

Uno de los pilares dentro de la RSC es el fomento del bienestar social, el trabajo con las personas, el desarrollo de proyectos y programas de acción social que involucren al equipo humano de la empresa, para ello es necesario contar con un programa de acción social corporativo estructurado que incluya planes de formación, planes de voluntariado corporativo,...

Objetivos del programa de acción social y beneficios que va a aportar a la empresa:

- Promover la solidaridad y sostenibilidad de la acción social
- Fomento del sentido de responsabilidad hacia la empresa
- Aumento de la confianza y las relaciones entre empleados creando equipos humanos con una tarea conjunta hacia la acción social
- Favorecer nuevas alianzas entre empresas
- Fortalece la imagen corporativa y social de la compañía
- integración de la acción social en la filosofía de la empresa
- Promueve el respeto de los derechos humanos, la diversidad, la interculturalidad...
- Fomento de la educación como agente de cambio
- Compromiso con los grandes retos de la sociedad actual: inmigración, dependencia, desarrollo local: emprendedores, educación...

Es importante la creación de un programa de Voluntariado Corporativo con un diseño adaptado a la imagen de la empresa. El objetivo de dicho programa es ofrecer y sensibilizar a los empleados y directivos de las empresas a participar e involucrarse en la acción social.

El voluntariado corporativo es una forma concreta de colaboración, una herramienta más del programa de Responsabilidad Social Corporativa que las empresas pueden implantar de forma práctica.

Son voluntarios corporativos aquellas personas que promovidas por su empresa realizan acciones de voluntariado en favor de la sociedad, generalmente en su comunidad local, a través de una organización social, y en el marco de un acuerdo de colaboración empresa-entidad social.

No existe una definición única, pero hay cuatro aspectos que son transversales a la mayoría de las definiciones existentes: impulso de la empresa, participación de los trabajadores, acción a través de entidades sociales, comunidad receptora.

El modelo de voluntariado corporativo es un modelo anglosajón, poco arraigado aún en España. En el contexto de la Responsabilidad Social Corporativa, muchas empresas de raíz anglosajona han desarrollado programas de voluntariado corporativo de diferente índole. Precisamente es en este contexto de RSC, donde mejor cabida tiene el voluntariado corporativo, ya que se trata de una herramienta tanto para la empresa como

para las ONG´s, que ayuda a crear una alianza entre ambas entidades, ya que juntas van a tener la oportunidad de compartir sus capacidades mutuamente: conocimientos, talentos, tiempo, recursos humanos, proyectos comunes, etc.....

El sector privado comenzó a interesarse por el voluntariado en los últimos años. Como parte de una estrategia más extensa de inversión comunitaria y como medio de perfeccionamiento del personal y política de Recursos Humanos, las empresas han venido desarrollando planes para apoyar a su personal en actividades voluntarias en la comunidad. Tales planes pueden adquirir formas muy variadas. Algunos empleadores proporcionan tiempo libre remunerado para que su personal lo aporte en una acción voluntaria, otros proveen algún tipo de apoyo o asistencia financiera. Algunos empleadores organizan un plan de voluntariado empresarial, otros prefieren reconocer y apoyar el compromiso ya existente de su personal con organizaciones sin fines de lucro.

Independientemente del modelo, hay indicios que muestran que el voluntariado apoyado por las empresas aumenta las aptitudes, el espíritu de trabajo del personal, y su lealtad con la empresa, así como también mejora la imagen de dicha empresa en la comunidad local.

En el contexto de la RSC, el voluntariado corporativo es una forma de diálogo innovadora de la empresa con sus empleados, donde participan también la comunidad local a través de las entidades sociales. Se trata por tanto, de una línea de actuación con una posible alianza estratégica entre una entidad social.

Los beneficios del voluntariado corporativo

Es indudable que el voluntariado social ha sido un gran beneficio para la sociedad: todos los agentes implicados han ganado, los ciudadanos voluntarios, las entidades sociales y los ciudadanos usuarios receptores de la acción voluntaria.

