

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD  
CATÓLICA DEL PERÚ**

**FACULTAD DE CIENCIAS Y ARTES DE LA COMUNICACIÓN**



Estrategia de voluntariado corporativo para el desarrollo:  
Escuadrón Belcorp

Trabajo de investigación para obtener el grado académico de Bachiller  
en Ciencias y Artes de la Comunicación con mención en Comunicación  
para el Desarrollo presentado por:

***Lesly Vanessa Agurto Botero***  
***Maria Paz Avila Pereda***  
***Judith Azucena Balbin Risco***  
***Gloria Valeria Calero Cornelio***  
***Pierina Kingkee Lema***

Asesora:

***Cecilia Maria Lourdes Benavides Castro***

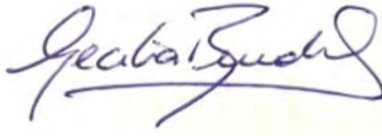
Lima, 2022

## Informe de Similitud

Yo, Cecilia Maria Lourdes Benavides Castro, docente de la Facultad de Ciencias y Artes de la Comunicación de la Pontificia Universidad Católica del Perú, asesor(a) del trabajo de investigación titulado **Estrategia de voluntariado corporativo para el desarrollo: Escuadrón Belcorp**, del/de la autor(a)/ de los(as) autores(as) Lesly Vanessa Agurto Botero, Maria Paz Avila Pereda, Judith Azucena Balbin Risco, Gloria Valeria Calero Cornelio y Pierina Kingkee Lema, dejo constancia de lo siguiente:

- El mencionado documento tiene un índice de puntuación de similitud de 10%. Así lo consigna el reporte de similitud emitido por el software *Turnitin* el 04/01/2023.
- He revisado con detalle dicho reporte y el trabajo de investigación, y no se advierte indicios de plagio.
- Las citas a otros autores y sus respectivas referencias cumplen con las pautas académicas.

Lugar y fecha: Lima, 04 de enero de 2023

Apellidos y nombres del asesor / de la asesora: Benavides Castro, Cecilia Maria Lourdes	
DNI: 44251992	Firma
ORCID: <a href="https://orcid.org/0000-0003-2687-5019">https://orcid.org/0000-0003-2687-5019</a>	

*A nuestro equipo: Pierina, Lesly, Judith, Gloria y Maria Paz*

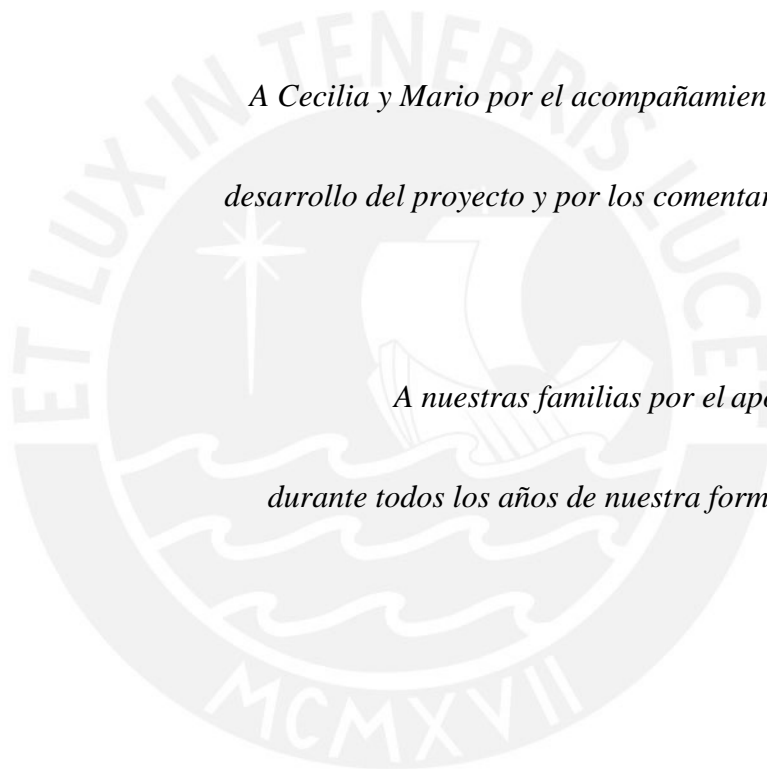
*por todo el esfuerzo, empeño y apoyo en este proyecto.*

*A Belcorp y sus colaboradores por la disposición y*

*retroalimentación brindada.*

*A Cecilia y Mario por el acompañamiento durante todo el  
desarrollo del proyecto y por los comentarios constructivos.*

*A nuestras familias por el apoyo incondicional  
durante todos los años de nuestra formación académica.*



**Resumen:**

El voluntariado corporativo es la manifestación y compromiso de responsabilidad social que tiene una empresa con la sociedad. Todo ello, se realiza a través de su activo más importante, su capital humano (Lemonche, s/f). Belcorp, una multinacional de belleza, cuenta con su propio voluntariado corporativo “Voluntarios Belcorp”, el cual tiene como objetivo principal impactar positivamente en la vida de sus colaboradores, los beneficiarios a los que se dirige y a la sociedad. Sin embargo, a pesar de los esfuerzos del voluntariado por mantener una propuesta atractiva, aún los colaboradores consideran que este no tiene el impacto esperado en sí mismos, ni en la de los beneficiarios.

Por esta razón, nace la motivación por crear “Escuadrón Belcorp”, una nueva estrategia de voluntariado corporativo para el desarrollo que pueda generar un impacto positivo y trascendente tanto en los voluntarios como en los beneficiarios. Esta propuesta cuenta con un enfoque participativo, en el cual los voluntarios son quienes se encargan de diseñar y gestionar las actividades del voluntariado. Esta estrategia permite la sostenibilidad del voluntariado corporativo a través del desarrollo personal y profesional del talento Belcorp, este propone desarrollar habilidades como: trabajo en equipo, liderazgo, comunicación asertiva y gestión de voluntariado. Escuadrón Belcorp les brindará un espacio para desarrollar su capacidad de gobernanza y convertirá a los voluntarios en agentes de cambio en la sociedad. De esta manera, la nueva propuesta planteada reúne los aspectos idóneos para poder llevar a cabo una estrategia de voluntariado corporativo, en la que se priorice ambos públicos: voluntarios y beneficiarios.

**Palabras claves:** voluntariado corporativo, voluntarios, habilidades, liderazgo, trabajo en equipo, gestión de voluntariado, sostenibilidad

**Abstract:**

Corporate volunteering manifests the company's commitment to social responsibility within the society. All this is possible through its most important asset, its human capital (Lemonche, n/d). Belcorp, a beauty and self-care multinational company, has its own corporate volunteer program "Voluntarios Belcorp", whose main objective is to have a positive impact on the lives of its employees, the beneficiaries to whom it is directed and society as a whole. However, despite the efforts of volunteering to maintain an attractive proposal, employees still consider that it does not have the expected impact on themselves and the beneficiaries.

Due to this reason, the motivation was born to create "Escuadrón Belcorp", a new corporate volunteering strategy for development that generates a positive and transcendent impact on both volunteers and beneficiaries. This proposal has a participatory approach, in which volunteers are in charge of designing and managing volunteer activities. This strategy allows the sustainability of corporate volunteering through the personal and professional development of Belcorp talent. It proposes to develop skills such as teamwork, leadership, assertive communication and volunteer management. Escuadrón Belcorp will provide them with a space to develop their capacity for governance and will turn volunteers into agents of change in society. In this way, the new proposal brings together the ideal aspects to be able to carry out a corporate volunteering strategy that prioritizes both audiences: volunteers and beneficiaries.

**Key words:** volunteering, corporate volunteering, volunteers, soft skills, skills, leadership, team work, volunteer management, sustainability

## ÍNDICE

1. Presentación de la problemática y su justificación...	1
2. Investigación y Diagnóstico de Comunicación...	4
3. Proceso del recojo de la información...	15
4. Conclusiones del diagnóstico...	23
5. Problema de Comunicación...	25
6. Público objetivo del proyecto...	26
7. Objetivos del proyecto...	28
8. Estrategia de comunicación y actividades...	34
9. Ejecución de Actividades...	37
10. Actividades Ejecutadas...	52
11. Sostenibilidad...	57
12. Lecciones aprendidas...	61
13. Fuentes Bibliográficas...	65
Anexos...	69

## 1. Presentación de la problemática y su justificación

Belcorp es una “corporación multinacional de belleza con más de 50 años de experiencia en la venta directa, ha ayudado a millones de mujeres a lograr independencia económica a través de sus marcas érika, L’bel y Cyzone” (Belcorp, s/f)<sup>1</sup>. También, se encuentra comprometida con el compromiso cívico y el desarrollo sostenible de la región. Por esta razón, en el año 2008 crea el primer concepto de su programa de voluntariado al cual nombra “Tocando Vidas”<sup>2</sup>. Con el paso del tiempo el programa se modifica y toma por nombre “Voluntarios Belcorp”, un voluntariado que brinda distintas opciones a sus colaboradores para que puedan ejercer su ciudadanía, teniendo en cuenta el marco y los valores de la empresa. Desde un inicio tenían planteado abordar temas ligados a la responsabilidad social y sostenibilidad vinculado a la gestión humana, lo cual se ha mantenido en el tiempo, ya que sus campos de acción se encuentran relacionados al empoderamiento femenino, educación a todo nivel y cuidado del planeta.

De esta manera, Voluntarios Belcorp puede ser definido como un voluntariado corporativo, ya que busca principalmente que sus empleados realicen el “ejercicio de la ciudadanía empresarial a través de acciones de voluntariado, en el marco de la institución, permitiendo a los empleados la oportunidad de participar en forma constructiva, creativa y solidaria, a favor de la sociedad” (Lemonche, s/f, p.11). Todo ello, se puede identificar en su propósito y objetivo planteados, y es que buscan “retribuir al mundo lo que han recibido, marcando la diferencia y dejando huella positiva” (Belcorp, 2022). Además, brindan “experiencias transformadoras donde los voluntarios vivan la cultura Belcorp y contribuyan al desarrollo sostenible del país” (Belcorp, 2022).

---

<sup>1</sup> Sobre la sostenibilidad de Belcorp: <https://www.belcorp.biz/sostenibilidad/>

<sup>2</sup> Información extraída de la entrevista a la gerenta de Fundación Belcorp

La pandemia causada por la Covid-19 generó nuevos escenarios para todas las empresas, surgieron desafíos, pero también, nuevas oportunidades de cambio y mejora. En el caso de Voluntarios Belcorp, se tuvieron que replantear las actividades que ejercían, ya que todas se daban de manera presencial. Ello resultó como una oportunidad para romper barreras geográficas y tener mayor alcance regional, y es que empezaron a trabajar de la mano con voluntarios de diversas nacionalidades. Actualmente el voluntariado cuenta con un equipo esencial y primario conformado por voluntarios de Perú, Colombia y Ecuador (Belcorp, 2021).

Cabe resaltar que durante estos dos últimos años Voluntarios Belcorp ha buscado la manera de mantenerse vigente y seguir en marcha para lograr su propósito, y hace poco regresaron sus actividades presenciales. El año pasado “junto con la plataforma de voluntariado PROA implementaron una ludoteca en el colegio nacional 7087 ‘El Nazareno de San Juan de Miraflores’, con el objetivo de motivar el aprendizaje a través de la lectura y proveer a más de 500 alumnos con espacios para seguir estudiando” (Perú 21, 2022). Asimismo, se encuentra “Juntos por las playas”, iniciativa que se realiza junto con Life Out of Plastic (L.O.O.P), “con el objetivo de realizar la limpieza del balneario de San Pedro ubicado en Lurín. Se recolectaron más de 200 kilos de basura” (Perú 21, 2022).

Sin embargo, a pesar de los esfuerzos de Voluntarios Belcorp por consolidar una propuesta innovadora, creativa e interesante para los colaboradores, se identificó una problemática de desarrollo, la cual apunta a que la “propuesta actual de Voluntarios Belcorp no genera el desarrollo de las capacidades de los colaboradores”, ya que ellos mismos perciben que no desarrollan sus habilidades blandas como trabajo en equipo, liderazgo y gestión de voluntariado. Y es que, el voluntariado no cuenta con una buena estrategia que promueva el crecimiento profesional y personal de sus colaboradores, lo que impacta en el valor agregado, los objetivos propuestos y la productividad de la empresa. Todo ello, genera un desinterés por



integrarse y participar en este, no logrando el triple impacto esperado de un voluntariado corporativo: Empresa, colaboradores y población beneficiaria (sociedad). Asimismo, en el desarrollo de la investigación se identificó como problema de comunicación que “los colaboradores de Belcorp perciben que existe un bajo impacto en los voluntarios y en los beneficiarios”, ya que las actividades al ser realizadas en un corto periodo de tiempo, y de manera “superficial” no generan un impacto en el ámbito personal de los colaboradores, ni en la vida de los beneficiarios.

Los actores identificados en las problemáticas mencionadas son, en primer lugar, la empresa Belcorp Perú, la encargada de impulsar y crear Voluntarios Belcorp. En segundo lugar, se encuentra Voluntarios Belcorp, el cual es el actor principal del presente trabajo de investigación, ya que busca a través de sus acciones, y colaboradores/voluntarios impactar en el desarrollo de la sociedad. En tercer lugar, se encuentran los voluntarios, el protagonista del voluntariado y quien materializa el compromiso social de la empresa con la sociedad. Por último, se encuentran los colaboradores, posibles y futuros voluntarios que pueden llegar a cumplir el rol del voluntario e impactar positivamente en alguna problemática social.

De esta manera, se puede observar que Voluntarios Belcorp cumple un rol fundamental en nuestra sociedad, y es que busca principalmente que sus colaboradores adquieran diversas habilidades que puedan desarrollar dentro y fuera del ámbito laboral, lo cual puede llegar a impactar positivamente en sus vidas, la vida de otras personas y en la empresa. Asimismo, con la creación de un voluntariado corporativo como Voluntarios Belcorp se puede llegar a impactar en diversas áreas, y es que no solo se enfocan en un solo grupo de beneficiarios (niños, niñas y/o mujeres), sino que también, tratan de enfocarse en temas relevantes actuales como el cuidado del medio ambiente. Es así como se crea una red de voluntariado que abarca a la empresa, colaboradores y la sociedad en general.

## **1. Investigación y Diagnóstico de Comunicación**

### **➤ Problema de investigación**

El presente trabajo de investigación se realizó en base al siguiente problema de investigación: la poca participación por parte de los colaboradores de Belcorp que se genera debido a que la propuesta actual del programa de voluntariado (que incluye las temáticas abordadas, convocatoria, los medios de comunicación utilizados y los incentivos) no resulta ser atractiva.

### **➤ Objetivo de investigación**

En esa línea, el principal objetivo de esta investigación es conocer la percepción de los colaboradores de Belcorp Perú sobre la actual propuesta del programa “Voluntarios Belcorp”. Asimismo, se plantearon tres objetivos específicos. En primer lugar, describir la actual propuesta de Voluntarios Belcorp en relación a sus temáticas y estrategia de comunicación por parte de la empresa. En segundo lugar, conocer las percepciones, actitudes y prácticas de los colaboradores para vincularse con la actual propuesta del programa. Finalmente, caracterizar el concepto de voluntariado corporativo para los colaboradores.

