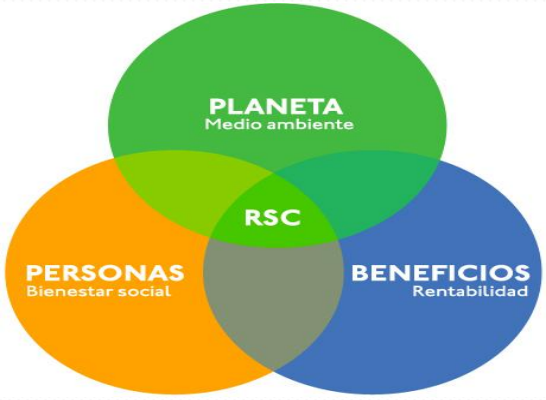
CONTEXTOS Y PRETEXTOS DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

¿Qué es el voluntariado corporativo y en qué consiste? Conceptos con los que se relaciona: Responsabilidad Social de la Empresa, Responsabilidad Social Corporativa, Cuarto Sector, Economía Social, Innovación, Emprendeduría, Filantro-marketing, Economía Solidaria, Voluntariado, Valor Compartido, Economía del Bien Común…



Grupo de Investigación de Economía Social en Canarias (GIESCAN ULL)

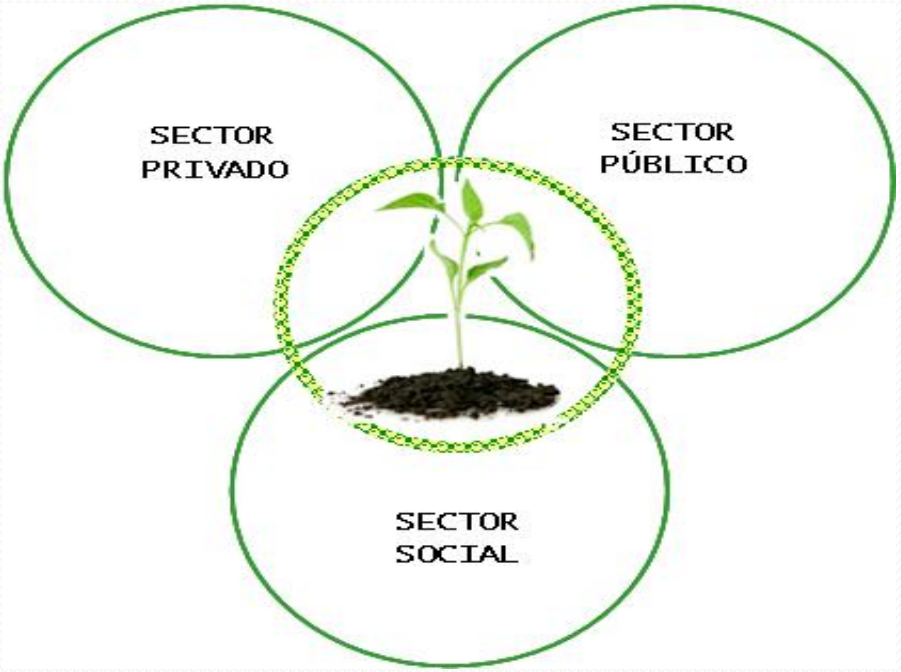
Cristino Barroso Ribal

Fernando Carnero Lorenzo

Juan Sebastián Nuez Yánez

CONTEXTOS Y PRETEXTOS DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

¿Por qué surge y a qué necesidades responde? ¿Cuáles son sus dimensiones, valores y aportaciones? ¿Es sólo marketing, 'filantro-marketing'? ¿Qué relación hay entre la ética y la responsabilidad social? ¿Es una necesidad o una moda? ¿Cómo se aplica y se gestiona el voluntariado corporativo?



Cristino Barroso Ribal

Fernando Carnero Lorenzo

Juan Sebastián Nuez Yánez

GIESCAN ULL

CONTEXTOS Y PRETEXTOS DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

¿Cuál es su historia? ¿Tiene que ver con el mecenazgo? ¿Tiene relación con la obra social de las cajas de ahorro? ¿Dónde, cuándo y cómo nace, se desarrolla y se institucionaliza la RSC y el VC? ¿Qué papel cumple en la empresa, en la institución, en la sociedad? ¿Constituye un 'cuarto sector'?

