

Como citar este artículo:

Valencia Rodríguez, Liliana y Velandia Morales, Andrea. (2013). Percepciones y motivaciones sobre el voluntariado. *Eleuthera*, 9(2), 116-131.

PERCEPCIONES Y MOTIVACIONES SOBRE EL VOLUNTARIADO

PERCEPTION AND MOTIVATION ABOUT VOLUNTARY WORK

LILIANA VALENCIA RODRÍGUEZ*
ANDREA VELANDIA MORALES**

ELEUTHERA

Resumen

La investigación sobre el voluntariado ha sido abordada desde la psicología social, pero no del consumidor. Con una metodología mixta, multidimensional, de análisis textual cuantitativo con SPAD, y análisis cualitativo con Atlas.ti, este estudio busca identificar las necesidades de logro, poder y afiliación para la motivación hacia el voluntariado de 21 voluntarios y 20 no voluntarios en Bogotá. Como resultado, la necesidad de afiliación determina la motivación hacia el consumo del voluntariado. Para los voluntarios, la inversión de tiempo, dinero y esfuerzo trae la satisfacción de alcanzar sus metas. Para el no voluntario, la falta de tiempo lo lleva a no comprometerse con el voluntariado. Ambos grupos ven la importancia del voluntariado en el país; el no voluntario, de una manera asistencialista, y el voluntario, como oportunidad de desarrollo. Se propone el término consumo altruista para referirse al consumo que centra la satisfacción de la necesidad en la dedicación a una causa noble.

Palabras clave: consumo altruista, tercer sector, voluntario, motivación, afiliación, poder, logro.

Abstract

Research on voluntary work has been approached from social psychology, but not from consumer psychology. Using a mixed methodology combining multidimensional, with textual quantitative analysis through the SPAD program and qualitative analysis via Atlas.ti, the study tries to identify the achievement, power and affiliation needs for motivation towards voluntary work of 21 volunteers and 20 non-volunteers in Bogotá. For volunteers, time, money and effort investment was rewarded by the satisfaction of achieving their goals. For non-volunteers, lack of time takes them to avoid commitment for voluntary work. Both groups understand

* Estudiante. Comunicadora Social, Pontificia Universidad Javeriana. MA Corporate Communication, Bournemouth University (Inglaterra). Especialista en Psicología del Consumidor, Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Estudiante de Maestría en Psicología del Consumidor, Fundación Universitaria Konrad Lorenz. E-mail: lvalencia@cable.net.co

** Docente. Psicóloga, Universidad Católica de Colombia. Especialista en Psicología del Consumidor, Fundación Universitaria Konrad Lorenz. Magíster en Psicología con énfasis en Comportamiento del Consumidor, Universidad de Granada. Ph.D. (C) en Psicología, Universidad de Granada (España). Docente de Psicología del Consumidor, Fundación Universitaria Konrad Lorenz. E-mail: andreavelandia@gmail.com

the importance of volunteer work for the country: non-volunteers, in a handout mentality side, and volunteers as an opportunity for development. The term altruistic consumption is proposed to refer to a consumption centered in satisfaction of the need to devote oneself to a noble cause.

Key words: altruistic consumption, third sector, volunteer, motivation, affiliation, power, achievement.

Introducción

El concepto de tercer sector en la economía no tiene consenso a nivel mundial. En algunos países se habla de economía solidaria, y en otros, de economía social, popular, o del sector caritativo (Álvarez, 2005).

Hacia finales de la década de los setenta, en Latinoamérica surgió el término de economía solidaria con organizaciones que buscan solventar necesidades económicas, sociales y culturales de la población. Por su parte, en Colombia la Ley 79 de 1988 estructuró el sector cooperativo y, posteriormente, la Ley 454 de 1998 cambió el concepto hacia el de economía solidaria.

El tercer sector en Colombia se define a partir de la noción de entidades sin ánimo de lucro. Como lo menciona el Plan Nacional de Desarrollo 2006–2010: “en un país caracterizado por presentar altos niveles de desigualdad económica y social, el sector de la economía solidaria se convierte en una alternativa de organización empresarial eficiente y rentable, con capacidad para generar crecimiento económico y bienestar social”.

En 2008 el sector de la economía solidaria agrupaba en Colombia a cerca del 3,38% de la población económicamente activa del país. Según el Decreto 4290 del 25 de noviembre de 2005 que reglamenta la Ley 720 de 2001, la Corporación de Trabajo Voluntario agrupa en Colombia a 636 entidades voluntarias, con cerca de 30.500 voluntarios activos (Richer, 2001).

En el mundo actual, con tantas deficiencias en materia social, cobra cada vez más importancia el servicio voluntario como una manera de apoyar diferentes causas. Esta corriente nació a principios del siglo XX en países con cierto nivel de desarrollo, como una conducta que a través de la solidaridad buscaba luchar contra las carencias de la sociedad que no eran cabalmente atendidas por las entidades estatales (De Castro, 2002).

La Organización de las Naciones Unidas (ONU), a través de la Resolución 56 de 1938 de su Asamblea General, definió el servicio voluntario como “una acción que se realiza libremente y

sin coacción en beneficio tanto de la comunidad como del voluntario, por razones que no son el beneficio económico”. El voluntariado, de acuerdo con la ONU (2001), trae beneficios como su repercusión en la cohesión social, una relevante contribución económica, la satisfacción de los voluntarios al ampliar sus redes y nexos sociales, y el impulso al intercambio de conocimientos y destrezas que amplían sus posibilidades de empleo. Por lo tanto, el voluntariado no es tanto un servicio altruista como recíproco, pues todos salen beneficiados (Bernal, 2001).

