



CONTEXTO SOCIAL E INTERÉS POR EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN CIUDAD REAL

RESUMEN EJECUTIVO
CASO REPSOL



Fundación
REPSOL

ANTECEDENTES

Desde Fundación Repsol, en su compromiso de contribuir al bienestar de la sociedad, mejorar la calidad de vida de las personas y lograr un mayor desarrollo social, se ha llevado a cabo en 2018 un estudio para profundizar en las necesidades sociales de la provincia de Ciudad Real, así como en las inquietudes sociales y expectativas que los empleados y empleadas de los distintos negocios de Repsol en la provincia tienen con respecto a su apoyo y colaboración en diferentes proyectos sociales.

En la provincia de Ciudad Real, Repsol está presente con su Complejo Industrial en Puertollano, que produce toda la gama de productos derivados del petróleo y sus unidades de producción se encuentran entre las más avanzadas del país.

Con una superficie de 430 hectáreas, es capaz de procesar 7,5 millones de toneladas al año. Sus instalaciones han ido renovándose de manera constante e incorporan, en la actualidad, las cinco grandes áreas de producción dedicadas a refino, química, lubricantes, asfaltos y GLP. La salud y seguridad de empleados, contratistas y población del entorno, así como el compromiso con el respeto medioambiental son prioridades del Complejo Industrial de Puertollano, constituyendo una parte esencial de su compromiso con la sociedad.

El voluntariado corporativo es una herramienta cada vez más reconocida para la gestión de las relaciones comunitarias y para canalizar las inquietudes sociales de los empleados, creando vínculos con su entorno, a través de su contribución a la resolución de los retos locales y el contacto con el territorio.

Consciente de ello, Fundación Repsol apuesta, desde 2011, por el voluntariado corporativo, abriendo su programa no solo a la participación de los empleados de la Compañía, sino también a sus clientes, accionistas, proveedores y cualquier persona interesada que comparta los valores de la Fundación.

Por este motivo, se ha desarrollado el presente estudio, con la colaboración de la consultora Voluntariado y Estrategia, con los siguientes objetivos:

- **Análisis del entorno social y asociativo de la provincia de Ciudad Real**, desde la perspectiva de la convergencia con el voluntariado corporativo.
- **Análisis de las expectativas e inquietudes sociales de los empleados** de Repsol en dicha provincia de cara a su participación y colaboración en acciones locales de voluntariado.
- **Diseño de un Plan de Acción**, a partir de las conclusiones vertidas por el estudio con el fin de alinear las iniciativas de voluntariado corporativo impulsadas por Fundación Repsol en la provincia de Ciudad Real con las necesidades sociales del entorno y las inquietudes y expectativas de los empleados de Repsol en el ámbito social.

CONTEXTO SOCIAL E INTERÉS POR EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN CIUDAD REAL

El estudio del entorno social y asociativo realizado para definir el contexto social y del movimiento voluntario en la **provincia de Ciudad Real** ha perfilado una región con características de gran interés y oportunidades para la estrategia local del Plan de Voluntariado Repsol.

A continuación, se resumen los principales aspectos de interés para los objetivos expuestos.

- Según la tasa de riesgo de pobreza o exclusión social, hay que destacar que el 37,9 % de la población de Castilla-La Mancha se encontraba en riesgo de pobreza y exclusión social en el año 2016, **diez puntos por encima de la media de España**. En términos absolutos, en 2016 existían algo más de 773.500 personas en riesgo de pobreza y/o exclusión social en Castilla-La Mancha.
- Preocupa la **elevada tasa de paro de la provincia, en particular, de los mayores de 45 años**, que representan el 43,84% de los parados.
- En cuanto a las **carencias en los hogares**, con carácter general, en 2016, la situación **era más desfavorable en Castilla-La Mancha que a nivel nacional en todos los indicadores** salvo en dos: comida y disposición de teléfonos móviles.
- Según encuestas del Instituto Nacional de Estadística publicadas en el Portal de Transparencia de la comunidad autónoma, **las empresas de Castilla-La Mancha con conexión a Internet en 2015 representaban un 69,1% del total, frente al 76,6% de media nacional**, un porcentaje que también bajó hasta el 68,4% en la región mientras que se incrementó en toda España, llegando al 77,5%.

- Según datos del Ministerio del Interior en el primer semestre del 2017, el índice de criminalidad subió ligeramente en Castilla-La Mancha respecto al mismo período del año anterior. En concreto, se registraron 32.069 infracciones penales. En el apartado de delitos que aumentaron destacaron los asesinatos y homicidios. También **subió el tráfico de drogas un 14,7%**. Los demás tipos delictivos bajaron. **La tasa de criminalidad en la región** se situó en 31,2 delitos por cada mil habitantes, es decir **12,1 puntos por debajo de la media nacional**.
- La evolución educativa de la población castellano-manchega era cualitativamente similar a la de la española, aunque partiendo de una posición inicial mucho menos favorable, **con niveles muy elevados de analfabetismo y una fracción muy pequeña de la población con estudios secundarios o superiores según el estudio** “Situación de Castilla-La Mancha” realizado por BBVA Research en el 2016.
- Con 184 suicidios (1 cada 2 días), Castilla-La Mancha registró la cifra más alta de, al menos, los últimos 20 años, según los datos publicados por el INE en 2015. La comunidad autónoma, con una tasa de 8,8, frente al 8,3 de la media nacional, es la quinta con mayor número de suicidios por 100.000 habitantes. El riesgo de suicidio se multiplica por 8 en varones de más de 89 años.

