

VOLUNTARIADO CORPORATIVO

Matías E. Gzain*

Resumen

El contexto actual demanda un mayor protagonismo por parte del empresariado en la atención de las grandes problemáticas sociales. Cada vez más empresas utilizan al voluntariado corporativo (VC) como herramienta de vínculo con el entorno. Esta es una práctica que contribuye a una mejor sociedad, ya que la organización se convierte en un actor importante en la generación de calidad de vida de la comunidad en la que está inserta y provoca que los voluntarios sean parte de la generación de acciones de bien común. Es clave que esta práctica se desarrolle en el marco de una planificación, con un fuerte apoyo de la conducción de la organización.

El presente artículo pretende abordar el concepto de voluntariado corporativo, su importancia, los beneficios que genera para los involucrados y los campos de acción que abarca. Asimismo, se indican las modalidades que puede adoptar en la práctica y se muestran diferentes casos de aplicación.

Palabras clave: voluntariado corporativo; empresa; prácticas RSE.

* Lic. en Administración (UNS). Auxiliar de docencia ordinario "A", Departamento de Ciencias de la Administración, Universidad Nacional del Sur.
Correo electrónico: matias.gzain@uns.edu.ar

INTRODUCCIÓN

El voluntariado corporativo es una de las modalidades que puede asumir el tipo de acciones destinadas a poner en práctica la responsabilidad social empresarial. Se trata de una alternativa de respuesta interna a cargo de los trabajadores de la empresa y una iniciativa de respuesta externa de intervención en la comunidad.

El voluntariado corporativo busca movilizar a los trabajadores, sus conocimientos, tiempo y energía a favor del desarrollo comunitario donde opera la empresa. Esta herramienta es cada vez más utilizada como puesta en práctica de la responsabilidad social, con alto potencial para involucrar a los trabajadores en la misión organizacional.

Es central que esta práctica se constituya en una alternativa voluntaria, es decir, de libre elección por parte del trabajador, sin obligación de la empresa. Busca promover una cultura colaborativa, generando sensibilidad social entre los empleados; esto les permite desarrollar nuevos ideales y valores, poniendo en práctica la solidaridad como fuente del desarrollo integral de las personas.

En Estados Unidos, de las 500 empresas de la lista *Fortune 500*, el 82% cuenta con programas de voluntariado corporativo. En Europa, de las 100 empresas del índice europeo *FTSE 100*, 74 empresas también los tienen.

En nuestro país esta práctica tuvo un punto de inflexión en la crisis de 2001, a partir de la cual las empresas comenzaron a involucrarse más. En la actualidad, las grandes empresas están trabajando en programas de voluntariado corporativo que incluyen la definición de objetivos y medición de resultados.

De acuerdo a estudios realizados en el país, el voluntariado corporativo es un importante generador de reputación externa positiva, facilitando una imagen de empresa responsable. Además, internamente genera un clima laboral positivo y orgullo de pertenencia para los empleados.

1. ACERCA DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

El voluntariado corporativo conjuga las ganas de los trabajadores, las necesidades de la comunidad y los medios que la empresa brinda para llevar adelante una transformación social en el entorno en el que la organización opera.

Este instrumento de RSE contribuye de manera positiva al desarrollo del capital social. Su origen dentro de una empresa puede deberse a causas como inquietudes solidarias de los propios trabajadores, mandato de las casas matrices (en el caso de las empresas multinacionales) o bien demandas de las propias organizaciones sociales o del mismo Estado.

De acuerdo a lo planteado en el *Manual de Voluntariado Corporativo* (MVC) de la Fundación Compromiso (2008), se entiende por voluntariado corporativo al conjunto de actividades promovidas y facilitadas por la empresa, con la finalidad de crear y sostener (aportando recursos económicos, humanos, tecnológicos y/o materiales) un canal de participación de los trabajadores. Estos actúan como voluntarios, aportando su tiempo, capacidades y habilidades a diferentes organizaciones sociales.