Por parte de una empresa o de una entidad social, el hecho de plantearse el impulso de un programa de voluntariado corporativo se puede vivir como una carga más. Es evidente que un programa de este tipo requiere de una gestión eficaz y eficiente, y por tanto de “inversión”. Pero aún más importante es tener en el horizonte los beneficios del desarrollo de un programa de este tipo. Desde este punto de vista, ambos (empresa y ONG´s), salen beneficiados: las empresas tienen la oportunidad de canalizar su potencial a través de las ONG´s , y estas tienen la oportunidad de crecer con diferentes tipos de colaboraciones, entre otras, el voluntariado corporativo. Si ambos ganan, ganará la comunidad receptora de la acción voluntaria. Los beneficios son muchos, pero para no extenderme demasiado, destacaré solamente tres beneficios para cada agente implicado:

Para la empresa:

- Contribuye a crear un “clima emocional” positivo en la empresa: dirección y trabajadores comparten unos objetivos solidarios comunes.
- Generan una alianza nueva, basada en la solidaridad entre la empresa y sus empleados.
- Contribuye a crear relaciones horizontales en el entorno laboral, alejándose de las tradicionales relaciones verticales.

Para las entidades sociales:

- Generan alianzas con el sector empresarial que pueden ir más allá de una colaboración puntual con la empresa.
- Suponen una vía innovadora de captación de voluntariado.
- Ayudan a cumplir mejor el objetivo de la entidad.

Para los trabajadores de la empresa:

- Favorece espacios de trabajo donde la comprensión mutua y respeto son la prioridad.
- Permite incorporar en el ambiente laboral aspectos como la solidaridad, que normalmente están vinculados al ámbito personal.
- Supone un espacio diferente donde se tratan aspectos que normalmente el trabajo ordinario no permite.

Para la comunidad local:

- Supone una nueva forma de relación entre la empresa y la sociedad, ya que los empleados se implican en necesidades comunitarias.
- La sociedad recibe de la empresa un retorno a través de la acción voluntaria.
- Genera un sentimiento de proyecto social común.

El impulso de un programa de voluntariado corporativo: elementos clave

Existen diversos aspectos a tener en cuenta para la promoción de un programa de estas características:

1. Políticas:

En primer lugar, se recomienda que tanto la empresa como las entidades sociales establezcan una política interna respecto al voluntariado corporativo. En el contexto de la empresa, el voluntariado corporativo supone una promoción de la persona, de su carácter humano y solidario. Para lograr esto, se requiere de la empresa una política:

- Que genere espacios de participación para los empleados, donde se sientan protagonistas y parte activa del programa
- Que desde la dirección de la empresa se apoye el programa de voluntariado corporativo
- Que facilite a su personal la opción de dedicar unas horas laborables para la realización de acciones voluntarias de carácter solidario
- La empresa establecerá un objetivo marco del programa de voluntariado corporativo, que permite explicar a todo el personal la visión de la empresa respecto al programa. Este objetivo marco puede contener objetivos específicos que pueden

ser aportados por los trabajadores, de forma que contribuyan al proceso de construcción del programa.

Para la entidad social, será conveniente:

- Garantizar los derechos y deberes del voluntariado corporativo, bajo el marco de la Ley estatal del voluntariado
- Estudiar la cobertura jurídica y el seguro de acciones voluntarias
- Adaptar los procesos ordinarios de incorporación a la actividad (captación, formación, seguimiento y evaluación) para los voluntarios corporativos
- Facilitar las herramientas de gestión necesarias para la implementación del proyecto en su red territorial, y recogidos en el acuerdo de colaboración Empresa-Entidad Social

2. Definición de la visión, capacidades y necesidades:

En la fase inicial es básico hacerse estas preguntas: dónde queremos ir (“¿qué queremos ser de mayores?”), con qué contamos y cuál es la necesidad, son tres aspectos fundamentales que la empresa ha de poder plantearse previo a la ejecución de cualquier proyecto. De esta forma, se podrán sentar las bases del proyecto de voluntariado corporativo.

