

Motivos del Voluntariado: Categorización de las Motivaciones de los Voluntarios Mediante Pregunta Abierta

Motives for Volunteering: Categorization of Volunteers' Motivations Using Open-ended Questions

Fernando Chacón, Tania Pérez, Jèrôme Flores y María Luisa Vecina
Universidad Complutense de Madrid - España

Resumen. La mayoría de los estudios sobre motivaciones del voluntariado utilizan cuestionarios estandarizados, siendo el Volunteer Function Inventory (VFI) el más utilizado. En muy pocas ocasiones se pregunta de forma abierta a los voluntarios por los motivos que les llevan a serlo. En este trabajo hipotetizamos que los cuestionarios tiende a sobreestimar el número de motivaciones y a infraestimar la variedad de las mismas, por lo que se analizan las respuestas cualitativas de 1515 voluntarios a una pregunta abierta por sus motivaciones y se realiza una categorización de las mismas.

Los resultados muestran que los voluntarios dan una media de dos motivos, muy por debajo de lo aportado por los cuestionarios, y que Valores es la motivación más frecuentemente citada y la considerada más importante por la mayoría. Además, esta motivación parece coexistir con otras motivaciones muy diversas, no contempladas en los cuestionarios, como Compromiso Organizacional, Religiosidad, Cambio Social, Interés por la Actividad o Desarrollo Personal.

Palabras clave: voluntariado, motivaciones, categorización, pregunta abierta.

Abstract. Most studies of volunteers' motivations use standardized questionnaires with one of the most commonly-used being the Volunteer Function Inventory. Open-ended questions about what drives individuals to be volunteers are seldom used. We hypothesize that questionnaires tend to overestimate the number of motivations and to underestimate their variety. Therefore, in this paper we analyze the answers of 1515 volunteers to an open-ended question and categorize these answers.

Results show that volunteers give an average of 2 motivations, fewer than the questionnaires, and that the Value motivation is the most frequently mentioned and the most important for volunteers. In addition, this motivation coexists with other motivations, which are lacking in the standard questionnaires, such as Organizational Commitment, Personal Development, Religiosity, Social Change or Interest in the Activity.

Keywords: volunteering, motivations, categorization, open-ended questions.

El estudio de las motivaciones del voluntariado es un tema recurrente en la literatura especializada en el ámbito y tiene importantes repercusiones para la gestión de los programas de voluntariado, ya que en función de la o las motivaciones importantes para los voluntarios se adoptan distintas acciones de captación, asignación de tareas, formación, etc. La idea que subyace en esta estrategia es que la satisfacción de las motivaciones es clave para la permanencia (Clary, Snyder & Ridge, 1992; Clary, Snyder, Ridge, Miene & Haugen, 1994, Chacón & Vecina, 2002; Dávila & Chacón 2003; Chacón, Vecina & Dávila, 2007; Vecina, Chacón, & Sueiro, 2009).

Esta orientación funcional, que tuvo su origen en los trabajos sobre actitudes de Katz (1960), ha sido aplicada al ámbito de las motivaciones del voluntariado recientemente (Clary, Snyder, Ridge, Copeland, Stukas, Haugen, & Miene, 1998) y sostiene que las

personas se hacen voluntarias y se mantienen como tales por distintas razones que satisfacen funciones psicológicas diversas. Este enfoque ha permitido el desarrollo de cuestionarios cerrados sobre motivaciones del voluntariado, en los que se obtiene una puntuación en todas y cada una de las motivaciones (Clary et al., 1998; Omoto & Snyder, 1995). El principal inconveniente de este tipo de instrumentos es que con frecuencia las personas señalan como motivaciones lo que en realidad son expectativas, es decir, puntúan en todos aquellos ítems que componen el cuestionario, aunque en principio no todos ellos determinen su decisión de convertirse en voluntario o de mantenerse como tal.

Por el contrario, la Teoría Simbólica (Scott & Lyman, 1968) se centra en los significados subjetivos que los individuos atribuyen a sus comportamientos. Los motivos serían explicaciones generadas para justificar o excusar las propias acciones, por lo que conllevarían una gran carga interpretativa. Desde esta perspectiva se considera más apropiado evaluar las motivaciones mediante preguntas abiertas, ya que dan libertad para que las personas expresen espontáneamente aque-

La correspondencia sobre este artículo puede enviarse al primer autor a la Facultad de Psicología, Universidad Complutense de Madrid. 28223 Madrid (Spain). E-mail: fchacconf@psi.ucm.es

llos motivos relevantes en su caso para participar en el voluntariado, minimizando así la confusión con las expectativas. Además, permiten captar mejor la enorme variedad de significados simbólicos atribuibles al voluntariado.