➤ Variables

Objetivos	Variables	Definición
<p>Describir la actual propuesta de Voluntarios Belcorp en relación a sus actividades y estrategia de comunicación por parte de la empresa.</p>	<p>Propuesta de Voluntarios Belcorp (VB)<sup>3</sup></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>-El propósito de VB es retribuir al mundo lo recibido, marcar una diferencia y dejar una huella positiva.</li> <li>-Su objetivo es brindar experiencias transformadoras donde los voluntarios vivan la cultura Belcorp y contribuyan al desarrollo sostenible del país.</li> <li>-VB cuenta con 3 campos de acción o pilares: empoderamiento femenino, educación a todo nivel y cuidado del planeta.</li> <li>-La convocatoria de VB se realiza por actividad e inicia dos semanas antes de esta. Se invita a los colaboradores a participar, se les capacita 1 vez y luego asisten a la actividad organizada.</li> <li>-VB cuenta con una estrategia de gamificación para promover el</li> </ul>

<sup>3</sup> Mayor detalle sobre la actual propuesta de Voluntarios Belcorp en la página: <https://www.belcorp.biz/blog/voluntarios-belcorp-trasciende-fronteras/>

		reconocimiento de los voluntarios mediante la acumulación de puntos al participar en actividades en Workplace, asistir a actividades de voluntariado, etc. Se espera que esto fomente la participación consecutiva. (Belcorp, s/f).
	Actividades de un proyecto	Dentro de un proyecto se pueden encontrar actividades y tareas, “la actividad es la acción de intervención sobre la realidad necesaria para alcanzar los objetivos específicos de un proyecto. Y la tarea es la acción que tiene el mínimo grado de concreción y especificidad. Un conjunto de tareas configura una actividad, entre las muchas que hay que realizar dentro de un proyecto” (Perez, s/f, p.3).
	Estrategia de comunicación	Las estrategias de comunicación se encuentran comúnmente relacionadas al campo organizacional, y son las encargadas de “establecer metas claras frente al análisis de problemáticas comunicacionales previamente concebidas en un proceso investigativo y que determinan metas y objetivos claros para dar soluciones concretas a lo establecido

		<p>previamente” (Ríos et al, 2020, p.20).</p> <p>Además, puede ser definida como “una serie de elecciones que permiten ubicar los momentos y los espacios más convenientes, para implementar un estilo comunicativo, un sello personal de la organización, que deberán respetar en la ejecución de todos los procesos internos, tanto laborales como humanos” (Arellano, 2008, p.3).</p>
<p>Conocer las percepciones, actitudes y prácticas de las y los colaboradores de Belcorp para vincularse con la actual propuesta de VB.</p>	<p>Colaboradores Belcorp Perú</p>	<p>“El colaborador es el aliado número uno que tiene una empresa; es decir, son el capital humano encargado de agilizar procesos y optimizar el modelo de negocio de la organización” (Pachon, 2021). Según la directora corporativa de Gestión Humana de Belcorp, en la empresa se impulsa a los colaboradores a que conecten sus aspiraciones personales y valores con los de la compañía: somos apasionados, emprendedores, cercanos y auténticos (Bruna Bocci, 2014).</p>
	<p>Vinculación</p>	<p>“Hace referencia a ser parte de, lo que implica vinculación a algo y</p>

		pertenencia a un grupo o colectividad.” (Arretaren Kalitatea, s.f)
	Percepciones	<p>Para el propósito de esta investigación, sobre el concepto de percepción, se le considera como un proceso cognitivo de la conciencia. Consiste en el “reconocimiento, interpretación y significación para la elaboración de juicios” (Melgarejo, 1994) que resulta influenciada por las sensaciones obtenidas del ambiente físico y social. En que, además, pueden intervenir otros procesos psíquicos entre los que se encuentran la simbolización, el aprendizaje y la memoria. Asimismo, se considera fundamental que, como parte de este proceso, sean evaluados factores como la conducta, los estados y/o expectativas (Salazar et. al., 2015)</p>
	Actitudes	<p>“Las actitudes que componen el sistema del sí mismo son los componentes, los compromisos personales, sus posturas acerca de diversos problemas, rechazos, aceptaciones y expectativas recíprocas que asume en las relaciones interpersonales y sociales, sus identificaciones con determinadas personas o valores, y sus objetivos personales de cara al</p>

		futuro” (Sherif, 1976 citado en Gairín, 1990)
	Prácticas	<p>“Normas de actividad que se despliegan en el tiempo y en el espacio y que son identificables como una unidad. Este nexo de actividades está compuesto por una serie de elementos los cuales se vinculan en la práctica. Grosso modo, toda práctica involucra al menos la existencia de elementos corporales (actividades del cuerpo), actividades mentales (involucran sentido y, entre otros aspectos, emociones, motivaciones, saberes prácticos y significados) y un conjunto de objetos y materialidades que participan de la ejecución de la práctica.” (Ariztía, 2017, p. 224 )</p>
Caracterizar el concepto de voluntariado corporativo desde la perspectiva de los colaboradores.	Voluntariado corporativo	<p>Según PNUD (2017), el voluntariado corporativo si se gestiona de manera eficiente tiene el potencial de generar un triple impacto de manera positiva: en las personas, en la empresa y en la sociedad. En relación a ello, el voluntariado dota de capacidades y habilidades a los voluntarios, características solicitadas para el actual mercado laboral y sobre todo</p>

		<p>promueve la motivación en ellos ya que se sienten partícipes del propósito organizacional, desarrollando un sentido de pertenencia y orgullo con la entidad (pp. 17). PNUD (2017), cita a Deloitte (2017), y menciona que el voluntariado corporativo es una estrategia para atraer, retener y desarrollar el mejor talento humano, así como favorecer la reputación corporativa como la transparencia. Por último, se menciona que el efecto en la sociedad es la mejora de la calidad de vida de las personas, de sus comunidades y de sus territorios, principalmente de los grupos en situación de vulnerabilidad. Todas las ideas mencionadas anteriormente se refuerzan con lo mencionado por Sajardo y Serra (2008), quienes establecen lo siguiente: “A través de un esfuerzo compartido, empleados y Empresa Socialmente Responsable, se moviliza parte de la plantilla de trabajadores en pro de objetivos de contenido social. Para el desarrollo de este tipo de acciones es necesaria una participación directa y activa de los trabajadores y un apoyo expreso de la Empresa mediante recursos, organización y disponibilidad de tiempo de los empleados para</p>
--	--	--



		su ejercicio como voluntarios” (p. 212).
--	--	--



### ➤ **Definición de la muestra o fuentes de información**

Para esta investigación, se consideró diferentes fuentes para el recojo de información. Por un lado, para poder identificar la muestra se hizo uso de otros documentos, como reportes y documentos de la misma empresa, y fuentes académicas sobre el concepto de voluntariado corporativo. Por un lado, los documentos y reportes fueron importantes para poder ahondar en cómo se lleva a cabo el programa Voluntarios Belcorp Perú (metodología, las actividades realizadas, estrategia de gamificación, entre otros). También, para poder conocer sobre la cultura corporativa de la empresa y cómo se vincula con el compromiso de responsabilidad social que se refleja en el trabajo del voluntariado. Mientras que, por otro lado, se realizó la revisión de fuentes académicas respecto a los conceptos utilizados, como el de voluntariado corporativo para el desarrollo, que permitió darle coherencia al trabajo de investigación y poder formular los instrumentos de recojo de información.

Respecto al universo se consideraron dos: por un lado, los colaboradores peruanos de la empresa (independientemente de haber participado o no en el voluntariado) conformado por alrededor de 2500 personas; y, por otro, el equipo directivo de la empresa Belcorp, desde su operación en Perú. Así, se utilizó la técnica de muestreo por conveniencia que permitió seleccionar como muestra, en el caso de los colaboradores, se esperó un total de 50 personas (sin especificar el área de trabajo o vicepresidencia), entre hombres y mujeres con un rango de edades de 25 - 45 años, que lleven trabajando en la empresa por lo menos un año.

Se considera relevante esta muestra seleccionada, ya que forma parte del público objetivo al que el proyecto estaría dirigido. Por lo que resulta necesario, conocer de cerca los diferentes aspectos que relacionan al colaborador Belcorp Perú con el programa de voluntariado y el problema a abordar.

Por otra parte, para el segundo universo, se consideró como muestra a las responsables de Belcorp, que ocupan puestos como analistas de la Fundación Belcorp Perú y forman parte de la vicepresidencia Talento y Cultura. Asimismo, al igual que la muestra seleccionada en los colaboradores, esta resulta relevante para abordar uno de los componentes planteados en la investigación, que permite conocer el funcionamiento de la propuesta de voluntariado corporativo que se maneja desde la perspectiva de Belcorp.

#### ➤ **Definición de la metodología y técnicas de recojo de información**

Para realizar este proyecto se opta por utilizar un enfoque cualitativo. Hernandez-Sampieri (2018, p. 522) afirma que los seres humanos utilizan narrativas para expresar sus vivencias, emociones y deseos. Las narrativas pueden representarse mediante tanto herramientas físicas como cibernéticas y se presentan a través del habla, texto, señas y arte. Mediante el uso de estas herramientas se expone la identidad personal de los individuos y sus experiencias. La investigación cualitativa busca capturar estas narrativas para entender sus significados (Hernandez-Sampieri, 2018). Como menciona Sandoval Casilima (1996), el propósito principal de esta clase de investigación es conocer la realidad sociocultural de los actores quienes la construyen a través de su propia perspectiva. Ya definida la investigación cualitativa, se opta por utilizar el método etnográfico utilizando con la finalidad de comprender los procesos y estrategias del programa de voluntariado Voluntarios Belcorp. De acuerdo con Hernandez-Sampieri (2018), el método etnográfico se caracteriza por estudiar grupos humanos y analizar elementos simbólicos y sus significados mediante preguntas que revelan su historia, evolución y estructura.

Para iniciar con el diagnóstico del trabajo de investigación acerca de las percepciones de los colaboradores de Belcorp sobre el programa de voluntariado corporativo, se utilizaron dos técnicas de recojo de información. En primer lugar, se opta por realizar entrevistas a

profundidad. La entrevista es una herramienta que se compone del fluir espontáneo y profundo, donde se narran las experiencias y recuerdos de una persona al ser estimulada por quienes investigan. Mediante la descripción y reconstrucción de estas vivencias, se logran captar diversos sentimientos, significados y valores (Fernandez Carballo, 2011). Se elige esta herramienta, ya que las entrevistas nos dan la posibilidad de determinar las perspectivas de conocimiento sobre cualquier fenómeno, en este caso, la organización y estrategia de Voluntarios Belcorp. Las entrevistas permiten contextualizar un problema y a partir de esto, evaluar y proponer soluciones que puedan aportar a la sostenibilidad del programa.

Esta herramienta nos permitirá ahondar en el proceso de la organización de las actividades, las costumbres de voluntariado a nivel regional y cómo estas pueden contrastar con la experiencia en Perú. Además, podremos entender la experiencia que tienen los colaboradores voluntarios y no voluntarios en torno a Voluntarios Belcorp, sus intereses y percepción acerca de la estrategia de comunicación.

Las entrevistas propician espacios donde se genera confianza con el entrevistado, dándole la oportunidad de comentar abiertamente acerca de las problemáticas y oportunidades que encuentra dentro del programa, además de los intereses que ellos tienen con respecto a las actividades.

En segundo lugar, para continuar con el diagnóstico del problema de comunicación dentro del Voluntarios Belcorp, se realizará una encuesta dirigida a los colaboradores. Actualmente la encuesta es una herramienta fundamental para el estudio de las relaciones sociales, ya que ha demostrado ser útil en una gran variedad de campos y aplicaciones. Además, los estudios realizados con esta técnica permiten ofrecer resultados con gran velocidad y proporcionando resultados con un alto índice de costo/eficiencia (Galindo Caceres, 1998). La encuesta por realizar inicia preguntando al usuario si ha participado en el programa de voluntariado, y en

base a esto la encuesta dirigirá al usuario a una sección con preguntas sobre su experiencia con Voluntarios Belcorp.

La encuesta será una herramienta útil para recopilar las respuestas de un mayor número de colaboradores de Belcorp en un menor tiempo, brindando una mayor representatividad de los encuestados. Además, la encuesta nos dará la oportunidad de hacer una recolección de datos flexible y cómoda para el usuario al agregar al cuestionario tanto respuestas precisas como espacios de texto donde el usuario pueda exponer sus ideas y opiniones. Finalmente, la herramienta permitirá la visualización óptima y comparación eficaz entre resultados.

## **2. Proceso del recojo de la información**

Como se ha expuesto anteriormente, nuestras técnicas seleccionadas para el recojo de información en esta investigación fueron entrevistas a profundidad por medio de Zoom y Teams; y encuestas, elaboradas en Google Forms y enviadas por el correo corporativo de Belcorp. Previo al primer acercamiento con nuestro público objetivo, pudimos revisar ciertos documentos con información sobre el voluntariado ejecutado en ese momento. Luego, nuestro primer acercamiento con los colaboradores de la empresa fue el 9 de septiembre, mediante un formulario sobre la disponibilidad y disposición que tenían para una breve entrevista sobre el voluntariado corporativo de la empresa; y nuestra última entrevista realizada fue a la manager de Fundación Belcorp, el 27 de septiembre, para conocer tanto de la historia y el por qué de la creación de Voluntarios Belcorp, así como los objetivos planteados y los logros alcanzados.

Dentro de ese periodo se pudo cumplir con lo planificado con nuestros dos universos, pues se logró conocer las opiniones y percepciones de los **colaboradores** acerca de Voluntarios Belcorp, así como la opinión de las **responsables** de éste desde una perspectiva organizacional. Asimismo, se pudo indagar sobre las fortalezas y debilidades que se observan

del voluntariado, como también las oportunidades de mejora. A partir de la comunicación establecida se pudo notar mucha disposición y entusiasmo por parte tanto de las responsables, como de los colaboradores por tocar el tema del voluntariado corporativo, siendo las primeras quienes mostraron mayor compromiso en cuanto a la asistencia a las sesiones pactadas.

En relación a ello, una de las limitaciones al realizar el diagnóstico del trabajo de investigación fue la poca participación de los colaboradores a las entrevistas personales y respuesta al formulario. Ya que en cuanto a la participación de ellos a las entrevistas se pudo entrevistar a un total de 13 colaboradores (9 que no habían participado anteriormente de VB y 4 que al menos habían participado de una actividad de VB). Y en cuanto a su participación en la encuesta se obtuvo un total de 22 respuestas (10 no han participado en ninguna actividad de VB y 12 han participado al menos en una actividad), lo que indica que recibimos la participación de 35 personas sumadas ambas técnicas con el universo de colaboradores. Por lo tanto, las conclusiones del diagnóstico se basan en las opiniones y percepciones que tienen ese número de personas, lo cual podría no ser una opinión compartida total. Asimismo, otra limitación fue la cancelación o ausencia a la entrevista pactada, ya que de las 17 personas que accedieron a participar, no se pudo recoger la información de 4 por tales motivos. Por último, en cuanto a las dificultades que tuvimos para el recojo de información con el universo de responsables del voluntariado, se detectó que Voluntarios Belcorp no posee un diagnóstico y documentación actualizada y organizada, lo cual dificultó el conocimiento de los avances e impactos que está teniendo el voluntariado dentro de la organización, sus objetivos, beneficiarios y aliados, por lo cual se tuvo que acudir a la información de fuentes primarias como las responsables de VB a través de entrevistas personales.

En cuanto a las fuentes de información seleccionadas para el trabajo de investigación, estas fueron dos. En primer lugar, los colaboradores de Belcorp que se vieron interesados en brindar su opinión en relación a las acciones que Voluntarios Belcorp viene desarrollando a lo

largo del tiempo. En un principio se indicó que la muestra esperada sería de 50, pero la real fue de 35 colaboradores quienes participaron en entrevistas personales (13) y una encuesta sobre sus percepciones y conocimientos sobre el voluntariado (22). Para ambas herramientas se plantearon preguntas similares que respondían a las variables propuestas anteriormente. Entre los colaboradores se segmentaron dos grupos: los que han participado al menos en una actividad de VB y conocen todo el proceso previo a una actividad con un beneficiario (16 colaboradores) y los que no han participado en ninguna actividad de VB (19 colaboradores). Asimismo, para el último grupo presentado, cabe precisar que no era necesario contar con experiencia o conocimiento previo para participar en las encuestas o entrevistas, esto también para conocer el posicionamiento del voluntariado dentro de la empresa. La muestra de colaboradores estuvo conformada por 27 mujeres y 8 hombres todos ellos dentro del rango de edad de 21- 43 años y pertenecientes a las distintas áreas de Belcorp, como omnimedia, comercial, marcas, marketing, finanzas, entre otros.

La segunda fuente de información seleccionada fueron las responsables de Voluntarios Belcorp, esto con el fin de conocer sus opiniones como representantes de la empresa en Perú, nuestro segundo universo. El primer acercamiento que tuvimos fue con 2 analistas de Fundación Belcorp (Chile y Ecuador) el 2 de septiembre del 2022, ambas encargadas de la estrategia de Voluntarios Belcorp a nivel internacional, quienes nos pudieron brindar información de las actividades y objetivos planteados para este año, así como las opciones de mejora en las que están trabajando para impulsar el voluntariado en los distintos países. Al hablar con ellas, pudimos notar que no se contaba con documentación del voluntariado y al ser extranjeras, no contaban con información precisa sobre Voluntarios Belcorp Perú. Por tal motivo, nos derivaron a una analista de Fundación Belcorp y responsable de VB Perú con quien pudimos conversar el 5 de septiembre y quien nos pudo brindar mayor información de VB Perú y con la cual pudimos replantear el sentido de nuestro proyecto, pues contábamos

con información más precisa sobre el público objetivo seleccionado. Ella nos pudo proporcionar los siguientes documentos<sup>4</sup>: Cultura Belcorp, Estrategia de gamificación de voluntarios Belcorp, Comunidad Mujeres sin límites, Voluntarios Belcorp y el Reporte de Voluntarios Belcorp de Agosto del 2021. Finalmente, pudimos conversar con la manager de Fundación Belcorp (Perú), el 27 de septiembre. Previamente no la habíamos considerado dentro de nuestras posibles fuentes de información, pero fue ella quien nos dio información mucho más concreta acerca de la creación y el propósito de VB en Perú, y el impacto que esperan generar tanto en los colaboradores de la empresa, como en la sociedad.

A continuación, se presentará en un cuadro la matriz de coherencia propuesta para el trabajo de investigación. Es así que, se plantearon tres objetivos en relación a conocer la actual propuesta de Voluntarios Belcorp, a los voluntarios y el conocimiento de los colaboradores respecto a un voluntariado corporativo. A partir de allí, se identificaron técnicas especializadas para recoger la información necesaria, en donde destacamos algunas preguntas claves para lograr los objetivos.