¿Vamos hacia una convergencia entre el primer sector y el tercer sector?

Cristino Barroso Ribal
Fernando Carnero Lorenzo
Juan Sebastián Nuez Yánez
GIESCAN ULL

CONTEXTOS Y PRETEXTOS DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

¿Qué relaciones tiene con el voluntariado, con la gestión de los recursos humanos, con el Estado de Bienestar, con la economía social, con los sectores sociales y económicos, con la innovación, con la emprendeduría, con las políticas sociales, con la participación ciudadana, la transparencia y la democracia?

GIESCAN. ULL

CONTEXTOS Y PRETEXTOS DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

¿Qué opina la gente del voluntariado corporativo? ¿Lo conoce? ¿Le interesa? ¿Lo reconoce? ¿Qué valoración hacen del voluntariado corporativo las empresas y entidades? ¿Y las ONG? ¿Por qué y cómo se hace alguien voluntario dentro y fuera de las organizaciones?

¿Qué experiencias hay en Canarias de voluntariado corporativo?

GIESCAN. ULL

¿QUÉ ES EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO?

El voluntariado corporativo es un conjunto de actividades promovidas y apoyadas por una empresa o una institución que tiene como finalidad la involucración y participación libre de sus empleados a través de la dedicación de su tiempo, capacidades y talento a causas, proyectos y organizaciones sin ánimo de lucro.

¿QUÉ ES EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO?

El voluntariado corporativo constituye una modalidad específica del voluntariado, siendo el marco empresarial e institucional su principal protagonista.

Se rige por las mismas normas de gratuidad y voluntariedad de cualquier otro tipo de voluntariado social, cultural y medioambiental.

Refleja el cambio de óptica que se está produciendo en los últimos años en conceptos como la creación de valor o la obtención de beneficios.

¿QUÉ ES EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO?

El Voluntariado Corporativo (VC) es fruto de esta nueva aproximación a la creación de valor y tradicionalmente se ha englobado dentro de la responsabilidad social corporativa (RSC). El VC es una herramienta de la RSC. El reto está en el principio del *valor compartido, que implica crear* valor económico de tal forma que también se cree valor para la sociedad a través de dar respuesta a sus necesidades.

De la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) a la Creación de valor compartido (CVC)

RSC	CVC
▪ Valor: hacer las cosas bien	▪ Valor: beneficios económicos y societarios relacionados con los costes
▪ Ciudadanía, filantropía y sostenibilidad	▪ Unir la creación de la compañía y la sociedad
▪ Discrecional y en respuesta a la demanda externa	▪ Integral para competir
▪ Separada de la maximización del beneficio	▪ Integral para la maximización del beneficio
▪ La agenda está determinada por informes externos y las preferencias personales	▪ La agenda es especifica de cada compañía y está generado internamente
▪ El impacto está limitado a la huella corporativa y el presupuesto de RSC	▪ Realinea el presupuesto de la empresa
▪ Ejemplo: Compra de comercio justo	▪ Ejemplo: Transformar las compras para incrementar la calidad y el rendimiento

¿QUÉ ES EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO?

Los programas de voluntariado corporativo son aquellos promovidos por la empresa dirigidos a incentivar y apoyar a sus empleados para que desarrollen de forma desinteresada acciones solidarias a favor de la comunidad, generalmente a través de una organización social.

¿QUÉ ES EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO?

Pueden estar vinculados a diversos departamentos de la empresa (RSE, Recursos Humanos, Comunicación, etc.), estar externalizados a través de entidades sociales colaboradoras o ser desarrollados por la propia empresa o por una fundación de ésta.

COMPAÑÍAS CON MEJOR REPUTACIÓN			
1	Mercedes Benz	14	Roca
2	Google	15	Volkswagen
3	**Danone**	16	Apple
4	**Nestlé**	17	El Corte Inglés
5	Mercadona	18	**Coca-Cola**
6	Sony	19	Hewlett-Packard
7	Decathlon	20	**Pescanova**
8	Nokia	21	Adidas
9	Michelin	22	**Leche Pascual**
10	**Campofrío**	23	BMW
11	**Central Lechera Asturiana**	24	IMB
12	Ikea	25	**Mahou**
13	Phillips		

¿QUÉ ES EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO?

