarrollo económico y social a través de iniciativas y programas sociales que promueven la educación, el emprendimiento, la empleabilidad y el bienestar social.

¿Qué factores han sido los determinantes para una buena involucración del grupo de interés objetivo en vuestras iniciativas?

Apoyar la diversidad es impulsar la independencia de las personas en todos los ámbitos de su vida cotidiana dando a cada persona las herramientas que precise para desarrollarse en esos ámbitos, de manera que tome el control de su propia vida, pueda desarrollarse plenamente, y contribuya al progreso de su comunidad. Lo que redundará en beneficio de todos.

En concreto, la clave del programa “Incluye” es la atención personalizada e individualizada en cada una de las oportunidades ofrecidas a las personas que se han beneficiado del programa, cubriendo las necesidades específicas para poder desarrollar las funciones del puesto de trabajo de forma óptima.

Grupo Vips

El objetivo de la Responsabilidad Corporativa en Grupo Vips ha sido siempre la creación de valor sostenible y rentable, evolucionando hacia un **modelo de empresa responsable en el que cada persona y cada proceso reflejen los valores que compartimos**. Creemos firmemente que las empresas pueden aportar soluciones a muchos de los retos sociales.

En Grupo Vips respondemos a estos retos a través de estrategias integradas en el negocio, **buscando siempre que la generación de valor de la empresa se oriente a la sociedad**. Esto es lo que hace que nuestro trabajo importe: por su impacto en las personas, en su bienestar y en el de sus familias, por la mejora de situaciones vulnerables y las oportunidades de formación o empleo generada.

Nuestro Plan Director de Responsabilidad corporativa se enfoca en 3 objetivos principales: crear valor para nuestros profesionales, desarrollando su potencial y su compromiso, aportar soluciones prácticas a necesidades del entorno, involucrando a nuestros colaboradores, clientes y proveedores, avanzar cada día en la respuesta a las necesidades de nuestros clientes, logrando la excelencia en la calidad. Estos objetivos se articulan en torno a los siguientes 4 ejes de actuación: creamos oportunidades de empleo, hacemos comunidad, alimentación saludable y cuidamos el impacto medioambiental.



Destaca una experiencia de RSC: ¿Cómo surgió ¿Desde cuando está en marcha ¿A qué grupos de interés va dirigida?

El programa “Camino al empleo” surge de la necesidad de enmarcar y dar continuidad a diversos proyectos enfocados a la mejora de la empleabilidad de jóvenes en situación vulnerable que desarrollábamos desde hace algunos años en Grupo Vips. El objetivo de la integración es dar coherencia al proyecto, unificar y potenciar procesos y alinearlos completamente con las necesidades de nuestros negocios.

¿Cómo llevasteis a cabo el proceso de puesta en marcha de la iniciativa?

Pusimos en marcha una mesa de diálogo en la que entidades sociales, educativas, públicas y empresas pudimos analizar los principales retos en la empleabilidad de los jóvenes e identificar oportunidades para aportar valor y soluciones desde la empresa. Para la puesta en marcha de las iniciativas ha sido fundamental el trabajo conjunto entre RSC y RRHH, compartiendo objetivos y procesos. Esto permitió que se pudiesen ofrecer más oportunidades para personas en situación vulnerable, aprovechando las herramientas y procesos de gestión de personas existentes, adaptándolas en algunos casos.

¿Qué dificultades encontrasteis en la puesta en marcha ¿Cómo las solventaste?

En este proyecto la implicación como tutores de los equipos y los responsables de cada restaurante y tienda era crítica, sin ellos la implantación sería imposible. Por esto se organizó un apoyo constante de personas de diferentes áreas de la compañía (selección, formación, RC) que se encargan del seguimiento de las personas, la coordinación con las entidades sociales de las que proceden los jóvenes participantes y sus educadores, para apoyar de esta forma la labor de los tutores y ayudarles ante cualquier dificultad.

¿Qué experiencias pusisteis en marcha que no funcionaron?

En el pasado hemos trabajado proyectos que daban respuesta a determinados retos: apoyos puntuales de formación, oferta de prácticas y coaching. Hemos comprobado que la integración bajo un programa global nos ayuda a lograr mejores resultados con los jóvenes, llevar un mayor seguimiento y poder escalar los programas.