El instituto ETHOS también lo define como “un conjunto de acciones realizadas por las empresas para incentivar y apoyar el desarrollo de sus empleados en actividades voluntarias en la comunidad”

“Es el conjunto de acciones implementadas por iniciativa de la empresa y su capital humano destinadas a contribuir al desarrollo social, asistencial y medioambiental, educativo y cultural, entre otros, en las que intervienen personas ligadas directamente (empleados y jubilados) o indirectamente (familiares) a la empresa”, tal como lo define *Fundación La Caixa*. De esta definición se destaca la multiplicidad de campos de acción, así como también la posibilidad de que el

Figura 1. Programa de voluntariado corporativo.



Fuente: elaboración propia en base al MVC de Fundación Compromiso.

VC no solo involucre a los trabajadores actuales, sino también a sus familias y a extrabajadores de la empresa.

El VC conforma la articulación de las necesidades de las organizaciones sociales (y problemas de la comunidad), las prioridades de la empresa y los intereses y habilidades de los voluntarios. Estos tres actores conllevan diferentes motivaciones, objetivos y necesidades específicas que, al ser articuladas, generan valor agregado.

Este tipo de práctica requiere el apoyo de la alta dirección (incorporando el voluntariado a los valores de la empresa; definiendo reglas claras para los voluntarios y organizaciones); el aporte de recursos económicos, humanos y tecnológicos; y el desarrollo de un plan de trabajo (capacitación, motivación y reconocimiento de los voluntarios, así como la comunicación interna y externa).

En general, el impacto de esta práctica es mayor cuando las organizaciones sociales con las que se trabaja están próximas a la comunidad en que la empresa opera, fomentando el desarrollo local. Es importante que haya una etapa previa de conocimiento de ambas partes para asegurar una compatibilidad en el trabajo a desarrollar. Asimismo, es recomendable que la empresa identifique quienes serán los destinatarios de las acciones a implementar (niños, jóvenes, adolescentes, adultos mayores, discapacitados, entre otros).

Horario de las actividades

Uno de los principales aspectos a considerar es el horario en el que se desarrollan las actividades, si tienen lugar dentro o fuera del horario laboral. Hay algunas posturas que indican que deben implementarse dentro del horario de trabajo porque, de lo contrario, no constituiría voluntariado corporativo, sino más bien una iniciativa de voluntariado individual durante el tiempo libre del trabajador. Otros autores indican que es complejo ofrecer espacios sostenidos que cumplan con los objetivos y expectativas de todos, y no hay una receta o unanimidad con respecto a hacerlo dentro o fuera del horario laboral. La tendencia es que haya una combinación de ambos. Son frecuentes las actividades dentro del horario laboral, pero también son comunes las actividades los sábados en jornadas en las que participa también la familia, generando otro nivel de integración. Según datos de la encuesta "Gestión y Estrategia en Voluntariado Corporativo" (2013) de *Visión Sustentable*, un 37% de las empresas lo implementan dentro del horario de trabajo, mientras que un 27% lo hace fuera y un 36% combinan ambas modalidades.

Además del horario en el que se desarrolla esta práctica, es importante garantizar la seguridad de los empleados y participantes de la actividad. Para ello, debe realizarse un relevamiento de las actividades a desarrollar, identificando potenciales fuentes de riesgo. Una alternativa es realizar una extensión de la ART que utiliza la empresa. Otra alternativa es contratar para cada ocasión o día de intervención un seguro de accidentes personales.