Los trabajadores que participan frecuentemente en las actividades voluntarias de la empresa:

Califican su cultura corporativa como muy positiva en comparación con quienes rara vez o nunca participan en actividades de voluntariado corporativo (56% frente a 28%).

Están muy orgullosos de trabajar para su empresa (55% frente a 36%).

Se sienten muy leales a su empresa (52% frente a 33%).

Están muy satisfechos con la progresión de su carrera (37% frente a 21%).

BENEFICIOS PARA LAS EMPRESAS DEL VC

- **Las empresas se dan cuenta de que pueden cambiar la sociedad implicando a sus empleados en causas solidarias.**
- **Tiene un impacto excelente en la comunicación interna.**
- **Genera orgullo de pertenencia.**
- **Desarrolla habilidades de liderazgo y trabajo en equipo.**
- **Incrementa el compromiso del empleado en la empresa.**
- **Promueve nuevas competencias entre los trabajadores.**
- **Mejora la imagen corporativa.**
- **Fomenta una visión integral de la empresa por parte de los empleados.**
- **Posibilidad de difusión en medios de comunicación.**
- **El coste para la empresa es notablemente inferior al de otras actividades de recursos humanos.**

RIESGOS O INCONVENIENTES DEL VC

- La empresa no ve la utilidad de la acción para sus empleados.
- Los trabajadores no perciben los resultados de la ayuda que están realizando de manera efectiva.
- Se enfoca como si se tratase de un evento de la compañía.
- El trabajo que supone para la ONG la gestión del voluntariado es superior al resultado obtenido por la acción voluntaria.
- Los empleados tienden a "idealizar" el voluntariado y no siempre se realiza en las situaciones más idóneas.
- Para implicarse en una acción de voluntariado se necesita sensibilización y formación previas.
- Los proyectos de voluntariado no se tratan a largo plazo por lo que el empleado tiene la sensación de que basta con una ayuda puntual en la que no necesita preparación.

CONTEXTO ACTUAL DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

1.- **Cambios/crisis económica**: Internacionalización de los mercados; globalización; crisis financiera; nuevas tecnologías; cambio de modelo.

2.- **Cambios/crisis política**: Legitimidad y gobernabilidad; participación y democracia; viejo/nuevo orden mundial; cambio de modelo.

3.- **Cambios/crisis demográfica**: envejecimiento y esperanza de vida; migraciones; cambio de diseño.

4.- **Cambios/crisis social**: nuevos y viejos valores; visión genérica de los cambios; estructura de clases; cambio de modelo familiar, generacional, cultural, etcétera.

5.- **Cambios/crisis empresarial**: tamaño; calidad; estructura organizativa; cambio de diseño.

6.- **Cambios/crisis laboral**: flexibilización del mercado de trabajo; viejas y nuevas formas de trabajo; cambio de modelo.

FACTORES IMPULSORES DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

1.- Impactos sociales y medioambientales de la actividad económica.

2.- Protagonismo de ONG, ENL, movimientos sociales…

3.- Crisis del Estado de Bienestar y de la influencia del sector público en las políticas sociales.

4.- Papel de las empresas y corporaciones en las políticas medioambientales y sociales. Transformaciones al respecto.

5.- Crisis financiera.

6.- Cambios en la comunicación/información (cobertura de mass media, redes sociales, Internet…).

7.- Legitimidad internacional del voluntariado corporativo (Global Compact, Libro Verde, Declaraciones Tripartitas…).

CONTEXTO DEL VOLUNTARIADO

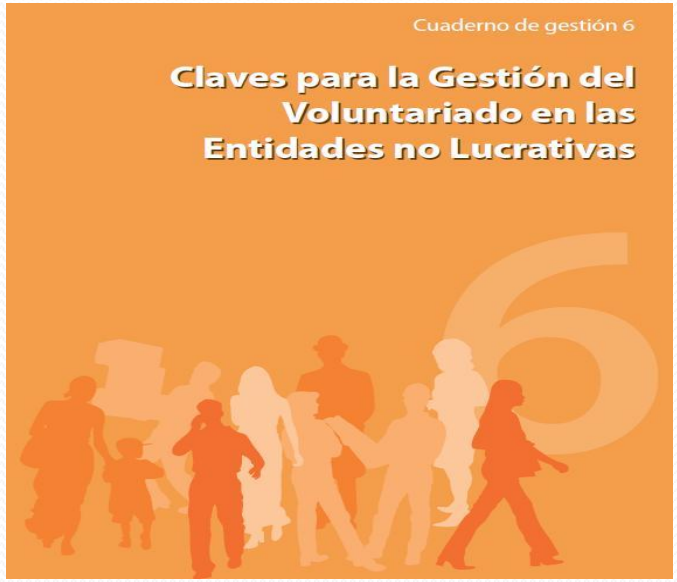
La actual crisis supone:

Mayor desigualdad social y deterioro ambiental.

Disminución de recursos y apoyos.

Cierto interés por la acción solidaria.

Aumento de iniciativas ciudadanas al margen de partidos políticos, organizaciones empresariales y sindicales, etcétera… lo que, paradójicamente, revierte en el interés de dichos agentes institucionales por esos movimientos ciudadanos, asociaciones, etcétera.



ASPECTOS POSITIVOS DEL VOLUNTARIADO

1.- Profundización en la necesidad de no sólo mantener sino desarrollar el Estado, la sociedad y la cultura del bienestar.

2.- La generalización de los derechos sociales a todos los colectivos, con el consiguiente crecimiento de los valores solidarios e igualitarios.

3.- La expansión de la democracia participativa, mediante el empoderamiento comunitario, sin exclusiones, que supone la acción voluntaria.

4.- El desarrollo de nuevas formas de participación ciudadana, así como de nuevos tipos de empleo y de emprendeduría social.

5.- Puede constituirse como ejemplo de que se pueden cambiar las cosas, ir hacia lo mejor.

ASPECTOS NEGATIVOS DEL VOLUNTARIADO

1.- Se legitima la opción del 'sálvese quien pueda', inhibiéndose el Estado de su acción redistribuidora y garante de los derechos sociales.

2.- Se constata la ficción de que con la acción altruista y la buena voluntad se puede remendar la responsabilidad social de los agentes públicos y privados que generan el deterioro medioambiental, las desigualdades y las situaciones injustas.

3.- El trabajo voluntario supone un ahorro en mano de obra remunerada, cualificada.

4.- Las ONG se convierten en OPI.

5.- Predominio de la acción asistencial, inmediata, primaria, frente a la transformadora.

VISIONES O TEORÍAS DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

1.- Viejo concepto, actualización de temas como la lucha contra la usura (obras sociales), la responsabilidad social de las empresas (papel social del empresariado), mecenazgo y esponsorización de actividades educativas, culturales y sociales, extendidas al entorno natural. Papel social.

2.- Ética y responsabilidad social de la empresa. Referencias morales de la acción empresarial; desarrollo humano y sostenibilidad; bien común. Legitimidad social.

3.- Mera aplicación del concepto de desarrollo sostenible en el ámbito empresarial y corporativo. Responsabilidad ambiental.

4.- Filantropía empresarial, buena reputación, relaciones públicas, márquetin… Visión instrumental de la RSE.

¿DESDE CUÁNDO HAY VC?

Según la mayoría de textos sobre el VC, el voluntariado corporativo tiene su origen en un contexto marcado por las demandas recientes de responsabilidad a las empresas por parte de los consumidores y los movimientos denominados "de antiglobalización", que surgen a finales de la década de los noventa. Como respuesta a dicha inquietud, las empresas empiezan a buscar formas de implicarse más activamente en sus comunidades.

Sin embargo, el VC no es algo absolutamente novedoso: empresas de todo el mundo ya habían jugado, tradicionalmente, un papel relevante en su entorno inmediato. El VC surgió en los años setenta en los Estados Unidos, extendiéndose en las siguientes tres décadas de forma lenta pero inexorable por todo el mundo.

¿DESDE CUÁNDO HAY VC?