¿Qué otras acciones ponéis en marcha para favorecer la integración laboral?

“Camino al empleo” engloba todos los proyectos que hemos desarrollado para favorecer la empleabilidad de las personas y por tanto, su integración laboral posterior. Adicionalmente trabajamos en programas de integración de personas en riesgo o con discapacidad, a través de entidades sociales como F. Integra, Cruz Roja e Ilunion.

El programa “Camino al Empleo” es una fuente de talento para la compañía, pero no sólo la meta es importante: cada una de las etapas de este camino debe aportar valor a los jóvenes participantes.

¿De qué parte de la Compañía nace esta iniciativa?

Nace conjuntamente de Responsabilidad Corporativa y Recursos Humanos.

¿Quién lidera estas iniciativas? ¿De quién es la responsabilidad de la puesta en marcha de la iniciativa?

Recursos Humanos - Gestión del Talento.

¿Qué factores han sido los determinantes para una buena involucración del grupo de interés objetivo en vuestras iniciativas?

Es importante que los empleados, que son parte del proyecto, tengan visibilidad y reconocimiento, que puedan formar una red de colaboración e intercambio de experiencias, y que vean su enorme impacto, no solo en los jóvenes participantes, sino también en sus equipos y en el desarrollo de nuevas habilidades.

¿Cuáles son los beneficios que habéis obtenido?

Incorporar personas con altísima motivación y compromiso con la empresa y con su desarrollo y aumentar el orgullo y el sentimiento de pertenencia de profesionales que participan en el programa como tutores y mentores, junto con el desarrollo de algunas de sus competencias profesionales: liderazgo, adaptación, comunicación...

¿Estas acciones han favorecido para que suponga un aumento en la integración de personas con discapacidad y otros colectivos en la empresa?

Uno de nuestros ejes principales es facilitar la empleabilidad de colectivos en situación de vulnerabilidad. Durante 2016, más de 600 jóvenes han sido formados por profesionales de Grupo Vips, y casi 400 personas en situación de vulnerabilidad se han incorporado a trabajar en alguna de nuestras marcas.

Vodafone

Desde el año 2000, en Vodafone estamos trabajando con planes quinquenales, en la actualidad, estamos en el marco estratégico, 2015 - 2020. Contamos con una larga trayectoria en desarrollar estas políticas.

En los primeros años, nos enfocábamos en minimizar impactos negativos medioambientales, pero a partir de 2004, nos dirigimos hacia aspectos positivos, y cómo a través de la tecnología podemos crear aspectos positivos en la sociedad.

Actualmente, nuestra estrategia de sostenibilidad está orientada a contribuir a través de nuestra tecnología y servicios digitales al crecimiento económico, a la igualdad de oportunidades y a potenciar las capacidades de las personas y las organizaciones.

En Vodafone, contamos con objetivos transformacionales. Hasta el año 2025, son tres: fomento de la diversidad e igualdad; innovación y energía; empleabilidad de los jóvenes.

¿Cómo llevasteis a cabo el proceso de puesta en marcha de la iniciativa de RSC?

En el periodo, 2003 - 2004, hubo un programa de identificación y priorización de grupos de interés y expectativas. Seguidamente, se presentó en grupo Vodafone y se adoptó en todas las empresas del grupo, y se ha ido analizado cómo van evolucionando a lo largo del tiempo.

¿Qué dificultades encontrasteis en la puesta en marcha? ¿Cómo las solventasteis? ¿Qué experiencias pusisteis en marcha que no funcionaron?

La clave está en la prioridad, no puedes acometer todo lo que quieres hacer, ya que hay muchas actividades, y hay que saber priorizar. Otra dificultad encontrada y solventada fue simplificar los mensajes para que queden concretados. Debido a esta dificultad, salimos reforzados ya que para concretar el mensaje, comenzamos a medir la contribución en términos económicos, sociales y medioambientales, a nivel contribución al país y a sus regiones.

¿Quién lidera estas iniciativas? ¿De quién es la responsabilidad de la puesta en marcha de la iniciativa?

El departamento de Sustainable Business & Quality. Nuestra labor es coordinar todas las actividades que se realizan por todas las áreas de la compañía, el 90 % de las actividades, se desarrollan directamente en la compañía. Nuestra misión es involucrar a cada una de las áreas para que las incorporen dentro de los procesos.