Las prácticas de VC y sus beneficios

La realización de un programa de voluntariado corporativo (PVC) genera beneficios para los tres actores que participan:

- Para la empresa: genera motivación en los trabajadores, que se comprometen más con sus actividades (sentido de pertenencia), mejorando en muchos casos la productividad y reduciendo la rotación, creando un clima laboral positivo. Alienta un progreso en la comunicación interna. Genera un avance en la imagen y reputación organizacional en caso de que el programa sea exitoso. Además, reduce el aislamiento, ampliando su red de contactos y mejora las relaciones con la comunidad. Finalmente, contribuye positivamente a reforzar la cultura del compromiso y servicio.
- Para los trabajadores: favorece el desarrollo de habilidades como la creatividad, la innovación, el trabajo en equipo y la adquisición de nuevas competencias. Asimismo, afianza los valores de la empresa. Además, es la oportunidad para tomar contacto con la comunidad y constituirse en un agente de transformación de la realidad. Por otro lado, es un espacio donde desaparecen las diferencias jerárquicas. En definitiva, es un lugar de crecimiento personal para el trabajador y genera relaciones positivas para él, incrementando su satisfacción personal y autoestima.
- Para las organizaciones sociales: crea la posibilidad de acceder a una nueva fuente de recursos, tanto económicos como de personas participantes en ella. Además, a partir de la participación y consecuente comunicación de los programas conjuntos con la empresa, brinda más visibilidad y difusión de la entidad, dando la posibilidad de ampliar la red de contactos y generar nuevas alianzas. También representa la posibilidad de acceder a nuevos conocimientos y habilidades difíciles de adquirir por sí sola.

Para que un programa de voluntariado corporativo tenga éxito es clave el involucramiento de la empresa liderando el programa, y es recomendable crear un

Figura 2. Beneficios del voluntariado corporativo.

Fuente: elaboración propia en base al MVC de **Fundación Compromiso**.

Comité Estratégico que impulse el proceso. El mismo debería estar conformado por integrantes de las áreas de Recursos Humanos y de Relaciones Institucionales, un coordinador de voluntarios y un líder de comunicación.

Por su parte, la organización social deberá cumplir y responder a tres tipos de aspectos: institucionales (estar legalmente constituida e inscrita en Personas Jurídicas y AFIP); estratégicos (tener definida su misión, los objetivos y el plan de trabajo); y operativos (coordinar a los voluntarios, brindar los recursos y la infraestructura en condiciones para que los voluntarios puedan desarrollar su tarea).

2. CAMPOS DE ACCIÓN

Las intervenciones de los voluntarios comprenden diversos campos de acción, entre los que se pueden mencionar:

- Asistencia humanitaria y social a grupos en situación vulnerable: en general incluyen respuesta a situaciones de emergencia puntuales tales como catástrofes.
- Prevención de grandes problemáticas sociales: se focalizan en la preven-

ción de problemas mediante la educación y la promoción de buenos hábitos. Incluye programas de educación vial, de prevención de enfermedades, abordaje de adicciones.

- Integración de personas o grupos marginados o inclusión de grupos vulnerables (tercera edad, atención de discapacidad, madres adolescentes, pueblos originarios).
- Desarrollo Social: promueven la participación de la comunidad o de las organizaciones sociales. Incluye sensibilización de la comunidad sobre sus necesidades, fomento de redes entre personas y asociaciones, capacitación en procesos de planificación participativa.
- Sensibilización y promoción: buscan concientizar a la sociedad sobre diversas problemáticas, como el cuidado del medio ambiente, educación en solidaridad, entre otros.

3. MODELOS DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO

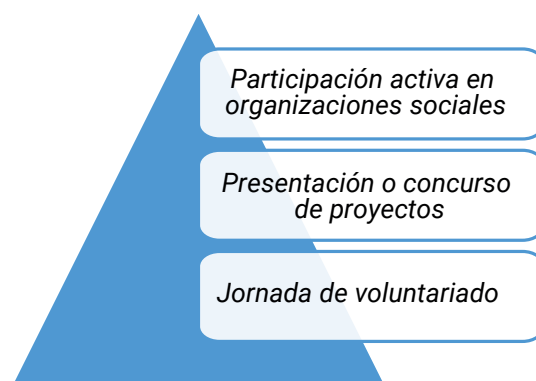
Respecto de las capacidades a ofrecer por parte de los trabajadores voluntarios, puede suceder que o bien los mismos aboquen su servicio a causas que no estén relacionadas con su actividad profesional, desarrollando habilidades que tal vez desconocían; o bien, a causas que implican la utilización de conocimientos profesionales o técnicos de los trabajadores y el *know how* de la compañía al servicio de la sociedad, brindando a la comunidad aquello en lo cual se es más competente.