---

<sup>4</sup>Estos documentos están almacenados dentro de un drive autorizado por los autores para propósitos del trabajo



MATRIZ DE COHERENCIA				
Objetivos	Variables	Fuentes de información	Técnicas aplicadas	Preguntas principales
<p>Describir la actual propuesta de Voluntarios Belcorp en relación a sus actividades y estrategia de comunicación por parte de la empresa.</p>	<p><b>Propuesta de Voluntarios Belcorp</b></p>	<p>Responsables de VB</p>	<p>Entrevista a profundidad</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿De qué manera el voluntariado está alineado con los propósitos (backbone) de Belcorp?</li> <li>• ¿Cuál fue el propósito de la creación de VB? ¿Cómo nace esta idea y en qué año?</li> <li>• ¿Cuáles son sus objetivos con VB?</li> </ul>
			<p>Revisión de los</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es la propuesta de los voluntarios</li> </ul>

			documentos proporcionados	Belcorp?
<b>Actividades de Voluntariado</b>	Informe de VB Perú	Revisión de los documentos proporcionados	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cuál es el flujo de actividades del voluntariado?</li> <li>• ¿Sobre qué temáticas se realizan?</li> <li>• ¿Cuándo se realizan?</li> </ul>	
<b>Estrategia de Comunicación</b>	Responsables de VB Perú	Entrevista a profundidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo se generan las alianzas de VB? y ¿cuántos aprox se necesitan por actividad?</li> <li>• ¿En qué consiste su estrategia de voluntariado?</li> <li>• ¿Qué habilidades blandas consideran</li> </ul>	

				que sus voluntarios desarrollan en VB?
Conocer las percepciones, actitudes y prácticas de las y los colaboradores de Belcorp para vincularse con la actual propuesta de VB.	<b>Colaboradores Belcorp Perú</b>	Colaboradores de Belcorp que hayan participado o no en las actividades de VB	Entrevista a profundidad	<ul style="list-style-type: none"> <li>• ¿Cómo mejorarías la experiencia de voluntariado Belcorp?</li> <li>• ¿Qué fue lo que más te gustó de esa experiencia que te gustaría que se replicara en Belcorp?</li> <li>• ¿Cómo te enteraste de Voluntarios Belcorp?</li> <li>• ¿Por qué razón(es) no te has animado a participar?</li> <li>• ¿Cuáles serían las razones por las que te animarías a participar en el voluntariado de Belcorp?</li> </ul>
	<b>Vinculación</b>			
	<b>Percepciones</b>			
	<b>Actitudes</b>			
	<b>Prácticas</b>		Cuestionario	

<p>Caracterizar el concepto de voluntariado corporativo desde la perspectiva de los colaboradores.</p>	<p><b>Voluntariado corporativo</b></p>	<p>Colaboradores de Belcorp que hayan participado o no en las actividades de VB</p>	<p>Entrevista a profundidad</p> <p>Cuestionario</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>● ¿Alguna vez has participado en una actividad de voluntariado?. Si has participado, ¿Qué fue lo que te motivó?</li> <li>● ¿Cómo mejorarías la experiencia de voluntariado Belcorp?</li> <li>● ¿Qué fue lo que más te gustó de esa experiencia que te gustaría que se replicara en Belcorp?</li> <li>● En una escala del 1 al 5, ¿qué tanto ha impactado tu participación en el voluntariado tanto en tu ámbito profesional y/o personal?</li> </ul>
--	--	---	---	---

### 3. Conclusiones del Diagnóstico

El diagnóstico que se realizó como parte del proceso de investigación nos condujo a las siguientes conclusiones:

1. La actual propuesta de Voluntarios Belcorp busca dejar una huella positiva al retribuir al mundo lo recibido. Para lograrlo, el programa organiza actividades bajo tres pilares: empoderamiento femenino, educación a todo nivel y cuidado del planeta. Sin embargo, a pesar de contar con un programa de gamificación para atraer a los colaboradores e intentar escuchar sus intereses, el voluntariado no resulta lo suficientemente atractivo para los colaboradores, haciendo que este no sea sostenible.
2. Las actividades realizadas en torno a las temáticas de voluntariado no visibilizan un cambio concreto en un público beneficiario ni en los voluntarios. Además, estas se realizan en fechas muy espaciadas en el tiempo, haciendo que no sean conocidas por los colaboradores y creando poca expectativa en ellos.
3. La estrategia de comunicación de Voluntarios Belcorp Perú es difusionista, y a pesar de que los colaboradores consideran que es horizontal, profesional y clara, muchas veces pasa desapercibida entre otros correos. Además, no muchos colaboradores utilizan Workplace con frecuencia, lo cual dificulta que las comunicaciones de VB sean leídas por esa vía.
4. Los colaboradores de Belcorp Perú, como potenciales voluntarios, comparten características como: el interés por la labor social, haber participado en otros voluntariados o proyectos sociales, compromiso por generar un cambio social y contribuir a la sociedad.

5. De acuerdo con las encuestas y entrevistas realizadas, es posible decir que los colaboradores se encontrarían interesados en participar en las actividades del programa de voluntariado, sin embargo, estas no son suficientemente atractivas para ellos y no conocen el funcionamiento del programa ni sus beneficios.
6. Los colaboradores no participan de las actividades ya que perciben que estas no desarrollan sus capacidades y habilidades, ni generan un cambio concreto en el público beneficiario.
7. Los colaboradores tienen una falta de predisposición para participar del programa de voluntariado a causa de las percepciones en torno a este. Denotan una falta de conocimiento del programa, lo cual se puede vincular con la comunicación que VB emplea.
8. Los colaboradores estarían interesados en participar en el programa Voluntarios Belcorp si se implementaran distintas actividades de acuerdo a los intereses de los colaboradores, que se vinculen con las temáticas y que se priorice la presencialidad para ejecutarlas.
9. Teniendo en cuenta la definición de voluntario corporativo, entendido como un esfuerzo compartido entre colaboradores y la empresa para un impacto social, resaltando la participación activa y el apoyo de la empresa para que se realice el ejercicio del voluntariado; se considera que Voluntarios Belcorp cumple con estas características. Sin embargo, cuando se trata del impacto, este no logra aportar lo que se espera de un voluntariado corporativo por definición.

A partir de estas conclusiones, se propone una nueva estrategia de comunicación que permita poner en relevancia el rol del colaborador en relación a una nueva propuesta de voluntariado, el cual será profundizado más adelante.

## 5. Problema de comunicación

A partir de lo encontrado en el diagnóstico realizado, hemos podido identificar como principal conclusión que existe un desinterés de los colaboradores por participar en el voluntariado. A partir de allí se desprende el problema de comunicación de esta investigación, el cual se ha definido como **“Los colaboradores de Belcorp Perú perciben que el voluntariado genera un bajo impacto en los voluntarios y en los beneficiarios”**. En ese sentido, se aprecia que el problema de comunicación presenta 2 componentes principales: uno en relación al impacto personal del voluntariado en los voluntarios y por otro lado el impacto del voluntariado en los beneficiarios (véase en Anexo 2).

En primer lugar, encontramos que existe una **falta de conocimiento** por parte de los colaboradores, respecto a las **habilidades que el voluntariado refuerza en los voluntarios**. A partir de las entrevistas realizadas, los participantes demostraron que no había una información clara y concreta respecto a los beneficios personales que podrían adquirir al participar del voluntariado. Asimismo, luego del análisis de los mensajes compartidos en las diferentes plataformas utilizadas por Voluntarios Belcorp tales como WorkPlace y el correo, se observó que la información difundida no evidencia las oportunidades de desarrollo de capacidades que los voluntarios pueden adquirir con su participación. Es así que, la información compartida se encuentra limitada a las actividades de voluntariado que se realizarán y algunos testimonios de voluntarios. Otro de los aspectos que influyen en esta percepción de los colaboradores se encuentra relacionado a que no hay información respecto

a los impactos que el voluntariado ha generado en los voluntarios. Luego de nuestra entrevista con las encargadas de Voluntarios Belcorp Perú, encontramos que no se realiza una evaluación respecto al desarrollo de capacidades de los voluntarios y que no cuentan con una metodología de medición para ello. En adición a ello, tampoco se desarrolla un ejercicio reflexivo y activo de responsabilidad social para con los voluntarios dentro de las actividades. Es decir, la falta de un espacio en donde los voluntarios puedan reflexionar sobre los aprendizajes desarrollados a partir de su participación implica que no los hayan identificado y, por lo tanto, no pueden compartir esa experiencia con otros compañeros.

Por otro lado, teniendo en cuenta la percepción de los pocos **beneficios** que implican las actividades realizadas **en el grupo beneficiario** con el que se trabaja, encontramos que se debe a tres causas principales. La primera de ellas es la falta de formación de vínculos entre voluntarios y beneficiarios. Debido a la modalidad que maneja Voluntarios Belcorp para desarrollar sus actividades de manera puntual, los voluntarios no logran conocer a los beneficiarios a profundidad, ni ser capaces de ver su progreso. En ese sentido, el poco relacionamiento que se tiene con el público beneficiario se percibe como un impedimento para lograr el impacto que se busca. En relación a ello, ya que las actividades que se realizan abordan diferentes temáticas, se considera que ello no permite profundizar en el tratamiento de la problemática detectada. Por último, encontramos que no se cuenta con un informe acerca de los impactos que se obtuvo a partir de las actividades anteriores. Además, en los mensajes que comparten no se evidencia las oportunidades que el voluntariado genera para contribuir a un cambio. Ello influye en el desconocimiento de los colaboradores acerca del impacto efectuado por las actividades, lo cual genera que consideren que no se están logrando los objetivos propuestos con el voluntariado ni logrando el cambio esperado.

## **6. Público objetivo del Proyecto**



El público objetivo del proyecto son los colaboradores de Belcorp que se encuentran interesados en formar parte de un voluntariado corporativo. Es un grupo de personas con el rango de edad entre los 21 y 50 años, los cuales se desempeñan dentro de las distintas áreas de la empresa, tales como omnimedia, comercial, marcas, entre otras. Por lo tanto podemos mencionar que es un grupo de personas heterogéneo, ya que poseen distintas características como: edad, profesiones, habilidades, disposición de tiempo, entre otras.

Con respecto a las acciones de voluntariado, son personas interesadas en actividades con impacto social, algunos de ellos han participado anteriormente en actividades de voluntariado dentro de distintas temáticas y consideran importante generar impacto como empresa. Asimismo, opinan que a partir del voluntariado pueden aportar a la sociedad con sus conocimientos y habilidades tanto personales, como profesionales. Para ellos es importante realizar actividades de voluntariado de forma continua, con un mismo grupo beneficiario o dentro de una misma temática, pues consideran que así se puede lograr el objetivo propuesto y mayor impacto no solo en los beneficiarios, sino también en ellos mismos en cuanto a su conocimientos y capacidades. Por otro lado, ellos consideran que el trabajo en equipo es esencial para el desarrollo de las actividades, pues favorece una mayor motivación y entendimiento entre sus pares en busca de un objetivo en común. Por lo tanto, el público objetivo de la propuesta se caracteriza por ser personas proactivas, con habilidades de liderazgo y empáticas con su entorno.

Es importante precisar que buscan invertir su tiempo en actividades que les proporcionen ciertos beneficios o desarrollo como personas y profesionales. Aquello hace que se vean atraídos por la actividad y tengan mayor interés en participar. Son personas a las que les gusta brindar opiniones e ideas para que estas puedan ser escuchadas y puestas en práctica, y no solo seguir órdenes de sus superiores.

En cuanto a su disposición de tiempo, al ser un grupo de colaboradores de una empresa, su horario laboral es de lunes a jueves de 9 am a 6 pm y los viernes de 9 am a 1 pm, por lo tanto sus únicos días de descanso son los sábados y domingos. Aquellos días son los indicados para pasar tiempo en familia o realizar actividades fuera de la rutina diaria. Los colaboradores que tienen hijos consideran que es importante inculcar prácticas y buenos hábitos relacionados al impacto social, en sus hijos desde pequeños. Por tal motivo, buscan actividades en las que puedan participar en familia y de la cual puedan ganar experiencias transformadoras.

En cuanto a los medios de comunicación, dentro del horario laboral el medio más utilizado es el correo electrónico. Les gustan los correos concisos y precisos, pero donde también se pueda apreciar un buen diseño creativo e innovador, con el cual se pueda interactuar, pero a la vez informarse de alguna actividad.

Finalmente, es importante mencionar que el público objetivo seleccionado reconoce la importancia del cuidado del medio ambiente y busca actividades con las que pueda contribuir a reducir el impacto de la contaminación y daño al planeta. Para mayor información acerca del público véase “Mapeo de stakeholders” en Anexo 3 y el “User persona” y “Journey Map” en Anexo 4.

Por todo lo expuesto anteriormente, consideramos que una nueva propuesta de voluntariado corporativo en Belcorp tendrá un gran impacto en el desarrollo no solo profesional, sino personal en el colaborador de la empresa. Donde podrá intervenir con opiniones e ideas para gestionar distintas actividades de voluntariado junto a colaboradores de la empresa.

## **7. Objetivos del Proyecto**

Para la presentación de los objetivos del proyecto se utilizará el formato de Marco Lógico. Donde se desglosa detalladamente los componentes del proyecto, sus indicadores, etc.

MARCO LÓGICO		INDICADORES	MEDIOS DE VERIFICACIÓN	SUPUESTOS
<b>FIN</b>	Lograr la sostenibilidad del voluntariado corporativo a través del desarrollo personal y profesional del talento Belcorp Perú.			
<b>PROPÓSITO</b>	Contribuir desde Escuadrón Belcorp (EB) a la integración y mayor retención de los colaboradores de Belcorp Perú al voluntariado corporativo.	<p><b><u>Indicador de eficiencia</u></b></p> <p>Tasa de retención de colaboradores que hayan participado en Voluntarios Belcorp Perú.</p>	<p>- Informe de Índice de retención de talento a nivel Perú desglosado por voluntarios y no voluntarios.</p>	Belcorp Perú mantiene su estrategia corporativa en relación a la gestión del voluntariado.

				<p>Belcorp se encarga de desarrollar las actividades y estrategia del proyecto Escuadrón Belcorp para la retención e integración de sus colaboradores.</p>
<p><b>COMPONENTES</b></p>	<p>1. Lograr que los colaboradores reconozcan los beneficios personales que adquieren al participar en el voluntariado. (colocar los beneficios)</p>	<p><b><u>Indicador de eficiencia</u></b></p> <p>Número de voluntarios que reconocen los beneficios de EB.</p>	<p>- Informe de sondeo, antes del proyecto, respecto a los beneficios personales adquiridos en el voluntariado.</p> <p>- Informe de sondeo, después del proyecto, respecto a los beneficios personales adquiridos en el voluntariado.</p>	<p>Los colaboradores conocen cuales son los beneficios que ofrece EB.</p>

			<ul style="list-style-type: none"> <li>- Cuestionario con escala de Likert respecto al desarrollo de sus habilidades de liderazgo, trabajo en equipo y la gestión de actividades de voluntariado.</li> </ul>	
	<p>2. Promover el desarrollo de habilidades blandas y técnicas para dotar de capacidades a los voluntarios.</p>	<p><b><u>Indicador de eficiencia</u></b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Número de colaboradores que aplican las habilidades aprendidas en las dinámicas.</li> <li>- Grado de satisfacción del voluntario con el valor aportado a su desarrollo personal.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Reporte de la ficha de observación participante de las actividades</li> <li>- Informe de las evaluaciones de desempeño</li> </ul>	<p>Todos los voluntarios participan en las actividades aplicando las habilidades aprendidas en el voluntariado</p>

	<p>3. Fortalecer la capacidad de gobernanza de los voluntarios a partir de la creación de actividades para el voluntariado.</p>	<p><b><u>Indicador</u></b></p> <p>- % de actividades de la programación anual de voluntariado que nacen de propuestas de los voluntarios.</p>	<p>- Reporte de programación anual de actividades planteadas por los voluntarios.</p>	<p>Todos los voluntarios consideran que lograron potenciar sus habilidades mediante la creación de actividades. Los voluntarios se sensibilizan acerca de la temática planteada</p>
	<p>4. Fortalecer la relación dentro de la comunidad de voluntarios para propiciar un buen clima de trabajo.</p>	<p><b><u>Indicador de eficiencia</u></b></p> <p>Número de voluntarios que consideran que el fortalecimiento de la relación de voluntarios tiene un impacto “Alto” y “Muy alto” para el buen desarrollo de las</p>	<p>Informe de cuestionario sobre el relacionamiento dentro de la comunidad de voluntarios.</p> <p>Cuestionario (escala de Likert)</p>	<p>Todos los voluntarios consideran que el nivel de relación e identificación con sus pares favorecen el buen desarrollo de las actividades del voluntariado.</p>

		<p>actividades del voluntariado propuestas.</p> <p><b><u>Indicador de calidad</u></b></p> <p>Nivel de cohesión de la comunidad de voluntarios.</p>		<p>Todos los voluntarios se identifican con su grupo y establecen lazos de confianza entre ellos.</p>
--	--	--	--	---

## 8. Estrategias de Comunicación y Actividades

A partir de lo expuesto anteriormente y como parte del trabajo de investigación, se considera plantear como estrategia del proyecto una nueva propuesta de voluntariado corporativo llamada **“ESCUADRÓN BELCORP” (EB)**, la cual tiene un enfoque para el desarrollo a través de un modelo *bottom-up*. Este modelo, según Londoño y Escobar-Sierra (2017), se basa en la autonomía de los voluntarios y se utiliza una estructura organizativa horizontal para el flujo de la información. De esta manera, el conocimiento es creado y controlado por los mismos trabajadores operativos a partir de sus propios intereses y necesidades. Por lo tanto, las actividades dentro del voluntariado nacen, se diseñan y son lideradas por los mismos voluntarios, mientras que los directivos son sus impulsores y motivadores.

Esta iniciativa se debe a que buscamos que se consideren las expectativas de los colaboradores y sean ellos mismos los que se involucren en la creación y gestión de manera ética del voluntariado corporativo, para que contribuyan a la solución de problemas sociales dentro de una temática seleccionada. Aquella intención está relacionada con la definición de voluntariado corporativo para el desarrollo, ya que, se entiende como aquel en el que la empresa apoya a sus empleados para que realicen un voluntariado basado en sus propios conocimientos profesionales con el objetivo de contribuir a la erradicación de una problemática (Fundación CODESPA, 2012).