¿Qué otras acciones pone en marcha para favorecer la integración laboral?

Por ejemplo, el Programa ReConnect, programa que desarrolla uno de los objetivos transformacionales que es la diversidad de género, enfocado a mujeres que por diferentes causas han dejado durante unos años su vida profesional, y quieren reincorporarse. Existe un compromiso de incorporar 1.000 mujeres, de las cuales, 500 sean en mandos intermedios.

¿Qué factores han sido los determinantes para una buena involucración del grupo de interés objetivo en vuestras iniciativas?

Los principales factores han sido la apuesta por la diversidad e inclusión del colectivo desde la dirección (como objetivo estratégico), el establecimiento de un plan concreto y la monitorización de los avances, la información y el apoyo prestado al colectivo y a sus aliados, la transformación continua, la elección de unos partners comprometidos y el trabajo continuo en momentos clave del desarrollo de los empleados y de acciones de desarrollo completas desde la alta dirección en sesgos inconscientes, que son programas de sensibilización, dirigidos a la dirección de la empresa, directores de área, mandos intermedios, donde se pretende hacer consciente de algunas conductas inconscientes derivadas de ciertos prejuicios, mediante reflexiones ante diferentes situaciones, vídeos. El objetivo de este programa es evitar sesgos y no solamente en una fase de preselección de candidatos, también en evaluaciones de desempeño.

¿Cuáles son los beneficios que habéis obtenido?

Han sido muchos; el primero y más importante, el posicionamiento de los valores de la compañía, ya que perseguimos tener un buen impacto en nuestros empleados, comunidades donde operamos y clientes. Esto mejora el compromiso del empleado, el desempeño de los equipos y la aportación de soluciones más innovadoras. En Vodafone apostamos por el talento diverso. Asimismo, desde el punto de vista de la RSC, existen otras ventajas como desarrollar nuevas iniciativas innovadoras que desarrollan ventajas medioambientales, orgullo de pertenencia, atracción y retención del talento, soluciones ecoeficientes, inversión para conseguir reducción de costes de consumos y reputación corporativa.



Queremos contribuir a través de tecnología, productos y servicios digitales, a dar respuesta a los retos sociales y ambientales.

¿Estas acciones han favorecido para que suponga un aumento en la integración de personas con discapacidad y otros colectivos en la empresa?

Sí, lo han mejorado de forma continua porque no dejamos de trabajar en ello, y han favorecido la entrada de otro tipo de talentos diversos.

Forética

Forética es la asociación de empresas y profesionales de la responsabilidad social empresarial / sostenibilidad líder en España y Latinoamérica, que tiene como misión fomentar la integración de los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión de empresas y organizaciones. Actualmente está formada por más de 200 socios, entre ellos el 40% de las empresas que cotizan en el Ibex 35, además de filiales de multinacional, pequeñas y medianas empresas, ONG de referencia y socios personales.



Desde hace más de 7 años, Forética coordina en España el Give & Gain. La Semana Internacional del Voluntariado Corporativo es la iniciativa de referencia en voluntariado corporativo a nivel internacional y supone la mayor celebración de la fuerza de este tipo de prácticas empresariales en el mundo.

El Give & Gain pretende fomentar el voluntariado corporativo y la acción solidaria de los empleados como herramientas clave para la inversión en la comunidad dentro de la estrategia de RSE de las organizaciones. De manera paralela, la iniciativa se lleva a cabo en más de 15 países. Consiste en la concentración de actividades puntuales de voluntariado corporativo, tanto apoyadas por Forética como desarrolladas por otras organizaciones, en una misma semana con el fin de lograr el máximo número de voluntarios y beneficiarios. En España, desde 2010, ha contado con más de 7.100 voluntarios de empresas que han dedicado más de 30.000 horas a apoyar a más de 50.000 beneficiarios.

Destaca una experiencia de RSC: ¿Cómo surgió? ¿Desde cuando está en marcha? ¿A qué grupos de interés va dirigida?

Forética lleva 7 años liderando esta iniciativa en España que hasta el momento ha contado con más de 7.100 voluntarios de empresas que han dedicado más de 30.000 horas a apoyar a más de 50.000 beneficiarios.