De entre los cuestionarios cerrados destaca, por ser uno de los primeros, el diseñado por Omoto y Snyder (1995) para evaluar las motivaciones de voluntarios que trabajaban en el campo del SIDA (CMVS). Contiene cinco motivaciones: Valores, Interés por la Comunidad, Conocimiento, Defensa del yo y Mejora de la Estima. Este cuestionario fue adaptado en una muestra de voluntarios españoles que trabajaban en ámbitos y con poblaciones más diversas (Chacón & Vecina, 1999; Vecina & Chacón, 1999). El resultado reflejó fielmente las motivaciones de Valores, Conocimiento y Defensa del Yo. Sin embargo, la motivación de Interés por la Comunidad se diluyó, ya que la muestra de voluntarios era muy heterogénea en cuanto a las problemáticas de intervención y a las poblaciones objeto de intervención. Los ítems de esta escala pasaron a formar parte de la de Mejora de la Estima, que fue denominada más genéricamente de Desarrollo Personal, y de una nueva escala, denominada motivación de Relaciones Sociales.

Pero el cuestionario que sin duda más se ha utilizado en la última década ha sido el Volunteer Functions Inventory (VFI), elaborado por Clary, Snyder y colaboradores (Clary, Snyder, Ridge, Copeland, Stukas, Haugen, & Miene, 1998). Contiene seis motivaciones distintas: Valores (interés humanitario por ayudar a otros), Conocimiento (gusto por aprender sobre temas diversos), Ajuste Social (necesidad de adaptarse a la norma social subjetiva, es decir, a lo que personas cercanas y relevantes valoran), Mejora del Currículum (necesidad de obtener beneficios para la carrera profesional), Mejora de la Estima (interés en el disfrute de sentimientos positivos) y Defensa del Yo (necesidad de protegerse y escapar de sentimientos negativos como, por ejemplo, la soledad).

Algunos autores han cuestionado el uso indiscriminado de los cuestionarios cerrados para evaluar las motivaciones del voluntariado (Allison, Okun & Dutridge, 2002; Chacón, Menard, Sanz & Vecina, 1997). En esta línea, López-Cabanas y Chacón (1997) plantean que los cuestionarios cerrados facilitan que los voluntarios confundan él o los motivos que realmente explican porqué lo son, con las expectativas y/o las consecuencias que se derivan de serlo, es decir, con aquello que es razonable que ocurra cuando adoptan la decisión de ser voluntario, pero que no necesariamente es la razón para que la adopten.

Los estudios que utilizan preguntas abiertas para evaluar los motivos de los voluntarios son lógicamente escasos (Oda, 1991), entre otras posibles causas, porque son mucho más costosos de analizar e incluyen un grado de subjetividad mayor por parte de los investigadores al tener que categorizarlos en cada caso. Uno

de los pocos trabajos que compara las respuestas de voluntarios a una pregunta abierta con las puntuaciones a un cuestionario cerrado, el VFI, es el de Allison, Okun y Dutridge (2002). Los autores parten del supuesto de que con una escala tipo Likert las personas presumiblemente estarían indicando el grado en el que el voluntariado satisface distintas necesidades conscientes, mientras que con una pregunta abierta estarían aportando una explicación que justifica por qué son voluntarias. Ambos métodos estarían por tanto evaluando aspectos diferentes. Los resultados de este trabajo muestran que la pregunta abierta aporta menor cantidad de motivos y mayor variedad de motivaciones que el VFI. En general, los voluntarios manifiestan dos motivos de media y aparecen motivaciones adicionales, no incluidas en los cuestionarios, como: Disfrutar (*enjoyment*), Religiosidad (*religiosity*) y Construcción de Equipo (*team building*). Las limitaciones de este trabajo, que podrían estar explicando su reducido impacto, se centran en las características de la muestra: relativamente pequeña y homogénea (195 voluntarios pertenecientes a una misma organización). Además, tal y como estaba formulada la pregunta algunos voluntarios de la muestra podrían haber entendido que se le pedía una única motivación.

El objetivo del presente trabajo es analizar y categorizar las respuestas de 1515 voluntarios a una pregunta abierta sobre sus motivaciones para serlo. Hipotetizamos que, al igual que en el estudio de Allison, Okun y Dutridge (2002) sus respuestas serán muy variadas y reflejarán más probablemente lo que son razones determinantes conscientes que explican por qué son voluntarios, y no expectativas asociadas. Ello se reflejará en un reducido número de motivaciones de media y una mayor variedad de motivaciones diferentes.

Método

Participantes

La muestra estaba compuesta por 1515 voluntarios, procedentes de 132 organizaciones socio-asistenciales y ecologistas. El 60% eran mujeres y el 40% hombres. La edad media fue de 31 años, oscilando entre los 15 y los 82 años. El nivel de estudios de la muestra era elevado ya que más del 50% tenía estudios universitarios.