Para la ONU, el voluntariado resuelve, junto con otros sectores sociales, los grandes problemas mundiales. De esta forma, trabaja por la reducción de la pobreza, la protección y regeneración del medio ambiente, la salud y el auxilio en caso de desastres naturales o provocados.

El prestigio de la actividad voluntaria, como lo indica Bernal (2001), se puede elevar a través de la medición y comprobación de que el servicio voluntario y el desarrollo económico y social guardan una relación estrecha. En los países en desarrollo, especialmente, hacen falta estudios analíticos que comprueben esta relación.

El voluntariado ha sido abordado tradicionalmente desde la psicología social. Las investigaciones, como la de Omoto y Snyder en 1995, han permitido el diseño de diferentes modelos como el del Proceso del Voluntariado, que se enfoca en las variables intrapersonales y motivos. La motivación ha sido un tema crucial en los estudios sobre el voluntariado. Es así como Chacón, Vecina y Dávila (1998) enfocaron su investigación en estudiar las motivaciones diferenciales de hombres y mujeres para formar parte del voluntariado. Esta investigación da cuenta de la alta participación femenina en el voluntariado, promovida por la conducta de ayuda propia del género femenino, en especial cuando se trata de temas socioasistenciales o formativos. De acuerdo con Gillespie y Kind (1985, citados en Chacón, Vecina y Dávila, 1998), dentro de la motivación para el voluntariado, la edad, el género y el estado civil son determinantes en la decisión.

Por su parte, la motivación de los voluntarios que trabajan con la temática del Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida (SIDA) fue abordada por Omoto y Sneider en 1995. Los resultados obtenidos resaltan la importancia de la motivación en la permanencia en el voluntariado.

De acuerdo con Chacón y Vecina (2002), existe una relación positiva entre la integración de los voluntarios con la organización y la expectativa de continuar en ella. De igual forma, anotan una motivación de los voluntarios por su interés humanitario de ayudar a otros. Sobre la duración de la permanencia de la persona en el voluntariado, observan que quienes han permanecido un mayor tiempo como voluntarios, reportan motivaciones altruistas significativamente más fuertes que quienes han permanecido menos tiempo en esta tarea.

Ríos (2004) realizó una investigación sobre el involucramiento de estudiantes universitarios de la Pontificia Universidad Católica de Chile en acciones filantrópicas. Entre los resultados

obtenidos se destacan la influencia de la familia hacia la disposición de participar en actividades filantrópicas, determinada por los niveles de práctica religiosa, así como la estratificación social y el nivel socioeconómico y ocupacional. Por otro lado, se reportan la solidaridad y el altruismo como dos motivaciones básicas para la actividad voluntaria. La solidaridad “implica una relación de ayuda, de forma que la persona actúa porque alguien lo necesita, mientras que el altruismo indica una acción no interesada ni en términos económicos ni por la búsqueda de poder o de reconocimiento especial” (Urrutia, 2007). Sin embargo, el altruismo y el voluntariado no pueden restringirse al deseo de ayudar a los demás sin esperar nada a cambio.

Por otro lado, el éxito del voluntariado depende de variables como las disposiciones prosociales existentes, el apoyo social recibido, la satisfacción de la experiencia del voluntario y la integración con la organización por la cual se trabaja (MacNeela, 2008). Esta investigación de MacNeela sobre los motivos, creencias y motivos personales de los voluntarios irlandeses, determinó que la motivación de los voluntarios es el elemento principal en el que han basado las investigaciones sobre voluntariado en el pasado reciente. Dentro de las consideraciones a tener en cuenta en los antecedentes se encuentran los factores que llevan a las personas a ser voluntarias, como lo son los aspectos de la personalidad que predisponen la ayuda, las motivaciones personales y sociales, y el apoyo social.

Si bien los estudios sobre el voluntariado son múltiples, en Colombia no se han llevado a cabo desde la óptica de la Psicología del Consumidor. Por lo tanto, el objetivo general de esta investigación fue identificar la motivación hacia el consumo del voluntariado en Colombia. Como objetivos específicos se buscó identificar los motivos y necesidades de logro, poder, y afiliación asociados a pertenecer o no a un programa de voluntariado; las expectativas de las personas al ingresar a un programa de voluntariado, y las motivaciones asociadas a la no vinculación a un programa de voluntariado. De igual forma, se buscó comparar las motivaciones de voluntarios y de no voluntarios en cuanto a su vinculación con programas de voluntariado.

Método

Tipo de investigación

Investigación mixta, descriptiva multidimensional.

Herramientas

Análisis detallado de cada pregunta, desde un enfoque cuantitativo, con el paquete estadístico SPAD, y de la información de las entrevistas facilitando el proceso de análisis y clasificación de los resultados con Atlas.ti.

Población y muestra

La población estuvo conformada, a través de una muestra por conveniencia, no probabilística, por 21 voluntarios y 20 no voluntarios residentes en Bogotá. Las personas encuestadas fueron en su mayoría mujeres, con un 70%. Los participantes fueron clasificados en cinco rangos de edad: un 4% entre los 20 y 29 años; 7% entre los 30 y 39 años; 15% entre los 40 y 49 años; 8% entre los 50 y 59 años, y 7% mayores de 60 años. Sobre el estrato socioeconómico, el 56,10% pertenecía al estrato 4; 19,51%, al estrato 3 y 19,51% al estrato 5. No se contó con participantes de los estratos 1 y 2.

