



## TALLER 6: Nous models de col·laboració

### **Noves oportunitats de relació empresa – onl per a influir en la formació de directius. Ramón Guardia, Valores & Márketing.**

En els últims anys, hem vist proliferar programes de promoció del voluntariat a les empreses. Van començar, per imitació als models anglosaxons, les filials americanes i angleses i van continuar les grans corporacions nacionals. Poc a poc, també les empreses del nostre país estan entrant en aquesta dinàmica. Actualment, un 65 % de les empreses amb més de 500 treballadors manifesten realitzar accions de voluntariat corporatiu<sup>i</sup>.

El voluntariat corporatiu va començar sent una acció més dins del pla d'acció social de l'empresa i, poc a poc, s'està convertint en un aspecte clau i estratègic per a moltes empreses. Així ho mostra l' *Estudio sobre el estado del voluntariado corporativo en España 2010*, realitzat per Valores & Marketing<sup>ii</sup> amb Fundación Adecco, Club de Excelencia en Sostenibilidad i on s'aprecia que els programes de voluntariat corporatiu cada cop s'alineen més amb els valors de l'empresa i els seus objectius estratègics. Aquest fet ens mostra que el voluntariat d'empresa no és només una acció passatgera, sinó que és un tema que interessa a les empreses, tot i la conjuntura actual i que pot arribar a ser **un vehicle important per a la formació i creixement personal dels seus empleats**.

En aquest sentit, de l'estudi *Estudio sobre el estado del voluntariado corporativo en España 2010*<sup>iii</sup> se'n desprenen una sèrie d'aprenentatges a tenir en compte:

1. El voluntariat corporatiu ja està a l'agenda de les empreses. El 33% d'elles porten més de cinc anys duent a terme activitats d'aquest tipus.
2. Generen valor compartit. L'estudi tangibilitza que hi ha un benefici per a totes les parts implicades en la pràctica del voluntariat corporatiu.
3. Una oferta adaptada als empleats aconsegueix una major participació.
4. Tres fórmules són les més emprades per generar participació:
  - Iniciatives de contribució conjunta
  - Organització d'esdeveniments
  - Voluntariat per un dia
5. És un procés a llarg termini. El 26% dels enquestats afirma que participa més del 10% de la plantilla. Aquest grup coincideix amb el que porta més de cinc anys duent a terme activitats de voluntariat corporatiu.
6. Contribueix a generar orgull de pertinença. Els factors que el promouen són:
  - Involucració en la societat
  - Desenvolupament professional



- Reputació de l'empresa
- Qualitat dels productes i serveis
- 7. Alinea a les persones amb els valors de l'empresa i millora la cohesió.
- 8. Genera reputació, compromís amb els objectius de l'empresa i millora el clima laboral.
- 9. Fomenta el treball en equip, el lideratge i la creativitat. Potencia les capacitats i es converteix en una experiència transformadora de les persones i fa sortir el millor de cadascuna.
- 10. Millora el coneixement de la realitat social i el sentit de pertinença.

Des d'un punt de vista de la companyia, la participació dels empleats en programes de voluntariat corporatiu comporta canvis en la manera de fer dels propis empleats que beneficia també a l'empresa ademes de la societat. Oferir programes de voluntariat corporatiu proporciona als empleats participants noves eines i habilitats que repercuten en la seva millora personal i professional.

L'empresa, tradicionalment, ofereix una àmplia formació tècnica relacionada amb la seva professió i gestió de la direcció. No obstant, existeix la possibilitat de conèixer noves realitats socials i viure-les d'aprop. L'empresa, com a agent econòmic, té un paper clau en el desenvolupament de les societats on opera. Conèixer l'entorn en el que actua i les seves possibilitats de canvi pot ajudar a ser un motor, també, de canvi social. Per a fer-ho possible cal que, les persones que les dirigeixen i gestionen coneguin de primera mà altres realitats desconegudes per a ells (quart món, discapacitats, malalties, medi ambient,...). És una oportunitat de participar en la "universitat del carrer", **és l'oportunitat d'entendre altres realitats diferents** a les del directiu i que l'aproximació i coneixença en el món social, cultural i medi ambiental els pugui ajudar a entendre i voler participar, tant a nivell personal com a nivell d'empresa, d'aquestes realitats.

Fer possible aquesta aproximació requereix d'organització, metodologia i enteniment entre les parts implicades per a explorar noves vies de col·laboració mútua.

L'acostament dels directius d'empresa a les organitzacions i les seves causes afavorirà una **simbiosi de coneixements, habilitats i noves inquietuds que permetran, a totes les parts, beneficiar-se'n; sensibilitzant als professionals de l'empresa; i creant noves relacions entres aquests i les entitats amb les quals col·laboren.**

<sup>i</sup> Informe 2010. Voluntariado Corporativo en España. Observatorio de Voluntariado Corporativo.

<sup>ii</sup> <http://www.observatoriovc.org/InformeVC2010.pdf>

<sup>iii</sup> [http://www.clubsostenibilidad.org/f\\_publicaciones/voluntariado.pdf](http://www.clubsostenibilidad.org/f_publicaciones/voluntariado.pdf)

<sup>iiii</sup> Ídem referència anterior.