Instrumento

Además de los datos sociodemográficos, en el instrumento se formulaba una pregunta abierta sobre las motivaciones para ser voluntario. El enunciado de la pregunta era el siguiente: “*Enumera por orden de importancia la o las razones por las que decidiste ser voluntario/a*”. Se incluían varios renglones, los prime-

ros numerados, para dar a entender a los voluntarios que podían dar tantas respuestas como quisieran.

Procedimiento

El proceso de categorización se desarrolló en dos fases. En la primera se elaboró un listado teórico que incluía las motivaciones identificadas en los principales cuestionarios en uso y su definición. Del VFI (Clary et al., 1998) se incluyeron sus seis motivaciones: Valores, Conocimiento, Ajuste Social, Mejora del Currículum, Mejora de la Estima y Defensa del Yo. Del CMVS (Omoto & Snyder, 1995) se añadió la motivación de Interés por la Comunidad. De la adaptación al castellano del anterior cuestionario se incluyó la motivación de Relaciones Sociales (Chacón y Vecina, 1999). Finalmente se incluyeron las motivaciones identificadas por Allison, Okun y Dutridge (2002): Valores Religiosos, Disfrutar y Trabajo en Equipo. En total fueron 11 las categorías motivacionales que a priori se definieron.

Las respuestas dadas a la pregunta abierta por los 1515 voluntarios fueron en total 4017. Éstas fueron transcritas por dos jueces expertos en el tema (50% cada uno). En primer lugar, ambos jueces clasificaron de forma conjunta las respuestas de 70 sujetos elegidos al azar, poniendo en común diferencias y homogeneizando criterios de clasificación. Tras este proceso aparecieron dos nuevas categorías que no habían sido consideradas en el listado inicial, Interés en la Actividad y Compromiso Organizacional. Además, se diferenciaron subcategorías dentro de algunas de las categorías debido a la alta frecuencia de aparición de algunos tipos de respuestas, que no se correspondían exactamente con la definición hecha de la categoría en el cuestionario correspondiente. Por ejemplo, dentro de la categoría de Valores se distinguieron las subcategorías de Transformación Social, Reciprocidad, Ayuda a un Territorio Específico y Ayuda a un Colectivo Específico, que son tipos de valores pero no encajan en la definición de valores incluida en los cuestionarios, que sólo contemplan los de interés humanitario por ayudar a otros. Respecto a la categoría de Conocimiento-Comprensión se introdujo la subcategoría de Autoconocimiento, que es otro tipo de conocimiento, no contemplado en la definición.

En una segunda fase, los jueces categorizaron la totalidad de las respuestas de forma independiente, de manera que se obtuvieron dos categorizaciones de cada una de las respuestas. La fiabilidad interjueces se estableció utilizando el coeficiente de contingencia Chi y varió entre .94 y .97 según la categoría. Los desacuerdos se resolvieron mediante discusión entre los jueces y en aquellas ocasiones en que fue necesario se pidió la opinión de un tercer juez, experto en la materia, para llegar a una categorización única y consensuada. Finalmente, se revisaron una por una todas las respues-

tas incluidas en cada categoría, con la finalidad de detectar y solventar posibles errores de categorización o codificación.

Resultados

El proceso de categorización descrito dio como resultado la estructura de categorías y subcategorías que a continuación se describe. De cada una de ellas se propone una definición intencional y se presentan algunos ejemplos prototípicos. Hay que tener en cuenta que cuando en una categoría se proponen subcategorías es porque en la categoría general, a pesar de que nominalmente puede dar cabida a las subcategorías, los ítems que la componen, y por tanto su contenido semántico, no recoge ni incluye los contenidos de las subcategorías.

1. Motivación de Valores: incluye cualquier expresión que haga explícito algún tipo de valor social de interés altruista o heterocentrado por ayudar a otras personas. Las respuestas más frecuentemente incluidas en esta categoría general de Valores fueron: “*para ser de ayuda*”, “*dar servicio a los demás*”, “*por solidaridad*” y “*por hacer algo útil*”.

Como se ha comentado anteriormente dentro de esta categoría general se abrieron subcategorías específicas, teniendo en cuenta que eran citadas con cierta frecuencia por los voluntarios y que los contenidos a los que hacían referencia excedían la definición de la categoría general hecha en los cuestionarios cerrados y asumida en este estudio como punto de partida. Así por ejemplo se incluyeron dentro de Valores, las subcategoría de motivos Religiosos, de Transformación Social, así como Reciprocidad e Interés por Colectivos Concretos o zonas Territoriales Específicas.

Subcategorías de Valores

1.1. Valores Religiosos: se citan motivos religiosos o espirituales de forma genérica o se menciona expresamente el profesar una religión específica. Se incluyeron en esta subcategoría respuestas como: “*mi convicción religiosa*”, “*por dar testimonio de fe*”, “*ideología católica*” y “*espiritual*”.