¿Cómo llevasteis a cabo el proceso de puesta en marcha de la iniciativa?

La Semana Internacional del Voluntariado Corporativo comenzó en 2010 en el marco de un proyecto europeo liderado por Forética cuyo objetivo fue la promoción del voluntariado desde la empresa como herramienta para aportar valor a la comunidad.

Para su puesta en marcha se organizaron varias sesiones online de diálogo y consulta con empresas y entidades socias y no socias de Forética con el fin de entender el estatus del voluntariado y compartir prácticas ya existentes. Estas consultas además, sirvieron como un

primer foro de comunicación para la promoción de la iniciativa.

¿Qué dificultades encontrasteis en la puesta en marcha? ¿Cómo las solventasteis?

La mayor dificultad que se encontró al inicio de la Semana Internacional del Voluntariado Corporativo era una falta de comprensión del concepto del voluntariado desde la empresa por parte de diferentes grupos de interés. Este desconocimiento generaba un cierto alejamiento de estos agentes hacia este tipo de prácticas empresariales.

La formación y la sensibilización han sido dos aliados imprescindibles a la hora de solventar estos retos. Forética ha formado parte de estos esfuerzos, pero cabe resaltar que no ha sido la única. El gran trabajo de diferentes y diversas organizaciones que también apostaban por el voluntariado corporativo desde sus inicios ha sido un movimiento potente sin cuya contribución estas prácticas no estarían tan extendidas como lo están en la actualidad.

Give & Gain se centra en la colaboración en el ámbito del voluntariado corporativo: Sumando esfuerzos somos más, damos más y conseguimos más.

¿Qué otras acciones ponéis en marcha para favorecer la integración laboral?

Forética proporciona apoyo personalizado a sus socios en el ámbito de la inversión estratégica en la comunidad. En este sentido, la organización presta asesoramiento muy variado que incluye elementos relacionados con favorecer la integración laboral. Por ejemplo, Forética ha llevado a cabo acciones de apoyo a socios donde investigan las necesidades sociales existentes en una localidad concreta e identifican a partners sociales

para llevar a cabo proyectos de inversión estratégica en la comunidad: voluntariado, integración laboral de perfiles en riesgo de exclusión, campañas de difusión de iniciativas de empresas para el fomento del empleo y la empleabilidad de estos colectivos, etc.

¿De qué parte de la Compañía nace esta iniciativa?

El Give & Gain nace desde el Comité de Dirección de Forética por su apuesta en el ámbito de la inversión estratégica en la comunidad y siempre con el apoyo y aval de la Junta Directiva de la organización, quien representa y vela por los intereses de los socios.

¿Qué factores han sido los determinantes para una buena involucración del grupo de interés objetivo en vuestras iniciativas?

Centrándonos en las actividades de “A tu medida” –que son las que coordina Forética– y construyendo sobre nuestra experiencia de organización de acciones de voluntariado corporativo para socios, los factores determinantes son diversos:

Para conseguir una buena involucración de los empleados, la coherencia de la empresa con el clima interno y la cultura de la organización y evidenciar una clara apuesta interna desde el más alto nivel son los elementos que más potencial de impacto –positivo y negativo– tienen.

Obtener un sólido compromiso de la entidad social depende de cómo se articula y se implementa la colaboración con ellos. En la actualidad siguen existiendo algunos casos donde las empresas intentan instrumentalizar a las entidades sociales para llevar a cabo una actividad que ven como un servicio solidario para sus empleados. Esta aproximación es errónea y puede generar elementos negativos en cuanto al compromiso de la entidad. Una aproximación que busque añadir valor a la actividad y misión que lleva a cabo la organización es mucho más acertada y resultará en una acción que apoye positivamente a todas las partes involucradas, y por tanto, consiga una mayor involucración.

5. 10 años de Voluntarios OHL

El voluntariado corporativo constituye una de la líneas prioritarias del plan de acción social del Grupo OHL, y **tiene como objetivo crear un espacio de diálogo y cooperación entre los empleados y la sociedad**, a través del cual, los voluntarios de OHL puedan desarrollar y poner **al servicio de la comunidad**, su talento y unas capacidades únicas y singulares, al mismo tiempo que satisfacen sus inquietudes solidarias, y en definitiva, su crecimiento personal.



