Medio	Fecha
stakeholders.com.pe	11/01/2024 15:59:00
	Valorización
	US $ 15.07

PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN Y DIFUSIÓN

COMPROMISO EMPRESARIAL

La clave detrás de un voluntariado corporativo exitoso

Por **Renzo Rojas**

La puesta en práctica del voluntariado corporativo trae consigo beneficios para la reputación, el engagement laboral, la estrategia ASG, entre otros. No obstante, debe contar con una planificación estratégica que parta de una propuesta de valor motivadora para los grupos de interés.

The QA segment of the seminar.

El éxito de un voluntariado corporativo radica en la propuesta de valor que se presenta para los empleados, la comunidad beneficiaria y la compañía misma. Si se apunta a un impacto significativo y positivo y, más aún, enmarcado en la estrategia de sostenibilidad, su desarrollo no se debe limitar a actividades puntuales u ocasionales, sino que se debe contemplar un planeamiento estratégico cimentado también en la generación de valor compartido desde la empresa.

Las particularidades de cada sector influyen en el tipo de voluntariado que se llevará a cabo. Jaime Ulloa, CEO de Osmia, visualiza en el entorno, la cultura organizacional, el personal, entre otros aspectos, factores a considerar. Para él, las empresas deben enfocar y priorizar en su gestión de voluntariado una propuesta de valor hacia esta tríada que conforman la comunidad, los empleados y la empresa.

"Esto funciona con los tres a la vez. No es un proyecto que consiste en llevar ayuda simplemente. Si se quiere tener éxito reclutando voluntarios, quienes quiza están ocupados o no tienen como prioridad participar, debe existir una propuesta de valor que responda a sus potenciales motivaciones", remarca.

En una adecuada y exitosa, también es clave la elaboración de una propuesta de valor para el negocio de la empresa, enfatiza Ulloa. Por ello, es recomendable no limitarla a una estrategia de responsabilidad social en sí misma, ya que implicaría reducir su impacto a un aspecto de la empresa que normalmente no es el más potente de su *core business*.

Jaime Ulloa – CEO de Osmia

"Tiene mucho más sentido cuando se buscan las posibles sinergias del voluntariado de manera transversal con la estrategia de negocio. Por ejemplo, si hay una empresa con operaciones que tienen un impacto en los vecinos, el voluntariado puede ser una manera de construir relaciones comunitarias saludables; algo más importante que solamente ir a entregar donativos", arguye.

Agrega que si bien hay compañías que implementan acciones puntuales de manera filantrópica, algo que no es incorrecto, es indispensable el proceso de concretar una propuesta de valor si se quiere otorgar sostenibilidad a una serie de programas de voluntariado.

El voluntariado en la estrategia de sostenibilidad

Es acuciante para las empresas en la actualidad la incorporación de los factores ASG mediante una estrategia. Son indispensables estos en los mercados financieros y comerciales a nivel global. En esa línea, el voluntariado puede contribuir a la efectividad de una estrategia de sostenibilidad, ya que se espera que los colaboradores la internalicen y pongan en práctica en su día a día laboral.

María Ángela Prialé, vicedecana de la carrera de Administración de la Universidad del Pacífico (UP), señala que el voluntariado, al permitir a los empleados la oportunidad de ayudar, conecta la necesidad que tenemos todos los seres humanos de trascender con el propósito de la empresa.

"La experiencia de contacto con los problemas sociales y ambientales del entorno, que el voluntariado ofrece a los trabajadores, fortalece la capacidad organizacional para identificar impactos al desarrollar habilidades como el pensamiento crítico, la empatía, el trabajo en equipo. (...) Sumaría a que la sostenibilidad no se quede solo en el discurso corporativo, sino que se viva e integre en el ADN de la empresa", subraya.

Los ámbitos de aporte son variados, continúa. Desde un voluntariado ambiental, basado en programas de reforestación, limpieza de áreas naturales y participación en proyectos de responsabilidad ecológica; hasta el vinculado con grupos sociales desfavorecidos: programas de educación a niños, de alfabetización digital, entre otros. Debido a esta versatilidad, el involucramiento de los empleados fortalece un compromiso genuino con la búsqueda de la sostenibilidad empresarial, acrecentando también los impactos favorables.

"Quienes realmente toman las decisiones en los negocios todos los días, y que al final permiten que la empresa sea lo más sostenible posible o no, son los colaboradores. El voluntariado es la manera más escalable de convertir la sostenibilidad en parte de la cultura, de los valores", manifiesta Jaime Ulloa.

La vicedecana de la UP hace referencia nuevamente a un enfoque integral. Menciona que es esencial que el voluntariado esté alineado a una estrategia de sostenibilidad, la cual a su vez debe estar en concordancia con la estrategia del negocio. Además, en esta búsqueda de generar valor, considera necesario que el programa de voluntariado esté bien diseñado y no sea solo producto de una intención eventual y puntual de ayuda.

Por su parte, Jaime Ulloa explica que actividades comunes como asistir al pintado de una escuela o participar del recojo de residuos en una playa pueden emplearse como una forma de entrada a un voluntariado de mayores y mejores resultados.

"Pueden servir al inicio para que esa persona, que suele estar en oficina y en casa, salga de su zona de confort y viva una experiencia distinta; la cual le permite conectarse, hacer empatía o aumentar la información que tiene de un tema", hace hincapié.

No obstante, prosigue, el hecho de no hacerlo estratégicamente, a manera de aprovechar el talento y las habilidades de los equipos, es dejar de lado una generación importante de valor para las empresas, los colaboradores y las comunidades.

