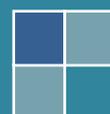


2012

Estudio Voluntare

Voluntariado Corporativo en
España y América Latina:
percepciones empresa - ENL



INDICE

I.	INTRODUCCION	3
II.	OBJETIVOS	5
III.	METODOLOGIA	6
IV.	DESCRIPCIÓN DE LAS RESPUESTAS	6
4.1.	Respuesta empresas	7
4.2.	Respuesta de Entidades No Lucrativas (ENL)	10
V.	RESULTADOS	11
5.1.	Empresas	11
5.2.	Entidades no lucrativas	15
5.3.	Visión contrapuesta Empresa – ONG: análisis comparativo.....	18
VI.	¿Cómo debería de ser una plataforma que fomente el VC?	24
VII.	CONCLUSIONES. Puntos de mejora, retos y propuestas	27
7.1.	Barreras y retos del VC	27
7.2.	Herramientas u orientaciones para empresas y ENL	29
VIII.	MÁS INFORMACIÓN SOBRE VOLUNTARE	32



I. INTRODUCCION

¿Voluntariado Corporativo?

Siendo diversas las definiciones que se pueden aplicar al concepto que envuelve al Voluntariado Corporativo (VC), Voluntare lo entiende como aquel voluntariado que desarrollan los empleados de la empresa para contribuir a diversas causas sociales y/o medioambientales y que, de una forma u otra, viene apoyado por la compañía.

¿Qué es Voluntare?

Voluntare es una red independiente que promueve el Voluntariado Corporativo (VC). Es un lugar de encuentro útil para todas aquellas organizaciones interesadas en el VC, en el que se puede encontrar información y recursos de valor añadido que faciliten y/o mejoren sus programas de VC, además de poder contactar con otras organizaciones que están interesadas en el este campo.

Voluntare, como **espacio independiente, dinámico y participativo** en el que caben todos los puntos de vista, es un instrumento de ámbito internacional, creado por y para empresas y organizaciones sin ánimo de lucro, con el fin de impulsar este fenómeno.

En Voluntare ya participan empresas de todo tipo (multinacionales, grandes 3empresas, PYMES, etc.); Entidades No Lucrativas (ENL); sector académico y personas interesadas en el VC procedentes de los cinco continentes.



Los miembros fundadores de Voluntare comenzaron su colaboración en 2008, en el marco del Congreso de Voluntariado Corporativo celebrado en Valencia. Tras varios años de trabajo en la consolidación de la multialianza, Voluntare vio finalmente la luz en julio de 2011.



Figura 1. Fundadores de Voluntare

Desde su lanzamiento, son varias las entidades que se han unido en calidad de Socios, compartiendo con Voluntare un compromiso de contribución continuada a la Red.



Figura 2. Socios Colaboradores de Voluntare: Grupo Antena 3, Banco Galicia, Fundación Hazlo posible, Asociación Trabajo Voluntario, Cemex, IBM, Tempe (Grupo Inditex), Forética, SPB, Iberdrola, Conexión Colombia, ENGAGE y ComunicaRSE

Cualquier persona o entidad también puede acceder de forma gratuita a los recursos de la Red a través de su registro como 'Usuario'. Tan sólo tiene que acceder a www.voluntare.org y completar el formulario de inscripción.

II. OBJETIVOS

¿Cuál es el objetivo?

- ✓ Presentar y contrastar las opiniones de ENL y empresas en torno a diversos aspectos relacionados con el VC
- ✓ Identificar los principales retos y barreras que se encuentran los actores
- ✓ Conocer qué necesidades tienen estos actores para mejorar las alianzas
- ✓ Profundizar en cómo Voluntare puede contribuir a resolver barreras

¿Cómo surgió la idea del estudio?

En su afán por convertirse en una red de referencia en el ámbito del Voluntariado Corporativo, Voluntare trata de compilar recursos, utilidades y herramientas; informar de novedades, eventos y posibilidades de formación. También trata de mostrar mejores prácticas a nivel internacional para inspirar y acercar a los distintos actores involucrados e interesados en el VC.

Además, Voluntare desea contribuir a través de la difusión de conocimiento propio generado por sus socios, miembros y usuarios. Es precisamente ésta la razón por la que se lanza la primera edición de este estudio.

¿Dónde reside su valor añadido?

Uno de los mayores valores añadidos de esta publicación respecto a otros estudios es que trata de aportar una visión contrastada de Empresas y ENL sobre los mismos aspectos y afirmaciones. De esta forma, como se puede apreciar en el análisis reflejado en el punto '**4.3 Visión contrapuesta Empresa – ONG: análisis comparativo**', resulta de interés comparar las percepciones, en ocasiones tan distantes, que ambos colectivos tienen sobre una cuestión determinada en relación a la colaboración Empresa – ENL y el VC.



III. METODOLOGIA

La metodología de estudio utilizada parte de un análisis cuantitativo y cualitativo. Cabe destacar que este estudio no es estrictamente académico, debido sobre todo a la falta de determinación de la muestra respecto al universo, puesto que el cuestionario ha estado abierto al acceso de cualquier Entidad No Lucrativa y empresa que ha mostrado interés en participar.

De esta forma, el análisis cuantitativo parte de cuestionarios diferenciados para empresas y Entidades No Lucrativas. Mientras, la información cualitativa ha sido recopilada a través de estos mismos cuestionarios, donde se abrían espacios libres para comentarios adicionales a las cuestiones planteadas.

Igualmente, se organizaron cuatro *Focus Group* con empresas y ONG para recoger opiniones que ayudaran a complementar el análisis cualitativo. Estas sesiones tuvieron lugar en el marco de los Desayunos de Trabajo Voluntare celebrados en el 16 de mayo de 2012 en la sede de Fundación KPMG (Madrid), el 4 de junio en la sede de Unilever España (Barcelona), el 12 de junio en la sede de Fundar (Valencia) y el 27 de junio en la sede de Codespa (Madrid), siendo este último el dirigido a ONG.

En dichos *Focus Group* participaron las siguientes empresas y ENL:

ENDESA, F. Telefónica, Unilever España, F. Corresponsables, F. Codespa, F. KPMG, Fundar, Grupo Antena 3, Iberdrola, F. Hazlo posible, Forética, SPB, Grupo Vips, BBVA, Axa Seguros, Caja Sol, F. Barclays, F. Adecco, Ferrovial, ISS Facility Services, Voluntarios de “La Caixa”, Novartis, DKV Seguros, Grupotec, Florida centro universitario, VAERSA, Deloitte, Cap Gemini, FGV, Hospital General de Valencia, FEVOCAM, UNICEF, F. del Valle, Fundación Rais, Cruz Roja, Fundación Integra, Asociación Semilla, Cooperación Internacional ONGPlataforma de Voluntariado de España.

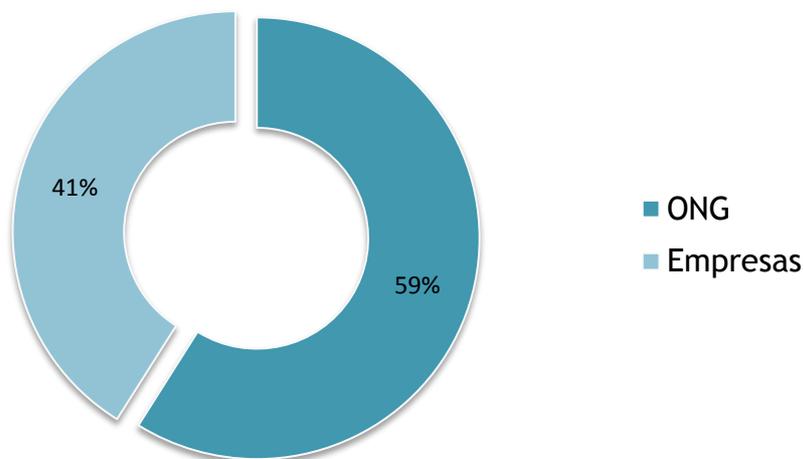
IV. DESCRIPCIÓN DE LAS RESPUESTAS

La muestra del estudio está basada en encuestas dirigidas a entidades no lucrativas (ENL) y empresas vinculadas al Voluntariado Corporativo (VC) de España y países de todo América del Sur y Centroamérica.

Se obtuvieron 99 respuestas de empresas, mientras que de entidades no lucrativas (ENL) se obtuvieron 142 respuestas.



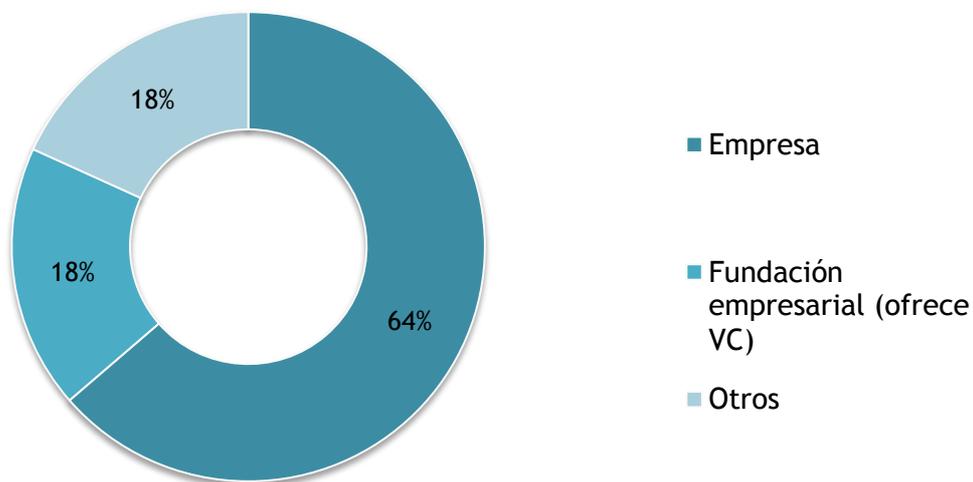
Respuestas estudio Voluntare



4.1. Respuesta empresas

Del total de las empresas, 64% pertenece a empresa; 18%, a la fundación empresarial; 18% a Otros (ver Gráfico 1).