Los 20 no voluntarios entrevistados pertenecían a variados grupos de edad y estrato socioeconómico. En cuanto al nivel educativo, once no voluntarios contaban con un título de pregrado; dos eran tecnólogos, y los restantes siete contaban con estudios de posgrado. La mayoría de los no voluntarios eran de estrato socioeconómico medio. Tres no voluntarios pertenecían al estrato 5 y dos de ellos al estrato 6. .

Sobre los voluntarios, la mayoría fueron mujeres de estratos medios, con un rango de edad superior a los 40 años; la mayoría de las personas dedicadas tiempo completo a la labor de voluntariado tenían edades superiores a 50 años.

Los voluntarios, en su mayoría, están completamente dedicados a la labor voluntaria. Cinco voluntarios conjugan el voluntariado con otras ocupaciones laborales, y tres son estudiantes universitarios. Como se observa, los voluntarios presentan un largo tiempo de pertenencia a las organizaciones de voluntariado. Nueve de ellos han prestado su servicio voluntario durante más de diez años. De ellos, seis lo han hecho por más de 20 años, y tres por más de 30 años.

Los voluntarios entrevistados pertenecen a 20 diferentes instituciones de variados sectores como: el educativo, social, de salud, religioso, de protección animal, entre otros. De ellos, tres son voluntarios de dos organizaciones simultáneamente, y una persona trabaja como voluntaria en tres organizaciones diferentes.

Instrumentos

El estudio se realizó con una entrevista dividida en cinco partes básicas: identificación demográfica del entrevistado, aproximación semántica de la actividad de voluntariado tendiente a describir las imágenes, sensaciones y pensamientos que se tienen del voluntariado, la importancia que reviste el voluntariado en Colombia y la significación de la actividad del voluntario. En las entrevistas para voluntarios se indagó, además, sobre el proceso de decisión para ser voluntario, con preguntas sobre la retroalimentación recibida de su núcleo social más cercano y la importancia que la actividad de voluntariado reviste para su vida.

Las tres partes restantes buscaban identificar las necesidades de afiliación, logro y poder de los voluntarios y no voluntarios, respectivamente, de acuerdo con lo establecido por la teoría de McClelland (1961). Las entrevistas a los no voluntarios conservaron la misma estructura y preguntas similares.

Resultados

Para realizar el análisis estadístico textual, el cual facilita el estudio de preguntas de respuesta libre, se contabilizaron las unidades de la estadística textual y se tuvieron en cuenta los “segmentos repetidos”. Además, se construyó un glosario de palabras relacionadas con aspectos del voluntariado y con menciones de elementos que pudieran indicar las motivaciones de poder, logro y afiliación. Las concordancias, o localización del contexto inmediato de cada palabra en el texto original relacionada con la investigación, fueron también analizadas.

El glosario construido según la frecuencia de mención, indica que las palabras más utilizadas por los voluntarios y no voluntarios fueron “tiempo” (lo que invierte el voluntario), “personas” y “gente” (beneficiarios del voluntariado), tres ítems básicos de la actividad voluntaria. Se resalta también la frecuencia en el uso de otras palabras clave, como “satisfacción” que constituye la máxima retribución que recibe el voluntario al hacer su trabajo; “ayudar”, que constituye la acción, por excelencia, de lo que ser voluntario significa, y “trabajo”, que se refiere a la labor desempeñada por los voluntarios aunque este no sea retribuido monetariamente.

El siguiente es el análisis detallado de todas las preguntas. Para cada una de ellas se tomaron las palabras llenas más utilizadas; es decir, aquellas que poseen un significado léxico y expresan una idea o un concepto.

La pregunta: “¿A cuál de todas sus actividades le da más importancia?”, fue formulada exclusivamente al grupo de 21 voluntarios. Su respuesta indica que el tiempo es un aspecto absolutamente importante para el voluntario. La frase “cuando uno es voluntario hace que el tiempo sea más valioso”, indica que el voluntario puede organizar su horario de tal forma que puede cumplir con sus obligaciones a cabalidad. De igual forma, es importante el apoyo familiar que se recibe para poder cumplir con la labor voluntaria. La frase “mis hijos y mi esposo me apoyan en mi tiempo para poder hacer este voluntariado”, así lo demuestra.

A la pregunta: “Cuando le digo la palabra voluntariado, ¿en qué piensa?”, voluntarios y no voluntarios coinciden en el orden de las palabras “personas”, “tiempo”, y “servicio”, las cuales explican acertadamente la labor que el voluntario debe cumplir. Para los no voluntarios, la idea que se tiene de los voluntarios es la de “personas dedicadas al servicio”, la imagen del voluntario se asocia con el trabajo de rescate en organizaciones ampliamente posicionadas

y reconocidas como la Cruz Roja y la Defensa Civil. De igual forma, es clara la alusión del “tiempo” que se hace respecto al voluntariado, como “una persona que dedica buena parte de su tiempo libre para servirle a los demás”. Además, la mención de tratarse de una “persona que lleva a cabo la labor social sin esperar nada a cambio”, deja entrever la alusión al concepto de altruismo formulada por Urrutia (2007) de que se trata de una “acción no interesada ni en términos económicos ni por la búsqueda de poder o de reconocimiento especial”.