Voluntarios OHL se inicia en 2007 en España, y posteriormente se extiende a otros países en los que opera el Grupo OHL, como Brasil, México y Argentina. En la actualidad, hay grupos activos en España y México, además, se desarrollan actividades de voluntariado corporativo de manera puntual en EEUU, Canadá, Chile, Perú y Colombia.

Se han desarrollado iniciativas sociales encaminadas al fomento de la educación y el cuidado de la salud; el apoyo a la protección del medio ambiente mediante el impulso a actividades orientadas a la conservación de la biodiversidad; y especialmente, iniciativas para favorecer el acceso al empleo a personas con dificultades para la inserción real en la sociedad, y para las que la consecución de un empleo estable y de calidad, implica uno de los pasos más importantes hacia su verdadera integración social.

Las acciones de voluntariado y sensibilización, junto con el trabajo coordinado de los equipos de recursos humanos, conforme al Plan de Integración Laboral del Grupo, ha supuesto cerca de 600 contrataciones de colectivos vulnerables a lo largo de este periodo.

- 6.500 Empleados voluntarios.
- 150 Actuaciones.
- 20.000 Personas beneficiarias.
- 5.400 Empleados reciben la newsletter de acción social y voluntariado.
- 2.000 Seguidores en redes sociales.



El trabajo realizado durante estos diez años ha reportado varios galardones como el Premio Ciudadano a la labor desempeñada por el voluntariado corporativo y otorgado por la asociación Premios Ciudadanos y el Foro Debate Ciudadano; el reconocimiento de DIF Solidaridad (Sistema para el Desarrollo Integral de la Familia) y que pone en valor las actuaciones realizadas por OHL en favor de la comunidad del Municipio de Solidaridad, en México; y el otorgado por la Fundación Down Madrid, y que destaca la labor de los voluntarios de OHL en la actividades de la Fundación, entre otros.

A lo largo del tiempo, el voluntariado se ha revelado como una excelente herramienta de cohesión interna, y está plenamente integrado en la cultura corporativa de OHL.



Presencia en las redes sociales:



6. Reflexión

Este informe no pretende ser una guía más de actuación para que las empresas desarrollen acciones de sensibilización y voluntariado. Vamos más allá, planteando un documento que aúna, por un lado, la fotografía actual del panorama a nivel nacional de estas iniciativas, y por otro, los testimonios de empresas que consideran la inclusión de la diversidad como una fortaleza para el desarrollo sostenible de sus negocios.

El objetivo último de este proyecto es que todos estos testimonios que hemos recogido, **inspiren a desarrollar** actividades empresariales, tanto dentro como fuera del entorno corporativo, de una **manera sostenible**, así como para que las empresas utilicen sus conocimientos y experiencia con el fin de hacer una **contribución positiva** al mundo que las rodea.

Queremos **animar** a las empresas a poner en marcha sus **propias iniciativas**, y así llegar a conseguir la **inclusión de la diversidad** en las empresas, como parte de la sociedad en la que vivimos.

7. Agradecimientos

Fundación Randstad y el Grupo OHL agradecen a las más de 600 empresas que han participado en el análisis estadístico de este informe, así como a Randstad Research, que ha realizado, con su visión experta, la interpretación de los datos más relevantes fruto de éste análisis.

Por último, trasladan un **especial reconocimiento** a las empresas y entidades que generosamente han compartido sus experiencias y casos de buenas prácticas.














Este informe ha sido elaborado por OHL, Randstad Research y Fundación Randstad con el fin de compartir iniciativas en RSC empresariales que ayuden a la integración de las personas en riesgo de exclusión social o discapacidad en las empresas. Este material cuya propiedad es de OHL y Fundación Randstad puede ser utilizado y reproducido siempre y que tenga una finalidad de sensibilización y en ningún caso con un fin comercial. Puede descargar el documento en PDF en el apartado de publicaciones de www.fundacionrandstad.es www.voluntariosohl.com

www.voluntariosohl.com
www.fundacionrandstad.es
www.ohl.es

[#somosvoluntariosOHL](#)
[#fundacionrandstad](#)



 randstad fundación