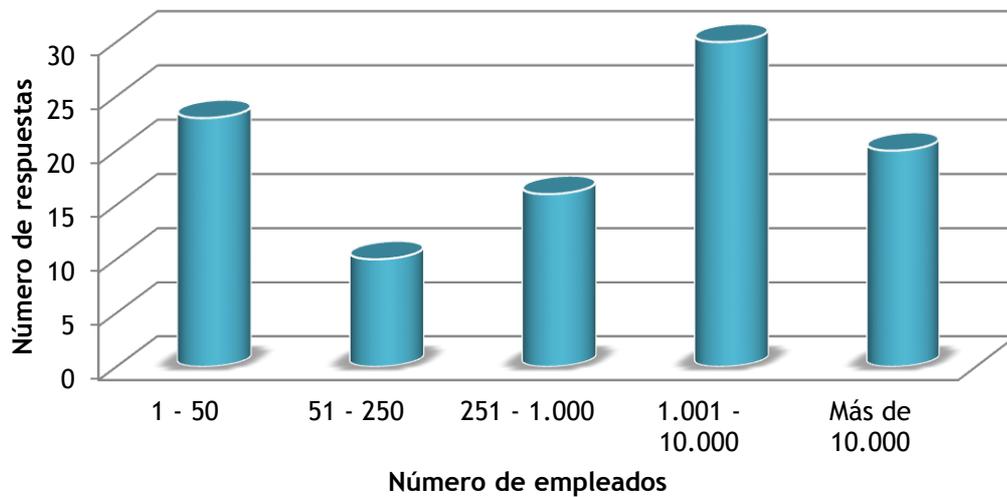
Gráfico 1. Respuesta empresas



La clasificación de empresas que han participado en el estudio en relación al número de empleados están en su mayoría entre 1.001 y 10.000 trabajadores (30%); en segundo lugar, entre 1 y 50 trabajadores (23%); en tercer lugar, más de 10.000 trabajadores (20%); y finalmente, entre 51 y 250 trabajadores (10%) (ver Gráfico 2).



Gráfico 2. N° empleados empresa



Los departamentos a los que pertenecen las personas que resolvieron el cuestionario se dividen de la siguiente manera: 20%, RSC; 18%, Recursos Humanos; 15%, Fundación Empresarial; 8%, Comunicación; 6%, Marketing y 32% Otro (ver Gráfico 3).

Aquellos que marcaron 'Otro' (32%) pertenecen a las áreas que se mencionan en la Tabla 1. Otras áreas donde recae la gestión del VC en empresas.

Gráfico 3. Departamento donde se ubica el Voluntariado Corporativo

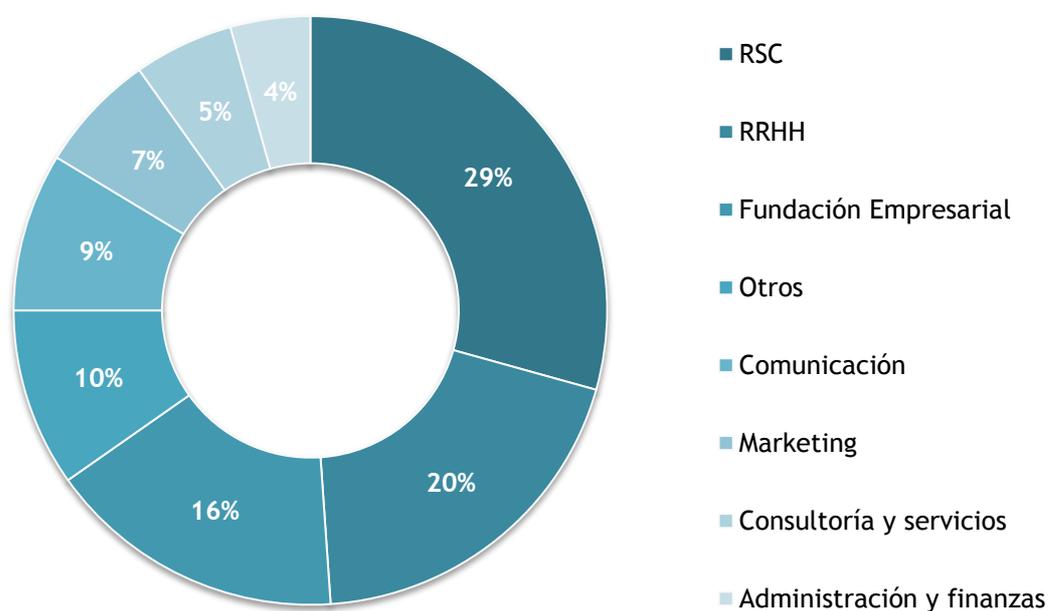


Tabla 1. Otras áreas donde recae la gestión del VC en empresas

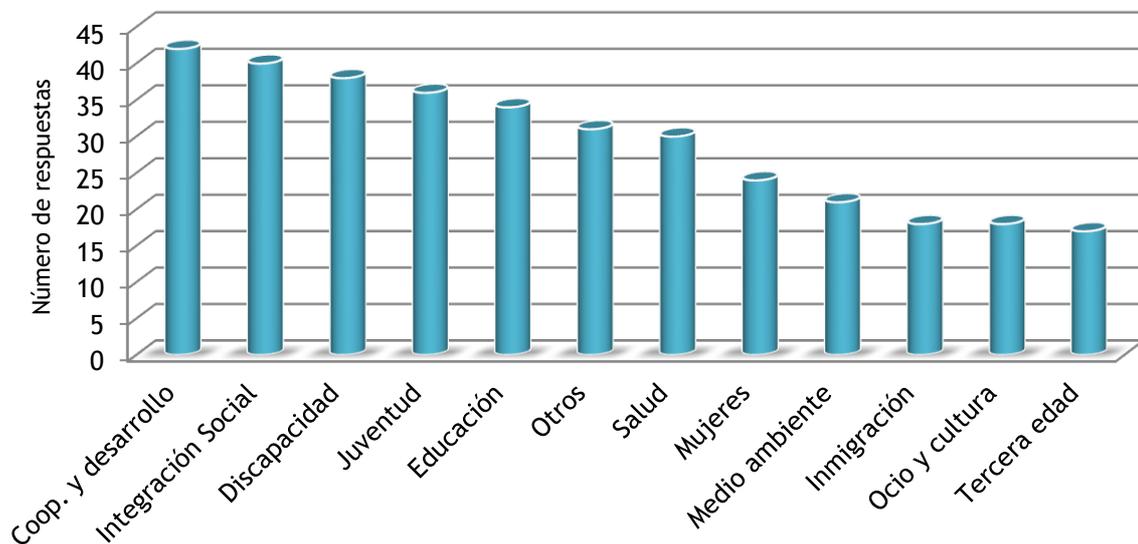
Área	Número de respuestas
Riesgos	1
Operaciones	2
Servicio Social	1
Formación y/o Educación	2
Sistemas de información	1
Ciencias Humanas	1
Jurídico Legal	1

4.2. Respuesta de Entidades No Lucrativas (ENL)

El ámbito de actuación de las ENL que han participado en el estudio es muy variado. El mayor porcentaje de respuestas procede de las ENL dedicadas a 'Cooperación al Desarrollo' (12%), seguido de 'Integración social' (11%) y 'Discapacidad' (11%).

El menor porcentaje lo tienen causas como 'Inmigración', 'Ocio y Cultura' y 'Tercera edad', con un 5% en cada uno de los casos (ver Gráfico 4. Ámbito de actuación de las ENL).

Gráfico 4: Ámbito de actuación ENL



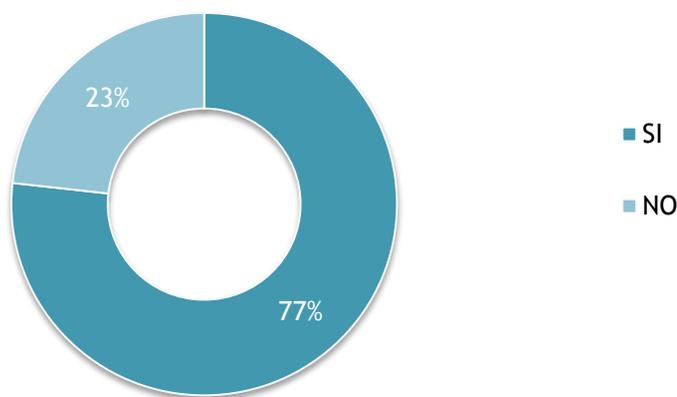
V. RESULTADOS

5.1. Empresas

Integración de la RSC en la estrategia de la empresa y tendencias del Voluntariado Corporativo

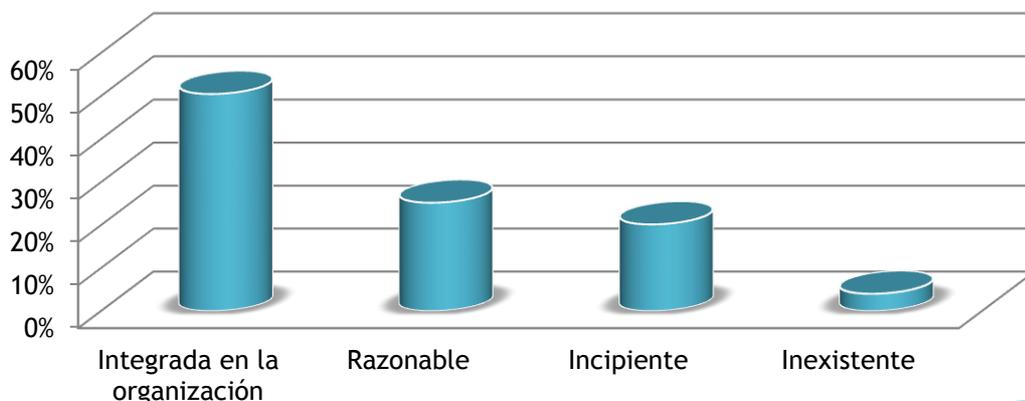
Se observa que la mayoría de empresas (77%) cuenta con un programa de VC, frente a un 23% que no lo tiene (ver Gráfico 5).

