

## Año Europeo del Voluntariado: una oportunidad para la implicación social de las empresas

**E**l año 2011 ha sido declarado ‘Año Europeo del Voluntariado’.

Con esta conmemoración, la Unión Europea pone de manifiesto su apuesta por el voluntariado como una herramienta para construir una ciudadanía más ética y una sociedad más justa. Este año se presenta como una oportunidad para elevar el voluntariado, en sus diferentes acepciones, y reconocer el valor que reside tras un concepto que alberga un importante componente humano.

Precisamente, dentro de las mencionadas acepciones, se encuentra un fenómeno que está cobrando un importante auge entre las grandes empresas españolas: el voluntariado corporativo (VC). Aún sin una definición consensuada sobre qué se puede o no considerar VC – cuestión que probablemente sea positiva para dar cabida a la innovación –, se trata, de una forma u otra, de aquel voluntariado que viene apoyado desde la empresa.

De cualquier modo, este movimiento ha contribuido a un acercamiento de posturas y diálogo entre sector privado y tercer sector ya que, entre las diversas iniciativas que pueden componer la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de las empresas, el voluntariado corporativo supone una acción activa directa y exige una interacción con las ONG y la sociedad. Así, se ha llegado a un punto en el que, de forma generalizada, las distintas partes reconocen los beneficios y el valor que reside en el voluntariado corporativo.

Sin embargo, las posibilidades del VC aun están por explorar. Todavía falta un giro que lleve a entender que los programas de VC pueden ser realmente estratégicos y que la inversión de tiempo, dinero y esfuerzos se puede rentabilizar. Precisamente, una de las cuestiones más interesantes del VC es que puede constituir una herramienta estratégica que contribuya a lograr uno de las barreras más difíciles con las que se encuentra la RSC: dar el salto hacia el resto de la organización.

No cabe duda de que la RSC es una cuestión ya instaurada en las grandes empresas. Se han creado departamentos de RSC, se elaboran reportes anuales y existen comités internos de RSC donde la dirección discute sobre las líneas a seguir. Pero lejos de las altas esferas de la empresa, los trabajadores, por lo general, desconocen el concepto de RSC y, cuando sí cuentan con una noción, acogen la idea con escepticismo. No se trata de ignorancia ni falta de visión. Es, simplemente, lo que experimentamos en una primera fase aquellos que hoy día somos defensores de que otro modelo de negocio es posible, a falta de ver materializada la teoría en la práctica.

Precisamente, por su intrínseco carácter activo y directo, el voluntariado corporativo puede llegar a ser una herramienta notablemente eficaz para conseguir dar ese salto con éxito: puede convertirse en una apropiada correa de transmisión de la RSC, en una de sus versiones más activas y tangibles, ya que se consigue la integración de los empleados en la consecución de objetivos sociales que las propias empresas persiguen.

La cuestión de ‘rentabilizar’ el VC cobra una nueva dimensión en el caso en el que los recursos de la empresa, incluidos sus profesionales, experiencia y conocimiento, se ponen al servicio de la erradicación de la pobreza en países en desarrollo. Si bien es cierto que, *a priori*, la inversión por persona es más elevada que en otro tipo de voluntariado, también lo es que los beneficios asociados, como el orgullo de pertenencia, la retención del talento o la imagen de la empresa, pueden ser exponenciales.

Y más allá de la gestión de los recursos humanos, podemos mencionar los posibles vínculos al negocio que se pueden encontrar gracias a la inmersión de los empleados en las comunidades, como podría ser la exploración de nuevos mercados y proveedores, la mejora del diálogo con los stakeholders o el desarrollo de productos y servicios sociales innovadores.

Desde nuestra experiencia de ya casi diez años en programas de VC para el Desarrollo, hemos comprobado que una buena gestión lleva a que este tipo de iniciativas evolucionen hacia otros modelos de colaboración entre empresa y ONG. En cierto sentido, un programa de VC para el Desarrollo puede ser una puerta de entrada para que las ONG tengan la oportunidad de orientar a las empresas hacia una RSC más vinculada a su estrategia y cuyos resultados sean más sostenibles: desarrollo de nuevas líneas de servicios y productos para la Base de la Pirámide, cadenas de suministro responsables, etc.

A pesar de que hay un número significativo de empresas españolas que trabajan esta línea de voluntariado corporativo, no todas conciben que puedan extraerse este tipo de beneficios. Y es que, si se busca extraer el máximo potencial, no cabe duda de que un fenómeno como el voluntariado corporativo conlleva una tremenda complejidad.

En este momento incipiente en lo que respecta a la implantación de este tipo de iniciativas entre el sector privado español y europeo, es de gran importancia que los organismos especializados en voluntariado y desarrollo actúen para definir los criterios de calidad y de maximización de valor para las organizaciones y, sobre todo, para las comunidades.