Estos indicadores marcan las necesidades y demandas de apoyo más urgentes por parte de la población castellano-manchega.

En cuanto **al contexto del voluntariado y de la visión sobre él de los empleados y empleadas de Repsol**, podemos destacar las siguientes conclusiones:

En España, en 2016, **el 38,1% de la población declara colaborar con las ONG:** un 28,8% solo mediante aportaciones económicas; un 9,3% solo en el voluntariado y un 3,86% económicamente y en el voluntariado. En general, **colaboran más las mujeres que los hombres y las personas de menos de 45 años, pero lo más notable es la importancia de los niveles socioeconómicos y educativos que siempre cursan a favor de todos los tipos de colaboración.**

Muy importante para el presente estudio es el **32% de las personas actualmente no voluntarias, a nivel nacional, que sí tienen interés en serlo**. Con un cálculo aproximado sobre el total de la población mayor de 14 años en 2016, ese dato representa unos 11 millones y medio de personas que quisieran participar como voluntarias pero de momento no lo hacen, un potencial enorme que revela la importancia de acercar el voluntariado a la ciudadanía. Destacable es también, el elevado porcentaje (26%) de indecisos (No sabe/no Contesta) entre el grupo de los empleados, en el cual, una vez más, las empresas pueden jugar un rol significativo compartiendo, informando y fomentando el voluntariado.

En particular, en 2015, **Castilla-La Mancha tiene un 53,7% de ciudadanos mayores de 14 años con interés en invertir su tiempo en ayudar a lo demás**, o a mejorar diferentes aspectos de la sociedad, siendo la segunda región con más interés tras Extremadura.

Se destaca entonces una notable discrepancia entre las personas que participan como voluntarias y las que tienen interés en serlo. Analizando entonces, las razones que pueden explicar esta divergencia, en primer lugar encontramos que **solo un 52% de la población española considera que sea fácil hacer voluntariado**. En cuanto a las principales dificultades alegadas, se destacan, a nivel nacional:

- la principal es la **falta de tiempo, mencionada por un 17,5%** de los encuestados,
- seguida por la **falta de información con un 14,4%** y
- los **complejos requisitos por parte de las ONG, con un 13,4%**.

La falta de tiempo es quizás la barrera más complicada de superar, aunque se pueden promover, como indica la *Ley Estatal de Voluntariado 45/2015*, medidas de conciliación y flexibilidad. Por otro lado, se puede contribuir con eficacia en la falta de información a partir del trabajo de los gestores de voluntariado corporativo en las empresas y del voluntariado en universidades que proporcionan a los

empleados y universitarios una información clara y completa sobre las distintas iniciativas de voluntariado; y que, en muchos casos, gestionan directamente su participación en dichas iniciativas, simplificando, de forma muy significativa los procesos de participación. Además, en Castilla-La Mancha, se puede observar que “la falta de tiempo” tiene mucha menos incidencia que en el resto del país, con apenas un 5,6% de menciones.

Entrando en el contenido del voluntariado realizado y el ámbito de actuación, como es habitual, **el mayor peso de la acción voluntaria está en el voluntariado asistencial**. Es ese ámbito el que agrupa más personas voluntarias (53,3%) y el más atractivo para quienes aún no forman parte del voluntariado (es el elegido por el 58,3%).

Otro dato muy positivo para este estudio es que **el grado de satisfacción respecto al voluntariado es muy alto, tanto en cuanto a la propia acción (83,9%) como respecto a la entidad de la que son voluntarios (79,6%)**. De la misma forma, el voluntariado despierta mucha o bastante confianza en el 73,5% de la población, aún más entre las personas más jóvenes, estudiantes y con niveles educativos altos.

Otros factores interesantes de cara a tendencias futuras son los fenómenos del voluntariado universitario, el voluntariado promovido por las empresas, y su “oficialización” por parte de la nueva *Ley de Voluntariado 45/2015*. Son tendencias en fuerte expansión, durante el curso académico 2015/2016, ha habido un **incremento del 62% en proyectos de voluntariado emprendidos por las universidades españolas en comparación con el año anterior** y, según revela un estudio realizado en 2015², el 79% de las 77 empresas encuestadas promueven el voluntariado corporativo, con un participación del 10,7% de los empleados/as. También son tendencias destinadas a retroalimentarse recíprocamente, ya que los universitarios voluntarios van a esperar que también sus empleadores les ofrezcan un programa de voluntariado, así que podemos esperar una evolución positiva del peso de estos nuevos actores en el ámbito del voluntariado.