Gráfico 5: Empresas que realizan programas de VC



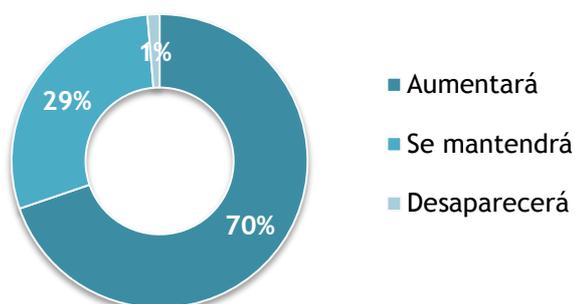
El análisis de los datos del cuestionario refleja que poco más de la mitad (51%) de las empresas o fundaciones empresariales consideran que la actividad de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) 'está integrada en su organización'; el 25% cree que es 'razonable'; el 20%, 'incipiente'; y el 4%, 'inexistente' (ver Gráfico 5).

Gráfico 5: Visión sobre la integración de la RSC a la empresa



De este 77% de empresas y fundaciones empresariales que realiza un programa de VC, el 70% piensa que el programa ‘aumentará’¹; el 29%, que ‘se mantendrá’; y el 1%, que ‘desaparecerá’ (ver Gráfico 7).

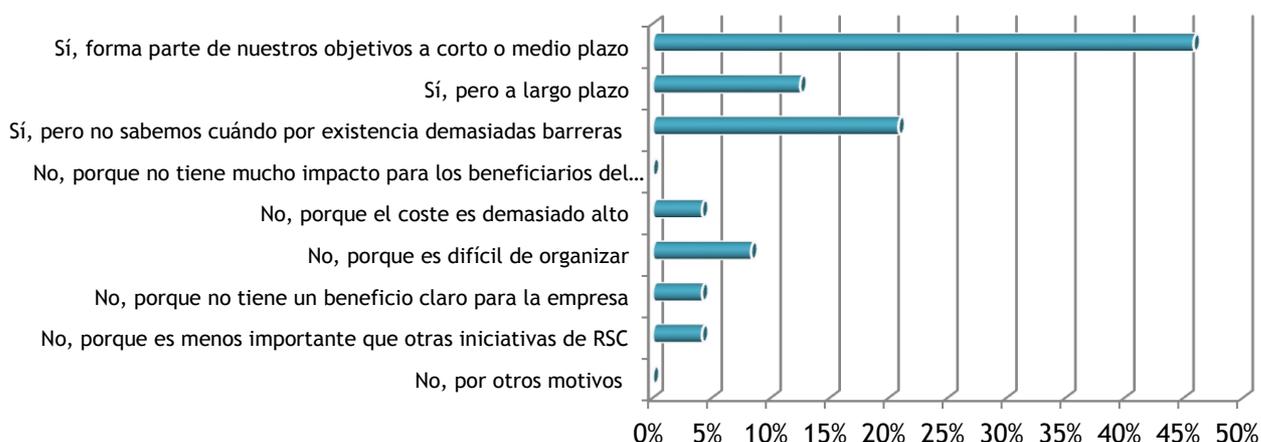
Gráfico 7: Perspectivas del VC en empresas que ya realizan programas de VC



Del 23% de empresas o fundaciones empresariales que no realiza un programa de VC en la actualidad, un 80% afirma que sí se tiene intención de ponerlo en marcha en el futuro. Entre estas organizaciones, más de la mitad (58%) afirma que ‘forma parte de los objetivos empresariales a corto o medio plazo’, mientras que un 16% lo integra en objetivos ‘a largo plazo’.

Asimismo, un 26% manifiesta que tiene gran interés en comenzar, pero desconoce cuándo debido a que se encuentran ‘demasiadas barreras’ (ver Gráfico 8).

Gráfico 8. Perspectivas del VC en empresas que no realizan programas de VC



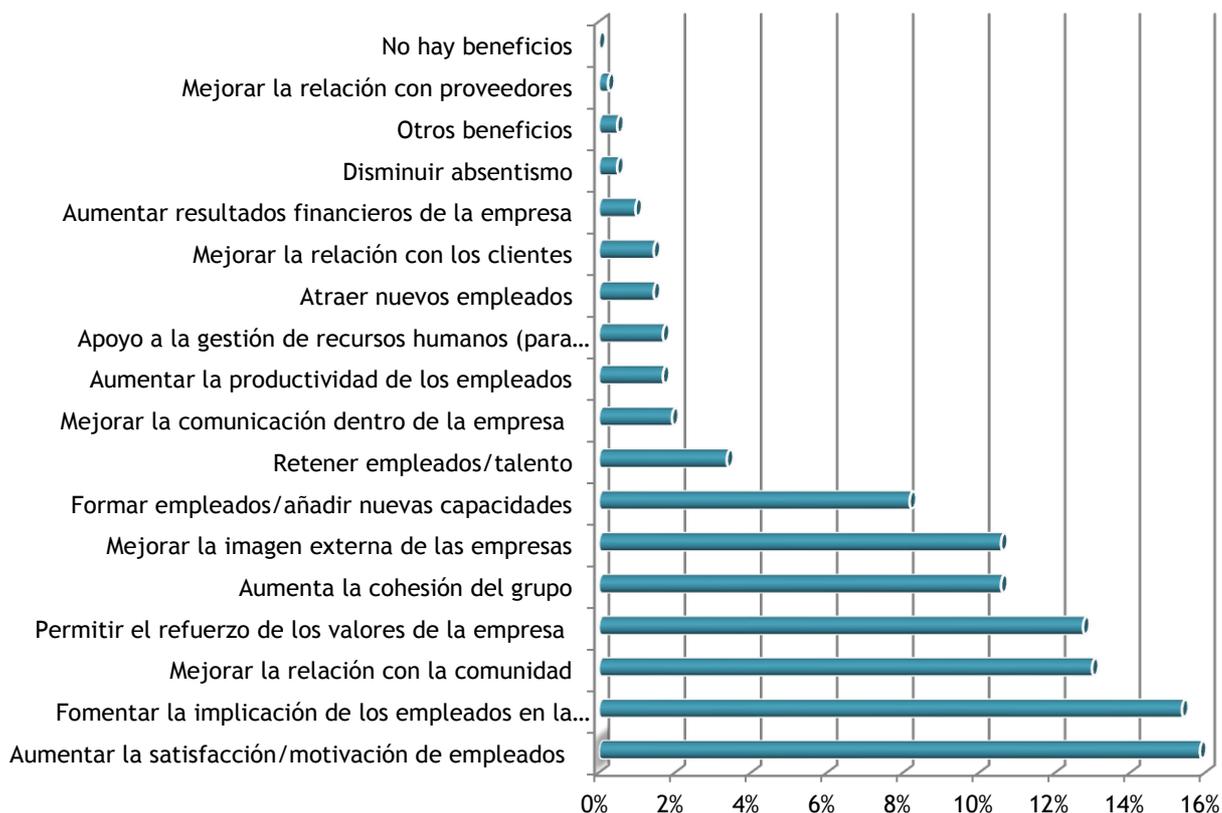
Por otro lado, el 21% de empresas que no realiza en la actualidad VC y que no tiene intención de iniciarse en ello, destacan como razón más citada que es ‘difícil de organizar’.

¹ ‘Aumentará’ se refiere cuestiones que varían entre recursos dedicados; importancia en la estrategia de la organización; número de participación de empleados, etc.

Razones y beneficios

Sobre las opiniones acerca de los beneficios del VC, en la pregunta de opción múltiple, el beneficio más notorio es 'Aumentar la satisfacción/motivación de los empleados'. A esta razón le sigue 'Fomentar la implicación de los empleados en la estrategia de RSC' (ver Gráfico 9).