Al formular la pregunta: “¿Qué siente cuando escucha la palabra voluntario?”, la respuesta preponderante fue “alegría”. Este sentimiento se relaciona también con el concepto de altruismo, con “la alegría de colaborar sin esperar nada”. De igual forma, palabras como “amor”, “ayuda”, “trabajo” y “servicio”, son congruentes con el significado que tiene la actividad voluntaria. En cuanto al segmento de los voluntarios, la imagen que más se tiene es la de “tiempo”, al igual que la de “familia”, dos conceptos muy importantes en el trabajo voluntario.

Además de los sentimientos y pensamientos que la palabra “voluntario” genera, se solicitó a los voluntarios y no voluntarios que describieran a un voluntario. Las palabras reseñadas relacionan el trabajo voluntario como de tipo social, en el que el tiempo es un factor muy importante a tener en cuenta, y en el que el trabajo en equipo es fundamental. De esta manera, se describe un acercamiento a la necesidad de afiliación, donde la construcción de relaciones personales con otro es de gran validez. Como lo demuestran los testimonios, se hace alusión al concepto altruista con respuestas como el voluntario es “la persona que lleva a cabo la labor social sin esperar nada a cambio, solo satisfacción de poder ayudar a otros”. La necesidad de afiliación es también visible en las respuestas sobre la descripción de un voluntario. La “capacidad de ayudar a otros, capacidad de trabajo en equipo porque el voluntariado es una actividad de equipo”, denota la importancia de sostener un trabajo que no sea individual, sino que involucre a más personas.

Después de haber descrito al voluntario, se preguntó la importancia del voluntariado en Colombia. Mientras los voluntarios creen que cada día toma fuerza el voluntariado, para los no voluntarios el país no reconoce todavía la importancia que esta labor debería tener. “Hay ONG grandes pero aún el voluntariado no tiene la importancia de debe tener en Colombia”. De acuerdo con ellos, el trabajo voluntario “debe ser una actividad continua de la sociedad, pero en Colombia solo se percibe cuando hay una catástrofe o calamidad”. Lo anterior, permite concluir que a pesar de que es ampliamente conocido que Colombia es un país con muchas carencias y necesidades, aún falta mucho por hacer en el país.

Además, se percibe que la corrupción que vive Colombia se evidencia también en el trabajo voluntario: “en Colombia ha perdido credibilidad por el despilfarro de recursos y la corrupción, y por lo tanto no existe la creencia”. Por lo tanto, si bien el trabajo voluntario ha crecido en Colombia, su labor es todavía ampliamente desconocida, al igual que los efectos que puede

tener en la sociedad. La corrupción política que vive el país, y que en ocasiones se ha hecho palpable, afecta también la percepción que se puede tener de las instituciones voluntarias.

Se preguntó a los voluntarios sobre el significado que para ellos tiene ser voluntario. Sus respuestas reportaron una amplia mención de las palabras “vida”, “persona” y “ayuda”, todas ellas relacionadas con la labor voluntaria. De acuerdo con lo manifestado por los voluntarios, el ser voluntario es una condición que tiene efectos muy positivos y “es una de las cosas bonitas que uno puede hacer en la vida”.

Al indagar sobre el proceso de decisión para ser voluntario, los voluntarios hicieron mención a la “familia”, al “tiempo”, al “trabajo”, a “Dios” y a los “amigos”. Estas respuestas evidencian una orientación hacia la afiliación.

La historia familiar es un componente importante en la decisión de ser voluntarios, como evidencia el testimonio: “Vengo de una familia donde servir de manera voluntaria ha sido parte de la vida”. Contar con el tiempo requerido también influye en la decisión de ser voluntario, como se deduce en “tengo mucho tiempo para poder ser voluntaria”. Precisamente, la falta de tiempo es una de las razones que los no voluntarios dan para no poder unirse a una organización de voluntariado.

El factor “trabajo” es también importante en la decisión de ingresar a un programa de voluntariado. En algunos casos, la decisión surge de la misma empresa donde se trabaja, como “me postularon por parte de una universidad donde trabajo, yo acepté la postulación y finalmente me escogieron”. En otros casos, es la falta de trabajo la que motiva a unirse a un programa de voluntariado: “quedé sin empleo y ya después de los 40 es difícil encontrar trabajo”.

Respecto a los amigos, la influencia puede venir de una recomendación recibida, como “unos amigos me hablaron de la Cruz Roja e indagué por su programa” o del deseo de conocer nuevas amistades mediante el voluntariado, “era algo muy agradable conocer otras personas, hoy tengo amigos a nivel mundial”. Sobre las menciones a Dios, estas se refieren a la creencia espiritual de una misión en la vida que ha sido impuesta: “yo soy creyente y practicante y le pedí a Dios que me mostrara en dónde podía colaborar, que me utilizara”, pero también a alguna manera de agradecimiento por todo lo que la persona tiene en la vida: “tengo que hacer por el simple hecho de agradecerle a Dios, a la vida lo privilegiados que podemos ser algunas personas”. Lo anterior, corrobora los resultados obtenidos por Ríos (2004) quien resalta el valor del tema espiritual en el deseo de participar en actividades altruistas.