1.2. Valores de Transformación Social: se refiere a valores que inciden en la necesidad de un cambio social, abarcando también la participación y los componentes políticos, todos ellos con el objetivo de hacer mejor el mundo y disminuir las injusticias. Ejemplo de expresiones incluidas en esta subcategoría, son: “*construir un mundo mejor*”, “*un mundo más justo*”, “*dejar el mundo mejor que ahora*” y “*aportar mi grano de arena para mejorar el mundo*”.

1.3. Valores de Reciprocidad: se incluyen respuestas basadas en la norma social de reciprocidad de forma genérica o específica que expresan claramente

que se realiza el voluntariado para devolver o agradecer algo que se ha recibido con anterioridad, de manera, que por recibir cierto beneficio, la persona se siente en la obligación de dar algo a cambio. Ejemplos prototípicos son: “*para ayudar como antes me ayudaron a mí*”, “*sentimiento de gratitud*”, “*por enseñar lo que me enseñaron*” y “*por compartir lo que he recibido*”.

1.4. Valores de Interés por la Comunidad: el interés por la comunidad se conceptualiza como un valor en el que se expresa un interés por ayudar a una comunidad específica. Esta subcategoría se ha subdividido a su vez en dos: el motivo de Valores de Ayuda a un Territorio Específico y el motivo de Valores de Ayuda a un Colectivo Específico.

1.4.1. Valores de Ayuda a un Territorio Específico: las respuestas incluidas en esta subcategoría reflejan algún tipo de colaboración con una zona geográfica concreta conocida y de interés para el voluntario. Las personas que expresan este motivo manifiestan su interés por: “*hacer algo por mi comunidad*”, “*trabajar por mi pueblo*”, “*involucrarme en los problemas de mi pueblo*” y “*por el barrio*”.

1.4.2. Valores de Ayuda a un Colectivo Específico: en este caso el interés de ayudar no se refiere a un interés genérico para ayudar, sino que se centra en un segmento específico de la sociedad o grupo concreto. Las respuestas más frecuentes son: “*ayudar a los pequeños*”, “*me gusta el colectivo al que ayudo*”, “*ayudar a sordo-ciegos (personas con deficiencias mentales, reclusos, enfermos, etc.)*” y “*ayudar al colectivo de drogodependientes*”.

2. Motivación de Conocimiento-Comprensión: esta categoría refleja el interés por aprender y comprender el mundo, el desarrollo de nuevas perspectivas e interpretaciones, así como el aprendizaje y potenciación de habilidades. Se han contemplado respuestas como: “*aprender*”, “*conocer*”, “*curiosidad*”, “*nuevas perspectivas*”, “*aprender en situaciones nuevas*” y “*conocer otras realidades*”.

Subcategoría de Conocimiento

2.1. Autoconocimiento: hace referencia a la necesidad de conocerse mejor uno mismo, de aprender sobre los propios límites y capacidades, de explorar las propias fuerzas. Expresiones típicas incluidas en esta subcategoría son: “*conocerme mejor*”, “*darme cuenta de mis capacidades*” y “*para conocer mis posibilidades, capacidades y límites*”.

3. Motivación de Ajuste Social: las respuestas aquí incluidas reflejan que las personas realizan las actividades de voluntariado motivadas por influencias normativas, es decir, para ajustarse a las expectativas que creen que tienen las personas importantes para ellas, como son familiares, amigos, etc. El hecho de conocer a otros voluntarios previamente a serlo, también se incluiría en esta categoría. Se recogen en esta categoría expresiones

como: “*mis amigas me arrastraron*”, “*por amistades en la organización*”, “*por influencia paterna*”, “*la fundadora era mi hermana*” y “*por mi compañero*”.

4. Mejora del Currículum: en estos casos se realiza la actividad para mejorar las capacidades profesionales y/o mejorar las expectativas de encontrar empleo. Las expresiones más prototípicas hacen referencia a: “*currículum*”, “*adquirir experiencia profesional*”, “*volver al mundo laboral*” y “*búsqueda de empleo*”.

5. Defensa del Yo: hace referencia a la necesidad de evitar estados o situaciones negativas de la propia vida que pueden estar amenazando el autoconcepto. En estos casos el voluntariado serviría para protegerse y evitar la ansiedad que ello produce. La expresión contiene frecuentemente una connotación negativa explícita. Se han incluido en esta categoría respuestas del tipo: “*por problema personal*”, “*para ayudarme*”, “*por enfrentarme con el día a día*”, “*por soledad*”, “*para llenar un hueco en mi vida*” y “*por asumir lo que me pasó*”.