Gráfico 9: Beneficios del VC para las empresas



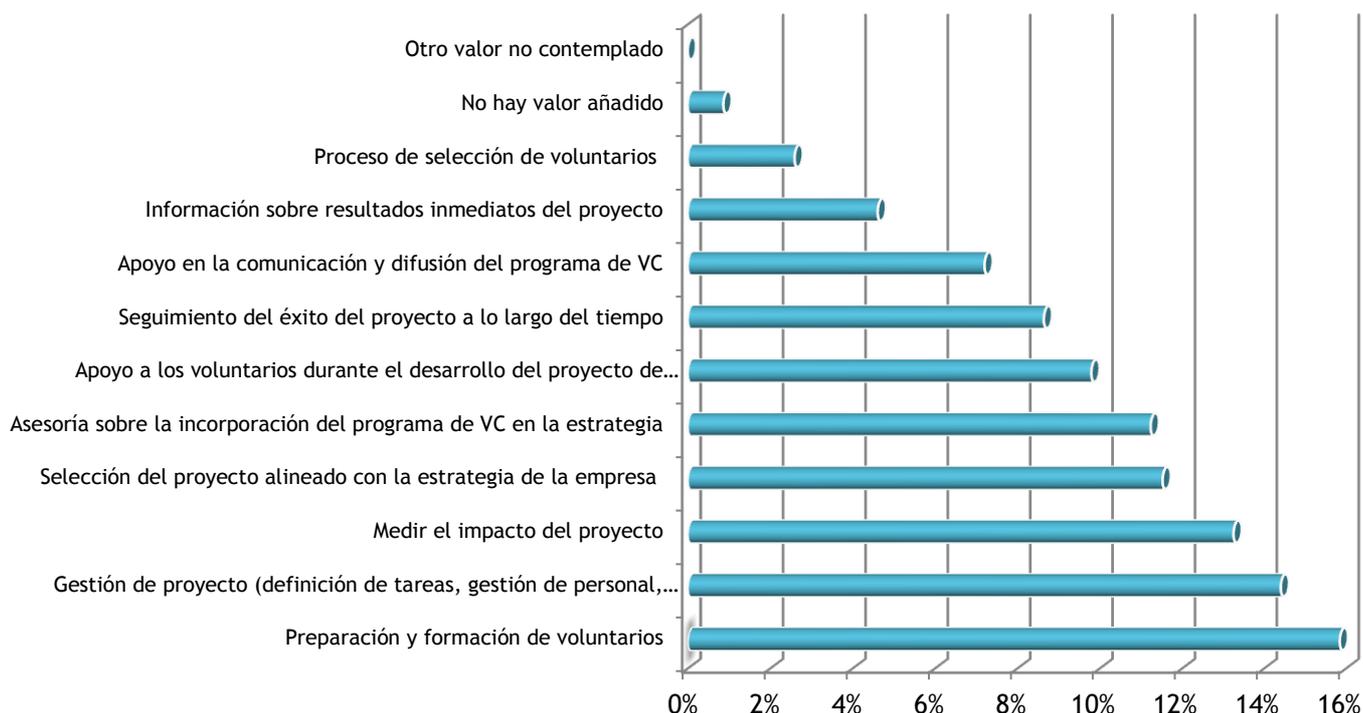
TESTIMONIO

"Hemos empezado a notar que el departamento de RRHH nos demanda actividades de voluntariado para desarrollar competencias específicas. Es un tema muy incipiente que está surgiendo en las empresas en las que la persona de RRHH ve un poquito más allá del impacto que pueda tener esto en los empleados, pero aun no es el común denominador.

Hoy por hoy prima la visión del VC como algo más lejano y que puede generar buen clima o puede definitivamente impactar en el clima laboral."

Testimonio de empresa durante Grupo Focal organizado para el presente estudio Voluntare; mayo/junio de 2012

Gráfico 10. Servicios de VC que puede ofrecer el tercer sector a empresas



Se le preguntó a las empresas o fundaciones empresariales sobre cuáles serían los servicios más valorados que una organización del tercer sector o entidad no lucrativa (ENL) pudiera ofrecer en el supuesto de llevar a cabo una iniciativa de VC. Tal como refleja el Gráfico 10, la opción más mencionada es el ‘Apoyo en la preparación y formación de voluntarios’, con 16% de las respuestas. Le siguen la ‘Gestión de proyecto’ (14%) y ‘Medición de impacto del proyecto’ (13%).

TESTIMONIO

“A la hora de hacer VC hay mucho contenido de imagen para todo el mundo. Hace poco nos tocó organizar una jornada de VC. Nos encontramos con que las ONG no quieren participar sin contraprestaciones. Nos cobraban bastante dinero y las 20 organizaciones que invitamos nos dijeron que no. En cierto modo es bastante comprensible...”

Testimonio de empresa durante Grupo Focal organizado para el presente estudio Voluntare; mayo/junio de 2012

5.2. Entidades no lucrativas

Perspectivas y razones

Del total de las ENL que han participado en el estudio, el 67% está desarrollando iniciativas de VC en la actualidad, mientras que el 33% no lo está haciendo (ver Gráfico 11). Así, del 67%, más de la mitad (67%) piensa que el programa de VC aumentará; el 28%, que se mantendrá; y el 5%, que desaparecerá (ver Gráfico 12).

Gráfico 11. Iniciativas de VC de ENL

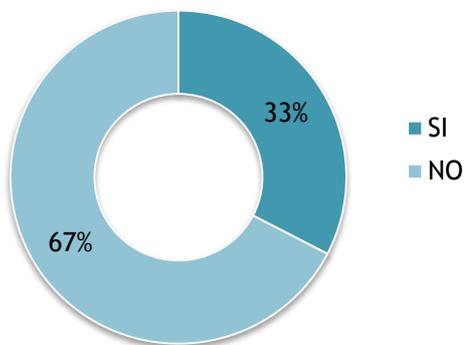
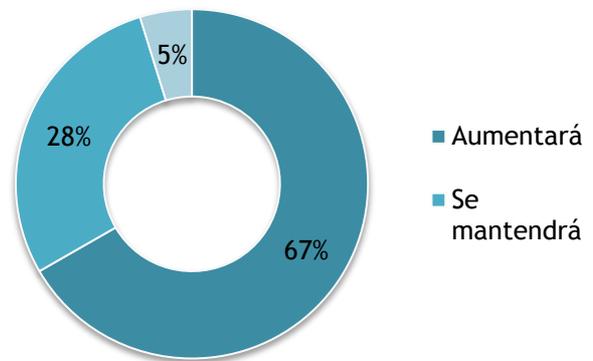


Gráfico 12. Perspectivas en ENL que ya realizan programas de VC



De entre las ENL que no están desarrollando VC (33%) en la actualidad, el 40% piensa que lo implementará pronto porque 'Forma parte de sus objetivos'. El 14% menciona que no forma parte de sus objetivos 'porque es difícil' y no hay recursos para realizarlo; el 13% menciona que 'sí, pero a largo plazo' (ver Gráfico 13).

Gráfico 13. Perspectivas del VC en ENL que no realizan programas de VC

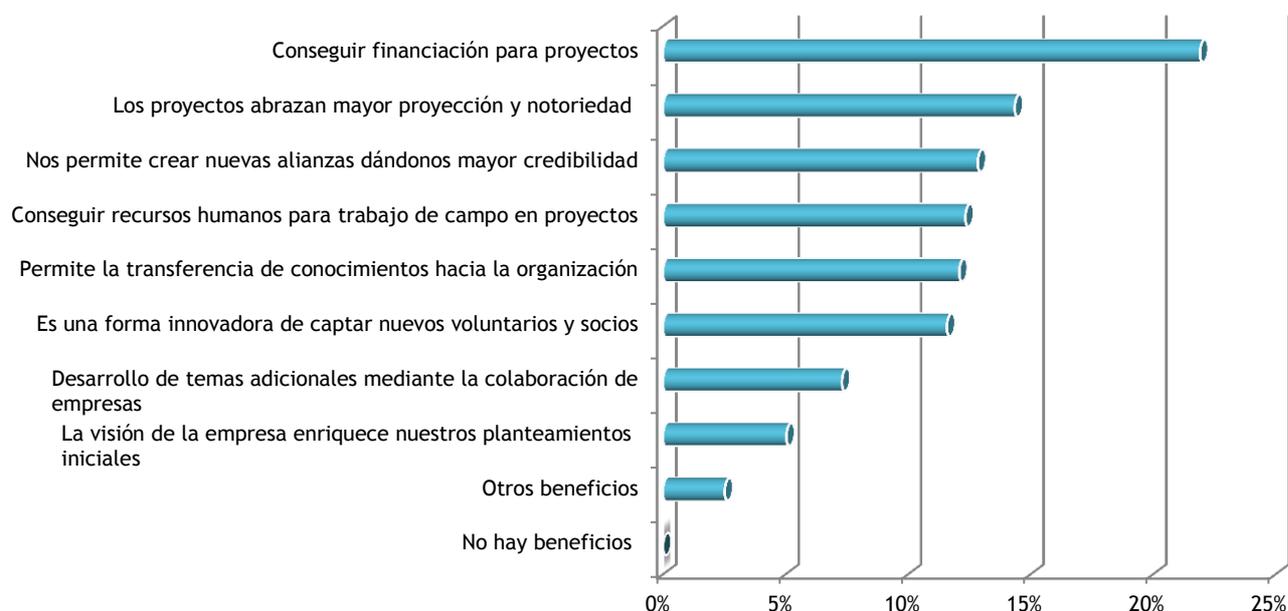


Beneficios: financiación y voluntariado profesional por encima de todo

Entre los beneficios de un programa de VC en coordinación con una empresa, las ENL identifican la ‘financiación de proyectos’ como el mayor de los beneficios (22%). Le siguen la ‘mayor protección y notoriedad’ de los proyectos (14%) y las ‘nuevas alianzas’ que le dan mayor credibilidad a las ENL (13%). (ver Gráfico 14).

Dentro del cuestionario se dedicaron preguntas especiales para ENL dedicadas a la Cooperación Internacional. Desde este sector, se considera que lo más relevante sobre la aportación de voluntarios en sus proyectos es el ‘contar con personas altamente cualificadas’ (39%). Lo menos importante es la posible reducción de coste en asesoramiento técnico y asesorías (6%) (ver Gráfico 15).

Gráfico 14. Beneficios de un programa de voluntariado en coordinación con una empresa



TESTIMONIO

“Las ENL tienen una situación muy problemática porque hasta ahora recibían financiación de la Administración Pública, y ahora la cuestión ha cambiado. Actualmente tienen que dirigirse a las empresas y lo que van a recibir de ellas es algo completamente diferente a una financiación que quizás anteriormente si estuviera garantizada”.