El objetivo del proyecto es ***“Lograr una mayor integración y retención de los colaboradores de Belcorp Perú a partir de una experiencia nueva de voluntariado”***. Aquello se logrará a partir del uso del modelo descrito anteriormente, el cual responde a la necesidad de que los colaboradores de Belcorp desarrollen mayor identificación con el voluntariado y se cree un sentido de pertenencia a partir de un enfoque participativo y de co-creación que asegure la sostenibilidad del proyecto. Asimismo, tal y como se ha identificado en el diagnóstico, es



importante para los colaboradores percibir que el voluntariado contribuye a un cambio social, lo cual se abordará en función de seleccionar una temática específica y trabajar en torno a ella por todo un año, a través de actividades sostenidas. Es así que, la nueva propuesta de voluntariado se planteará en función de una temática cohesionadora que parte de los intereses de los colaboradores. Según lo recogido en el diagnóstico la temática con mayor interés por trabajar es la del medio ambiente, por lo cual las actividades del voluntariado estarán enfocadas en abordar un problema en torno a este tema.

Es importante mencionar que al buscar valor compartido para la empresa, voluntarios y comunidad, la propuesta tiene 2 líneas de acción. Por un lado se encuentra el beneficio integral en los voluntarios (colaboradores inscritos en el voluntariado), quienes al participar de las distintas actividades propuestas podrán generar un desarrollo personal y profesional. Y por otro lado, también establecerán actividades de mayor impacto en los beneficiarios de los proyectos, en las que podrá participar toda la comunidad Belcorp (voluntarios y no voluntarios) generando una mayor contribución social como empresa y brindando una oportunidad de participación a aquellas personas que se encuentren interesadas en generar un impacto social, pero por distintos motivos no forman parte del voluntariado.

Para lograr nuestro propósito planteado anteriormente, hemos propuesto el desarrollo de 4 componentes. En primer lugar, el componente 1 busca ***lograr que los colaboradores de Belcorp reconozcan los beneficios personales que adquieren al participar en el voluntariado***. Este objetivo específico responde a la búsqueda de que más colaboradores se encuentren interesados en integrar el voluntariado y participar de las actividades propuestas. Se ha optado por iniciar con este componente, ya que es importante que los colaboradores estén informados y conozcan primero sobre los beneficios personales que podrían adquirir al participar de las actividades. Ello contribuirá a captar su atención y aumentar su interés por el trabajo que se realiza en el voluntariado. En segundo lugar, consideramos importante reforzar

ese conocimiento con actividades en las que los colaboradores puedan poner en práctica lo aprendido. Para lo cual se ha planteado el componente 2 el cual consiste en ***implementar espacios para que los voluntarios puedan aplicar en el trabajo las habilidades aprendidas en el voluntariado***. Estas se abordarán en primera instancia dentro del espacio laboral para que sirva de preparación para el siguiente componente. Luego de haber visibilizado los beneficios del voluntariado y reforzar los conocimientos en función a poner en práctica las habilidades adquiridas, consideramos que cuentan con las herramientas necesarias para que los voluntarios desarrollen propuestas de las actividades para el voluntariado. Es por eso que, planteamos como componente 3 ***promover el desarrollo de habilidades de los voluntarios a partir de la creación de actividades para el voluntariado***. Por último, para promover la retención de los voluntarios e incentivar parte de la sostenibilidad del voluntariado, consideramos importante estrechar los lazos de confianza que puedan desarrollarse dentro del equipo. Es así que, como último componente se busca ***fortalecer la relación dentro de la comunidad de voluntarios***.

Esta estrategia estará acompañada por una mascota “Cami, camaleón”, que se utilizará como recurso presente en las distintas actividades propuestas, con el fin de crear una identificación con el voluntariado tanto en imagen, comunicación y características del voluntario, reforzando la horizontalidad del proyecto. Se seleccionó a un camaleón debido a su versatilidad y poder de adaptación a distintas circunstancias, así como los colaboradores que forman parte del voluntariado. “*Cami, camaleón. Un voluntario en acción*”, será el principal emisor de los mensajes para que la comunicación sea más atractiva y horizontal entre VB y los colaboradores.

## 9. Ejecución de Actividades

A partir de la Estrategia descrita anteriormente, el proyecto Escuadrón Belcorp constará de 8 actividades divididas en 4 componentes. Las actividades planteadas son las siguientes:

**COMPONENTE 1:** Lograr que los colaboradores reconozcan los beneficios personales que adquieren al participar en el voluntariado.

### C.1 - Actividad 1: “Los voluntarios dicen...”

- **Objetivo:** Lograr que los colaboradores identifiquen los beneficios que adquieren al participar en Escuadrón Belcorp de manera dinámica y entretenida.
- **Descripción de la actividad:** Reunión entre los colaboradores donde podrán conocer acerca de la nueva propuesta de voluntariado Escuadrón Belcorp y conocer los beneficios de esta. Esta actividad será realizada con cada grupo nuevo de integrantes del voluntariado y tendrá una duración estimada de 1 hora y media, con un break de 15 minutos. Esta consta de 5 etapas:
  - **Primera etapa:** Presentación de la nueva estrategia de EB a través de un video resumen dinámico.
    - ◆ **Objetivo:** Dar a conocer la nueva propuesta de voluntariado y los beneficios que este tiene en los voluntarios.
  - **Segunda etapa:** Se dividirán en 5 grupos de 8, en la que cada grupo tendrá 20 minutos para describir al voluntario ideal de EB (user persona). Después, expondrán cada característica frente a sus compañeros.
    - ◆ **Objetivo:** Conocer las percepciones de los colaboradores acerca de las características positivas de un voluntario y contrastar qué tan alineados

se encuentran con lo que proponemos desde EB.

- **Tercera etapa:** En esta etapa se pasará a presentarles a “Cami camaleón”, en donde se verán reflejadas las características del voluntario ideal de EB.
  - ◆ **Objetivo:** Exponer las características ideales a las que se aspira que cada voluntario obtenga al participar en EB.
  
- **Cuarta etapa:** Presentación de un testimonio de un voluntario.
  - ◆ **Objetivo:** Exponer una experiencia cercana respecto a los beneficios y aprendizajes dentro de un voluntariado corporativo.
  
- **Quinta etapa:** Como tercera dinámica lúdica se propone el clásico juego del “Jenga”, donde cada una de las piezas de madera tendrá situaciones para que los colaboradores apliquen las habilidades reconocidas del voluntariado, así como también reforzar sus conocimientos y promover el trabajo en equipo. El juego se llevará a cabo con dos equipos conformados en donde todos los participantes de cada grupo irán rotando para sacar las piezas hasta que se caigan.
  - ◆ **Objetivo:** Abrir un espacio de reflexión, donde se invite a los participantes a que reconozcan los beneficios que la nueva propuesta de voluntariado ofrece.
  
- **Resultados:** 35 de los 40 colaboradores participantes de la actividad reconocen los beneficios de Escuadrón Belcorp.

**Actividad 1: Los voluntarios dicen...**

- Lograr que los colaboradores conozcan los beneficios que adquieren de Escuadrón Belcorp de manera dinámica y entretenida.

Indicador	Medio de verificación	Supuesto
Nivel de conocimiento de los colaboradores respecto a los beneficios que obtienen del voluntariado.	Prueba de entrada y de salida  - Cuestionario	Los colaboradores incrementaron sus conocimientos acerca de los beneficios que obtienen de la nueva estrategia de voluntariado
Número de asistentes que valoran como beneficioso el nuevo voluntariado.	Reporte de la actividad  - Sondeo	Los colaboradores consideran beneficioso la nueva estrategia de voluntariado

### C.2 - Actividad 2: “Juntos y revueltos”

- **Objetivo:** Fortalecer habilidades de liderazgo y trabajo en equipo de los colaboradores para ejecutar actividades de voluntariado y así asimilar sus beneficios
- **Descripción de la actividad:** Voluntarios Belcorp brindará talleres para los colaboradores, donde se expondrá y fortalecerá habilidades de liderazgo, trabajo en equipo, resolución de conflictos y gestión y creación de actividades aprendidas en el voluntariado.
  - **Primera etapa:** Se difunden códigos QR que redireccionará a la presentación

de tres videos de minuto y medio cada uno, en donde los voluntarios harán preguntas reflexivas, enseñarán de manera concreta los beneficios de VB y, por último, invitarán a inscribirse a los talleres que se brindarán en la siguiente etapa.

- **Segunda etapa:** Ejecución del taller con una duración de 1 hora, con una pequeña pausa de 10 minutos. Será dirigido por especialistas del rubro y contará con los testimonios de algunos voluntarios. Asimismo, estos se brindarán dos veces al mes, y se realizarán remotamente, por medio de plataformas de reunión como Zoom, Meets, entre otros.

Cabe resaltar que esta actividad será realizada dos veces dentro del año, los meses 1, 4, 7 y 10 respectivamente. Así, en el primer mes se trabajará bajo la subtemática de limpieza de playas, en el cuarto mes reciclaje, en el sétimo mes reforestación, y, por último, se trabajará biohuertos. Cabe resaltar que, todas las subtemáticas se encuentran relacionadas con la temática general, la cual es la temática ambiental.

- **Resultados:** 30 de cada 40 colaboradores de los inscritos en los talleres perciben el fortalecimiento de sus habilidades de voluntariado, reconociendo sus beneficios.

<b>Actividad 2: Juntos y revueltos</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Medio de verificación</b>	<b>Supuesto</b>
Número de asistentes a los talleres	Registro de asistencia a los talleres	Los colaboradores acuden con buena disposición a los

		talleres
Número de colaboradores que clasifican los talleres brindados con satisfacción alta y muy alta	Cuestionario de satisfacción con escala de Likert	Todos los colaboradores clasifican los talleres como muy satisfactorios
Número de colaboradores asistentes al taller que califican el desarrollo de sus habilidades de liderazgo, trabajo en equipo y gestionar actividades de voluntariado en equipo como bueno y muy bueno	Cuestionario con escala de Likert	Los colaboradores consideran un buen desarrollo de sus habilidades de liderazgo, trabajo en equipo y gestionar actividades de voluntariado en equipo

**COMPONENTE 2:** Implementar espacios para que los voluntarios puedan aplicar en el trabajo las habilidades aprendidas en el voluntariado.

### **C.2 - Actividad 1: “Actívate”**

- **Objetivo:** Desarrollar las habilidades características del voluntario (resolución de problemas y trabajo en equipo) respecto al programa de VB.
- **Descripción de la actividad:** Activaciones en el área de trabajo a través de una simulación de un problema laboral cotidiano. Se establecerá un espacio dentro del

área de trabajo en el que se realizará una simulación sobre un problema laboral que motive a poner en práctica sus habilidades en la resolución de problemas y trabajo en equipo. Esto, a través de casos hipotéticos, como por ejemplo:

- “Encerrados”: se expone una probable situación en la que un grupo de voluntarios pudieron quedarse encerrados en la oficina, donde no es posible derribar las puertas ni romper las ventanas. Entonces se pone como reto a los colaboradores que decidan, en un lapso de 30 minutos, qué elementos de la oficina necesitarán para sobrevivir y que los clasifiquen, mediante acuerdo, por orden de importancia.

Al final de estas dinámicas se formarán grupos para exponer lo aprendido en cuanto a sus habilidades de resolución de problemas y trabajo en equipo, extrapolado a la situación del voluntariado.

- **Resultados:** 35 de 40 voluntarios perciben el desarrollo de habilidades como la resolución de problemas y trabajo en equipo

<b>Actividad 1: Actívatelo</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Medio de verificación</b>	<b>Supuesto</b>
Número de voluntarios que participan en las dinámicas propuestas	Registro de voluntarios participantes en las dinámicas	Todos los voluntarios participan con buena disposición en las dinámicas
Número de voluntarios que califican las dinámicas para	Cuestionario de satisfacción	Los colaboradores consideran muy satisfactorias las



poner en práctica sus habilidades como satisfactorias y muy satisfactorias.	con escala de Likert	dinámicas para poner en práctica sus habilidades
---	----------------------	--

### C. 2 - Actividad 2: “SimulAcción”

- **Objetivo:** Lograr que los colaboradores desarrollen una idea de actividad de voluntariado en torno a una problemática que permita poner en práctica lo aprendido
- **Descripción de la actividad:** Los voluntarios serán convocados y reunidos en un espacio dentro de la empresa, aquí podrán reunir algunas ideas y crear una actividad de voluntariado junto con su equipo de trabajo. Esta actividad tendrá una duración estimada de 4 horas (con break de 15 minutos) y se llevará a cabo cada dos meses (después de que hayan pasado dos semanas de la actividad “Voluntarios dicen”). La actividad se dividirá en tres etapas:
  - **Primera etapa:** Cada uno de los equipos conformados por voluntarios hará una lluvia de ideas, donde pondrán el impacto que quieren lograr, los beneficiarios a los que desean ayudar y los aprendizajes que podrían tener, si es que se ejecutara su idea de actividad de voluntariado.
  - **Segundo etapa:** Después de realizar la lluvia de ideas, cada uno de los equipos votará por la idea más atractiva y con mayor impacto para la idea de actividad de voluntariado. Cabe resaltar que no se puede votar por la idea del mismo equipo.

- **Tercera etapa:** Una vez que se tenga la idea, se hará una recreación de cómo llevar a cabo la actividad con los beneficiarios. Será un juego de roles, en el cual se dividirán por dos equipos: por un lado, los que tengan el papel de beneficiarios y, por otro lado, los que tengan el papel de voluntarios.

Esta actividad será realizada dos veces dentro del año, los meses 2 y 8 respectivamente. La primera sesión manejará las sub temáticas de limpieza de playas y reciclaje, mientras que la segunda vez tocará las subtemáticas de reforestación y biohuertos. Las cuales están relacionadas con la temática general, la cual es la ambiental.

- **Resultados:** 35 de 40 voluntarios proponen ideas de actividades para abordar una problemática.

<b>Actividad 2: SimulAcción</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Medio de verificación</b>	<b>Supuesto</b>
Número de voluntarios que asisten a la actividad.	Registro de asistencia	Todos los voluntarios inscritos, asisten a la actividad
Número de propuestas recopiladas en la lluvia de ideas.	Registro de post-it con propuestas	Todos los voluntarios asistentes dan propuestas en la lluvia de ideas
Nivel de participación en cada una de las etapas de la	Registro audiovisual	Todos los voluntarios participan activamente en

actividad		cada etapa de la actividad
-----------	--	----------------------------

**COMPONENTE 3:** Promover el desarrollo de habilidades de los colaboradores a partir de la creación de actividades para el voluntariado.

### **C.3 - Actividad 1: Creando Ando**

- **Objetivo:** Lograr el desarrollo de habilidades de diseño y ejecución de actividades que generen impacto dentro del voluntariado.
- **Descripción de la actividad:** Esta actividad será dirigida por el equipo que organiza el voluntariado (equipo Fundación Belcorp). Al llegar al espacio designado para la actividad, los voluntarios tomarán asiento y la persona encargada iniciará con una presentación. Esta presentación busca explicar qué es una actividad, sus componentes y objetivos generales. Luego de absolver dudas, los participantes se dividirán en grupos y se repartirán diversos casos prácticos para que se pueda aplicar lo aprendido durante la presentación. Estos casos abordarán diferentes problemáticas que se vinculen a los pilares de Voluntarios Belcorp. Luego de esto, los grupos presentarán brevemente su plan de acción y se invitará a los otros voluntarios a participar con dudas o acotaciones con la finalidad de que el aprendizaje sea integral.
- **Resultados:** 40 de 40 voluntarios aprenden sobre objetivos, indicadores y diseño eficiente e impactante de actividades.

### **Actividad 1: Creando Ando**

Indicador	Medio de verificación	Supuesto
Número de voluntarios inscritos en la actividad	Lista de asistencia	Los colaboradores están interesados en potenciar sus habilidades mediante la creación de actividades
Los voluntarios crean, participan y escuchan activamente	Informe de sondeo	Los voluntarios ponen en práctica su creatividad y aprenden a idear planes de trabajo útiles e impactantes.

### **C.3 - Actividad 2: Sosteni-habilidad**

- **Objetivo:** Lograr el desarrollo de habilidades de diseño y ejecución de actividades que sean funcionales e impactantes en torno a uno de los pilares de Voluntarios Belcorp: Cuidado del planeta.
- **Descripción de la actividad:** Para esta actividad, se trabajará con una organización que tenga como objetivo principal el cuidado del planeta. Se propone trabajar con Recicla Latam Perú, una organización peruana que se dedica al cuidado del planeta, que contribuye al desarrollo de la economía circular. Tanto como VB, Recicla Latam Perú busca concientizar y educar a las personas sobre la importancia del reciclaje para el cuidado del planeta, priorizando la economía circular como herramienta.

Para lograr el desarrollo de las habilidades de los participantes, se organizará una reunión que será liderada en conjunto con Recicla Latam PE, donde los colaboradores se integrarán, conversarán sobre sus expectativas y definirán qué es el cuidado del planeta. Primero se van a dividir en grupos para conversar y definir qué es el cuidado del planeta. Esto será útil para lograr la integración entre los voluntarios y el intercambio de ideas. Luego, se compartirá frente a todo el grupo de voluntarios. Después de este ejercicio, Recicla Latam PE presentará al grupo de beneficiarios con quienes se trabajará, la problemática principal con la finalidad de sensibilizar a los voluntarios y se presentarán los objetivos para lograr en conjunto. Los voluntarios regresarán a sus grupos de trabajo iniciales y harán un plan de actividades creativas considerando los objetivos para que estos puedan ser implementados. Al finalizar el trabajo en grupo, se expondrán las ideas de cada equipo y se decidirá en conjunto las actividades que se realizarán de acuerdo a la viabilidad y cumplimiento de objetivos. Finalmente, se concluirá con la actividad agradeciendo a todos los participantes y recordándoles la fecha y hora de reunión para asistir a la actividad con los beneficiarios, donde se implementarán las actividades propuestas.