6. Mejora de la Estima: esta categoría motivacional incluye una gran diversidad de significados en la definición hecha por el VFI. Concretamente, se incluyen expresiones como el voluntariado incrementa mi autoestima, hace que me sienta importante o necesario, que me sienta mejor conmigo mismo o es una forma de hacer nuevos amigos. Como puede observarse, en realidad incluye aspectos muy distintos, algunos relacionados con la mejora del estado de ánimo y otros relacionados con la autoestima o con la necesidad de hacer o mantener relaciones sociales. Esta diversidad llevó a diferenciar cuatro subcategorías, una que recogería los aspectos relacionados con la estima, otra relacionada con la necesidad de tener relaciones con otras personas, una tercera referida a la necesidad de crecer a nivel personal y una cuarta centrada en el disfrute. Respuestas habitualmente recogidas en esta categoría son: “*para mejorar el estado de ánimo a través del voluntariado*”, “*satisfacción personal*”, “*sentirme bien*” y “*por gratificación personal*”.

Subcategorías de Mejora de la Estima

6.1. Estima: incluye aspectos relacionados con la valía personal que directamente buscan el aumento de la autoestima. Las respuestas prototípicas son: “*necesidad de sentirme útil*”, “*quería sentirme útil*”, “*por autoestima*” y “*por valorarme a mí mismo*”.

6.2. Crecimiento Personal: la persona manifiesta que realiza el voluntariado como una forma de evolucionar de manera positiva, de desarrollarse y potenciarse personalmente. Las expresiones de los voluntarios con este motivo muestran su interés por: “*enriquecimiento o crecimiento personal*”, “*por evolución personal*”, “*desarrollo personal*”, “*progresión personal*”, “*vivencias y experiencias personales*” y “*por inquietud personal*”.

6.3. Relaciones Sociales: esta subcategoría refleja una necesidad de establecer relaciones sociales nuevas y el voluntariado sería el medio para conseguirlo. Expresiones incluidas en esta categoría son: “*hacer amigos*”, “*relaciones sociales*”, “*conocer gente con las mismas inquietudes*”, “*conocer gente afín*”, “*conocer gente nueva*” y “*aportar personas nuevas a mi vida*”.

6.4. Disfrutar: en esta categoría se han incluido las respuestas que hacen referencia directa a que a la persona le gusta y se divierte realizando el voluntariado. Algunos ejemplos de ello son: “*porque me gusta*”, “*me divierto y es divertido*”, “*diversión*”, “*pasarle bien*” y “*me apetecía*”.

7. Compromiso Organizacional: esta categoría hace referencia a una vinculación de tipo emocional con una organización particular. En estos casos se realiza el voluntariado por un compromiso con la organización y la gente que la conforma.

Subcategorías de Compromiso Organizacional

7.1. Compromiso Institucional: se centra en el compromiso con la entidad, los voluntarios sienten cierta identificación con el movimiento asociativo como tal, con su filosofía y política. Algunas respuestas incluidas son: “*por afinidad con la organización*”, “*por mantener el Scoutismo*”, “*por sentimiento Scout*”, “*me gusta la organización*” y “*comparto los intereses de la organización*”.

7.2. Compromiso con el Grupo: el compromiso está más relacionado en estos casos con las personas que integran el grupo y no tanto con la organización. Algunos ejemplos prototípicos son: “*me siento identificado con el grupo*”, “*por la continuidad del grupo*”, “*por los miembros que lo componemos*” y “*por la gente del grupo*”.

8. Interés en la Actividad: esta categoría motivacional se refiere al interés en la actividad específica que se desarrolla, no por el voluntariado en sí, ni los fines de la organización como tal. Dentro de esta categoría se diferenciaron dos subcategorías:

Subcategorías de Interés en la Actividad

8.1. Interés en la Actividad Específica: incluye el interés por una actividad concreta que puede realizar dentro del voluntariado, ya sea expresándolo en gené-

rico o especificando la misma. Respuestas prototípicas de este motivo son: “*me gusta la actividad*”, “*actividades ecológicas*”, “*actividades culturales*”, “*salir fuera*”, “*las acampadas*”, “*salir de ruta*”, “*el montañismo*”, “*me gusta el lenguaje dactilológico*” y “*las manualidades*”.

8.2. Interés en la Actividad con Personas: incluye el interés en las actividades que se realizan en contacto con personas. Las expresiones que dan forma a este motivo son: “*trabajar en equipo*”, “*trabajar con personas*”, “*trabajar en grupo*” y “*quiero trabajar con gente*”.

9. Condiciones: en esta categoría se incluyeron respuestas que no eran propiamente motivos sino condiciones o requisitos necesario que facilitan o favorecen el poder realizar el voluntariado. Las siguientes respuestas son ejemplo de ello: “*tengo tiempo libre*”, “*estoy desempleado*”, “*por hacer algo diferente*” y “*me lo pidieron*”.

10. Otros: contiene aquellas contestaciones inclasificables, generalmente por vagas e inespecíficas. Las siguientes respuestas ejemplifican esta categoría residuo: “*razones de índole personal*” y “*búsqueda*”.