Existen tres modelos puros de voluntariado corporativo, aunque en la práctica suelen darse modelos mixtos. Estos son: Jornada de voluntariado corporativo, Presentación o concurso de proyectos y Participación activa en organizaciones sociales.

Jornada de voluntariado corporativo

Consiste en una actividad puntual realizada, en general, durante un día. Se busca tener una primera aproximación a la temática de voluntariado corporativo, con el objetivo de sensibilizar y conocer el estado de situación y la predisposición de los trabajadores para realizar actividades de voluntariado. Participan masivamente los empleados y la intervención se centra en una causa o en las necesidades de una organización social concreta.

Este tipo de accionar se caracteriza por ser acotado en el tiempo y, si no se repi-

Figura 3. Modelos puros de voluntariado corporativo.

Fuente: elaboración propia.

te, no logra generar un impacto importante en la misión ni en la estrategia de la empresa. Sin embargo, constituye un primer acercamiento a la acción social y al vínculo con la organización social, sirviendo como prueba piloto para el paso a acciones sostenidas en el tiempo. Requiere de una planificación y evaluación de la empresa y de la organización social.

Este tipo de acción exige:

- Relevamiento y selección de posibles organizaciones participantes.
- Identificación de las necesidades de la organización.
- Planificación de la jornada.
- Convocatoria y capacitación de voluntarios.
- Desarrollo de la jornada.
- Evaluación de resultados de la jornada.

Presentación o concurso de proyectos

En general, este tipo de actividad se desarrolla a lo largo del tiempo, en lapsos de un año o más. Consiste en la apertura de un concurso de proyectos durante un período determinado, en el cual se presentan iniciativas diseñadas entre los trabajadores y las organizaciones sociales que luego son evaluadas por un jurado. Entre ellas, se seleccionan los proyectos a desarrollar, que son implementados por los voluntarios. La empresa realiza la selección de los proyectos ganadores a través de un concurso con pautas preestablecidas, mediante un comité evaluador.

Una de las ventajas de esta modalidad es que se genera un mayor compromiso en los trabajadores, ya que participan desde la etapa de diseño del proyecto. Con respecto a la participación de las organizaciones, estas deben tener claras sus necesidades, las pautas de la compañía y trabajar en forma conjunta con los voluntarios. Esta modalidad requiere:

- Definir las bases para la presentación de proyectos.
- Capacitar a las organizaciones participantes.
- Acompañar mediante tutorías a los trabajadores para la formulación de los proyectos.
- Conformar el jurado, determinar criterios para la evaluación, selección y priorización de los proyectos.
- Implementar y dar seguimiento a los proyectos seleccionados. Se ofrecen tutorías a las organizaciones participantes en los proyectos seleccionados.

Ejemplos de este tipo de iniciativas: **Dow Argentina** realiza un concurso de proyectos para la participación de todos los empleados, quienes deben involucrar a una organización social. Se desarrollan 4 etapas: planificación, lanzamiento y difusión; tutorías para la presentación; evaluación de proyectos y selección de ganadores; e implementación y monitoreo de los ganadores.

Participación activa en organizaciones sociales

Esta modalidad también implica un período de tiempo prolongado, generalmente superior a un año. Consiste en ofrecer a los voluntarios un “menú” de ofertas de actividades y proyectos a desplegar en diferentes organizaciones con las cuales la empresa desarrolla alianzas de tipo permanente.