Esta actividad se puede realizar con otras organizaciones que también tengan como principal objetivo la educación. Proponemos: LOOP, PROA y Prisma.

- **Resultados:** 38 de 40 voluntarios potencian su habilidad para generar actividades de voluntariado mediante el trabajo en equipo, escucha activa, la orientación a objetivos y la sensibilización de acuerdo a la problemática planteada.

## Actividad 2: Sosteni-habilidad

<b>Indicador</b>	<b>Medio de verificación</b>	<b>Supuesto</b>
Número de voluntarios inscritos en la actividad	Lista de asistencia	Los colaboradores están interesados en potenciar sus habilidades mediante la creación de actividades
Los voluntarios participan y escuchan activamente	Gesticulación, participación con otros integrantes, lenguaje corporal	Los voluntarios se interesan y se sensibilizan respecto a la problemática expuesta

**COMPONENTE 4: Fortalecer la relación dentro de la comunidad de voluntarios para propiciar un buen clima de trabajo.**

**C.4 - Actividad 1: “La mañana del voluntario”**

- **Objetivo de la actividad:** Fomentar la integración de los voluntarios de Escuadrón Belcorp a través del trabajo en equipo.
- **Descripción de la actividad:** Gymkana dirigida a los voluntarios pero con una invitación abierta a familiares o amigos, esto con el fin de que una mayor cantidad de voluntarios puedan participar. Se realizará al inicio de cada ciclo del voluntariado en la cual los voluntarios participarán en una serie de actividades que fomenten la integración del grupo. Se propone que la actividad tenga una duración de 4 horas.
  - **Primera etapa:** Bienvenida y conformación de 5 grupos según el formulario llenado en la convocatoria.

- **Segunda etapa:** Concurso de talentos
  - Objetivo: Evidenciar los talentos de los voluntarios fuera del área laboral y conocer si existen intereses en común.
- **Tercera etapa:** Circuito de conocimientos de Escuadrón Belcorp
  - Objetivo: Promover el trabajo en equipo en busca de un objetivo en común a partir de una secuencia de retos relacionados al voluntariado.
- **Cuarta etapa:** Baileton con los peques
  - Objetivo: Propiciar la participación de los voluntarios que son padres de familia.
- **Quinta etapa:** Concurso de disfraces camaleónicos verdes (materiales reciclados)
  - Objetivo: Promover la participación de todo el equipo para evidenciar su creatividad y su capacidad de resolución de problemas bajo presión (tiempo y recursos limitados).
- **Sexta etapa:** Premiación y cierre de la actividad

Con las actividades los voluntarios podrán concursar y sumar puntos para ganar artículos característicos del voluntariado, que también estarán ubicados en un stand disponibles para la venta y recaudación de fondos para las siguientes actividades. Se informará acerca de la actividad dos semanas antes a través del correo electrónico de los voluntarios donde se podrán inscribir por medio de un formulario, ello para saber la cantidad de inscritos e ir organizando los equipos a través de un sorteo.

- **Resultado:** Lograr que los 40 voluntarios del Escuadrón Belcorp estrechen lazos de

amistad y confianza a través del trabajo en equipo.

<b>Actividad 1: La mañana del voluntario</b>		
<b>Indicador</b>	<b>Medio de verificación</b>	<b>Supuesto</b>
Número de voluntarios que asisten en la Gymkana.	Lista de asistencia	Todos los voluntarios inscritos en el formulario asisten motivados a la “Mañana del voluntario”.
Nivel de sentido de pertenencia con el grupo.  Compromiso, motivación	Resultados de la encuesta de percepción	Todos los voluntarios se sienten integrados al grupo.
Número de voluntarios que participan en los retos.	Informe de ficha de observación	Todos los voluntarios participan activamente en las actividades propuestas.

#### **C.4 - Actividad 2: “Hablemos de ...”**

- **Objetivo de la actividad:** Promover la reflexión e interacción del grupo en torno al eje de la actividad con beneficiarios.
- **Descripción de la actividad:** Se realizará una reunión previa a la actividad con los beneficiarios, luego del horario de oficina por un tiempo aproximado de 1 hora. La actividad consiste en introducir la subtemática con un juego al estilo “Quién quiere



ser millonario” y un conversatorio. Se realizará en dos etapas:

- **Primera etapa: Dinámica “¿Quién quiere ser millonario?”.** Se agruparán a los voluntarios en 5 grupos de 8 integrantes para poder responder a 10 preguntas por grupo relacionadas a la subtemática en la que se va a desarrollar la actividad. La condición del juego será que el representante del turno tendrá que consultar y tomar la decisión con la ayuda de su equipo. Se le otorgará un punto al equipo que tenga la respuesta correcta y al finalizar el juego se le premiará al que obtuvo más.
  - **Objetivo:** Lograr la interacción entre los miembros del grupo a través de resolución de preguntas en equipo
- **Segunda etapa: Conversatorio de experiencias, aprendizajes y sugerencias.** Se propiciará un espacio en donde los voluntarios podrán compartir sus experiencias en actividades similares, así como también aprendizajes útiles que se pueden adoptar en la actividad por realizar.
  - **Objetivo:** Lograr que los voluntarios se conozcan entre sí al compartir sus experiencias personales e intercambiar ideas de mejora para la actividad a desarrollar.
- **Resultado:** 38 de 40 voluntarios se comunican de forma adecuada para reflexionar e interactuar con su equipo para poder lograr un objetivo en común.

Actividad 2: “Hablemos de...”		
Indicador	Medio de verificación	Supuesto

Número de voluntarios que participan en la actividad.	Lista de asistencia	Todos los voluntarios asisten motivados a “Quisiera ser millonario. Edición Ambiental”.
Número de voluntarios que interactúan y se comunican asertivamente	Informe de ficha de observación	Todos los voluntarios se comunican entre sí de forma asertiva.

### 10. Actividades ejecutadas

Como primera actividad para ejecutar se seleccionó a **“Los voluntarios dicen”**. Esta actividad forma parte del primer componente de nuestro marco lógico: *Lograr que los colaboradores reconozcan los beneficios personales que adquieren al participar en el voluntariado*. Se escogió aplicar esta actividad debido a que esta comprende la presentación de la propuesta de voluntariado para que los colaboradores conozcan de esta. Asimismo, aborda el principal problema de comunicación identificado. De esta manera, se presenta el proyecto de voluntariado en función de sus beneficios para contribuir a un cambio de percepción de los colaboradores respecto al impacto que este podría tener en ellos mismos.

La segunda actividad escogida fue **“Hablemos de...”**. Esta actividad forma parte del cuarto componente planteado en el marco lógico: *Fortalecer la relación dentro de la comunidad de voluntarios para propiciar un buen clima de trabajo*. Se escogió la actividad debido a que contribuye a reforzar la integración del grupo a través del desarrollo de sus habilidades. En la primera actividad, se dieron a conocer los beneficios personales que el proyecto de voluntariado busca desarrollar en sus voluntarios. Y en esta actividad, se busca profundizar

en aquellos beneficios propuestos, como lo es el desarrollo de habilidades blandas. Es por eso que, se trabaja el desarrollo de comunicación asertiva, liderazgo y trabajo en equipo a través de una dinámica y espacio de reflexión para conocer si la actividad propuesta responde eficazmente al objetivo planteado. Si bien es cierto, la actividad está planteada para desarrollarse presencialmente, fue necesario ejecutarla virtualmente debido a que la empresa no contaba con más días disponibles para desarrollar la actividad en sus espacios.

Por último, consideramos que efectuar estas dos actividades en específico responde al desarrollo de una metodología secuencial que permite conocer con mayor precisión la pertinencia de las actividades. Asimismo, teniendo en cuenta el contexto post pandemia, se debe considerar que las empresas han optado por mantener una modalidad híbrida para sus actividades, como lo es en el caso de Belcorp. Por tal motivo, las actividades escogidas fueron las que consideramos con mayor nivel de factibilidad para ser aplicada, teniendo en cuenta la disponibilidad de la empresa, los colaboradores, la de las alumnas y el presupuesto disponible para ejecutar el piloto.

**“Los voluntarios dicen”** fue ejecutada el día 08 de noviembre de 12 a 1 pm en el auditorio 1 de Belcorp y se contó con la participación de 7 colaboradores de los 20 que esperábamos. La convocatoria se realizó a través de correo electrónico 1 semana antes con un formulario adjunto para que confirmen y se inscriban a la actividad. Con esta actividad se busca lograr que los colaboradores identifiquen los beneficios que adquieren al participar en Escuadrón Belcorp de manera dinámica y entretenida, es por eso que la metodología es participativa debido a que el objetivo se busca lograr a través de la participación en las dinámicas. Se segmentó la actividad en 6 etapas: en primer lugar, se le dio la bienvenida a los participantes y se les pidió que respondan la prueba de entrada, para proceder a dar inicio a la etapa 1: la presentación de la propuesta Escuadrón Belcorp (EB) a través de la proyección de un video

resumen. Con ello buscamos dar a conocer la nueva propuesta de voluntariado y los beneficios que este desarrolla en los voluntarios. Luego, para conocer las percepciones de los participantes acerca de las características positivas de un voluntario y contrastar qué tan alineados se encuentran con lo que proponemos desde EB, los agrupamos en 2 equipos para realizar un user persona del voluntario. Como tercera etapa se les compartió la ruta del voluntario ideal representado por la mascota del proyecto “Cami, camaleón: un voluntario en acción”. De esta manera, se les compartió las características ideales a las que se aspira que cada voluntario obtenga al participar en EB. Luego de ello, se dio pase a una voluntaria para que cuente su experiencia y comparta los aprendizajes y cómo se ha visto beneficiada al participar en un voluntariado corporativo. A partir de ello se procedió a exponer lo que trabajaron en el user persona y reforzar sobre lo aprendido con la información compartida. Por último, se dio pase al juego jenga, en donde cada ficha contenía una situación que invitaba a la reflexión de los participantes para que reconozcan los beneficios que desarrolla EB.

La actividad cuenta con 2 indicadores que fueron medidos a través de un cuestionario de conocimiento en una prueba de entrada y de salida de la actividad, así como también se realizó un sondeo respondido en los días posteriores a través de un formulario (revisar Anexo 8). De estas herramientas de recojo de información se obtuvo como resultado lo siguiente:

Para el Indicador 1: Nivel de conocimiento de los colaboradores respecto a los beneficios que obtienen de Escuadrón Belcorp

- Los colaboradores finalizaron la actividad pasando de un nivel bajo a medio de conocimientos en relación a los beneficios que el voluntariado desarrolla.

Para el Indicador 2: Número de asistentes que valoran como beneficioso el nuevo voluntariado.

- Seis de los siete colaboradores participantes calificaron el proyecto como beneficioso.

Teniendo en cuenta que, propusimos como meta que 5/7 de los participantes logren reconocer los beneficios personales que el voluntariado les ofrece y se logró la meta consiguiendo que 5 de ellos cumplieran el objetivo de la actividad.

Por último, consideramos importante como lección aprendida la necesidad de reforzar la exposición del proyecto de voluntariado con una explicación a modo de repaso, así como también abrir un espacio para recibir comentarios de los participantes. De esta manera, velamos que todos los participantes hayan podido entender la propuesta y el impacto esperado.

Por otro lado, es importante tener en cuenta el tiempo que se le dedicará a la actividad, ya que al encontrarnos en un ambiente laboral pueden surgir imprevistos que necesiten de que los participantes se retiren antes de lo esperado.

La segunda actividad ejecutada fue **“Hablemos de...”**, la cual se desarrolló el 19 de noviembre de 7 pm a 8 pm, a través de una reunión por zoom y se contó con la participación de 10 colaboradores. La convocatoria también se realizó a través del correo electrónico una semana antes de ejecutarla. La metodología de esta actividad es participativa, ya que se propone que todos los integrantes jueguen y también de debates puesto que invita a que todos den su punto de vista respecto a cómo van a gestionar la actividad con los beneficiarios. Se segmentó en 3 etapas: en primer lugar, se dio la bienvenida y una breve presentación del voluntariado para refrescar lo que les compartimos en la primera actividad y también dar a conocer la propuesta a los nuevos participantes. Luego, como segunda etapa se desarrolló un juego al estilo “Quien quiere ser millonario” en donde agrupamos 2 equipos de 5 participantes. Debido a que la dinámica de la actividad consiste en variar de tema según la actividad de voluntariado a realizar, en este caso escogimos trabajar alrededor de la

subtemática de limpieza de playas. En ese sentido, las preguntas del juego se encontraban relacionadas a este tema, para lo cual todos los integrantes del grupo debían participar acudiendo a su equipo para resolver los acertijos. Como última etapa, se procedió a abrir un espacio para el diálogo en relación a las experiencias que los participantes han tenido en relación a la limpieza de playas. Así como también, compartieron algunas ideas de cómo esta actividad se desarrolla en otros lugares para recoger algunas prácticas que podrían contribuir a generar un mayor impacto positivo.

La actividad cuenta con un indicador, el cual fue medido a través de una ficha de observación que se enfoca en los gestos, turnos de participación, interacciones en el chat, reacciones de zoom, etc (revisar Anexo 8). De esta herramienta de recojo de información se obtuvo el siguiente resultado:

Indicador 1: Número de voluntarios que interactúan y se comunican asertivamente

- 9 de los 10 participantes se comunican asertivamente para reflexionar e interactuar con su equipo para poder lograr un objetivo en común.

Teniendo en cuenta que, propusimos como meta que al menos 9 de 10 participantes interactúen y se comuniquen asertivamente se observa que se logró la meta.

Si bien es cierto la actividad estaba pensada para desarrollarse presencialmente, nos tocó adaptarla para que se desarrolle de manera virtual y pudimos identificar que la conexión a internet fue una limitante para desarrollar el juego de Quién quiere ser millonario que es con tiempo límite. Por otro lado, pudimos observar que este juego fue la primera actividad desarrollada y se notó que los participantes se encontraban algo tímidos al inicio del juego. Por lo cual, consideramos importante realizar una dinámica rompehielo previa para que aprovechen el juego desde el inicio.

## 11. Sostenibilidad

En la actualidad, el presupuesto de “Voluntarios Belcorp” oscila entre los s/60.000 y s/70.000 y con “Escuadrón Belcorp” buscamos no excedernos por mucha diferencia en el costo del proyecto. De esta manera, consideramos que la pertinencia de incorporar el proyecto permitiría que los recursos destinados al voluntariado sean aprovechados de manera más eficaz, con mejores resultados y con una propuesta más sostenible, que permita el crecimiento y desarrollo de sus colaboradores. Lo cual, influye en el nivel de productividad que estos pueden generar en la empresa promoviendo el talento de sus colaboradores.

Es relevante considerar la sostenibilidad dentro del proyecto. Para lograr esto dentro del Escuadrón Belcorp, se debe contar con la participación continua de los voluntarios, quienes además de participar en las actividades deben sentir motivación para planearlas, ejecutarlas y ser embajadores de EB. De esta forma, los voluntarios se apropian del proyecto y autogeneran su propio espacio dentro de la corporación.

Para que el proyecto Escuadrón Belcorp perdure como un voluntariado corporativo dentro de Belcorp se deben tomar en cuenta diversos puntos. En primer lugar, la comunicación y exposición acerca de los beneficios de pertenecer a este programa de voluntariado. Para lograr esto, se plantean actividades que tienen como objetivo el reconocimiento de este beneficio. Los voluntarios son parte importante de esta primera etapa, ya que a través de sus testimonios, son ellos quienes también tienen la capacidad de comunicar los beneficios en otros ambientes laborales, convirtiéndose en voceros de EB.

En segundo lugar, se debe propiciar la continuidad de las actividades de voluntariado. Para lograr esto, se debe considerar tanto a los organizadores internos y externos como a los voluntarios, quienes son el motor principal de las actividades. Este proyecto tiene como finalidad capacitar a los voluntarios para que sean ellos los gestores de las actividades, lo cual

genera un círculo virtuoso. Para esto, se plantean diversas actividades internas que propician el trabajo en equipo, la integración y el desarrollo de habilidades técnicas y blandas. De esta forma, los voluntarios se convierten en dueños de los procesos del programa de voluntariado. Además, es importante crear alianzas estratégicas con organizaciones que le alineen a los valores de EB y de Belcorp, para que junto a estas se puedan planificar actividades interesantes y llamativas para los voluntarios y demás beneficiarios.

En tercer lugar, es relevante generar espacios de diálogo y legitimación dentro de la comunidad de voluntarios. Para ello, se proponen este tipo de espacios dentro de las actividades de integración, para que los voluntarios se sientan en confianza, conversen sobre sus intereses y expongan sus propias iniciativas a favor de EB. Los organizadores de EB son un actor importante dentro de esta dinámica, ya que son quienes moderan y motivan las interacciones entre los miembros de EB. De esta forma se propicia la representación de los intereses de los voluntarios.

Es relevante tomar en consideración la importancia del sentido de pertenencia dentro de la comunidad de voluntarios EB. Para lograr esto debe existir trabajo en equipo, confianza y compañerismo. Para ello, en esta propuesta se plantean actividades enfocadas en la integración de los voluntarios, la cual es crucial para generar espacios de diálogo entre los participantes, representación, gestión de actividades continuas que generen impacto y el cumplimiento de los beneficios inicialmente propuestos.