Después de realizar una aproximación semiótica al voluntariado, se indagó sobre las posibles aproximaciones a las necesidades de logro, poder o afiliación que motivan al consumo del

voluntariado, es decir que una persona decida hacer parte de una organización voluntaria. Para indagar sobre la necesidad de logro se realizaron preguntas al voluntario sobre la inversión que se realiza en el trabajo. Al no voluntario se le preguntó sobre su imaginario de cómo sería esa inversión en caso de ser voluntario. Sobre dicha inversión, los tres factores más mencionados por los voluntarios son, en su orden, “tiempo”, “conocimiento” y “dinero”. Entre las respuestas obtenidas se encuentran que se trata de “una decisión personal de poner algo de su tiempo en ayudar a alguien”, y que “mi misión es aportarle un tiempo a la comunidad”.

El conocimiento también es considerado una inversión importante en la labor voluntaria. Se habla de una “donación de tiempo y conocimiento que lleva finalmente a un crecimiento”. De igual forma, el dinero es también una inversión que se realiza en el trabajo voluntario. “Para mi cumpleaños, en lugar de una rumba, les propuse que ese dinero lo consignaran en una cuenta de la Fundación.”.

Sobre los beneficios que se obtienen de ser voluntario, las palabras más mencionadas, tanto por voluntarios como por no voluntarios, son “satisfacción”, “alegría” y “gracias”. Esto indica que los beneficios obtenidos no son en ningún momento económicos ni tangibles, lo cual sitúa a la actividad voluntaria dentro de la categoría de altruista. La decisión altruista de participar o no de un programa de voluntariado se confirma con expresiones como “satisfacción personal”, “deber cumplido”, “ayuda a los demás” y “sin esperar nada a cambio”.

La necesidad de “poder” fue evaluada a través de preguntas que buscaban determinar si existía una necesidad por ejercer el liderazgo. Sobre la pregunta: de “Cuál ha sido el mayor impacto social del voluntariado en el que participa”, las respuestas estuvieron enfocadas hacia la comunidad, los niños y el mundo; el “devolverle a la comunidad algo de todo lo que he recibido”.

Sobre los logros que se obtienen al ser parte de un programa de voluntariado se resaltan la felicidad, los premios, el reconocimiento y la satisfacción. Si bien es cierto que en el voluntariado se utilizan los reconocimientos y los premios como elementos para motivar al voluntario, el logro más representativo para un voluntario al realizar su trabajo es la felicidad que obtiene.

Una vez realizado el análisis textual de las entrevistas con el programa SPAD, se profundizó sobre las necesidades de afiliación, poder y logro con el programa Atlas.ti.

En el análisis de las entrevistas, la necesidad de afiliación constituye la motivación principal para formar parte del voluntariado. La satisfacción de tener amistades, el trabajo en equipo, la consolidación de contactos y las satisfacciones que se obtienen de ayudar a otros, son descriptivas de la motivación hacia la afiliación que presentan los voluntarios.

Sobre el trabajo en equipo, se resalta que el voluntario es una persona con “espíritu de colaboración, con capacidad de ayudar a otros y de trabajo en equipo”. Por tanto, la capacidad de relacionarse con los demás, especialmente con el equipo de personas con quienes se trabaja, es una característica muy importante para el voluntario. Se trata de “la satisfacción de servirle a alguien, de no pensar tanto en uno, poder contribuir en algo para que otros estén mejor”. Esta motivación de relacionamiento con los demás apunta hacia el altruismo, aunque también se evidencia que hay una ganancia consciente en su relación con otros contactos, como son la experiencia y los conocimientos: “vea mi proceso de cambio de un muchacho bastante tímido que no era capaz de dar una entrevista, a manejar un grupo de 40 personas, a que reconozcan mi labor como voluntario en otro país”.

En comparación con el segmento de no voluntarios, los voluntarios evidencian más menciones a relaciones de amistad y a la importancia que esto tiene para sus vidas: “siento mucha satisfacción. El conocerlos ha marcado mi vida en el sentido personal y profesional, me han motivado a trabajar con empeño, a superar mis temores y a soñar con cosas grandes”.

La satisfacción de ser voluntario es importante para ellos. “Saber que estoy retribuyendo en parte a la sociedad todo lo que he recibido me hace sentir en paz con mi conciencia”. Esta se centra en el deber cumplido, en que la labor que se tenía programada se cumplió satisfactoriamente. No se espera una retribución externa, simplemente con darse cuenta de que se alcanzó la meta, y ver la alegría de otros, es suficiente.

La necesidad de afiliación determina la motivación que un voluntario pueda tener para unirse a un programa de voluntariado. La necesidad de logro es también importante para los voluntarios, aunque no determinante de su función. Sin embargo, la manera que muchas entidades voluntarias tienen para motivar el trabajo de los voluntarios es entregar premios, menciones y reconocimientos por logros obtenidos. Por encima del reconocimiento por el logro, al voluntario lo motiva el hecho de cumplir su tarea. Como dice uno de ellos “cumplir el rol en la junta directiva y hacerlo bien. Que me hubieran elegido para ir a Argentina a recibir esa capacitación sobre interculturalidad. Pero el verdadero reconocimiento y motivación están adentro, no porque le den a uno cosas”. El reconocimiento puede ser una simple felicitación de los amigos, como lo manifiesta un voluntario: “que mis amigos digan: ‘tan chévere lo que hace Juancho’, pero también algo más formal como el caso de otro voluntario de la Policía: “Bueno, en la Policía lo que le dan son botones y menciones”. Si bien el estudio permite evidenciar que la necesidad por el logro es también importante para que el voluntario, los reconocimientos que se hagan no revisten gran trascendencia para ellos.