3. Establecer un Acuerdo de colaboración:

Que como mínimo, debería contener:

- Definición del objetivo marco por parte de la empresa
- Definición del alcance del programa: plan de trabajo anual, bianual, etc.....
- Propuesta de estudio sobre que tipo de implicación tendrá la empresa y sus trabajadores (horas laborables, coordinación, etc.....)
- Aspectos legales y prácticos (cobertura seguro, vestuario, confidencialidad datos...)
- Sistema de coordinación Empresa-Entidad Social
- Presupuesto económico
- Modelo de participación de los trabajadores
- Carta de Derechos y deberes del voluntariado

4. Diseñar un plan de trabajo, que contenga:

- Información y captación de posibles voluntarios
- Creación del grupo de voluntarios

- Diagnóstico de necesidades
- Propuesta de actividades
- Formación para la acción
- Incorporación a actividad
- Seguimiento de la actividad
- Evaluación del programa
- Acciones de reconocimiento al voluntariado

La gestión del voluntariado corporativo

Del mismo modo que entendemos y aceptamos que la mejor forma de participar voluntariamente es de forma organizada, el voluntariado corporativo requiere de herramientas útiles para su aplicación, tanto en el ámbito empresarial como en el ámbito de las ONG´s.

La implantación del programa de voluntariado corporativo en una empresa requerirá de la adaptación de las herramientas de gestión del voluntariado tradicional para conseguir éxito de participación y seguimiento en el programa. Aspectos como la captación, la formación específica para los miembros interesados, el proceso de incorporación [acompañamiento] y el seguimiento de la actividad a través de la creación del grupo de voluntariado, la identificación de actividades atractivas para los trabajadores y necesarias para la comunidad, y un largo etcétera, son ejemplos claros que evidencian la necesidad de realizar una gestión específica para un programa de voluntariado corporativo.

Conclusiones

Somos conscientes de las dificultades: resistencias internas y externas al cambio y a una nueva cultura de empresa y de entidad no lucrativa, procesos de construcción lentos, dificultades en la gestión, etc.....Pero no por ello es menos ilusionante, todo lo contrario, se trata de un modelo que plantea una nueva cultura por la cual estamos dispuestos a trabajar, para poner las bases de un modelo de colaboración empresa-entidad social en el ámbito del voluntariado.

El programa de voluntariado corporativo es un proyecto que requiere de una implantación progresiva, por diferentes razones:

Puede generar una oportunidad de diálogo entre diferentes stakeholders: empresarios, alta dirección de la empresa, trabajadores, comités de empresa, sindicatos, patronales, Entidades sin Animo de Lucro, sociedad en general....

Es por tanto, un espacio más de diálogo y construcción de un proyecto común en beneficio de la sociedad.

El proyecto de voluntariado corporativo ha de suponer un aprendizaje para las entidades sociales y para las empresas que lo implanten. Se trata de un proceso de construcción que va a requerir una actitud de aprendizaje constante y actualización según las necesidades, un proceso dinámico y abierto. Ambos, Empresa y entidad social, van a tener la oportunidad de compartir sus conocimientos y su capital humano.

La entidad social tendrá la oportunidad de influir con su cultura e ideología en la empresa, y a su vez la empresa podrá influir con herramientas de gestión útiles para la entidad social. Ambos, deben tener la actitud de compartir de igual a igual. El presente proyecto va a suponer una gran oportunidad: el intercambio de la gestión del conocimiento entre la empresa y la entidad social. El hecho que varios colaboradores de una empresa den apoyo a departamentos de Intervención Social, gestión, planificación, informática, etc.....puede suponer una buena aportación por parte de la empresa a la entidad social, y de la misma forma por parte de la entidad social a la empresa.