²“El poder de la colaboración”, III Informe de la colaboración social de las empresas, SERES y Deloitte 2016.

En Castilla-La Mancha, todavía estos nuevos conceptos no se recogen en la legislación, pero en general, las entidades sociales sí los conocen y están abiertas en integrarlos.

En cuanto al **Plan de Voluntariado Repsol en la provincia de Ciudad Real**, destaca el gran interés y aceptación que despierta entre los voluntarios y voluntarias. Las actividades ofrecidas resultan, al menos, satisfactorias para todos los encuestados que han participado en acciones de Voluntariado Repsol, y se destaca en particular la calidad y profesionalidad tanto de los materiales como en la gestión de las distintas actividades, en concreto, en las técnico-educativas.

Las preferencias marcadas en cuanto a actividades, las más atractivas para los voluntarios/as Repsol son, en este orden, en los **ámbitos medioambiental, técnico y educativo; las dirigidas a personas con discapacidad o en situación de desempleo y a adolescentes o niños**. También las **actividades en familia** resultan de gran atractivo y suponen un incentivo para los voluntarios, ya que gustan al 95,7% de los encuestados.

En general, se demanda una **oferta de actividades que incluya tanto actividades vinculadas al negocio de Repsol donde sus profesionales puedan compartir y aportar un valor añadido técnico y especializado, como actividades abiertas a todos los perfiles, y “fáciles”**.

RECOMENDACIONES ESTRATÉGICAS

Tras el análisis documental y el trabajo de campo realizados para el presente estudio, se pueden formular las siguientes recomendaciones, ordenadas según viertan en la estrategia corporativa de voluntariado, en los programas de voluntariado o en la comunicación.

Estrategia

- Fomentar una **cultura corporativa que apoye y respalde el voluntariado** a todos los niveles. Es muy importante que los voluntarios corporativos perciban su labor solidaria como algo positivo y valorado por la Compañía.

Persiguiendo tal fin, se recomienda estructurar los objetivos corporativos subyacentes a la apuesta de Fundación Repsol por el voluntariado corporativo y organizar una serie de encuentros con la cúpula directiva y, a continuación, con los mandos intermedios para transmitir estos valores y la importancia para la Compañía.

- **Establecer un procedimiento único y compartido para solicitar y justificar las horas laborales para participar en actividades de voluntariado.** En el momento de realización de este estudio, coexisten varios procedimientos informales, a discreción de los voluntarios y sus superiores, lo que dificulta la participación en muchos casos, y más aún para el personal que trabaja a turnos.
- Crear un **procedimiento para el reconocimiento sistemático de los voluntarios/as por parte de los directivos y mandos intermedios.** Este reconocimiento, a parte de motivar a los voluntarios, ayudaría a crear una cultura corporativa favorable al voluntariado.
- **Planificar las actividades por territorio de forma anual, incluyendo siempre actividades puntuales y actividades continuas, tanto en**

ámbito técnico-educativo, como actuaciones sociales y de ocio, quizás estableciendo acuerdos con entidades sociales locales para la gestión de los programas continuos dentro de sus proyectos.

- Acercar el programa de voluntariado corporativo a los empleados a través de un “evento de enganche”, como puede ser un **Día del Voluntariado Repsol a nivel global o de cada territorio.** La jornada deberá transmitir a los empleados el respaldo y la apuesta de la Compañía por el voluntariado corporativo, involucrando activamente a los directivos y mandos intermedios para incentivar la participación de sus equipos.

Programas de voluntariado

- Promover las actividades de voluntariado de la mano de las entidades sociales implicadas y organizar conjuntamente jornadas informativas dentro de la empresa en las que puedan dar a conocer su labor, los programas de voluntariado organizados por Fundación Repsol, sensibilizando sobre la importancia de la actividad de voluntariado.
- Desarrollar más actividades tanto en Puertollano, como en las principales ciudades de residencia de los voluntarios/as Repsol.
- Ofrecer un abanico más amplio de actividades, incluyendo actividades en fines de semana, en familia; en el ámbito social, por ejemplo, en comedores sociales; ocio y deportes con personas con discapacidad, etc.
- Desarrollar un programa para afrontar el reto de **mejorar la empleabilidad de la población de la provincia de Ciudad Real,** ya que por un lado el empleo es la herramienta más potente para la integración social, y por el otro, las necesidades de formación concurren en este mismo objetivo.

Comunicación interna y con los agentes sociales

- Coordinar la comunicación del Plan de Voluntariado Repsol con la comunicación interna del Complejo Industrial de Puertollano para llegar también a las personas que no están registradas en el portal de voluntariado.
- Profundizar en las comunicaciones de voluntariado, explicando de forma más exhaustiva requisitos y qué se espera del voluntario/a e impacto social.
- Organizar charlas de voluntarios y voluntarias contando su experiencia y dar a conocer la labor de Fundación Repsol y de los voluntarios/as Repsol a todos los empleados a nivel global y no solo local.



www.fundacionrepsol.com