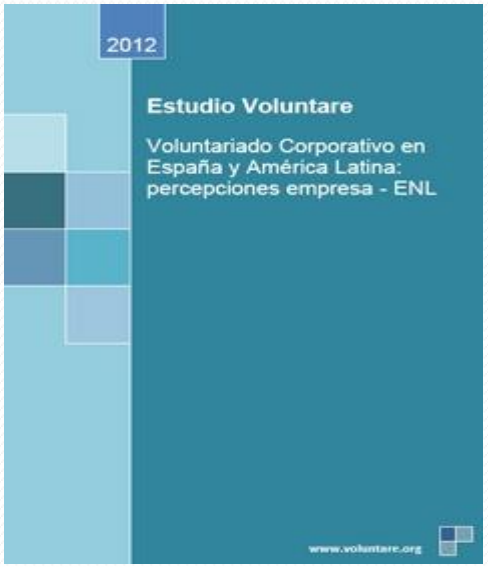
La legitimación académica de los beneficios del se manifestaron en 1986 con la publicación en USA de *A New Competitive Edge: Volunteers from the Workplace (Allen, Vizza & Keller, 1986), que pretende dar respuesta* a la pregunta de por qué las empresas, cuya supuesta misión es la producción de bienes o la prestación de servicios para conseguir un rendimiento empresarial, deberían además apoyar e invertir en el compromiso voluntario de sus trabajadores en la comunidad.

¿DESDE CUÁNDO HAY VC?

En USA se estima que entre el 55% y el 80% de las empresas apoyan el VC de alguna forma. Casi 500 empresas tienen programa de voluntariado.

En Canadá más del 85% de empresas apoyan igualmente el VC.

En Europa ya alcanza el 46%, ocupando Reino Unido un lugar destacable y España, muy incipiente.



¿DESDE CUÁNDO HAY VC?

A nuestro juicio, la historia es más amplia.

Protección y financiación privada de artistas y escritores (mecenazgo).

Limosnas, donaciones y misiones han sido las fórmulas más utilizadas desde la perspectiva religiosa (*caridad*).

Son las fórmulas más antiguas desde la perspectiva privada y liberal, que tampoco rechazó cierto papel del Estado a la ayuda (*beneficencia*) hasta alcanzar el desarrollo de políticas sociales generales y específicas (Estado de Bienestar) y cierto papel social de las empresas y de las entidades financieras (cooperativismo, cajas de ahorro, obra social, esponsorización, patrocinio, responsabilidad social de la empresa, responsabilidad social corporativa).

¿DESDE CUÁNDO HAY VC?

Socorro mutuo, asociacionismo, cooperativismo, sindicalismo son herramientas de la clase obrera, de las capas populares (*solidaridad de clase*).

Prestaciones sociales y económicas, pensiones no contributivas y subvenciones y ayudas son las fórmulas más frecuentes desde la perspectiva de las administraciones públicas (*asistencia social pública*, *seguro social*, *Estado de bienestar*).

¿DESDE CUÁNDO HAY VC?

Estas iniciativas y manifestaciones de altruismo y generosidad, en forma individual o en forma colectiva, asociada, han ido cambiando a lo largo de la historia como también han ido transformándose los condicionantes y elementos que intervienen en la realidad internacional, nacional, regional y local. Alguien (asociación, persona, institución, empresa) dona o regala algo (tiempo, esfuerzo, recursos) sin esperar ni desear recibir a cambio beneficio económico (material) alguno de quien recibe esos dones o esas donaciones.

¿DESDE CUÁNDO HAY VC?

En Estados Unidos (paradigma de la economía capitalista, del *sálvese quien pueda*) el 35% de su economía se compone de donaciones y no de intercambios mercantiles: el sector voluntario supone el 6% del Producto Interior Bruto y el 9% del empleo total; mueve 80.000 millones de dólares al año; posee el 10% de las propiedades del país; agrupa a 1.400.000 asociaciones y 69 millones de familias cotizantes; 94 millones de ciudadanos norteamericanos desarrollan algún tipo de actividad voluntaria, dedicando unos 20.500 millones de horas a la acción voluntaria, lo que supondría, en el caso de haber sido remuneradas esas horas, la cantidad de unos 176.000 millones de dólares.

¿DESDE CUÁNDO HAY VC?

Estos datos reflejan la presencia de una economía de donaciones y una sociedad abocada en la ayuda.

¿Triunfo del altruismo y de la generosidad? ¿Funcional para el Estado y para la economía del intercambio y los beneficios privados? ¿De todo un poco?

En el caso de las empresas, asunción de su papel social, más allá (y consonante) con el económico o puro filantro-marketing?

VALORACIONES DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO