

## El voluntariado para las organizaciones ya no es una moda, es una acción estratégica

- Esta es una de las conclusiones que se extraen de la conferencia que ha tenido lugar esta mañana en ESADE y que se enmarca dentro del ciclo “Generación de valor desde la acción social”
- El presidente de Adecco, Enrique Sánchez, ha destacado que “las acciones de voluntariado son una gran aportación para la gestión de los RRHH”

**Madrid, 4 de octubre de 2011** — El voluntariado ya no se considera una moda sino que es una parte esencial de la estrategia de una organización. Eso es lo que ha defendido el presidente de Adecco, Enrique Sánchez, que ha señalado que “para nosotros es un tema esencial, se convierte en un elemento troncal ya que la batalla la gana la empresa en la que los empleados estén más motivados y este tipo de acciones crean unos fuertes lazos con la empresa”. Por su parte, William Van Dyke, CCO de Citi para España, explicó que “la involucración en las acciones sociales desde la matriz es fundamental. Somos mejores con una estrategia mundial”. Éstas han sido algunas de las principales conclusiones que se han extraído de una conferencia organizada esta mañana por ESADE y la Fundación SERES que entra dentro del ciclo “Generación de valor desde la acción social”.

Otra de las cuestiones que se han tratado es la importancia de la medición de los resultados de este tipo de estrategia de RSC. A este respecto, el CCO de Citi España apuntaba que desde su compañía se tienen muy en cuenta los resultados y para ello, “se encuesta a los beneficiarios, se analiza la mejora social y están en contacto continuo con las ONG que son las que mejor pueden indicarnos el impacto social de cada acción”. Para Enrique Sánchez también son fundamentales los resultados y destacó que el voluntariado cuenta con un importante impacto personal en Adecco ya que “ninguna de las personas que están involucradas en este tipo de proyectos ha abandonado la empresa”.

Sobre la situación de la RSC en las organizaciones en tiempos de crisis, como el actual, el presidente de Adecco señaló que “lo que tienen que hacer las organizaciones es elegir cómo quieren ser y por qué quieren ser reconocidos y deben ser fieles a esos atributos, independientemente del momento”. Asimismo, Enrique Sánchez dijo que “el voluntariado no es solo patrimonio de las grandes empresas, ni debe serlo, ya que, o somos capaces de implicar también a las pequeñas y medianas empresas o es muy difícil”.

Según el CCO de Citi para España, “las claves para la implicación de los empleados en las acciones de voluntariado radican en la continuidad, en hacer fácil la participación tanto en horas de trabajo como en fines de semana, la involucración de los

responsables de los departamentos y en dejar claro el mensaje de que se trata de intentar devolver algo a la sociedad”. Asimismo, también es esencial la involucración de los directivos ya que “de esta manera la percepción por parte de los empleados será más positiva”, señaló el presidente de Adecco.

Para finalizar el vicepresidente de la Fundación SERES, Ignacio Muñoz Pidal, señaló que “el voluntariado es una urgencia y que la forma de voluntariado que está funcionando es el que se implica en la cadena organizativa de la empresa”. En la conferencia también participaron la directora general de Fundación SERES, Ana Sáinz, y el profesor de ESADE, Enrique López Viguria.

**ESADE Barcelona**

Oriol Llop

Tel. 93 495 20 99

**ESADE Madrid**

Enrique Jurado

Tel. 91 359 77 14

Sarah Estébanez

Tel.: 91 787 70 80/ 636 628 041

**Fundación SERES**

Ana Martín-Pintado

Tel. 648 726 577

Más información en el [blog de prensa](#) y en nuestro [twitter](#)[www.fundacionseres.org](http://www.fundacionseres.org)