Las actividades propuestas dentro del proyecto se vinculan con la temática del cuidado del medio ambiente. Esta está alineada con el compromiso de Belcorp para reducir los impactos en el medio ambiente que la empresa genera durante sus procesos de producción y distribución. Por ello, se considera relevante contribuir con este propósito en diferentes



escalas de la compañía. Esta temática es una de los tres pilares que el voluntariado corporativo de Belcorp propone.

Acerca de la contribución que tiene el proyecto con la compañía, es posible afirmar que existen dos tipos de retorno de inversión. En primer lugar se encuentra la productividad. Esta surge a raíz de la participación, involucramiento y aprendizaje de los voluntarios. Las actividades del proyecto tienen como objetivo el desarrollo de habilidades tanto blandas como técnicas, las cuales son aplicables a nivel laboral para la gestión de proyectos, trabajo en equipo y organización personal. De esta forma, se practica activamente el liderazgo y compromiso con los colaboradores. En segundo lugar, en un nivel anímico y cultural, el proyecto promueve la identificación de los valores de Belcorp, los cuales se inculcan mediante la práctica. También, la labor social y el trabajo en equipo genera gratificación en los participantes, lo cual influye positivamente en su estado anímico, generando una mayor cercanía a su ambiente laboral. Todo esto, finalmente, aporta a la retención de talento dentro de la organización.

### **Evaluación de Monitoreo y Evaluación Final**

Se propone que se lleve a cabo una evaluación de monitoreo, la cual se encarga de evaluar la gestión interna del proyecto. Esta, ayudará a analizar las actividades programadas, los resultados iniciales y los logros o dificultades obtenidos durante la ejecución. Esto, debido a que, “Escuadrón Belcorp” maneja una programación constante de actividades, la cual requiere de una continua preparación de los voluntarios.

De esta manera, proporcionará nueva información que podrá ser utilizada para la mejora o una, probable, reprogramación de las siguientes actividades. Como sostienen Cohen y Martinez (2004), esta evaluación de monitoreo no solo permitirá hacer un seguimiento del desarrollo de las actividades, sino también optimizar sus procesos.

Teniendo en cuenta que este proyecto tiene una duración de 12 meses, se considera pertinente que las actividades sean monitoreadas 4 veces al año (ver Anexo 6). Lo cual, permitirá tener un mejor seguimiento y control de la evaluación, ayudando a identificar los principales problemas para implementar cambios, medir efectos temporales de las actividades y saber si se están cumpliendo las metas en los plazos establecidos. Se pretende utilizar una metodología de enfoque cualitativo, por lo que se deberán usar herramientas como las fichas de registro y observación, entrevistas a los participantes o focus group. Así, se plantean dos indicadores: nivel de participación de los colaboradores con respecto a la actividad y número de colaboradores que consideran la actividad como muy y poco beneficiosa. Cabe resaltar que este monitoreo será realizado por los gestores del proyecto, específicamente el asistente.

<b>Indicador 1</b>	Nivel de participación de los colaboradores con respecto a la actividad
<b>Términos/conceptos importantes</b>	Los voluntarios de “Escuadrón Belcorp” que: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Participan activamente</i> en las actividades</li> </ul>
<b>Campos de observación</b>	<i>Participación activa:</i> los usuarios se integran e intervienen en las actividades del voluntariado

<b>Indicador 2</b>	Número de colaboradores que consideran la actividad como muy y poco beneficiosa
--------------------	---

<b>Términos/conceptos importantes</b>	Los voluntarios de “Escuadrón Belcorp” que: <ul style="list-style-type: none"> <li>- <i>Consideran como beneficioso</i> el nuevo voluntariado corporativo</li> </ul>
<b>Campos de observación</b>	<i>Percepción respecto a los beneficios:</i> En cada sesión los voluntarios perciben el reforzamiento de las habilidades blandas (trabajo en equipo, liderazgo y gestión de voluntariado)

Finalmente, se propone realizar una evaluación final, la cual se realizará al término del proyecto, con el fin de analizar los logros alcanzados durante el proceso de intervención a través del objetivo final. Escuadrón Belcorp busca principalmente contribuir a la integración y mayor retención de los colaboradores de Belcorp Perú. Así, se plantea una metodología con enfoque mixto, tanto cualitativo como cuantitativo. Lo cual, permitirá recoger información sobre los logros obtenidos y previstos en los objetivos intermedios y/o finales especificados en el marco lógico.

Esta evaluación tendrá un costo aproximado de 8 mil soles, teniendo en cuenta las horas de trabajo y la cantidad de personas a las que se dirige el proyecto. Además, ya que ahora contamos con la virtualidad, por cuestiones prácticas, se plantea que las herramientas de recojo de información (entrevistas, cuestionarios y fichas de observación) se realicen a través de plataformas digitales.

## 12. Lecciones aprendidas

### 12. 1. Los aprendizajes que como grupo han adquirido

A lo largo del Proyecto “Escuadrón Belcorp” hemos podido reconocer ciertas lecciones aprendidas como grupo. En primer lugar, queremos reconocer la importancia del contacto que se establece con la organización seleccionada. Es importante tener una comunicación directa y constante con los representantes y miembros de la empresa, para que tengan pleno conocimiento de las acciones que se van a realizar, así como los recursos y espacios a facilitar, esto con el fin de generar un sentido de confianza entre la empresa y nosotras, el grupo ejecutor. Aquella confianza, nos permitió desarrollar las actividades, como el recojo de información y el testeado de actividades, con una mayor acogida e interés por parte de los involucrados. Asimismo, podemos mencionar que toda información recogida, datos y análisis realizados, serán de gran utilidad para la empresa y las decisiones que se tomen a futuro, desde una perspectiva externa a ella.

En segundo lugar, reconocemos la adaptabilidad del grupo, no solo de manera interna, sino también externa, puesto que las acciones muchas veces planeadas con anticipación, pueden tener un cambio a último momento y debemos tener las herramientas necesarias para actuar ante los cambios. Al ser un proyecto corporativo, muchas veces existen reuniones, eventos o acontecimientos que no son expuestos a todo el público, por lo cual la comunicación directa con la empresa, mencionado en el punto anterior, sumado a la adaptabilidad, juegan un papel muy importante y nos ayudó a encontrar soluciones de forma rápida y efectivas con cierto tiempo de anticipación.

Seguido de ello, también es importante el trabajo en equipo, todas debemos apuntar a los mismos objetivos y poner el esfuerzo necesario para lograr los objetivos. En relación a ello, fue fundamental reconocer nuestras fortalezas y a partir de ellas asignar roles, esto con el fin de obtener mejores resultados y que la carga de trabajo sea más liviana. Pudimos afirmar que las habilidades que buscamos desarrollar en los colaboradores con el proyecto “Escuadrón

Belcorp”, al final son las que desarrollamos con el presente trabajo grupal: el liderazgo, la comunicación asertiva, así como las buenas prácticas de trabajo en equipo hicieron que la convivencia grupal sea muy buena. Sumado a ello, queremos hacer hincapié en la importancia de la planificación. Pactar una fecha de reunión de equipo hizo que las reuniones fueran mucho más productivas, puesto que todas teníamos metas que cumplir para tal fecha, así como toda la concentración estaba asignada para el proyecto durante el tiempo establecido.

## **12. 2. La manera en que este trabajo ha generado un diálogo con la formación profesional**

Con el Proyecto Escuadrón Belcorp hemos podido poner en práctica todo lo aprendido a lo largo de los años en la espacialidad. Desde la ejecución del diagnóstico, hasta la planificación de la evaluación del mismo. Hemos podido observar que la comunicación para el desarrollo es adaptable ante cualquier contexto y espacio, puesto que hemos podido tener la experiencia de diseñar un proyecto corporativo, que nos ha brindado una experiencia distinta a la que previamente habíamos tenido.

Por otro lado, hemos reconocido la importancia de identificar y conocer a quién va dirigido el proyecto, nuestro público objetivo. A partir de la realización del diagnóstico pudimos conocer sus intereses, motivaciones y preocupaciones y a partir de ello pudimos diseñar un proyecto que se alinee a lo que esa persona busca o le interesa y que sobre todo generará un cambio en su estado presente. Luego, tanto la creación de los recursos, como el cronograma y presupuesto que se ajusten a la realidad de la empresa, son sumamente importantes porque son las herramientas que facilitarán el logro de los objetivos establecidos y con los cuales gestionaremos el proyecto entero.

Finalmente, cabe resaltar que el proyecto nos ha acercado mucho más a la realidad laboral por el hecho de que ha sido un proyecto presencial, a partir del cual hemos experimentado momentos que durante la pandemia no tuvimos la oportunidad de vivir. Hemos tenido la oportunidad de estar en contacto con las personas, realizar un intercambio de experiencias y poner a prueba nuestras actividades creadas poniendo en práctica nuestros conocimientos y habilidades desarrolladas a lo largo de los años.

### **12. 3. Sugerencias para el diseño e implementación de similares proyectos**

En primer lugar, es fundamental la visión y los objetivos de la empresa con respecto al voluntariado corporativo que se realice. El presente proyecto está alineado a los valores, colaboradores y objetivos de Belcorp con su proyecto, por lo que si este se replicara en otra empresa se deben tener en cuenta las características propias de ella. La responsabilidad social corporativa para el desarrollo de la empresa será la base y el enfoque para el presente proyecto. Por otro lado, conocer tanto los intereses como los limitantes de los colaboradores de la empresa es fundamental, puesto que ello guiará la estrategia del proyecto. Finalmente, serán ellos quienes expresarán el enfoque de gobernanza y cambio social que busca el voluntariado “Escuadrón Belcorp”.

### 13. Fuentes Bibliográficas

- Arellano, E. (2008). La Estrategia de Comunicación Orientada al Desarrollo de la Cultura Organizacional. *Razón y Palabra* (2), pp. 1-15.
- Ariztía, Tomás. (2017). La teoría de las prácticas sociales: particularidades, posibilidades y límites. *Cinta de moebio*, (59), 221-234.  
<https://dx.doi.org/10.4067/S0717-554X2017000200221>
- Arretaren Kalitatea. (s.f.) Conceptos básicos sobre participación, ciudadanía y acción comunitaria.<https://www.ifbscalidad.eus/es/practicas/accion-comunitaria/practica/pr-1138/>
- Anónimo (2014). Belcorp y su secreto para encantar a sus trabajadores. *Revista Portafolio*. Recuperado de <https://www.portafolio.co/negocios/empresas/belcorp-secreto-encantar-trabajadores-49044>
- Belcorp (s/f) Estrategia de gamificación. Documento interno. Lima.
- Cohen, E., & Martínez, R. (2004). Manual de formación, evaluación y monitoreo de proyectos sociales.
- Fernandez Carballo, R. (2001) La entrevista en la investigación cualitativa. *Revista Pensamiento Actual*. Universidad de Costa Rica. Vol. 2 No. 3.  
<https://revistas.ucr.ac.cr/index.php/pensamiento-actual/article/view/8017>
- Fundación CODESPA (2012). Voluntariado Corporativo para el Desarrollo. Edición CODESPA. Recuperado de <https://www.codespa.org/app/uploads/voluntariado-corporativo-para-el-desarrollo.pdf>

Galindo Caceres, L. (1998.) Técnicas de investigación en sociedad, cultura y comunicación.

México:

Logman.

pp.33-73

[https://biblioteca.marco.edu.mx/files/metodologia\\_encuestas.pdf](https://biblioteca.marco.edu.mx/files/metodologia_encuestas.pdf)

González Recuero, A. y Utria Puello, J. (2017) *Análisis de los procesos de vinculación laboral(reclutamiento, selección y contratación): Caso de estudio compañía de Puertos Asociados S.A. Puerto de Cartagena*. [Tesis para obtener el título de Bachiller en Administración Industrial, Universidad de Cartagena]. Recuperado de

<https://repositorio.unicartagena.edu.co/bitstream/handle/11227/8038/TESIS%20PLANEACION%20FINAL%20Gonz%C3%A1lez%20-%20Utria.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Hernandez-Sampieri, R. (2018) Metodología de la investigación: las rutas cualitativa, cualitativa y mixta. McGraw Hill Education.

[https://pucp.ent.sirsi.net/client/es\\_ES/campus/search/detailnonmodal/ent:\\$002f\\$002fSD\\_ILS\\$002f0\\$002fSD\\_ILS:615873/one](https://pucp.ent.sirsi.net/client/es_ES/campus/search/detailnonmodal/ent:$002f$002fSD_ILS$002f0$002fSD_ILS:615873/one)

Lemonche, P. (s/f). Voluntariado Corporativo. Un Puente de Colaboración entre la Empresa y la Sociedad. Forética.

Londoño, O., Escobar, M. (2017). Colaborador social de conocimiento: Noción desde la teoría del capital intelectual. Revista de Pedagogía, 38(102), 276-305. Recuperado de

<https://www.redalyc.org/pdf/659/65952814014.pdf>

Melgarejo, L. M. V. (1994). Sobre el concepto de percepción. Alteridades, (8), 47-53.

Recuperado de:<https://alteridades.izt.uam.mx/index.php/Alte/article/viewFile/588/586>

Pachón, J. (2021). El colaborador es el aliado número uno que tiene una empresa; es decir, son el capital humano encargado de agilizar procesos y optimizar el modelo de



negocio de la organización. Revista Salvadora. Recuperado de <https://zalvadora.com/noticias/por-que-un-colaborador-es-el-elemento-mas-important-e-de-una-organizacion-para-el-2021>

Perez, F. (s/f). Planificación y Elaboración Proyectos. Consejo Estatal de Estudiantes de Medicina, pp. 2-15.

Perú 21 (06 de mayo del 2022). Lurín: Voluntarios recolectan más de 200 kilos de basura en jornada de limpieza en playa San Pedro. Recuperado de <https://peru21.pe/lima/lurin-voluntarios-recolectan-mas-de-200-kilos-de-basura-en-jornada-de-limpieza-en-playa-san-pedro-belcorp-lurin-playa-san-pedro-limpieza-residuos-noticia/>.

Perú 21 (20 de Setiembre del 2022). Belcorp dona ludoteca a niños de San Juan de Miraflores. Recuperado de <https://peru21.pe/cultura/ludoteca-belcorp-belcorp-dona-ludoteca-a-ninos-de-san-juan-de-miraflores-noticia/>.

PNUD (2018). Primer Informe Del Estado del Voluntariado Corporativo En El Perú. Recuperado de <https://www.undp.org/es/peru/publications/primer-informe-del-estado-del-voluntariado-corporativo-en-el-per%C3%BA>

Rios, E., Páez, H., y Barbos, J. (2020). Estrategias de Comunicación: diseño, ejecución y seguimiento. Redipe: Red Iberoamericana de Pedagogía.

Salazar, J., Montero, M., Muñoz, C., Sánchez, E., Santoro, E., & Villegas, J. (2015).

Percepción social. Recuperado de:

[http://metabase.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/1059/264\\_3.pdf](http://metabase.uaem.mx/bitstream/handle/123456789/1059/264_3.pdf)

Sandoval Casilima, C. (1996) Investigación Cualitativa. Instituto Colombiano para el fomento de la educación superior. Recuperado de:

[http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2815/1/Investigaci%  
%b3n%20cualitativa.pdf](http://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/2815/1/Investigaci%c3%b3n%20cualitativa.pdf)

Sajardo, A. y Serra, I. (2008). Avances recientes en la investigación económica sobre el voluntariado: valoración económica del trabajo voluntario, costes de gestión del voluntariado y voluntariado corporativo. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, núm. 63, pp. 191-225. Centre International de Recherches et d'Information sur l'Economie Publique, Sociale et Coopérative Valencia, Organismo Internacional. Recuperado de

<https://www.redalyc.org/pdf/174/17412307008.pdf>

Sherif (1976) citado por Gairin, J (1990) Las actitudes en educación. Editorial Boixareu Universitaria. España. Recuperado de:

[https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=0Ntm8RyEYnYC&oi=fnd&pg=PA19&dq=actitudes+que+son&ots=zVLGCPnLQX&sig=LfN3fGbbw22mQdR8eZBiQ67flYQ&redir\\_esc=y#v=onepage&q=actitudes%20que%20son&f=false](https://books.google.com.pe/books?hl=es&lr=&id=0Ntm8RyEYnYC&oi=fnd&pg=PA19&dq=actitudes+que+son&ots=zVLGCPnLQX&sig=LfN3fGbbw22mQdR8eZBiQ67flYQ&redir_esc=y#v=onepage&q=actitudes%20que%20son&f=false)