Análisis cuantitativo de las motivaciones expresadas por los voluntarios

Un 9% de los 1515 voluntarios de la muestra no dio ninguna respuesta a la pregunta abierta. Un 17% dio un único motivo y un 30% aportó dos motivos distintos para ser voluntario/a (Tabla 1). Menos de un 1% dio cinco o más motivos. La media de respuestas expresadas por los 1515 voluntarios del estudio fue de 2.6 y la media de motivaciones distintas presentes de 2.23.

En la Tabla 2 se puede observar, que el motivo citado con mayor frecuencia por los voluntarios es el de Valores (48%), lo cual supone más del doble respecto al motivo que aparece en segundo lugar: Mejora de la Estima, que supone el 17%. Con un porcentaje menor de respuestas están Conocimiento-Comprensión (8%), Mejora del Currículo (6%), Compromiso Organizacional (5%), Interés en la Actividad (2%), Ajuste Social (1%) y Defensa del Yo (.81%).

Estos datos llevan a concluir que la mayoría de los voluntarios se perciben a sí mismos motivados por Valores de diversa índole. Así, si analizamos las subcategorías que hemos diferenciado dentro de la categoría

Tabla 1. Frecuencias y porcentajes de sujetos que expresan motivos distintos

	Ningún motivo	Un motivo diferentes	Dos motivos diferentes	Tres motivos diferentes	Cuatro motivos diferentes	Cinco motivos diferentes	Seis motivos diferentes
N sujetos	136	263	457	440	213	5	1
Porcentaje	8.98%	17.36%	30.16%	29.09%	14.06%	.33%	.07%

Tabla 2. Frecuencias y porcentajes de las categorías y subcategorías de motivos

		En primer lugar	Frecuencia total			En primer lugar	Frecuencia total
Categoría de Valores				Categoría de Mejora de la Estima			
Sujetos (1515)	N Porcentaje	880 58.09%		Sujetos (1515)	N Porcentaje	133 8.78%	
Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	63.81%	Motivos totales (4056) 48.08%	Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	9.64%	Motivos totales (4056) 17.33%
Subcategoría Interés por la comunidad (Subcategoría Colectivo Específico)				Subcategoría Disfrutar			
Sujetos (1515)	N Porcentaje	97 6.4%		Sujetos (1515)	N Porcentaje	44 2.9%	
Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	7.03%	Motivos totales (4056) 6.36%	Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	3.19%	Motivos totales (4056) 4.27%
Subcategoría Transformación Social				Subcategoría Crecimiento Personal			
Sujetos (1515)	N Porcentaje	76 5.02%		Sujetos (1515)	N Porcentaje	38 2.51%	
Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	5.51%	Motivos totales (4056) 4.44%	Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	2.76%	Motivos totales (4056) 3.94%
Subcategoría Reciprocidad				Subcategoría Relaciones Sociales			
Sujetos (1515)	N Porcentaje	24 1.58%		Sujetos (1515)	N Porcentaje	7 .46%	
Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	1.74%	Motivos totales (4056) 1.53%	Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	.51%	Motivos totales (4056) 3.82%
Subcategoría Religiosos				Subcategoría Estima			
Sujetos (1515)	N Porcentaje	17 1.12%		Sujetos (1515)	N Porcentaje	23 1.52%	
Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	1.23%	Motivos totales (4056) .86%	Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	1.67%	Motivos totales (4056) 2.34%
Subcategoría Interés por la Comunidad (Subcategoría Territorio Específico)							
Sujetos (1515)	N Porcentaje	9 .59%					
Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	.65%	Motivos totales (4056) .64%				

Nota. El número de motivos citados en primer lugar difiere del número de sujetos, ya que excluye los sujetos que no han dado ninguna respuesta, e incluye los múltiples motivos que han sido expresados en la primera respuesta de los sujetos.

Tabla 2. Frecuencias y porcentajes de las categorías y subcategorías de motivos (continuación)

