

Empresas: el arte de convocar voluntarios

La responsabilidad social ya forma parte de la agenda de los empresarios. Aprenda de la experiencia internacional en la motivación y capacitación de voluntarios corporativos.

En los últimos tiempos, ha adquirido gran fuerza en muchas empresas de los Estados Unidos la idea de triple bottom line (triple línea de resultados). Este nuevo concepto de balance se basa sobre los siguientes tres elementos:

- El resultado del ejercicio de la empresa -el balance en el sentido tradicional
- El resultado ecológico de la empresa -en términos de su impacto sobre el medio ambiente
- El resultado social, es decir, la contribución de la empresa a la solución de las problemáticas que aquejan a la comunidad que la rodea

Este nuevo concepto no significa que la empresa deba perder de vista su objetivo de rentabilidad. Por el contrario, alude a la idea de hacer negocios de una manera responsable. Pero el concepto de responsabilidad social no se corresponde únicamente con la simple actividad filantrópica de una empresa. Muchas veces toma la modalidad de lo que se conoce como voluntariado corporativo, a través del cual las compañías motivan a sus empleados para que con su propio trabajo estrechen los lazos con la comunidad y aporten la cara humana de la empresa.

Consejos de una experta

Esta tendencia ha adoptado múltiples manifestaciones en las empresas de los Estados Unidos. Silvia M. Virreira, directora para el Desarrollo Internacional de la Fundación Point of Light -entidad que promueve y reivindica el trabajo voluntario- nos acerca algunos ejemplos dignos de ser considerados por cualquier empresa que quiera comenzar a implementar este tipo de iniciativas solidarias. La Fundación Point of Light tiene un programa específico diseñado para las empresas del sector privado, a través del cual visitan a las grandes compañías y las asesoran en cuanto a los cambios que pueden generar si tienen en cuenta, dentro de sus políticas empresariales, la participación de sus empleados en voluntariado corporativo. Cuando la empresa acepta embarcarse en algún tipo de proyecto, nosotros les damos formación y capacitación en el diseño de programas. Allí se incluyen no solamente a los empleados actuales, sino que también se convoca y se llama a los jubilados de esas mismas empresas, para rescatar la relación de identidad de esas personas con la compañía y a la vez motivar para que ese voluntariado corporativo también se traduzca en un voluntariado familiar, comenta Virreira en su paso por Buenos Aires para participar de la Sexta Jornada Argentina del Sector Social organizada por Fundación Compromiso.

Generalmente, la política que adoptan las empresas de los Estados Unidos son de dos tipos:

1. Por un lado, les permiten a sus empleados pasar media mañana o un día al mes haciendo trabajo voluntario y solamente tienen que reportar dónde han ido, cuántas horas han trabajado y qué tipo de tareas han desarrollado. Como contrapartida, los empleados perciben su salario de la misma forma que si hubieran estado trabajando en la empresa.
2. Por otra parte, una modalidad muy común reside en la organización de eventos especiales con motivo de alguna fecha particular, en los cuales se involucra a los empleados en algún tipo de trabajo voluntario. Por ejemplo, se promueve que dentro de las oficinas el empleado pueda traer un chico y que tome una o dos horas de su jornada laboral para enseñarle el funcionamiento de la empresa, cómo manejar la computadora, el fax, etc. También se instituyó en algunas empresas una práctica titulada shadowing (soy tu sombra), en la que el empleado lleva a su hijo o hija para que trabaje con él y conozca en qué consiste su vida dentro de la oficina.

¿Por qué puede interesar a una empresa fomentar el voluntariado corporativo?

- La beneficia en su imagen corporativa: es una forma de devolverle a la comunidad lo que tomó de la comunidad. Tiene una imagen positiva ante consumidores y clientes.
- Fomenta la identificación del empleado con la compañía y ayuda a que se sienta satisfecho por trabajar en una empresa que se preocupa por la problemática social. Esto hace que la moral del empleado y su autoestima sea superior, lo cual deriva en un mejor rendimiento en el trabajo.
- Permite medir el potencial de las personas en términos de liderazgo y potencial desarrollo, en áreas técnicas como sociales. Este tipo de información constituye un indicador, un termómetro, que debe ser de real interés para la empresa.

Otras de las versiones más comunes de este tipo de iniciativas lo constituyen las fechas clave durante el año, tales como Navidad, el día de Acción de Gracias, o la semana del voluntario, en las que todos los miembros de la organización, incluyendo al director ejecutivo en algunos casos, realizan algún tipo de trabajo comunitario para ayudar a alguna institución sin fines de lucro, o a niños, ancianos, o cualquier grupo social que así lo requiera. Algunos ejemplos de empresas que han participado en este tipo de iniciativas fueron el Chase Manhattan Bank, Citibank, McDonald's, Lloyds Bank, Chrysler, y Ford, por mencionar algunas de las más importantes. Más allá del grado de conciencia social que posea en la práctica la empresa, el hecho de considerar la implementación de alguna política de trabajo voluntario entre sus empleados redundará no sólo en beneficio de la sociedad sino también de la empresa misma en términos de imagen, detección de líderes ocultos y capacitación.

Constanza

Manfredi

© Intermanagers, 2000