La intervención se centra en temáticas donde la empresa brinda aquello que mejor sabe hacer a quienes más lo necesitan. Implica un involucramiento con los valores de la empresa por ser una relación de mediano plazo y por formar parte de una estrategia de RSE más amplia. Las acciones se basan en un proceso de planificación participativa y requiere de un responsable de voluntarios en la empresa y otro en la organización. Comprende las siguientes instancias:

- Definición del perfil general de los voluntarios.
- Selección de las organizaciones sociales con las cuales se trabajará y gestión de alianzas.

- Capacitación a voluntarios y organizaciones sociales.
- Definición del “menú” de ofertas para los voluntarios (actividades y proyectos). Comunicación del mismo.
- Monitoreo, seguimiento y evaluación de los voluntarios en su participación.

Ejemplos de este tipo de iniciativas: **General Motors** desarrolla un programa de voluntariado corporativo a nivel mundial, asociándose en cada país con diferentes organizaciones para la conformación de alianzas. La planificación es participativa. Las organizaciones desarrollan un “menú” de opciones para la participación/inserción voluntaria, los voluntarios eligen las actividades que desean colaborar. Los empleados pueden participar con sus familias, desarrollando las actividades fuera del horario de trabajo y fines de semana.

4. ETAPAS DE UN PVC

En primer lugar, la etapa de diagnóstico y diseño se caracteriza por desarrollar los pilares y las reglas del PVC, se releva información crítica para el proceso, buscándose el involucramiento de directivos, trabajadores y referentes comunitarios.

Asimismo, en esta etapa se realiza un relevamiento de datos que caracterice al territorio o que establezca las temáticas en las que se trabajará (mediante encuestas, entrevistas, recopilación de información, entre otras fuentes de datos). Luego del relevamiento se lleva adelante la planificación mediante la cual se diseña la política de voluntariado, la estrategia de comunicación y la planificación operativa. También se planifica cómo se capacitará a los participantes.

Como segunda instancia, se lleva adelante la capacitación a los trabajadores voluntarios, con una formación inicial y otra específica en proyectos sociales y RSE. Por otro lado, también se capacita a las organizaciones sociales.

En tercer lugar, se realiza la gestión y ejecución, a cargo de los encargados de la coordinación, a través de reuniones con los voluntarios, organizaciones sociales y los destinatarios.

Finalmente, la etapa de evaluación es importante para medir los resultados, evaluar desvíos y generar recomendaciones para ajustar acciones futuras. Esto permite rediseñar y planificar nuevas metas y objetivos.

5. NORMATIVA

En Argentina en el año 2004 se sancionó la Ley de Voluntariado Social que busca promover el voluntariado y regular las relaciones entre los voluntarios y las organizaciones sociales donde desarrollan sus actividades. La Ley N° 25655 de Voluntariado Social fue reglamentada en 2010 por el Decreto N° 750/2010. Se designa al Centro Nacional de Organizaciones de la Comunidad (CENOC) como autoridad de aplicación e interpretación con el fin de:

- Promover el voluntariado social, instrumento de la participación solidaria de los ciudadanos en el seno de la comunidad, en actividades sin fines de lucro.
- Regular las relaciones entre los voluntarios sociales y las organizaciones donde desarrollan sus actividades.
- A su vez, mediante la Disposición N° 12 se establecen las normas y procedimientos para solicitar la inscripción en el Registro Nacional de Organizaciones de Voluntariado Social.

Las organizaciones en las que se ejerce el voluntariado social son aquellas tanto públicas como privadas, sin fines de lucro, cualquiera sea su forma jurídica, que participen de manera directa o indirecta en programas y/o proyectos, que cuenten con voluntarios, que persigan finalidades u objetivos propios del bien común y del interés general, con desarrollo en el país o en el extranjero, ya sea que cuenten o no con el apoyo, subvención o auspicio estatal.