## Anexos

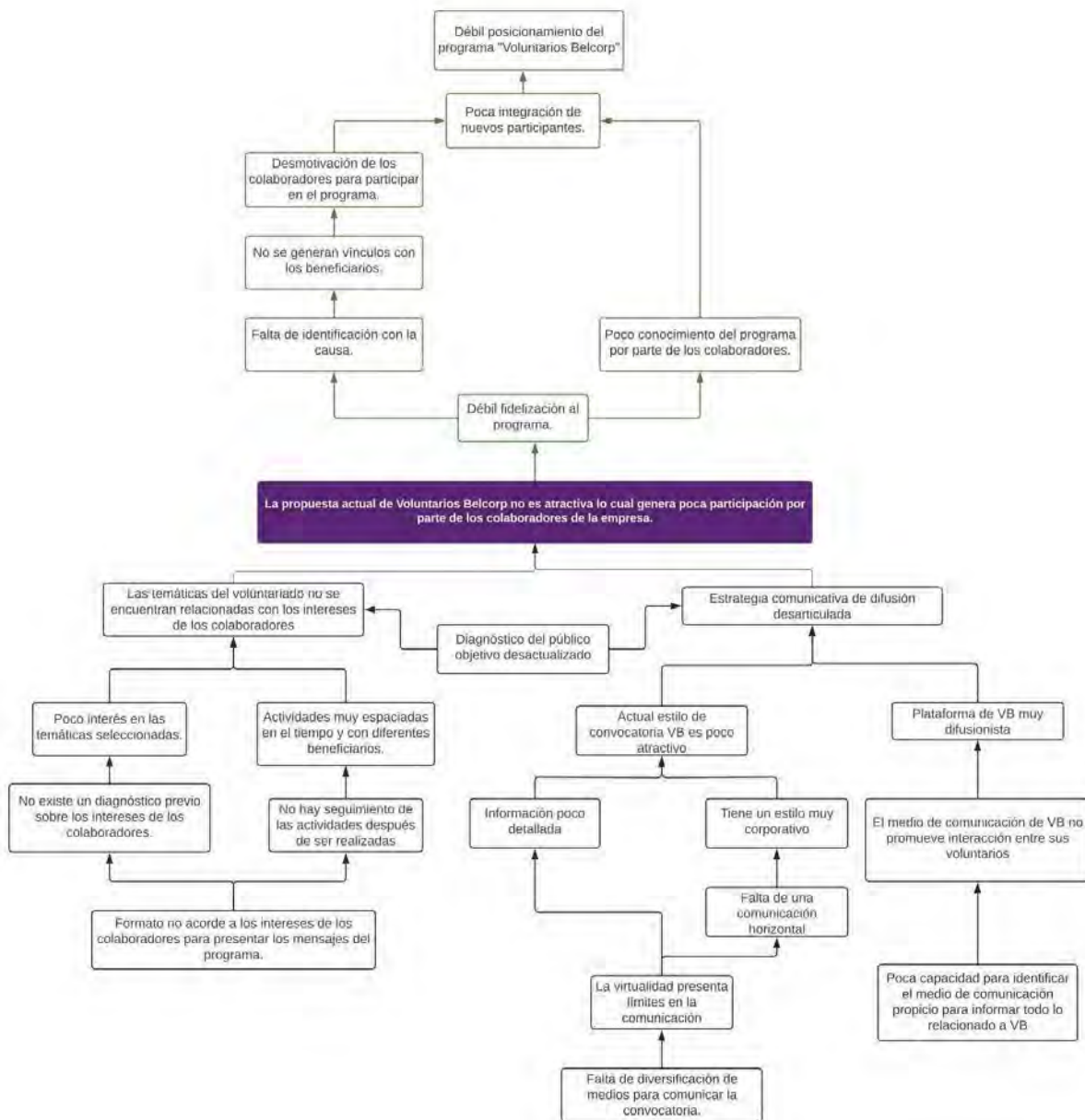
## 1. Matriz de investigación

1.	Enfoque	Cualitativo		
2.	Método	Etnografía		
3.	Problema	La propuesta actual (temática, convocatoria, medios de comunicación e incentivos) de Voluntarios Belcorp no es atractiva lo cual genera poca participación por parte de los colaboradores de la empresa.		
4.	Pregunta	¿Cómo perciben los colaboradores de Belcorp la actual propuesta de Voluntarios Belcorp?	Hipótesis	Los colaboradores de Belcorp perciben que la actual propuesta de Voluntarios Belcorp no considera sus intereses en torno a las temáticas en su estrategia de comunicación.
5.	Objetivos	Describir la actual propuesta de Voluntarios Belcorp en relación a sus temáticas y estrategia de comunicación por parte de la empresa.	Categorías (por objetivo)	Voluntariado Belcorp, temáticas de voluntariado, estrategia de voluntariado

		Conocer las percepciones, actitudes y prácticas de las y los colaboradores de Belcorp para vincularse con la actual propuesta de VB.		Interés, sostenibilidad y participación
		Caracterizar el concepto de voluntariado corporativo para el desarrollo desde la perspectiva de los colaboradores.		Propuesta de Voluntarios Belcorp (VB), Actividades de un proyecto, Estrategia de comunicación, Colaboradores Belcorp Perú, Vinculación, Percepciones, Actitudes, Prácticas, Voluntariado corporativo.
<b>6.</b>	<b>Universo</b>	Colaboradores Belcorp participantes y no participantes del voluntariado	<b>Muestra</b>	Interesados en el voluntariado Belcorp
<b>7.</b>	<b>Técnicas</b>	Cuestionario y entrevistas a profundidad	<b>Instrumentos</b>	Guía de cuestionario y entrevista.

## 2. Árbol de problemas

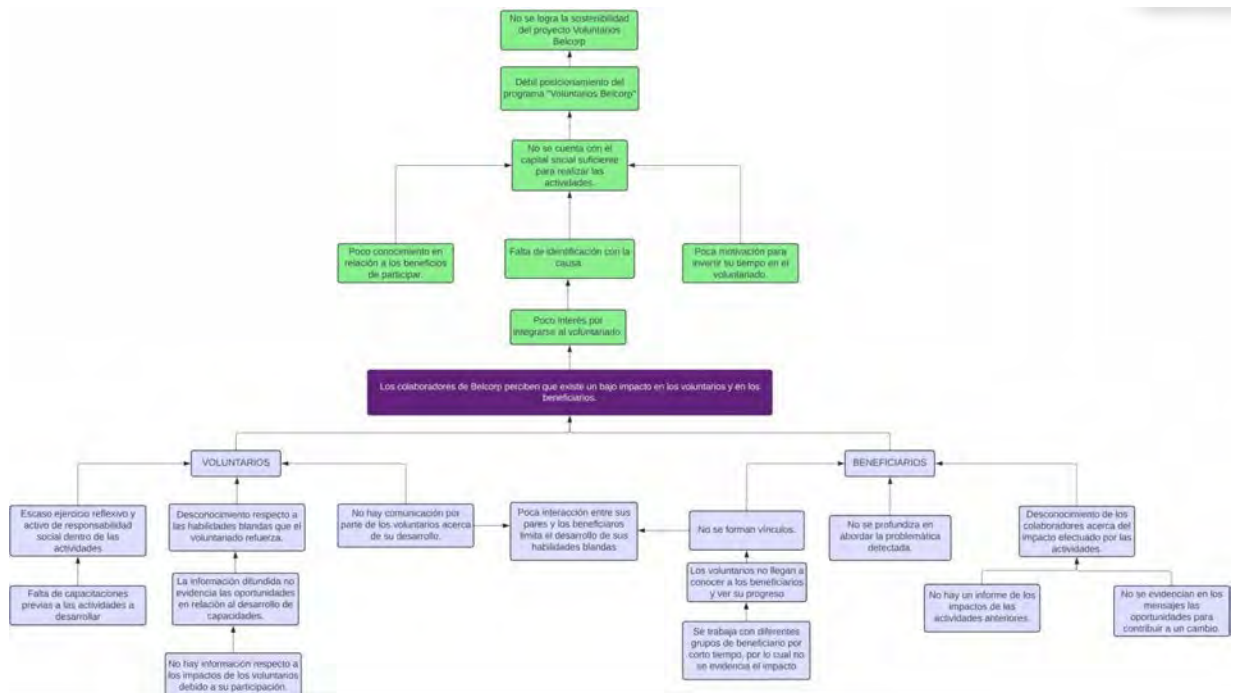
### a. Problema de diagnóstico:



Link:

[https://lucid.app/lucidchart/a74bb50e-38ef-4a7d-8c50-51227e112664/edit?viewport\\_loc=28%2C64%2C2041%2C972%2C0\\_0&invitationId=inv\\_395eb02d-808e-4a2e-a8b9-d3cd7a280ca7#](https://lucid.app/lucidchart/a74bb50e-38ef-4a7d-8c50-51227e112664/edit?viewport_loc=28%2C64%2C2041%2C972%2C0_0&invitationId=inv_395eb02d-808e-4a2e-a8b9-d3cd7a280ca7#)

## b. Problema de comunicación:



Link:

[https://lucid.app/lucidchart/a74bb50e-38ef-4a7d-8c50-51227e112664/edit?viewport\\_loc=-656%2C77%2C1947%2C927%2Ch4cU2rCKWtZh&invitationId=inv\\_395eb02d-808e-4a2e-a8b9-d3cd7a280ca7#](https://lucid.app/lucidchart/a74bb50e-38ef-4a7d-8c50-51227e112664/edit?viewport_loc=-656%2C77%2C1947%2C927%2Ch4cU2rCKWtZh&invitationId=inv_395eb02d-808e-4a2e-a8b9-d3cd7a280ca7#)

### 3. Matriz de mapeo de actores

Actor	Objetivo principal del actor	Impacto positivo o negativo	Capacidad/motivación para solucionar problemas	Relación con otros actores
Belcorp Perú (empresa)	<p>Posicionarse como una empresa responsable tanto social como ambientalmente.</p> <p>Promover valores de la empresa en colaboradores.</p>	<p>Impacto positivo al capacitar a sus colaboradores, generando un equipo de personas que practiquen los valores de la empresa tanto dentro como fuera de ella.</p>	<p>Belcorp tiene una alta motivación para lograr que sus colaboradores se capaciten y practiquen los valores de la empresa. Además, la empresa es quien avala económicamente las actividades de VB.</p>	<p>Su relación con el equipo Fundación Belcorp y con los colaboradores es de apoyo y alianza, ya que Belcorp busca el desarrollo de ambos grupos en pro de la empresa/comunidad Belcorp.</p>
Equipo Fundación Belcorp (organizadores)	<p>Lograr la sostenibilidad del programa, organizar actividades atractivas e impactantes para los</p>	<p>Impacto positivo en la sostenibilidad del programa VB al capacitar a los voluntarios, motivar a los</p>	<p>Alta capacidad para solucionar problemática de comunicación, ya que ellos son los encargados de la comunicación y la</p>	<p>Existe una relación de alianza con Belcorp buscando aportar al posicionamiento e imagen de la empresa; con los Voluntarios</p>

	<p>voluntarios y generar alianzas que acorde a los tres pilares del programa (empoderamiento femenino, cuidado del medio ambiente y educación a todo nivel)</p>	<p>colaboradores a participar y poner en práctica los valores de Belcorp.</p>	<p>estrategia de VB. Además, tienen la capacidad de organizar actividades llamativas que generen un impacto en los beneficiarios y los voluntarios mediante el desarrollo de sus capacidades.</p>	<p>y colaboradores al generar un espacio de aporte social y ambiental, además del desarrollo de sus capacidades y valores; y ONGs con las ONGs al aportar directamente con un público beneficiario.</p>
<p>Voluntarios VB Perú</p>	<p>Ser participantes de las actividades de voluntariado y generar un impacto en el público beneficiario proporcionado por ONGs</p>	<p>Impacto positivo en los voluntarios recibir capacitaciones, desarrollar sus habilidades y capacidades y generar un aporte en el público beneficiario</p>	<p>Los voluntarios tienen la capacidad de motivar a los colaboradores a participar del programa VB. Además, la participación de más voluntarios, propicia la organización de más actividades de VB.</p>	<p>Relación de alianza con con Belcorp al practicar los valores de la empresa y estar en constante capacitación; con el equipo organizador y las ONGs al trabajar en conjunto con ellos a favor de un público beneficiario y con los</p>



				colaboradores al fomentar la integración al programa.
Colaboradores	Cumplir con sus responsabilidades laborales, desarrollar sus capacidades y habilidades, practicar los valores de Belcorp	Impacto positivo en los colaboradores mediante la posibilidad de mejorar sus capacidades y habilidades	Los colaboradores tienen la capacidad de inscribirse en el voluntariado para desarrollar sus capacidades, generar sostenibilidad en VB y aportar a un o más públicos beneficiarios	Relación de alianza con la empresa al cumplir diariamente con sus responsabilidades laborales y cumplir con las metas y valores de la empresa.
ONG: Recicla Latam PE!	Hacer una propuesta pertinente e impactante sobre cuidado del medio ambiente para la actividad de VB. Conseguir un público beneficiario acorde a	Impacto positivo en la ONG y en los beneficiarios, al propiciar un vínculo entre ellos y los voluntarios.	La ONG tiene la capacidad y la motivación de hacer una propuesta acorde a los pilares de Belcorp para capacitar a los voluntarios e iniciar el trabajo integral con un público	Relación de alianza con Organizadores y voluntarios, al trabajar en conjunto a favor de un grupo beneficiario.

	especificaciones. Capacitar a VB.		beneficiario.	
--	-----------------------------------	--	---------------	--

#### 4. User Persona y Journey Map



# PERFIL PERSONA

**IORELLA  
PEREZ**



**¡Vamos  
equipo!**

Todxs podemos  
aportar nuestro  
granito de arena ;)

**Juntxs  
hacemos la  
diferencia**

Es una Ing. Industrial  
feminista de 25 años  
que trabaja en el  
area de Brands en  
Belcorp.

Se vive en San Diego (Chile),  
papá y su hermana mayor  
de 30, le gusta hacer  
yoga, bailar, leer y los  
series, también le gusta  
con las personas  
dentro.

Se caracteriza por ser  
líder, participa mucho  
en reuniones laborales,  
es alegre y le gusta  
planear actividades de  
integración con su  
equipo.

¿Dónde vive?  
¿Qué lo define?

**Seguir  
progresando**

Seguir creciendo  
en Belcorp y que  
mas gente de su  
team se involucre  
en el voluntariado

Poca participación, que los  
demás no  
cumplan con sus  
responsabilidades, no  
puede socializar, no  
participar en alguna  
actividad de voluntariado.

Disfruta de cuidar  
plantas en su casa,  
escuchar podcasts y  
maratonear series  
despues de trabajar.  
Es petlover.

Le gusta ver videos  
de maquillaje y  
skincare, GWM,  
está muy al día en  
tendencias de moda

Su  
mot

Sueñ

**Liderar su  
propio  
proyecto  
Actuar para un  
cambio social**

Miedo a perder su  
empleo, muy  
perfectionista, le teme  
al fracaso. No posee un  
balance entre su vida  
personal y su trabajo.

No poder  
organizarse bien  
para alcanzar a  
realizar todas las  
actividades que  
desea hacer.

Autodidacta, fan  
de los cursos  
online, le gusta  
estar en  
constante  
aprendizaje.

Lleva tres años  
con su  
enamorado y  
aspiran a  
mudarse juntos  
mas adelante.

Nombre  
**DANIELA PALACIOS**



El único obstáculo para cumplir tus metas eres tu mismo.

Aquí frase

Es una publicista de 30 años, lleva trabajando en Belcorp dos años.	Madre soltera, vive con su hijo de 8 años en un departamento alquilado en Surco.	Le gusta salir a caminar, llevar a su hijo al parque y tiene una gran pasión por el maquillaje. Además, le gusta mucho los animales y, actualmente, tiene 2 gatos y un perro.
Mantiene contacto con sus amigas de la u y se reúnen frecuentemente en un bar los fines de semana.	Le gusta asistir a charlas para aprender y crecer personal y profesionalmente.	Se caracteriza por ser creativa, analítica, organizada, líder y autoexigente.

m Ofrecerle un buen futuro a su hijo. ...

Lograr ser una publicista reconocida en el rubro.	Jubilarse joven para viajar y conocer el mundo.
Generar un impacto social grande con su carrera.	Crear su propia agencia de publicidad

No crecer profesionalmente tanto como sus compañeros de trabajo, a los cuales admira.	Que su hijo no tenga una figura paterna y no tener con quién compartir la responsabilidad de la crianza	No llegar a cumplir las expectativas que su entorno cercano tiene sobre ella. ...
Le teme al fracaso y perder su empleo.	Temor de que algo repentino le pase y exista la posibilidad de dejar solo a su hijo	







## 5. Guía de entrevista (colaboradores)

### 5.1. Voluntarios

**Duración:** 30 - 40min

**Fecha:** dd ## de septiembre del 2022.      **Hora:** x:00 - x30 pm/am

**Responsables:**

- Gloria Calero
- Maria Paz Avila
- Lesly Agurto
- Judith Balbin
- Pierina Kingkee

**Guía de preguntas: (personales)**

- + Nombres:
- + Edad:
- + Tiempo de voluntariado:
- + Área:
- + VP:

**Guía de preguntas: (relacionadas al voluntariado)**

1. ¿Cómo te enteraste de la convocatoria de Voluntarios Belcorp? ¿Cuáles son los medios de comunicación más utilizados por Belcorp para realizar la convocatoria?
2. ¿Qué es lo que te motivó a formar parte de Voluntarios Belcorp?

3. ¿Cómo describirías tu experiencia en Voluntarios Belcorp?
  - a. ¿Cuáles fueron tus primeras impresiones al formar parte de este voluntariado?
4. En la actualidad, ¿En qué actividad estás participando?
  - a. ¿Por qué elegiste esta actividad ? ¿Qué te motivó a participar?
  - b. ¿Cuáles son las principales actividades que realizas dentro de este proyecto?
  - c. ¿Cómo describirías tu relación con los beneficiarios? ¿Tienen contacto directo con ellos o cuentan con algún mediador?
  - d. ¿Cómo percibes el ambiente de “trabajo” junto a los colaboradores?  
Describirlo
5. ¿Te sientes satisfecho con las capacitaciones que recibes para poder realizar tus labores dentro del proyecto?
6. ¿Cómo es la comunicación dentro de Voluntarios Belcorp?
  - a. ¿Cuáles crees que son las principales debilidades y/o fortalezas que puedes resaltar dentro de la organización?
  - b. ¿Consideras que los medios por los que se comunican y cómo son utilizados son los más idóneos?
7. ¿Cuáles crees que han sido los principales aprendizajes en tu labor de voluntariado?
8. Respecto al reconocimiento a los voluntarios - Workplace
  - a. ¿Qué tan motivado te sientes cuando recibes los reconocimientos (“incentivos”) brindados por Voluntarios Belcorp? ¿Por qué?



