

Voluntariado corporativo: de la voluntad a la realidad

14 de abril de 2010

Fidelizar a los empleados y mejorar la reputación son las dos ventajas principales del voluntariado corporativo. Sin embargo, su presencia en las empresas es todavía escasa.

En España, más de un millón de personas colaboran como voluntarios en entidades de acción social. Nuestro país cuenta, además, con un Plan Estatal de Voluntariado 2005-2009 del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales en el que se han desarrollado diversas áreas de sensibilización, apoyo y coordinación entre los distintos agentes involucrados.

Cuando nos referimos al ámbito empresarial, el voluntariado todavía es un fenómeno incipiente. Sin embargo, cada vez son más las empresas preocupadas por las realidades, necesidades y problemas de las personas que conforman su entorno, de ahí que pongan en marcha iniciativas de acción social.

El Observatorio de Voluntariado Corporativo, una iniciativa del IESE y Cooperación Internacional ONG, auspicia el "[Informe voluntariado corporativo en España 2009](#)", cuyo objetivo es sensibilizar sobre el valor y la importancia del voluntariado y conseguir la implicación de las empresas como muestra de su firme compromiso social.

El estudio analiza los programas y acciones de voluntariado corporativo de empresas de más de 500 trabajadores de sectores tan diversos como banca, alimentación, construcción, medios de comunicación o química para determinar cuáles son los aspectos más relevantes que entran en juego a la hora de desarrollar actividades de este tipo.

¿Qué es el voluntariado corporativo?

Según la Ley Estatal 6/96 Reguladora del Voluntariado, se trata del conjunto de actividades de interés general desarrolladas por personas físicas que no se realicen en virtud de una relación laboral, funcionalidad, mercantil o cualquier otra retribuida. El voluntariado corporativo, específicamente, se refiere al desarrollo de dichas actividades bajo un impulso promovido por las empresas en las que trabaja la persona.

En España, según los datos del informe, el 70,3% de las empresas con más de 500 empleados que conforman la muestra desarrollan voluntariado corporativo. La cifra ha aumentado en diez puntos porcentuales respecto al año anterior. Las ciudades con más actividad de voluntariado corporativo son Madrid (7,92%), Barcelona (4,18%), Valencia (2,86%) y Sevilla (1,32%), que coinciden con las capitales de provincia con un mayor desarrollo empresarial e industrial de nuestro país.

Los motivos por los que un 30% de las empresas no realizan este tipo de actividades son varios. Destaca el hecho de que la empresa no se lo haya planteado (34,8%): que existen otras prioridades que impiden llevar a cabo este tipo de programas (26,1%); desconocimiento (17,4%); falta de recursos (8,7%) o de tiempo (13%). Resulta significativo que el 4,3% de empresas considere innecesario desarrollar voluntariado corporativo en sus empresas.

Ventajas para la empresa

Estas empresas quizás se replanteen el tema cuando conozcan las ventajas que supone promover el voluntariado corporativo internamente. En primer lugar, se genera un orgullo de pertenencia entre los empleados. Así lo manifiesta el 38% de los encuestados.

Para el 34,7% de ellas, el hecho de asistir con los compañeros de trabajo a una situación inusual y compartir con ellos la experiencia del voluntariado tiene como consecuencia la superación de las posibles diferencias entre empleados.

Por último, el 24,5% de los encuestados valora la aportación de la empresa en el ámbito social a la hora de tomar decisiones sobre su desarrollo profesional; la empresa debería tener en cuenta este dato si quiere retener talento.

A la hora de diseñar un programa de voluntariado en la empresa, uno de los aspectos más relevantes a tener en cuenta es el colectivo al que se destina y presta el servicio para que los

empleados estén motivados. El tipo de beneficiarios al que suelen ir dirigidas este tipo de acciones son infancia y juventud (70,9%), personas discapacitadas (63,6%) y de tercera edad (41,8%).

Planificación y desarrollo

El voluntariado corporativo, como toda actividad que realiza la empresa, requiere una estrategia y una planificación, si bien en la mayoría de casos este fenómeno ha surgido de forma espontánea. De ahí que no esté claro cuál es el departamento responsable: el de Comunicación, en el 29,7% de los casos; el de RRHH, en el 27%, y el de RSC, en el 21,6%.

En cuanto al modelo de gestión predominante, en un 51,4% se trata de modelos mixtos, en los que la entidad benéfica y la empresa intervienen de manera conjunta en todas las tareas relacionadas con la organización de las actividades de voluntariado de los empleados. Así también se consigue contar con sus propias iniciativas (91,7% de los casos). Los resultados son muy positivos, ya que, al mismo tiempo, se refuerza su implicación.

Un gran número de empresas cuentan con métodos que permiten realizar un seguimiento y valoración de los programas de voluntariado por parte de la organización. El 78,9% evalúan la satisfacción de los empleados, y el 59,5%, el de la entidad benéfica.

Ninguna de las empresas estudiadas en el "Informe voluntariado corporativo en España 2009" realiza una valoración negativa de este tipo de actividades. Por el contrario, el 51% de las empresas lo valoran satisfactoriamente y el 49% como excelente. Este dato pone de manifiesto que las empresas encuentran en el voluntariado corporativo múltiples beneficios y realizan un balance general muy positivo.

www.iese.edu/es/insight