6. ALGUNOS CASOS DE APLICACIÓN

Banco HSBC. Definir el monto a invertir, el destino de los fondos y medir los resultados es clave en cualquier negocio, pero también en las acciones de voluntariado. El banco recibe todos los años directrices de la casa matriz sobre cómo invertir en este tipo de acciones, tras lo cual lo adaptan a las necesidades locales. El trabajo conjunto con los “socios expertos” es del siguiente modo. El banco teje acuerdos con *Junior Achievement* (brinda clases y charlas a jóvenes), *Fundación Cimientos* (becas estudiantiles), el *Centro Lekotek* (educación “emocional” en escuelas primarias) y *Aldeas Infantiles*. En todos los programas, hay voluntarios. Se destaca que los voluntarios locales de los planes de medio ambiente redactaron un curso para *Junior Achievement* que se enseñará en África. El 23% de los empleados participa en acciones para la comunidad.

Mimo y Co. Desde 2011 para el Día de Niño realiza una campaña de recolección de juguetes y actividades de voluntariado para acercar lo recaudado a niños en situación de vulnerabilidad. El objetivo es reforzar el valor de la solidaridad en las familias de quienes trabajan en la empresa. Por campaña se reciben entre 800 y 1000 juguetes, muchos de ellos acompañados de coloridas cartas con mensajes dirigidos a los chicos que los van a recibir. Además de llevar los juguetes, se organizan actividades compartidas y se implementa una merienda o un desayuno con los chicos. Se han visitado instituciones de todo tipo (escuelas públicas, hogares de tránsito, hospitales, entre otros). Cada lugar tiene características diferentes y chicos en situaciones de vulnerabilidad variadas, pero, sin duda, todos dejan una huella y una experiencia única e irrepetible para todos los voluntarios que participan de las actividades. Para algunos este voluntariado es el puntapié inicial para después continuar visitando y construyendo una relación de padrinazgo tanto con la institución como con alguno de los chicos.

Starbucks Coffee España, S.L. Desde marzo de 2008 empleados de la empresa participan como voluntarios en el programa “Quedamos al salir de clase” destinado a menores de 3 a 12 años de familias con escasos recursos y con horario laboral incompatible para el cuidado de sus hijos (familias monoparentales que necesitan apoyo externo). Los voluntarios visitan semanalmente seis colegios para apoyar a los niños en actividades extraescolares organizando juegos educativos o ayudándoles en sus deberes extraescolares.

Turner (productora de canales como *Cartoon Network* y *CNN*). Este caso es elocuente ya que utiliza las herramientas que tiene la empresa en sus programas de voluntariado. Uno de ellos es “TVmos trabajando”, un taller de televisión e inserción laboral dictado en escuelas secundarias por empleados voluntarios. Por otra parte, “Padrinos” es un plan de becas para alumnos que, además de ser apoyados económicamente, son ayudados por empleados. Unos 200 empleados aportan su tiempo. Se desarrollan capacitaciones previas y las actividades se realizan en horario laboral, para que los empleados encuentren un espacio en el que el trabajo conviva con la responsabilidad social.

7. CONCLUSIONES

El voluntariado corporativo es una práctica cada vez más frecuente. Más allá de la acción que se va a realizar, es recomendable enmarcarla en una política que guíe, regule y establezca los principios del PVC y que, además, permita de-

jar asentados los acuerdos organizacionales. La actitud del liderazgo resulta fundamental para mantener la motivación en las acciones y programas de RSE. Es decir, que los líderes apoyen las iniciativas y otorguen el tiempo y el espacio necesario para que los empleados participen y se involucren. Por otra parte, contar con programas que reconozcan las acciones voluntarias de sus empleados también contribuye a la motivación dentro de la organización. Uno de los principales problemas a la hora de desarrollar e implementar el voluntariado corporativo es la falta de compromiso de los mandos medios y es un aspecto que debe considerarse a la hora de planificar las acciones.