Testimonio de empresa durante Grupo Focal organizado para el presente estudio Voluntare; mayo/junio de 2012

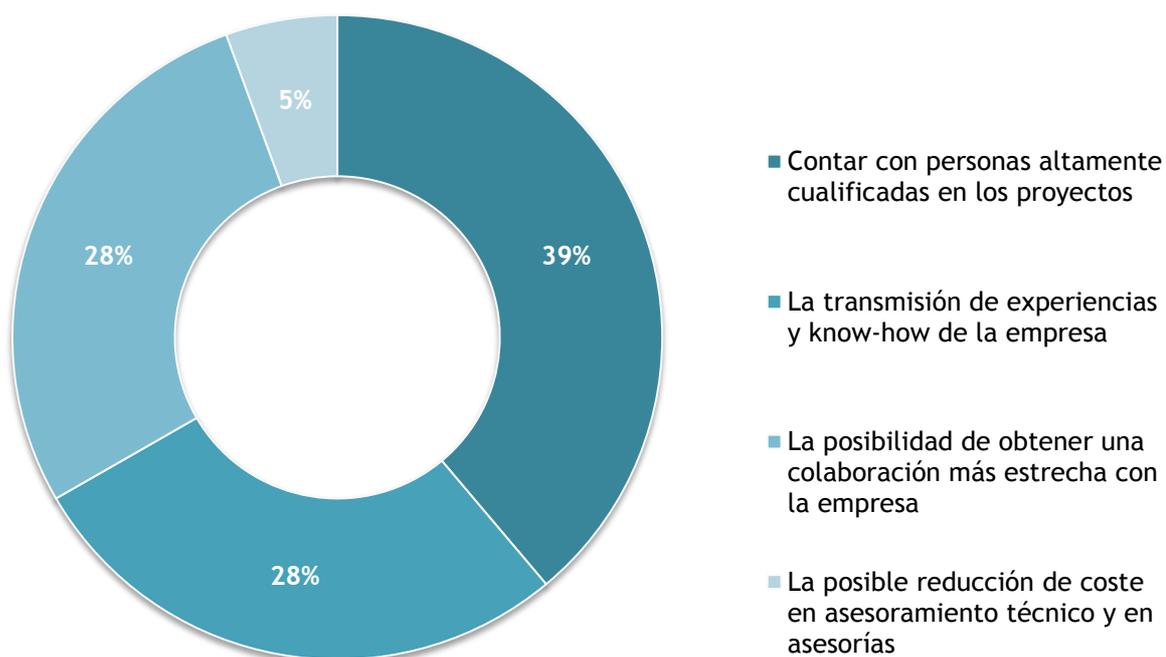
TESTIMONIO

Si la ONG es madura y ve que no hay da valor añadido del VC para ellos e implica problema logístico, suele decir que no. También ocurre lo opuesto en entidades más pequeñas que están empezando a dar sus pasos en este tema y han empezado a trabajar con empresas y dan gran aceptación a todo tipo de propuestas de las empresas.

Eso es una indicación de que la ONG no ha hecho una reflexión sobre lo que es la entidad, sobre quiénes son ellas y que quieren a través de esas iniciativa de VC.

Testimonio de ENL. Grupo Focal para el estudio Voluntare; mayo/junio de 2012

Gráfico 15. Principales aportes de los voluntarios a los proyectos de cooperación al desarrollo gestionados por ENL



5.3. Visión contrapuesta Empresa – ONG: análisis comparativo

Gracias a la dualidad que caracteriza el presente estudio, se han podido plantear preguntas a empresas y ENL de cara a analizar comparativamente la percepción que ambos sectores tienen sobre un mismo aspecto relacionado con el VC.

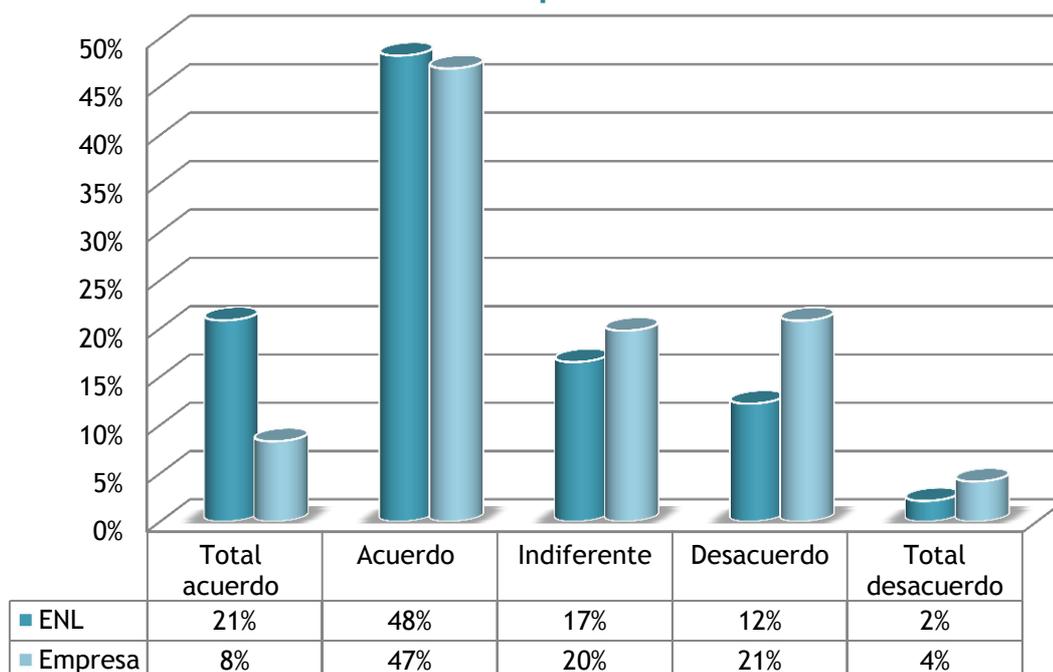
De esta forma, en este apartado se presentan los principales acuerdos y desacuerdos entre el colectivo de ONL y empresas.

Afirmación 1

“En la actualidad, no existen foros efectivos para coordinar los programas de VC y las necesidades sociales identificadas por el tercer sector”

Casi la mitad de las empresas (47%) y ENL (48%) está de acuerdo y, en total desacuerdo, el 4% de empresas y el 2% de ENL. El 21% de ENL está en total acuerdo frente al 8% de las empresas (ver Gráfico 16).

Gráfico 16. Opinión sobre espacios para fomentar alianzas Empresa - ENL



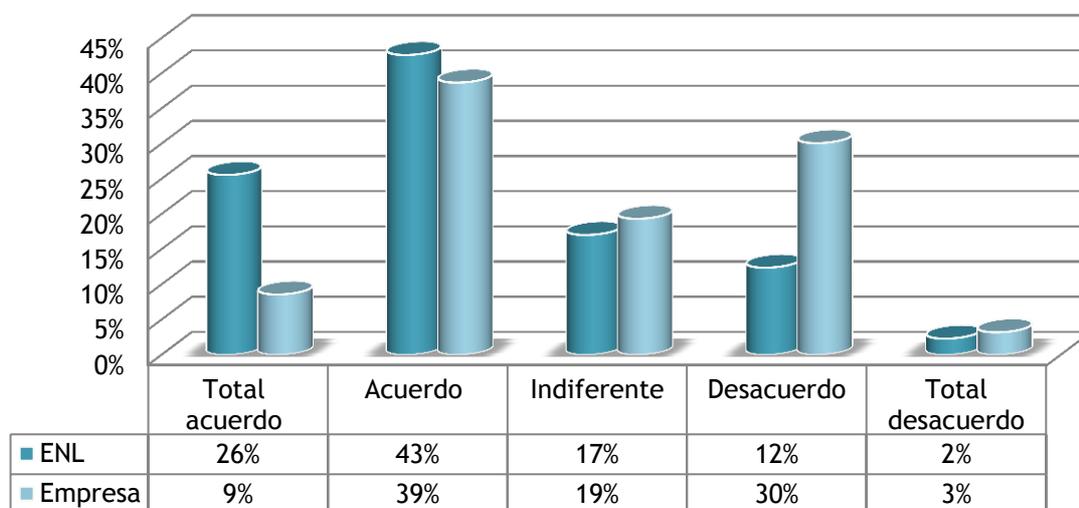
Tanto empresas como ENL coinciden en este aspecto y le dan importancia similar. Esta además es precisamente una de las barreras identificadas tanto por empresas como por ENL para profundizar en la colaboración, como se mostraron en sus respuestas durante este estudio ambos colectivos. El aspecto de Barreras se mostrará en detalle en el punto VII. Conclusiones.

Afirmación 2

“Las organizaciones del tercer sector ven, exclusivamente, a las empresas y fundaciones como fuentes de recursos económicos”

El 26% de las ENL está en total acuerdo frente a un 9% de empresas. Sin embargo, casi el mismo porcentaje (43% de las ENL y 39% de empresas) está de acuerdo con esta afirmación (ver Gráfico 17).

Gráfico 17. Las ENL sólo ven a las empresas como fuente de financiación



La mayor parte de las empresas está en total acuerdo y acuerdo con esta afirmación. Los resultados reflejan que las empresas perciben que las ENL buscan en ellas sobre todo financiamiento.

TESTIMONIO

“A la hora de hacer VC hay mucho contenido de imagen para todo el mundo. Hace poco nos tocó organizar una jornada de VC. Nos encontramos con que las ONG no quieren participar sin contraprestaciones. Nos cobraban bastante dinero y las 20 organizaciones que invitamos nos dijeron que no. En cierto modo es bastante comprensible...”