- b. ¿De qué manera crees que este reconocimiento influye en tu labor de voluntariado?
- c. ¿Consideras que hay otros aspectos que te motiven a seguir participando en Voluntarios Belcorp?
9. De los tres pilares con los que trabaja Belcorp: educación, empoderamiento femenino y cuidado del medio ambiente, ¿con cuál te identificas más? ¿Por qué?
10. ¿Cuál de estas temáticas te hubiera gustado trabajar más? ¿Por qué?
- Emprendimiento femenino
  - Violencia/roles de género
  - Educación sexual integral
  - Educación ambiental (Segregación de residuos, cuidado de recursos hídricos, etc.)
  - Acceso a la educación
11. De acuerdo a tu experiencia, ¿preferirías realizar las actividades por un corto tiempo (un día) o durante un periodo más largo (sostenible)? ¿Por qué?
12. ¿Cuáles crees que han sido los principales retos que has afrontado en tu labor de voluntario?
- ¿Existe algún factor que te disguste/no te agrade del voluntariado?
13. ¿De qué manera ha impactado tu participación en el voluntariado tanto en tu ámbito profesional y/o personal?

## 5.2. No Voluntarios

Duración: 30 - 40min

Fecha: dd ## de septiembre del 2022. Hora: x:00 - x30 pm/am

Responsables:

- Gloria Calero
- Maria Paz Avila
- Lesly Agurto
- Judith Balbin
- Pierina Kingkee

1. Presentación:

- Nombre:
- Edad:
- Área:
- VP:
- Tiempo en Belcorp:

## I. VOLUNTARIADO

2. ¿Alguna vez has participado en alguna actividad de voluntariado? (general)
  - a. ¿Por qué te animaste a participar?
  - b. ¿Qué fue lo que más te gustó de esa experiencia que te gustaría que se replicara en Belcorp?

## 3. ¿Tienes conocimiento del programa de Voluntarios Belcorp?

## a. Si tienes, ¿Cómo te enteraste?

- Correo
- Compañeros de trabajo
- Por cuenta propia
- Banner en tu piso
- Workplace

## b. Si no tiene, explicarle un poco del voluntariado (Preparar material: correos, ppts, etc)

SI TIENEN CONOCIMIENTO	NO TIENEN CONOCIMIENTO
4. ¿Cuáles son tus principales razones por las que no te encuentras interesado en participar?	4. Luego de lo que te hemos podido mostrar, ¿Participarías en el voluntariado de Belcorp? ¿Por qué?

## 4. En función a los pilares Belcorp (Empoderamiento femenino, educación para todos y medio ambiente, ¿Qué temáticas son las que más te llaman la atención y te invitarían a participar?

- Emprendimiento femenino
- Deporte femenino (Fundación Flama)
- Violencia / Roles de género

- Educación sexual Integral en escuelas (Juntas, YPSE)
- Acceso a la educación (distancia / aparatos tecnológicos\*)
- Educación ambiental (importancia del medio ambiente, etc)

## II. CONVOCATORIA

5. ¿Qué opinas de la actual estrategia de convocatoria de VB?
6. ¿Cómo crees que podría ser la convocatoria para que sea atractiva? // ¿De qué otra manera crees que podrían atraer personas para sumarse?
7. ¿Cómo crees que podría ser la comunicación para que te llame la atención y te motive a participar?

## III. ACTIVIDADES

8. Actualmente, Belcorp tiene el sig. modelo de gamificación ¿Cómo calificarías a este método de reconocimiento? Te parece positivo, negativo, te encuentras en contra, a favor.. etc.
  - a. ¿De qué otra manera te gustaría que fuera el reconocimiento
9. ¿Cuánto tiempo estarías dispuesto a dedicarle a una salida de voluntariado?
  - Dos o tres horas
  - media mañana
  - media tarde
  - todo un día

10. ¿Te gustaría que las actividades fueran sostenidas (varias veces al año con un mismo proyecto u organización) o que fuera por un día específico? ¿Por qué?

## 6. Guía de entrevista (responsables de Voluntarios Belcorp)

### Guía de entrevista a Belcorp (Clima y Cultura)

- ¿Cuál es su concepto de voluntariado corporativo? (nociones)
- ¿Voluntarios Belcorp es considerado un voluntariado corporativo? ¿A qué modelo de voluntariado corporativo hace referencia?
- ¿Por qué lo hacen fuera del horario laboral?
- ¿De qué manera el voluntariado está alineado con los propósitos (backbone) de Belcorp?
- ¿Cuál fue el propósito de la creación de VB? ¿Cómo nace esta idea y en qué año?
- ¿Cuáles son sus objetivos con VB?
  - a. ¿De qué manera consideran que se están logrando?
  - b. ¿Cómo miden los impactos?
- ¿Cuál es su público objetivo? ¿Qué buscan de ellos?
- ¿De qué forma VB responde a los objetivos que buscan con los colaboradores?
- ¿Qué habilidades blandas consideran que sus voluntarios desarrollan en VB?
- ¿Por qué no cuentan con un espacio de difusión de VB, como en una sección dentro de su página web?
- ¿En qué consiste su estrategia de voluntariado?

- ¿Cómo se financia Voluntarios Belcorp? ¿Se cuenta con un presupuesto, de cuánto?  
Necesitamos el dato exacto o un aprox.
- ¿Cuáles son las principales diferencias entre el voluntariado en Perú y el de otros países (por ejemplo: Ecuador, Colombia, Chile)
- ¿Cómo se generan las alianzas de VB? y ¿cuantos aprox se necesitan por actividad?

## 7. Formulario para colaboradores Belcorp

### FORMULARIO (VOLUNTARIOS)

Nombres:

1. ¿En qué VP/Área de Belcorp trabajas?
2. ¿Has participado como voluntario de Voluntarios Belcorp? SI/NO
3. ¿Cómo te enteraste de Voluntarios Belcorp?
4. ¿Por qué te animaste a participar?
  - Para potenciar mi CV
  - Porque me interesa la labor social de la empresa (campos de acción)
  - Porque siempre me ha gustado hacer voluntariado
  - Porque quería hacer amigos/amigas
  - Por que me interesa el tema que se aborda
5. ¿Cuáles son los campos de acción en los que estás/estuviste involucrado?  
(puedes marcar más de dos opciones)
  - Empoderamiento femenino

- Educación a todo nivel
- Cuidado del planeta

6. Estos campos temáticos llaman mi atención porque...

- Me siento identificado/a con estos temas
- Ya he trabajado con estas temáticas y quisiera seguir haciéndolo
- Tengo una particular relación con alguna problemática de este tipo
- Son temas en los cuales creo que puedo aportar
- Creo que son temas importantes

7. Respecto al reconocimiento a los voluntarios en Workplace, en una escala del 1 al 5 ¿qué tan motivado te sientes cuando recibes este incentivo?

8. En una escala del 1 al 5 ¿Qué tanto crees que este reconocimiento influye en tu labor de voluntario?

9. De acuerdo a tu experiencia, ¿qué preferirías?

- Actividades por un corto tiempo (un día) con varias temáticas
- Actividades durante un periodo más largo (sostenible) con una sola temática

10. Respecto a tu respuesta anterior. ¿Por qué?

- Por temas de tiempo
- Por las actividades
- Por las temáticas

- Permite generar más impacto (períodos de 1-2 meses, 1 vez al mes)
- Por la constancia y el seguimiento a una problemática

11. ¿Cuál de estas temáticas te hubiera gustado trabajar más?

- Emprendimiento femenino
- Violencia / roles de género
- Educación sexual integral en escuelas
- Educación ambiental (segregación de residuos, entre otros)
- Deporte femenino
- Otros

12. En una escala del 1 al 5, ¿qué tanto ha impactado tu participación en el voluntariado tanto en tu ámbito profesional y/o personal?

13. De la pregunta anterior, ¿por qué?

14. ¿Cómo mejorarías la experiencia de voluntariado Belcorp?

### **NO VOLUNTARIOS**

#### **I. VOLUNTARIADO**

1. ¿Alguna vez has participado en una actividad de voluntariado?. Si has participado, ¿Qué fue lo que te motivó?



2. ¿Qué fue lo que más te gustó de esa experiencia que te gustaría que se replicara en Belcorp?
3. ¿Conoces del programa de Voluntarios Belcorp?
  - a. Sí
  - b. No
4. Si lo conoces, ¿Cómo te enteraste?
  - a. Correo electrónico
  - b. Compañeros de trabajo
  - c. Banners en mi piso
  - d. Workplace
  - e. Por mi cuenta
  - f. Otro
5. ¿Por qué razón(es) no te has animado a participar?
  - a. Falta de tiempo
  - b. No me atraen las actividades propuestas
  - c. No estaba enterado/a
  - d. No considero que tenga un impacto en mí
  - e. Otro
6. ¿Cuáles serían las razones por las que te animarías a participar en el voluntariado de Belcorp?

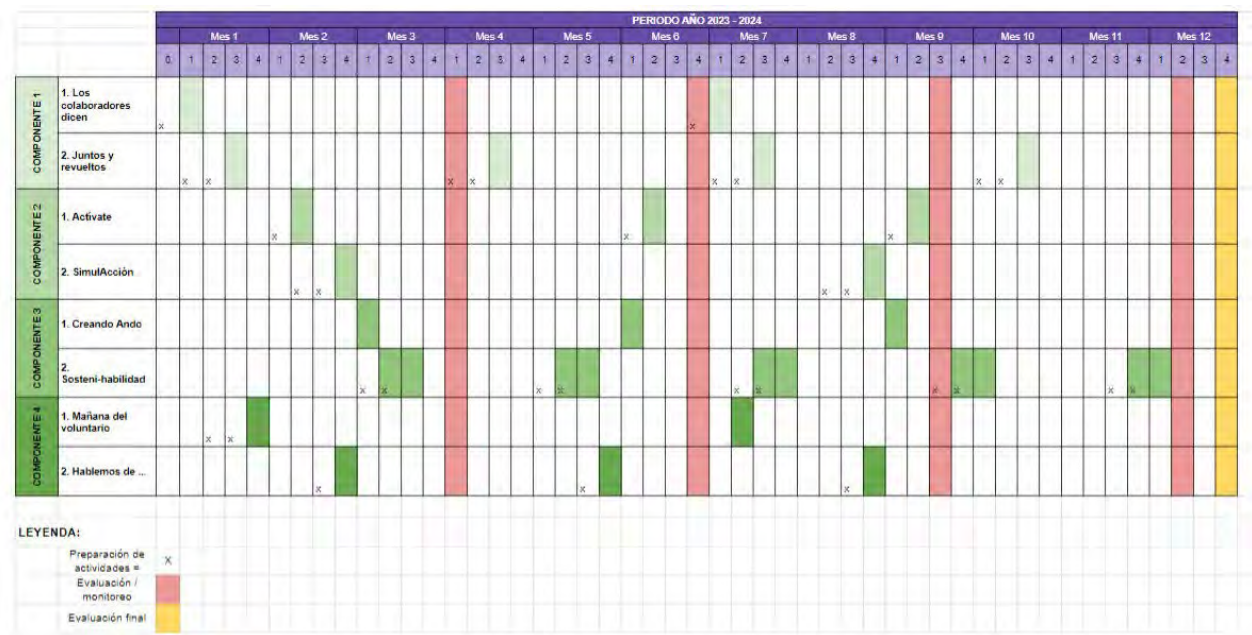
- a. Me siento identificado con las temáticas
  - b. Hacer networking
  - c. Ayudar a una causa social
  - d. Para invertir mi tiempo libre en una buena causa
  - e. Otro
7. En función a los pilares Belcorp (Empoderamiento femenino, educación para todos y medio ambiente), ¿Qué temáticas son las que más te llaman la atención y te invitarían a participar?
- a. Emprendimiento femenino
  - b. Deporte femenino
  - c. Violencia de género
  - d. Educación sexual integral en las escuelas
  - e. Acceso a educación
  - f. Educación Ambiental
  - g. Otro

## **II. CONVOCATORIA**

1. ¿Qué opinas de la actual estrategia de convocatoria de VB?
  - a. Es poco atractiva
  - b. Es creativa
  - c. No es amigable

- d. Es constante
  - e. Otro
2. ¿De qué otra manera crees que podrían atraer personas para sumarse?
- a. Intervenciones en el área de trabajo
  - b. Mural informativo de VB
  - c. Coffee Break con VB
  - d. Material audiovisual de organizado
  - e. Otro
3. ¿Cuánto tiempo estarías dispuesto a dedicarle a una salida de voluntariado?
- 2 a 3 horas
  - Media mañana
  - Media tarde
  - Todo un día
4. ¿Cómo te gustaría que fueran las actividades?
- a. Varias actividades con el mismo grupo de beneficiarios
  - b. Solo por un día (distintos beneficiarios durante el año)

## 6. Cronograma de actividades



## 7. Presupuesto

<b>PRESUPUESTO</b>		
<b>I. Personal</b>	69.813,32	48,7 %
<b>II. Gastos Generales</b>	0,00	0,0 %
<b>III. Gastos Operativos</b>		
Materiales	714,50	
Utiles de oficina	282,50	
Refrigerio	1.425,00	
Movilidad	1.400,00	
Honorarios	55.750,00	
Alquiler	4.600,00	
Evaluación Final	8.000,00	
	72.172,00	50,3 %
<b>IV. Inversiones</b>	1.449,00	1,0 %
<b>TOTAL</b>	143.434,32	100,00 %



adquieren al participar en el voluntariado.

### **Actividad 1: “Los voluntarios dicen...”**

**Objetivo de la actividad:** Lograr que los colaboradores identifiquen los beneficios que adquieren al participar en Escuadrón Belcorp de manera dinámica y entretenida.

*Indicador 1: Nivel de conocimiento de los colaboradores respecto a los beneficios que obtienen de un voluntariado*

#### **1. CUESTIONARIO**

Responde las siguientes preguntas brevemente. Puedes utilizar bullets/guiones para desarrollar tu respuesta.

- a. Explica qué es un voluntariado para ti
- b. ¿Cuál consideras que es el beneficio principal que te puede ofrecer un voluntariado?
- c. Resume en una palabra la labor del voluntario Belcorp
- d. Menciona 3 beneficios personales que consideras que puedes adquirir participando en el voluntariado
- e. Menciona 3 beneficios laborales que consideras que puedes adquirir participando en el voluntariado

*Indicador 2: Número de asistentes que valoran como beneficioso el nuevo voluntariado.*

#### **2. SONDEO**

Califica del 1 al 5, siendo 1 totalmente en desacuerdo y 5 totalmente de acuerdo, las siguientes premisas.

1. El voluntariado ...

La nueva estrategia de voluntariado podría...	Totalmente desacuerdo	En desacuerdo	Neutral	De acuerdo	Totalmente de acuerdo
Generar un mayor impacto en una población beneficiaria/contribuir al cambio social					
Ser una oportunidad de desarrollar más mis habilidades blandas					
Contribuir a superar los retos que se presenten en el trabajo					
Mejorar los lazos de compañerismo con los colegas					
Permitirme vivir una experiencia de voluntariado diferente					

**Actividad 2**

GUÍA PARA EL REGISTRO DE LAS OBSERVACIONES DE **HABLEMOS DE**

<b>Nombre de la observadora</b>			
<b>Situación a observar</b>			
<b>Fecha</b>			
<b>Hora de inicio</b>		<b>Hora de fin</b>	

- Objetivo de la Actividad: promover el diálogo e interacción del grupo en torno al eje de la actividad con beneficiarios.
- Indicador: número de voluntarios que interactúan y se comunican asertivamente
- Resultado esperado: 38 de 40 voluntarios se comunican de forma adecuada para reflexionar e interactuar con su equipo para poder lograr un objetivo en común.

**ETAPA 1 - Quien quiere ser Millonario:** 10 participantes → 2 grupos de 5

### FICHA 1

#### Trabajo en equipo

- ❖ ¿Todos los integrantes participan proponiendo ideas?
- ❖ ¿Todos los integrantes participan para llegar a un acuerdo en común?
- ❖ ¿Todo el equipo apoya al logro de sus objetivos?



## Liderazgo

- ❖ ¿Los participantes son capaces de solucionar problemas?
- ❖ ¿Cuántos participantes cuentan con iniciativa?
- ❖ ¿Los participantes cumplen un rol de moderador?

## FICHA 2

### Escucha activa a las distintas miradas y opiniones de las participantes

#### - Reacción empática frente a una opinión o relato:

- ❖ ¿Las participantes piden expresarse a través de la reacción “levantar la mano” en Zoom?
- ❖ ¿Las participantes participan por el chat interno de Zoom para acompañar opiniones?

#### - Apoyo mutuo y reacción empática

- ❖ ¿Las participaciones utilizan reacciones de emoticones o símbolos mediante la plataforma ante alguna propuesta compartida?
- ❖ ¿Otras participantes se animan a compartir sus experiencias?
- ❖ ¿Se presenta una escucha activa sin interrupción para dejar terminar la idea?
- ❖ ¿Los participantes se ríen cuando se cuenta algo gracioso y muestran facciones tristes cuando se cuenta algo sensible?

## 9. Evidencias

- Evidencias del proyecto Escuadrón Belcorp:

<https://drive.google.com/drive/folders/1ddu9hy8c9TXXDPXUostdaoliD4UaKznm?usp=shari>

[ng](#)