La necesidad de poder no fue registrada por los voluntarios. Por el contrario, sus manifestaciones dejan entrever una condición de altruismo. A pesar de la importancia que para el trabajo voluntario reviste poder alcanzar las metas propuestas, y de que muchas de ellas se logran

cuando se tiene una posición de liderazgo en un grupo específico, el estudio no evidencia que la motivación hacia ser voluntario se base en ser reconocido como líder o como autor de diferentes iniciativas. Al voluntario parece no interesarle la retroalimentación que recibe de los demás, como lo estipula McClelland (1961), sino ver los resultados concretos de su labor como voluntario; se trata de un sentimiento de gran satisfacción por la “labor cumplida”.

De esta forma, por ejemplo, la voluntaria del Banco de Sangre de la Cruz Roja Colombiana recibe una gran satisfacción al alcanzar un determinado número de unidades de sangre donadas; los de la Fundación Catalina Muñoz, al lograr la construcción de un mayor número de viviendas de interés social, y la de la Fundación Salva a un Amigo, al lograr la consecución de hogares responsables para la tenencia de animales de compañía. El voluntariado es asociado con el concepto de altruismo, en lo que se refiere al concepto de trabajar sin esperar nada a cambio, como un acto de desprendimiento y de solidaridad.

La solidaridad identificada en el voluntariado da cuenta de una labor altruista que genera alegría, sin esperar ninguna retribución económica. Como lo enuncia un voluntario “es un acto de desprendimiento y de solidaridad”.

Además de la motivación altruista que demuestra el voluntario, es importante analizar el compromiso que adquiere la persona con el trabajo voluntario, que caracteriza lo que es una persona alegre, responsable en el manejo del dinero, que entiende que su servicio va más allá de ser un hobby, sino que se constituye en un elemento de vital importancia para la sociedad. Este hecho resalta el compromiso con la comunidad que demuestra el voluntario, quien trabaja a sabiendas de que no recibirá pago económico alguno, pero quien se siente plenamente identificado con su labor, con la filosofía de la organización a la que presta sus servicios, y con los beneficios futuros que se reflejan en la sociedad.

Para el voluntario el sentirse útil es también muy importante. Saber que se aporta, desde su saber y su interés a alguna causa específica, es sinónimo de inmensa alegría. El poder entregar los conocimientos que ha acumulado a través de su experiencia académica y laboral, es de vital importancia para sentirse bien consigo mismo.

Discusión

El estudio arrojó una claridad, tanto en el segmento de voluntarios, como de no voluntarios, sobre lo que la actividad de voluntariado implica: una actividad sin ánimo de lucro, en la que la principal retribución que se percibe es la alegría de poder servir a los demás. Otras retribuciones importantes son ocupar su tiempo, sentirse útil para la sociedad, aprender y mantenerse ocupado.

El voluntario se describe a sí mismo en términos de la cualidad para entregarse desinteresadamente. La concepción de entrega total y desinteresada, propia de la definición de altruismo, se hace presente constantemente en el discurso del voluntario. De esta forma, según la clasificación realizada por Dolnicar y Randle (2007) sobre el voluntariado, el segmento de voluntarios entrevistados en este estudio encaja en las categorías de “voluntarios clásicos” y “voluntarios altruistas”, según la cual la motivación que impera es la satisfacción de ayudar a los demás. Esto también concuerda con lo encontrado en 2002 por Chacón y Vecina al evidenciar una motivación por el interés humanitario de ayudar a otros.

Estos autores enfatizan también en que la motivación altruista se incrementa cuando se ha permanecido durante más tiempo en una organización; llama la atención que los voluntarios que trabajan en varias instituciones voluntarias a la vez, llevan vinculados a esta labor más de 20 años.

Al igual que Chacón, Vecina y Dávila (1998), quienes observaron una mayor participación femenina en el voluntariado, esta investigación pudo observar una mayor participación de las mujeres en actividades voluntarias de tipo socioasistencial. La condición femenina de apoyo, unión y solidaridad, se hace evidente también con el mayor número de mujeres involucradas con el voluntariado. Como lo encontraron Gillespie y Kind (1985), los motivos de las personas para pertenecer a un voluntariado dependen de la edad, género y estado civil. La investigación realizada permite ver que el número de voluntarios se concentra en el género femenino, con una edad superior a los 50 años. Esto es acorde con la edad de jubilación en Colombia, lo cual indica que cuando la persona está pensionada, logra dedicar parte de su tiempo a una labor voluntaria. De igual manera, las condiciones familiares de las personas mayores de 50 años, con hijos mayores e independientes, favorecen que puedan unirse a un grupo de voluntariado.

Tal como afirman Dolnicar y Randle (2007) al definir la categoría de “voluntario personalmente involucrado”, se encontró que una de las motivaciones para ingresar a un programa de voluntariado es haber vivido una experiencia personal o familiar con el tema por el que trabaja la determinada organización. Para ser parte de un voluntariado en particular, se observa alguna relación o identificación con el tema; por ejemplo, haber sido beneficiario de algún programa; haber vivido una experiencia familiar dolorosa, o conocer a alguien con quien pueda relacionar la causa del voluntariado. Esto concuerda también con MacNeela (2008), quien enfatiza en la motivación por las conexiones personales con las organizaciones.

Por otro lado, los resultados demuestran la necesidad de afiliación que tienen los voluntarios. A pesar de tratarse de una decisión personal, la necesidad de contar con el apoyo de la familia y de la red de apoyo social es importante para el voluntario.