Testimonio de empresa durante Grupo Focal organizado para el presente estudio Voluntare; mayo/junio de 2012

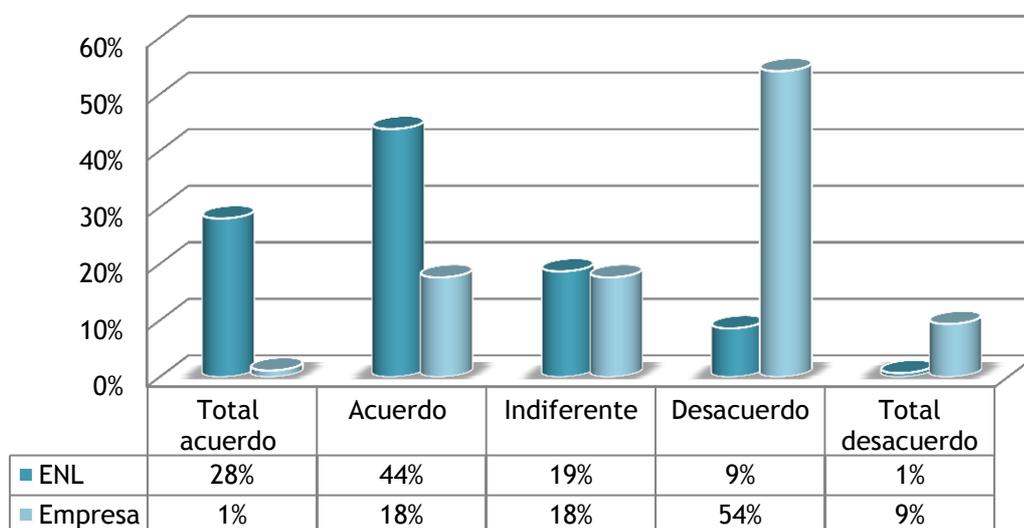
Sorprende que las mismas ENL también se posicionen de esta forma, estando en un porcentaje importante (43%) de acuerdo con que el tercer sector percibe a las empresas exclusivamente como financiadores. También se da un significativo porcentaje de empresas (30%) defensoras de una postura por la cual consideran que las ENL no les ven como meros financiadores.

Afirmación 3

“A las empresas y fundaciones empresariales sólo les preocupa la inversión en la sociedad como fuente de imagen y reputación”

Casi la mitad de las empresas (54%) está en desacuerdo con esta afirmación. El 44% de las ENL está de acuerdo con esta afirmación y el 28%, en total acuerdo (ver Gráfico 18).

Gráfico 18. Las empresas sólo hacen inversión social por imagen y reputación



Existe desacuerdo sobre la afirmación entre las empresas y ENL. Por un lado, las empresas perciben que la realización de un programa de VC va más allá de la imagen de la empresa. En este sentido, defienden que no hacen inversión social por cuestiones de reputación e imagen.

En contraposición, las ENL se posicionan rotundamente de acuerdo con la afirmación propuesta, y consideran que es la imagen lo único que las empresas buscan cuando hacen algún tipo de iniciativa social.

TESTIMONIO

“Hay empresas que sí buscan comunicar la actividad por encima de otras prioridades, también hay empresas que no comunican ninguna actividad de esta índole. No se puede generalizar. Esta disparidad en la percepción se da porque las ONG y empresas proceden de dos realidades muy distintas:

- *Las ONG están acostumbradas a trabajar con presupuestos ajustados y salvo las grandes, con pocas apariciones en los medios de comunicación.*
- *Las empresas disponen de más recursos y de más facilidad para acceder a los medios de comunicación.*

Y esta es una causa importante, porque a las ONG les molesta que esas acciones puntuales, y de escaso impacto social, aparezcan en los medios de comunicación, mientras que sus proyectos más relevantes no aparecen.

Testimonio de ONG durante Grupo Focal organizado para el presente estudio Voluntare; mayo/junio de 2012

Como se verá en el punto ‘VII. Conclusiones’, donde se recogen opiniones sobre ‘Barreras y retos del VC’, el diálogo entre empresa y ENL es uno de los aspectos a trabajar, con el fin de mejorar las relaciones entre ambos colectivos.

TESTIMONIO

“Las empresas estamos empezando a adentrarnos en causas sociales, un terreno desconocido para nosotros. El conocimiento de cómo funciona el sector social lo tiene la ONG, no lo tiene la empresa. La ONG me da el expertise de lo que yo carezco”.

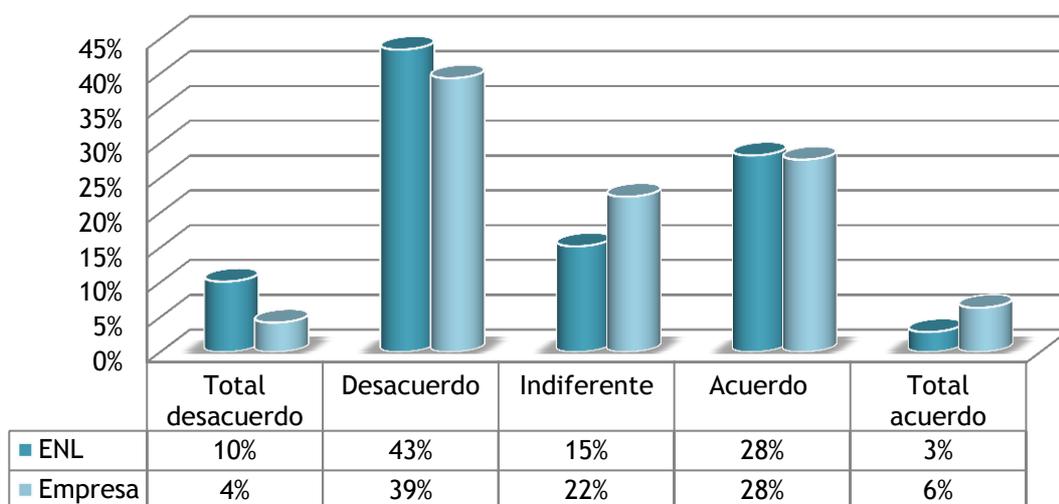
Testimonio de empresa durante Grupo Focal organizado para el presente estudio Voluntare; mayo/junio de 2012

Afirmación 4

“Las empresas y fundaciones empresariales no tienen en cuenta las necesidades estratégicas de las organizaciones del tercer sector”

El 43% de las ENL y el 39% de las empresas están en desacuerdo con esta afirmación. El 28%, en ambos casos, están de acuerdo (ver Gráfico 19).

Gráfico 19. Las empresas no tienen en cuenta la estrategia de las ENL



En general, existe consenso entre ENL y empresa sobre la afirmación. Pero este consenso se materializa en dos bandos de opiniones diferentes. Por un lado y en mayoría, aquellas ENL y empresas que opinan que sí se tiene en cuenta la estrategia de las ENL a la hora de colaborar. Por otro, un conjunto de empresas y ENL que considera que no se tiene en cuenta lo suficiente.

TESTIMONIO

“Posiblemente, las ONG pasen por cierta frustración en las primeras actividades con las empresas, porque la ONG ve que tras la acción de VC no consigue socios ni voluntarios.

Y en muchos casos, la aportación económica recibida ven que no cubre los gastos ocasionados por la gestión de los voluntarios. Si la ONG adquiere más experiencia en este tipo de actividades o se relaciona con varias empresas, verá que obtiene otros beneficios como una relación más estrecha con la empresa, que se incorpora alguna persona voluntaria de las empresas, que los ingresos económicos empiezan a generar cierto margen...”

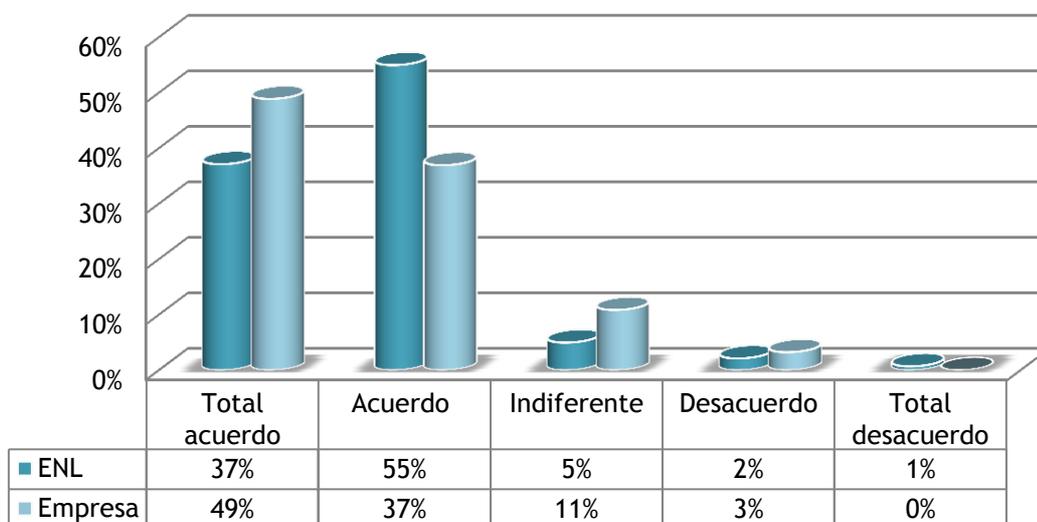
Testimonio de ONG durante Grupo Focal organizado para el presente estudio Voluntare: mayo/junio de 2012

Afirmación 5

“Una plataforma de diálogo sobre el VC con todas las partes interesadas representadas² es imprescindible para desarrollo del VC o fomentar la Innovación Social”

Casi la totalidad de las empresas (86%) y de las ENL (92%) están en total acuerdo o de acuerdo con esta afirmación (ver Gráfico 20).

Gráfico 20. Es necesario una plataforma para mejorar el diálogo empresa - ENL



Dos aspectos relevantes para el desarrollo del VC, según los resultados del estudio, es la mejora de comunicación para potenciar las alianzas entre empresas y ENL.

No sólo lo demuestra esta afirmación, sino que además es un tema recurrente en las respuestas relacionadas con las 'Barreras y retos del VC' y las 'Orientaciones y herramientas para el VC', como se verá en el punto VII. Conclusiones.