Además del crecimiento que se observa en el VC, se está produciendo una transformación del tipo de voluntariado, quedando progresivamente relegado aquel de tipo más básico que solo se enfoca en la ayuda comunitaria. Se desarrolla cada vez más frecuentemente aquel que busca generar proyectos a largo plazo, mediante el cual los voluntarios brindan a la comunidad su experiencia laboral y aplican y transmiten aquello que mejor saben hacer. Por ejemplo, un director de finanzas que quiere realizar un voluntariado no genera un verdadero impacto yendo a pintar una escuela, sino haciendo aquello que más sabe y pueda generar un cambio, como asesorar financieramente microemprendimientos y negocios inclusivos. El voluntariado empresarial da un enorme potencial cuando los trabajadores transfieren y comparten sus saberes profesionales con una organización social o comunitaria.

El VC presenta desafíos y, entre ellos, se destaca la necesidad de definir una estrategia y profesionalizarlo. Algunas empresas cuentan con un estatuto de voluntariado que indica la cantidad de horas anuales y las obligaciones de la compañía y del trabajador con el voluntariado. También es necesario realizar una evaluación posterior a la práctica para medir resultados y generar mejoras a futuro. Además, la capacitación de los voluntarios es fundamental para el éxito del programa. Por último, la profesionalización es importante para controlar las expectativas de la comunidad que recibe a los voluntarios.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- 10 casos para repensar el voluntariado corporativo. (18 de julio de 2012). *El Cronista*. Recuperado de: <https://www.cronista.com/responsabilidad/10-casos-para-repensar-el-voluntariado-corporativo-20120718-0002.html/>.
- El valor del voluntariado corporativo (6 de julio de 2013). *La Nación*. Recuperado

de: Disponible en: <https://www.lanacion.com.ar/1598763-el-valor-del-voluntariado-corporativo/>.

Encuesta sobre “Gestión y Estrategia en Voluntariado Corporativo” (diciembre de 2013). Recuperado de: <http://www.visionsustentable.com.ar/2013/12/nc-voluntariado.php/>.

Fundación Compromiso. (noviembre de 2008). *Manual de Voluntariado Corporativo*. Disponible en: https://docs.wixstatic.com/ugd/7fd47d_c9fbee0b595548cab50b2846c0e4bc6d.pdf/.

Fundación SERES. (s/f) *Voluntariado Corporativo en diferentes empresas*. Disponible en: <https://www.fundacionseres.org/Paginas/Campus/BuenasPracticas.aspx?IDe=43/>.

González, D. (18 de noviembre de 2015). Estrategia y gestión, las nuevas claves del voluntariado corporativo. *Ámbito.com*. Recuperado de: <https://www.ambito.com/estrategia-y-gestion-las-nuevas-claves-del-voluntariado-corporativo-n3916432/>.

Grupo de Fundaciones y Empresas (GFDE). (abril de 2017) *Guía de voluntariado corporativo*. Disponible en: <https://www.comunicarseweb.com.ar/sites/default/files/guia-de-voluntariado-corporativo-seleccion.pdf/>.

Mimo y Co. (s/f). *Voluntariado Corporativo*. Disponible en: <https://www.mimo.com.ar/rse2/voluntariado-corporativo/>.

Pérez, A. (10 de febrero de 2007). Voluntariado corporativo, un aliado por Conocer. *Compromiso Empresarial*. Recuperado de: <https://www.compromisoempresarial.com/sin-categoria/2007/02/voluntariado-corporativo-un-aliado-por-conocer/>.

© 2020 por los autores; licencia otorgada a la Revista CEA. Este artículo es de acceso abierto y distribuido bajo los términos y condiciones de una licencia Atribución-No Comercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0) de Creative Commons. Para ver una copia de esta licencia, visite <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0>