La necesidad de logro está presente en menor medida en la motivación para ser voluntario. Esta se hace tangible de dos formas, por el logro alcanzado por la persona o animal al que

se ayuda, y el logro que como voluntario se alcanza al cumplir con la meta propuesta; es la satisfacción del deber cumplido. La satisfacción de la necesidad de logro se evidencia, más que en los diferentes reconocimientos que puede alcanzar, en poder ver los resultados tangibles de su labor voluntaria.

En cuanto a la necesidad de poder, esta no se hace evidente en los testimonios de los voluntarios. Sin embargo, el poder se manifiesta en la creencia de que se tiene el conocimiento y la capacidad para sacar adelante una tarea del voluntariado. En esta investigación fue clara la alusión a “poder” conseguir recursos para la operación de un niño en el exterior con problemas de salud.

El voluntario es motivado con trofeos, diplomas y reconocimientos, y esto es indicativo del poder que adquieren dentro de la organización. Sin embargo, es una generalidad de los voluntarios afirmar que su verdadera motivación en ningún momentos la constituyen los premios o los logros que pueda alcanzar, ni el poder que puedan ejercer, sino el de sentirse bien consigo mismo al prestar toda su ayuda a una causa específica.

Uno de los factores más importantes para ingresar a un programa de voluntariado es el tiempo. Las familias de los voluntarios, por lo general, comprenden esta necesidad y están dispuestas a aceptarla, pues en la mayoría de los casos es común en la familia. Para el no voluntario, el tiempo, o mejor la falta de tiempo, es la principal limitante para ser parte de un programa de voluntariado. Las personas de edad más avanzada que se encuentran pensionadas, forman parte de algún voluntariado, precisamente porque cuentan con más tiempo, porque ya cumplieron con sus obligaciones familiares, y porque la experiencia y la vida les ha dejado múltiples enseñanzas. De igual forma, ven en el voluntariado la capacidad de relacionarse con otros y compartir las experiencias diarias. Además, la posibilidad de ayudar a otros resalta el ánimo y trae felicidad. Se trata de dar un poco de aquello en lo que se es bueno, para lograr que sea de utilidad para alguien más que lo necesite.

La cercanía religiosa es otro factor del voluntario: sentir que se desea agradecer todo lo que se tiene es una experiencia altamente gratificante. En este sentido, el estudio concuerda con el de Ríos (2004), en el que se resalta la vivencia de la religiosidad en querer participar de actividades filantrópicas. Esta misma investigación resaltó también, al igual que el presente estudio, la influencia de la familia en la condición de desempeñar acciones altruistas.

Las dificultades que se perciben en la acción voluntaria son frustraciones por falta de recursos y de apoyo de la sociedad y, en ocasiones, también por dificultades personales en la relación con otros voluntarios. Sin embargo, la dificultad que se percibe en mayor medida es la falta de apoyo gubernamental y la falta de conocimiento y apoyo social a esta labor.

El consumo de labores altruistas como el voluntariado, no ha sido estudiado en el país desde la psicología del consumidor. Si bien existen múltiples organizaciones que desde el tercer sector laboran sin ánimo de lucro, no se han estudiado en profundidad las características de las personas que trabajan en este sector, y las necesidades que tienen. En Colombia, donde existen más de 600 instituciones voluntarias, son las organizaciones más grandes las que han podido realizar un mayor esfuerzo en la investigación sobre el voluntariado. Por lo tanto, se proponen nuevos estudios que permiten consolidar el perfil del consumidor del voluntariado.

Debido a los cambios sociales y económicos que se han venido presentando en nuestra sociedad, la posibilidad de trabajar sin recibir compensación económica alguna es cada vez más difícil. Por esto, la labor voluntaria se concentra en la población mayor que en muchos casos no ha formado parte de la población económicamente activa que devenga un salario por su trabajo, sino que es apoyada por su familia. En la actualidad, la población debe trabajar para aportar económicamente al sostenimiento del hogar. Lo anterior se hace más notorio con el cambio de la familia como núcleo de lo social en Colombia; el aumento de familias monoparentales dificulta poder dedicar sus esfuerzos a dedicarse a la labor voluntaria por la que no se recibirán ingresos. Esta condición y el auge del tema de Responsabilidad Social Corporativa, en el que la empresa privada realiza un aporte social, muchas veces a través del involucramiento de sus empleados, hace que las actividades voluntarias se hagan a través de las mismas empresas en alianza con organizaciones no gubernamentales.

Al tratarse de una persona que “consume” un programa social, como el del voluntariado, se propone el término *consumo altruista*, en consonancia con la motivación de entrega sin esperar nada a cambio. La decisión de unirse a una organización de voluntariado encaja en el concepto de consumo altruista. Con ella una persona está adquiriendo el intangible de la felicidad al poder brindar la ayuda a otros. La formulación del término “consumo altruista”, sin duda contribuirá a poder promover las actividades solidarias a través del entendimiento de lo que para una persona que se acerque a una entidad del tercer sector desea encontrar. Este punto es de vital importancia, partiendo de los resultados de la investigación en la que tanto los voluntarios como los no voluntarios manifestaron la importancia del voluntariado en Colombia, pero también la falta de conocimiento y apoyo institucional para su mejor desarrollo. Esto se relaciona con la iniciativa del Gobierno Nacional de tramitar la Ley del Voluntario en la que se otorgan estímulos a los voluntarios de primera respuesta. Si bien esta ley concierne a los voluntarios de las organizaciones de rescate, abre la puerta para que se siga legislando sobre la tarea del voluntario y sobre su importancia en el desarrollo del tercer sector en el país. Gracias a su labor, los voluntarios, movidos por una conducta altruista, toman la decisión de apoyar a los más necesitados. Sin embargo, se busca que los gobiernos se comprometan económicamente con el apoyo a las organizaciones voluntarias, promovidas por las esferas más altas, como es el caso de la ONU.