² Empresas, fundaciones, voluntarios corporativos y tercer sector

VI. ¿Cómo debería de ser una plataforma que fomente el VC?

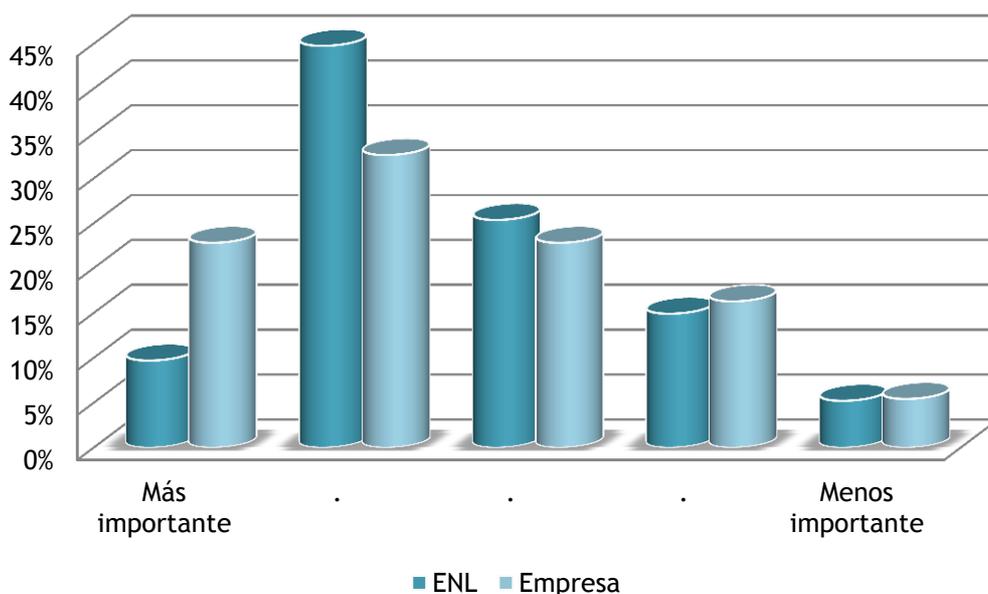
Tal y como se menciona en la introducción del presente estudio, uno de los objetivos es conocer cómo Voluntare, como plataforma de fomento del VC, puede contribuir a mejorar el diálogo entre empresas y ENL de una forma eficaz.

Las empresas y ENL opinaron sobre la importancia de ciertas afirmaciones que, desde su punto de vista, serían imprescindibles en una plataforma de diálogo entre las partes interesadas en el Voluntariado Corporativo:

- **Una plataforma para el fomento del VC debe ser global. Su ámbito de actuación y repercusión debe ser mundial”**

El 33% de las empresas y el 45% de las ENL está de acuerdo con esta afirmación (ver Gráfico 21).

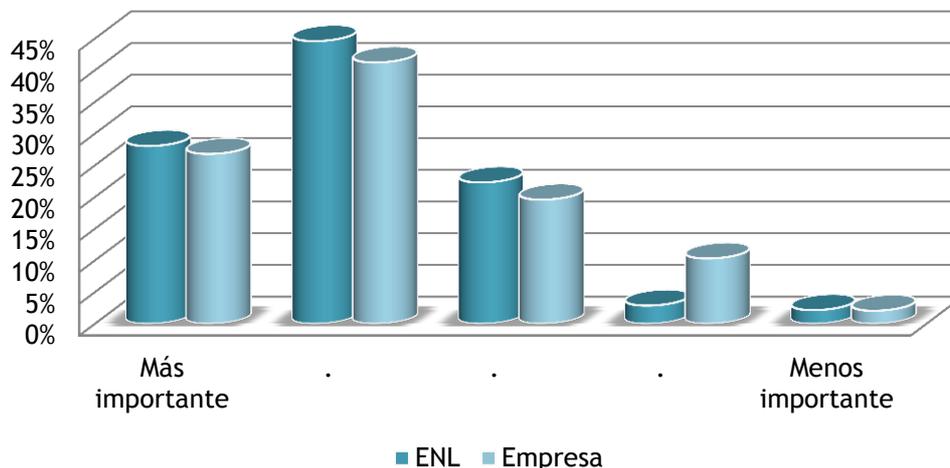
Gráfico 21. Ámbito de actuación



- Debe contemplar la posibilidad de buscar iniciativas sociales por parte de las empresas.

Ambos grupos coinciden en que es importante (ver Gráfico 22).

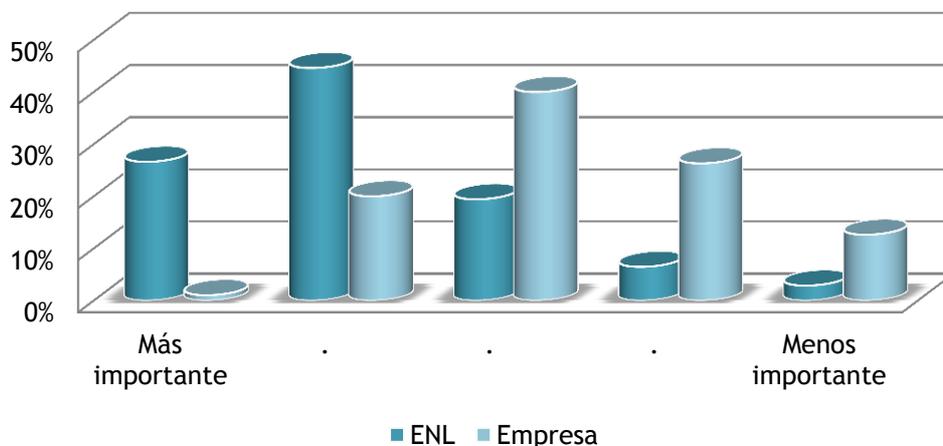
Gráfico 22. Búsqueda de iniciativas sociales



- Debe contemplar la posibilidad de lanzar una propuesta de VC para las organizaciones del tercer sector por parte de las empresas y/o fundaciones empresariales.

No existe consenso entre las empresas y ENL sobre la importancia de esta afirmación. Las ENL le dan más importancia que las empresas a establecer esta alianza tercer sector-empresa (Ver gráfico 23).

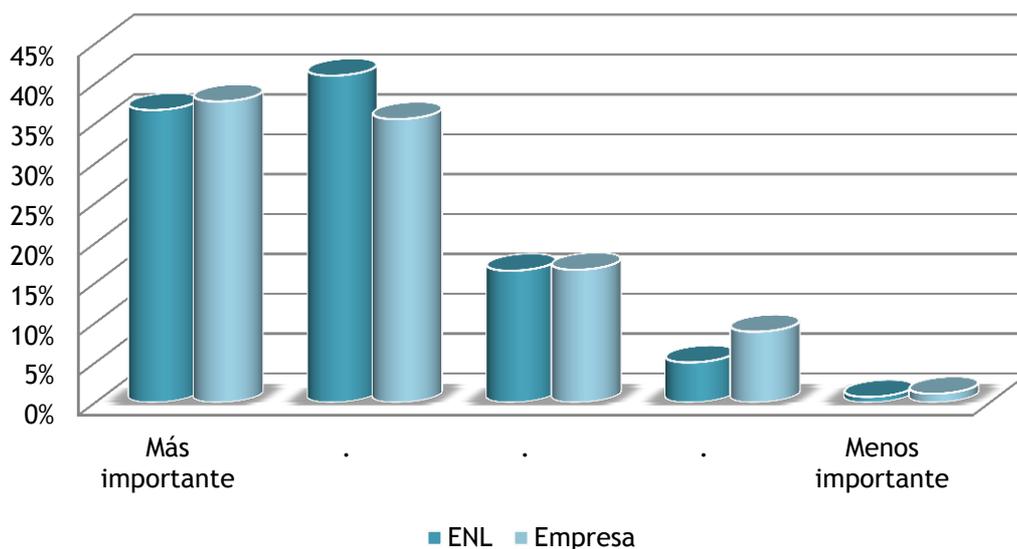
Gráfico 22. Búsqueda de iniciativas sociales



- Debe contemplar un foro en el que los voluntarios, empresas y organizaciones del tercer sector puedan compartir sus experiencias.

Tanto empresas como ENL le dan importancia similar a esta afirmación (ver Gráfico 24).

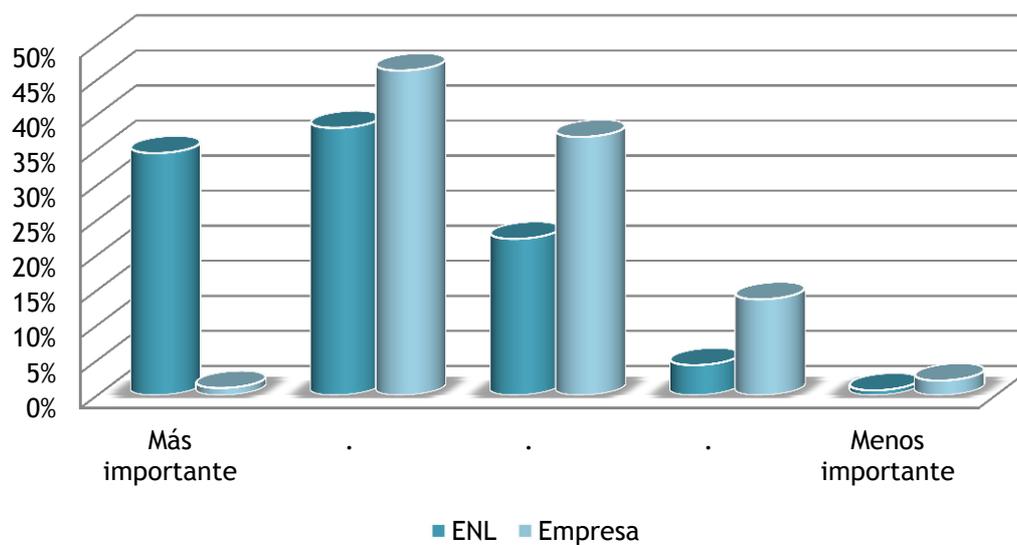
Gráfico 24. Foro para compartir experiencias



- Debe contener las mejores prácticas de las empresas, fundaciones y organizaciones del tercer sector.