"Es más fácil organizar una actividad puntual. Sin embargo, existen estas posibles conexiones entre los colaboradores, el core del negocio, el talento y más. Todas se pueden correlacionar para un mayor impacto en la comunidad, el cual es finalmente la razón de ser del voluntariado: generar cambio social", puntualiza Ulloa.

Considerar algunas interrogantes son importantes si se pretende un voluntariado fructífero para los colaboradores, las comunidades y las compañías. María Ángela Prialé señala que antes de iniciar un programa de voluntariado corporativo la empresa debe preguntarse lo siguiente: ¿por qué mis colaboradores deberían dar su tiempo frente a este problema?, ¿sus competencias pueden marcar la diferencia?, ¿esta iniciativa se "engancha" o complementa con otros de sostenibilidad de la empresa? y ¿cuáles son los resultados que pretendo alcanzar?

"Del mismo modo, un buen programa de voluntariado debe planear la medición de su impacto tanto a nivel del colaborador voluntario, en la empresa y en la causa que se esté apoyando", reafirma.

> "El voluntariado es una experiencia transformadora no solo para la comunidad, sino también para quien lo ejerce".

¿Existe una cultura de voluntariado corporativo?

Un panorama general hace posible inferir que cada vez más se ponen en práctica programas de voluntariado desde las empresas. La vicedecana de la UP comenta que uno de los últimos estudios en el Perú (2017) concluía que si bien la promoción y la cultura de voluntariado en nuestro país estaban en crecimiento, aún se encontraban en etapa de gestación y debían realizarse esfuerzos adicionales importantes.

"Considero que se han presentado varios cambios claves que son resultado también de los cambios en la forma que tienen las empresas de entender la sostenibilidad y la responsabilidad social; la exigencia de mayor develamiento de información sobre su desempeño ambiental, social y de gobernanza (ASG); la pandemia y los enormes desafíos que enfrentamos a nivel global y de país", afirma.

Para Jaime Ulloa una consecuencia de la pandemia del Covid-19 es que existe un mayor nivel de despliegue de un voluntariado basado en habilidades (talento) que antes. Desde su perspectiva, sobre el sesgo de que el voluntariado es un costo más que un beneficio, este no se presenta en casi la totalidad de las empresas que deciden implementar un voluntariado corporativo: "Quizá las empresas que no desarrollan voluntariado tengan esta idea, y por eso mismo no lo llevan a cabo".

La presencia en el mercado laboral de una generación joven de empleados, que tiende valorar a las empresas que respaldan y promueven el voluntariado, podría explicar también el aumento de la actividad, indica María Ángela Prialé.

"Esto se da en especial luego de la pandemia, así como con las nuevas formas de voluntariado; como el voluntariado digital, por ejemplo, con el uso de tecnología y plataformas digitales para facilitar y coordinar programas al respecto", acota.

María Ángela Prialé – Vicedecana de la carrera de Administración de la Universidad del Pacífico (UP)

Añade que el sistema de voluntariado se ha podido fortalecer en los últimos años con la aparición de plataformas privadas y públicas como Proa o el Sistema Nacional de Voluntarios (SINAVOL) del Ministerio de la Mujer y Poblaciones Vulnerables, respectivamente, los cuales buscan conectar empresas, organizaciones y voluntarios.

"Si bien a 2017 se consideraba que la mayoría de empresas desarrollaba programas de voluntariado corporativo como parte de su actividad filantrópica con poco valor esperado para el negocio, progresivamente estamos siendo testigos, en especial en las empresas más grandes, de una migración hacia un enfoque más estratégico del voluntariado, por medio del desarrollo de iniciativas que generen un impacto social significativo y estén alineadas con sus valores y objetivos comerciales de la empresas", finaliza la vicedecana de la UP.

Voluntariado emprendedor

Desde Osmia, destacan una clase de voluntariado denominado emprendedor. Es un tipo de voluntariado donde el voluntario (empleado, en este caso) es el autogestor de su proyecto. A la fecha, hay varias empresas en el Perú que lo promueven.

"Consiste en invitar a los empleados a que propongan proyectos, elijan las comunidades e identifiquen las problemáticas sociales que tienen; así como planteen soluciones usando su talento y cocreando con la organización de la comunidad. Tienen libertad para gestionar el proyecto social. Es motivador porque escogen algo que les apasiona", dice Jaime Ulloa.

Es en este proceso, detalla, en el que Osmia los acompaña para empoderarlos, brindarles una hoja de ruta o metodología, y así puedan llevar a cabo la iniciativa de manera autónoma. Se realizan, en ese sentido, capacitaciones y mentorías para que su propuesta realmente tenga un mayor impacto posible.

"Es más potente el voluntariado emprendedor. Hay varios proyectos que son de organizaciones sociales de alto impacto que surgieron del voluntariado emprendedor en los últimos 15 años", concluye el CEO.

Compromiso empresarial

Más acciones que intenciones
4 de enero de 2024

Compromiso empresarial

"ISA REP mantiene compromisos firmes con la sostenibilidad"
4 de enero de 2024

Compromiso empresarial

"Somos una empresa comprometida con su estrategia de sostenibilidad"
4 de enero de 2024

Suscríbete a nuestro Boletín de Noticias
SUSCRÍBETE

Copyright © 2023 Grupo Stakeholders SAC – Todos los derechos reservados.
Av. Paseo de la República N° 3505 – Oficina 702 – San Isidro, Lima – Perú
Celular: (511) 989 838 810 – (511) 946 566 060