Está demostrando que el tercer sector no es solo asistencialista, sino que genera profundas repercusiones económicas en una nación. Por tal motivo, es importante buscar motivar el consumo altruista. Se deben generar estrategias que apunten a una ganancia compartida: gana quien recibe el apoyo del voluntario, gana el voluntario al sentirse bien contigo mismo por ayudar, y gana el Estado al ser apoyado por esta causa.

Estudios que apunten a investigar en mayor profundidad al voluntario, al igual que a quien consume los servicios prestados por entidades voluntarias, contribuirán a dar a conocer la actividad voluntaria, buscar más interesados en pertenecer a ella y lograr un mayor tiempo de permanencia en estas organizaciones. El Gobierno nacional debe también contar con una mejor información para consolidar los aportes que realiza el tercer sector de la economía del país. Sobre este tema, se sugiere una investigación detallada en Colombia sobre la valoración del trabajo voluntario y su contribución en términos económicos al desarrollo del mismo. Se sugiere, de igual forma, investigar cuál ha sido la influencia de los programas de Responsabilidad Social Corporativa en el fortalecimiento de la actividad voluntaria, y en su real aporte a la economía del país.

Referencias

- Álvarez, J. (2005). El tercer sector y la economía solidaria. Apuntes desde la economía para su caracterización. Universidad Autónoma de Colombia. Bogotá, Colombia.
- Bernal, A. (2001). Voluntariado: 2001, proyecto global de acción. Universidad Navarra. Navarra, España.
- Chacón, F. y Vecina, M.L. (2002). "Gestión del voluntariado". *Psichotema*, 1, 112-117. Oviedo, España.
- Chacón, F., Vecina, M.L. y Dávila, M.C. (1998). *Mujer y voluntariado: Motivaciones para la participación*. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España.
- Chacón, F. y Vecina, M.L. (1999). Análisis de fiabilidad de un cuestionario de motivaciones de un voluntario en Sida. *Psicothema*, 1, 211-223, Oviedo, España.
- Constitución Política de Colombia (1991). Bogotá, Colombia.
- Colombia, Congreso de la República. (1998). *Diario Oficial* (1998). Ley 454 de agosto de 1998., *Diario Oficial*, No. 43.357. Congreso de Colombia. Bogotá, Colombia.
- Colombia, Presidencia de la República. (2006-2010). *Plan Nacional de Desarrollo 2006-2010*. Bogotá, Colombia.

- Departamento Administrativo Nacional de la Economía Social – DANSOCIAL (2010). Informe de gestión mayo 312009. Bogotá, Colombia
- De Castro, R. (2002). “Voluntariado, altruismo y participación activa en la conservación del medio ambiente”. *Intervención Psicosocial*, Vol. 11, No.º 3, – 317-331. Madrid, España.
- Dolnicar, S. y Randle, M. (2007). “What motivates which volunteers? Psychographic Heterogeneity among Volunteers in Australia”. *Voluntas*, (2007) 18, : 135-155. Wollongong, Australia.
- Gillespie, D.F., & King, A.E. (1985). Demographic understanding of volunteerism. *Journal of Sociology and Social Welfare*, 12, 798–816.
- MacNeela, P. (2008). “The Give and take of volunteering: Motives, benefits, and personal connections among Irish Volunteers”. *Voluntas*,. 19, 125-139. Galway, Irlanda.
- McClelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Van Nostrand Co. Princeton, N.J.
- McClelland, D. (1989). *Estudio de la motivación humana*. Madrid, España: Narcea S.A. de Editoriales.
- Omoto, A., Snyder, M. (1995). Sustained Helping without Obligation: Motivation, Longevity of Service and Perceived Attitude Change among AIDS Volunteers. *Journal of Personality and Social Psychology*. 68 (4) 671-686.
- ONU, Asamblea General. (2001). 56º periodo de sesiones, tema 120 del programa provisional: Desarrollo social, (A/56/288) 14.VIII.01.
- Plan Nacional de Desarrollo 2006 – 2010. República de Colombia. Bogotá, Colombia.
- Richer, M. (2001). “Reseña del “Tercer Sector en Colombia. Evolución, Dimensión y Tendencias” de Rodrigo Villar”. Een: *Revista Venezolana de Economía Social Cayapa*,. Vol. 1, No.º 002. Ciriéc. Caracas, Venezuela.
- Ríos, R. (2004). “Universitarios y Voluntariado: Análisis del Involucramiento en Acciones Filantrópicas de los Alumnos de la Pontificia Universidad Católica de Chile”. *Psykhé*,. Vol. 13, No.º 2, 99-115. Santiago de Chile, Chile.
- Urrutia, T.A. (2007). “Manual de organización y funcionamiento del voluntariado del servicio de sanidad”. En: *Revista Sanidad Militar*, Vol. 61, No. (4), 251-262. Ciudad de México, México.
- Villar, Rodrigo. (2001). *El tercer sector en Colombia. Evolución, dimensión y tendencias. Confederación colombiana de organizaciones no gubernamentales*. Bogotá, Colombia.