El 35% de las ENL lo considera más importante frente al 1% de las empresas (ver Gráfico 25).

Gráfico 25



VII. CONCLUSIONES. Puntos de mejora, retos y propuestas

7.1. Barreras y retos del VC

A la pregunta abierta sobre las mayores barreras y retos que la empresa o fundación empresarial ha encontrado a la hora de implementar y gestionar un programa de VC, las respuestas más señaladas por los agentes tienen que ver con la crisis económica; las alianzas entre empresa y ENL; la gestión interna de la empresa; la motivación y la disposición de los empleados.

a. Contexto

Como principal barrera externa se menciona la crisis económica actual tanto por empresas como por ENL.

TESTIMONIO

“En relación a la crisis, las ONG lo están viendo como fuente de financiación. Hay mayor demanda de actividades a ser solucionadas por empresas.

En ese sentido, para el VC es positivo. Realmente, la gente está más sensibilizada cuando empieza a haber más gente a su alrededor que tiene problemas. Es como un despertar.

Testimonio de empresa durante Grupo Focal organizado para el presente estudio Voluntare; mayo/junio de 2012

b. Alianzas empresa-ENL

En lo que respecta a las alianzas empresa-ENL, destacan la desconfianza y la poca vinculación entre la empresa y ENL, siendo el reto la creación de alianzas fuertes y duraderas en el tiempo.

TESTIMONIO

“Creo que el servicio mutuo es posible yo creo que está ahí el valor añadido mutuo. Que se haga tangible o no depende de la madurez de la empresa y la ENL. Por mi experiencia vemos muchas veces que hay empresas que no están maduras o que están empezando recién el tema de VC y ven a la ENL como un mero proveedor de servicios. Muchas veces vemos a las ENL no maduras a las que sólo les interesa el tema financiero”.

Testimonio de ENL durante Grupo Focal organizado para el presente estudio Voluntare; mayo/junio de 2012

También se señala que existe dificultad de diálogo y conciliación de intereses. Además, varias respuestas coinciden en que las necesidades de empresas y ENL no se ajustan y los objetivos no están alineados.

c. Barreras internas en las empresa

La categoría de Barreras internas en la empresa es la que más respuestas sobre dificultades presenta. Las empresas señalan entre los aspectos mencionados, la desvinculación del programa de VC a la estrategia del negocio; la falta de compromiso de la Alta Dirección; la escasez de recursos humanos responsables del VC; la realización del VC fuera del horario de trabajo; la falta de canales de comunicación interna y el financiamiento.

TESTIMONIO

“Es preferible una implicación más clara de la Alta Dirección de la empresa para animar en cascada a que la gente participe más que desde RRHH se promuevan acciones con la intención de desarrollar los beneficios que se han comentado antes”.

Testimonio de empresa durante Grupo Focal organizado para el presente estudio Voluntare; mayo/junio de 2012

Por su parte, las ONL plantean una opinión muy crítica sobre el desinterés de las empresas; la poca inversión de recursos económicos; la canalización de esfuerzos sólo a organizaciones grandes; la burocracia; la poca experiencia en VC y el personal no capacitado.

d. Empleados y empresa

Respecto a los empleados, las ENL manifestaron que no estos no tienen interés en participar en iniciativas de VC. Uno de los retos mencionados es encontrar actividades de VC acordes con la actividad de los empleados. Entre las barreras encontradas en las ENL, se menciona que estas no están preparadas para dar soporte y no son percibidas como organizaciones fiables.

TESTIMONIO

“Si el voluntario no se siente útil, si las actividades no aprovechan sus capacidades, se desmotivan, y conseguimos el efecto contrario al perseguido”.

Testimonio de empresa durante Grupo Focal organizado para el presente estudio Voluntare; mayo/junio de 2012

Por otro lado, las empresas señalan las barreras culturales y el tiempo como factores que añaden dificultades para fomentar la involucración de los empleados, cuya participación se considera baja.

TESTIMONIO

“Las empresas deberían dejar de medir la cantidad (número de voluntarios) y apostar por la calidad (voluntariado útil para la ONG, relacionado con las capacidades profesionales de sus empleados), y flexibilizar la disponibilidad de estos recursos. Es decir, no concentrar el voluntariado en un par de jornadas, sino buscar una colaboración a largo plazo con la ONG.

Vemos la necesidad de que la empresa incluya incentivos en las propuestas de voluntariado para que este pueda ser considerado como corporativo: tiempo dentro de la jornada laboral, ayuda en la gestión de la propia actividad o proyecto de voluntariado, ayuda económica para cubrir los costes de gestión, eSi el voluntario no se siente útil, si las actividades no aprovechan sus capacidades, se desmotivan, y conseguimos el efecto contrario al perseguido.

Testimonio de empresa durante Grupo Focal organizado para el presente estudio Voluntare; mayo/junio de 2012

7.2. Herramientas u orientaciones para empresas y ENL

Al preguntar sobre las herramientas u orientaciones que les gustaría tener a las empresas y ENL para facilitar la gestión de los programas de VC, las respuestas se agruparon en casos de buenas prácticas, capacitación, gestión, medición, alianzas, motivación y comunicación, al igual que en la pregunta dirigida a empresas.

a. Buenas prácticas

Respecto a los casos de buenas prácticas, las empresas mencionaron que quisieran conocer casos de otras organizaciones, contar con un inventario de proyectos y con espacios de intercambio de experiencias.

Respecto a los casos, las ENL mencionan que el acceso a las buenas prácticas, la participación en talleres de intercambio de experiencias y el poder acceder a sistematizaciones les facilitarían la inmersión en este tipo de iniciativas. Consideran que tienen escasa experiencia y dificultad de acercamiento a empresas.

b. Formación

La capacitación a través de herramientas como manuales, cursos y talleres es otro aspecto mencionado tanto por las empresas como por las ENL. Los temas propuestos son el funcionamiento operativo y la medición de impacto del VC.

Como parte de la formación, manifiestan la necesidad de contar con un soporte online, intranet y aula virtual.

c. Gestión

Acerca de la gestión, las empresas desearían saber cómo identificar ejes prioritarios, cómo involucrar a todas las áreas de la empresa, cómo diseñar, dar seguimiento y evaluar un programa de VC. Una de las herramientas mencionadas es la creación de un software para la gestión de programas de VC.

Sobre la gestión herramientas para mejorar la coordinación, las ENL mencionan el contar con personal especializado en las empresas y lograr el mayor involucramiento de éstas.

d. Medición

En lo que respecta a la medición del VC, las empresas piensan que se requiere orientación y herramientas para la medición del impacto del VC, la elaboración de indicadores, reporting y benchmarking.

Otro aspecto importante que mencionan las ENL es el contar con orientaciones sobre cómo medir el impacto y los beneficios de los programas de VC.

e. Alianzas

Sobre las alianzas, las empresas creen que se necesita orientación para llevar a cabo alianzas estratégicas y encontrar los socios estratégicos adecuados.

Por su parte, lo más recurrente que mencionan las ENL es cómo acercarse a las empresas y mejorar el entendimiento sobre la relación ganar-ganar.

En respuesta a la pregunta abierta sobre qué debería cambiar o mejorar de la relación con las empresas para lograr un mejor desarrollo de la colaboración en torno al VC, las ENL mencionaron la comunicación y el diálogo, mayor horizontalidad en las relaciones entre empresa y ENL y la integración del VC a la empresa.

f. Motivación

La motivación a través de sistemas de reconocimiento a los VC o personas famosas que participen en un programa de VC y que fomenten la participación, se ha mencionado como otra de las herramientas para facilitar la gestión de programas de VC, por parte de las empresas.

El cómo fomentar la participación de las empresas es un aspecto que preocupa a las ENL, pues quisieran conocer qué incentivos pueden ofrecer para motivar a las empresas.

g. Comunicación

Finalmente, la comunicación es considerada por las empresas como una herramienta para informar y orientar a los voluntarios sobre programas de VC en los que pueden participar, espacios donde puedan expresarse, etc.

Respecto a la comunicación, las ENL desean conocer qué empresas pueden colaborar y mejorar su presencia en redes sociales.

VIII. MÁS INFORMACIÓN SOBRE VOLUNTARE

¿Qué es Voluntare?

Voluntare es una red global que promueve el Voluntariado Corporativo (VC). En Voluntare encontrarás un espacio participativo donde podrás compartir experiencias e información sobre este tipo de voluntariado.



www.voluntare.org

Es un lugar de encuentro entre aquellas organizaciones interesadas en el voluntariado corporativo, Voluntare desea convertirse en un punto de referencia útil para encontrar información y recursos de valor añadido que faciliten y/o mejoren las diversas iniciativas de VC. Además, se conforma como un espacio donde poder contactar con otras organizaciones que están interesadas en el Voluntariado Corporativo.

Como espacio independiente, dinámico y participativo en el que caben todos los puntos de vista, es un instrumento de ámbito internacional, creado por y para empresas y organizaciones sin ánimo de lucro, con el fin de impulsar este fenómeno. En Voluntare ya participan empresas multinacionales y entidades sin ánimo de lucro con presencia en los cinco continentes.

¿Cómo participar en Voluntare?

El registro como Usuario es gratuito y se puede acceder desde este [enlace](#). A través del registro se puede participar en las discusiones, dejar comentarios en los Foros, sugerir contenido, buscar organizaciones interesadas en el VC y acceder a documentación de interés en la sección de Informes.

Para mayor información, no dude en contactar con el equipo de Voluntare en:

info@voluntare.org