		En primer lugar	Frecuencia total			En primer lugar	Frecuencia total
Categoría de Conocimiento-Comprensión				Categoría de Mejora del Currículum			
Sujetos (1515)	N	67		Sujetos (1515)	N	65	
	Porcentaje	4.43%			Porcentaje	4.29%	
Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	4.86%	Motivos totales (4056) 8.38%	Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	4.71%	Motivos totales (4056) 6.09%
Subcategoría Autoconocimiento							
Sujetos (1515)	N	1					
	Porcentaje	.07%					
Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	.07%	Motivos totales (4056) .32%				
Categoría de Compromiso Organizacional				Categoría de Interés en la Actividad			
Sujetos (1515)	N	73		Sujetos (1515)	N	24	
	Porcentaje	4.09%			Porcentaje	1.59%	
Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	4.50%	Motivos totales (4056) 4.12%	Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	1.74%	Motivos totales (4056) 2.29%
Categoría de Compromiso Organizacional (Subcategoría Compromiso Institucional)				Categoría de Interés en la Actividad (Subcategoría Actividad Específica)			
Sujetos (1515)	N	62		Sujetos (1515)	N	16	
	Porcentaje	4.09%			Porcentaje	1.06%	
Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	4.50%	Motivos totales (4056) 4.12%	Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	1.16%	Motivos totales (4056) 1.45%
Categoría de Compromiso Organizacional (Subcategoría Compromiso con el Grupo)				Categoría de Interés en la Actividad (Subcategoría Actividad con las Personas)			
Sujetos (1515)	N	11		Sujetos (1515)	N	8	
	Porcentaje	.73%			Porcentaje	.53%	
Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	.80%	Motivos totales (4056) .76%	Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	.58%	Motivos totales (4056) .84%
Categoría de Ajuste Social				Categoría de Defensa del Yo			
Sujetos (1515)	N	16		Sujetos (1515)	N	7	
	Porcentaje	1.06%			Porcentaje	.46%	
Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	.65%	Motivos totales (4056) .64%	Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	.51%	Motivos totales (4056) .81%
Categoría de Condiciones				Categoría de Otros			
Sujetos (1515)	N	79		Sujetos (1515)	N	50	
	Porcentaje	5.21%			Porcentaje	3.3%	
Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	5.73%	Motivos totales (4056) 6.8%	Motivos en primer lugar (1397)	Porcentaje	3.63%	Motivos totales (4056) 4.76%

Nota. El número de motivos citados en primer lugar difiere del número de sujetos, ya que excluye los sujetos que no han dado ninguna respuesta, e incluye los múltiples motivos que han sido expresados en la primera respuesta de los sujetos.

Valores vemos que la mencionada con más frecuencia es Interés por la Comunidad (Colectivo Específico) que supone el 6% de los motivos totales, seguido de Transformación Social (4%) mientras que el resto (Reciprocidad, Religiosos e Interés por la Comunidad (Territorio Específico)) reciben el 1.5% de las respuestas o menos.

En cuanto al análisis de las subcategorías de Mejora de la Estima, las más prevalentes son Disfrutar con un 4%, Crecimiento Personal (4%) y Relaciones Sociales (4%), seguido en último lugar por Estima (2%).

Para valorar la importancia que otorgan los voluntarios a cada una de las motivaciones citadas, analizamos las respuestas incluidas en primer lugar, ya que como se ha citado se les indicó que lo hicieran en orden de importancia. Como puede observarse en la Tabla 2, el patrón obtenido es muy similar al reflejado por las frecuencias totales de motivos. En primer lugar, aparece Valores con el 64% de los motivos emitidos en primer lugar (1397), Mejora de la Estima al igual que en el análisis anterior, es la segunda motivación más citada en primer lugar (supone un 10% de los motivos y es citada por un 9% de los voluntarios). En tercer lugar aparecen tres motivos: Compromiso Organizacional, Conocimiento-Comprensión y Mejora del Currículum con porcentajes muy cercanos al 5%. El resto de motivos obtienen porcentajes inferiores al 1.75%.

Todos estos datos permiten concluir que los voluntarios de la muestra perciben que su principal motivación es heterocentrada (Valores), a gran distancia del resto. Más concretamente Valores es la motivación más frecuentemente citada, la considerada más importante por la mayoría de los voluntarios y parece coexistir con otras motivaciones, consideradas mucho menos importantes, pero muy diversas. En este sentido, los resultados de la categorización han revelado que las motivaciones expresadas por los voluntarios pueden agruparse en 19 categorías o subcategorías diferentes, 8 más de las que inicialmente se partió y 13 más de las que en concreto contempla el cuestionario cerrado de motivaciones actualmente más utilizado (VFI). También de este estudio se puede concluir que el número de motivaciones presentes en cada voluntario es relativamente bajo, dos o tres por voluntario de media.

Finalmente hay que destacar que casi el 7% de los motivos totales corresponden en realidad a condiciones como "Tener tiempo libre" o "Me lo pidieron", y no a verdaderas motivaciones, ya que en estos casos siempre cabría hacerse preguntas del tipo: Si se tenía tiempo libre, ¿por qué entre las múltiples actividades posibles se elige el voluntariado? o ¿por qué aceptaste ser voluntario cuando te lo pidieron? A la luz de estos últimos datos cabe concluir que si bien las preguntas abiertas parecen minimizar la confusión entre motivos y expectativas, sin embargo potencian la confusión con las condiciones que favorecen el voluntariado y que no son propiamente motivaciones.

Discusión

Uno de los aspectos más relevantes del presente estudio, es que es una de las pocas investigaciones que evalúan cualitativamente los motivos de los voluntarios, y hasta donde alcanza nuestro conocimiento, es el único trabajo que cuenta con una muestra de sujetos y organizaciones tan numerosa y diversa.

Los resultados muestran que cuando se pregunta por las motivaciones mediante una pregunta abierta, los voluntarios no suelen citar más de dos motivos distintos, como ya fue señalado por Allison, Okun y Dutridge (2002). En este estudio los autores presentaban a los voluntarios una única pregunta abierta con un único espacio de respuesta, lo que podía inducir a algunos de ellos a expresar un único motivo, pero en nuestro estudio por el formato de la pregunta se sugería a los sujetos que podían señalar múltiples motivos y aún así los datos de Allison, Okun y Dutridge (2002) se confirman. Cuando se aplican cuestionarios como el VFI para valorar los motivos de los voluntarios, todos los motivos suelen obtener puntuaciones cercanas o superiores a la media (Pérez, 2010), por lo que parece que estos instrumentos están sobreestimando el número de motivos presentes en un voluntario al tomar su decisión. Estos resultados apoyan por un lado la hipótesis de que los cuestionarios de motivaciones del voluntariado confunden en sus respuestas las verdaderas motivaciones, con las expectativas de los sujetos u otros aspectos cognitivos; y por otro, la Teoría Simbólica (Allison, Okun & Dutridge, 2002) sobre que los dos métodos de evaluación valoran en realidad aspectos distintos. Al presentárseles posibles motivos en los que los sujetos no habían pensado anteriormente, los voluntarios tienden a responder positivamente bien por aquiescencia o conformidad social, pero no porque sean sus verdaderas razones. Parecería que es más adecuado evaluar motivos mediante pregunta abierta, ya que todos los motivos son expectativas, pero no todas las expectativas son motivos.

Aunque los cuestionarios parecen sobrestimar el número de motivos de un voluntario, y aunque en un primer momento resulte paradójico, infraestiman la variedad de motivos posibles, ya que en nuestro análisis de las respuestas han aparecido subcategorías no incluidas en los cuestionarios de motivaciones al uso, que obtienen una frecuencia notable como es el caso de las Subcategorías de Transformación Social, Reciprocidad y Religiosos dentro de Valores, o la de Disfrutar dentro de Mejora de la Estima, o incluso categorías nuevas como Compromiso Organizacional, e Interés por la Actividad. Todas ellas, menos Religiosidad presentan porcentajes de aparición superiores a motivos como Ajuste Social y Defensa del Yo, tradicionalmente incluidos en los cuestionarios de motivaciones, por lo que deberían ser considerados de forma diferenciada.

Se ha comprobado también que el orden de importancia de los motivos valorados mediante cuestionarios difiere del encontrado mediante pregunta abierta. El caso más claro es el de la categoría de Conocimiento-Comprensión. Cuando se emplean los cuestionarios, este motivo es el primero o el segundo más valorado por los voluntarios (Pérez, 2010), mientras que mediante una pregunta abierta su importancia se reduce considerablemente, y menos de un cinco por ciento lo citan como el motivo principal.

De los resultados de esta investigación pueden derivarse dos sugerencias, una de carácter aplicado y otra dirigida a la investigación. En primer lugar, a la hora de evaluar las motivaciones de los voluntarios, sería aconsejable que los gestores de programas de voluntariado emplearan los dos métodos: el cuestionario y la pregunta abierta. En segundo lugar, parece conveniente adaptar los cuestionarios existentes o desarrollar cuestionarios nuevos que incluyan los nuevos motivos detectados en los estudios que emplean preguntas abiertas.

Las principales limitaciones del presente trabajo se deben a los aspectos metodológicos. En primer lugar, aunque se trata posiblemente del estudio con una muestra más amplia y con una mayor variedad de organizaciones de voluntariado implicadas, esto no garantiza la representatividad de la muestra; aunque es preciso reconocer la casi imposibilidad de alcanzar este objetivo cuando no existe ningún censo completo ni de voluntarios, ni tan siquiera de organizaciones de voluntariado.

En segundo lugar, el proceso de categorización siempre implica ciertos niveles de subjetividad, y a pesar de la buena fiabilidad interjueces, siempre supone interpretar de cierta forma lo que los sujetos han dicho y encorsetar una realidad de motivos rica, continua y variada, en un conjunto restringido de categorías más o menos conseguidas, y cuyos límites nunca dejarán de ser artificiales. En ocasiones estos límites pueden ser diferencias muy sutiles, tanto que por prudencia o por rigidez puedan estar modificando lo que en su día el voluntario quiso transmitir. Así, los jueces se encontraron con preguntas como qué motivos reflejaban expresiones tan aparentemente similares como: “*ser útil, sentirme útil, o hacer algo útil*”. Lógicamente de la contestación que se le dé a preguntas como estas dependen en cierta medida los resultados obtenidos. Quizá algunos de estos problemas de categorización podrían haberse resuelto si en lugar de limitarnos a la contestación por escrito, se hubiera podido entrevistar a los voluntarios, además de esta forma, se habría podido reducir drásticamente aquellas respuestas que hemos incluido en la categoría de Otros, por ambiguos o difíciles de clasificar.

Como líneas de investigación futura pueden señalarse la necesidad de profundizar en la estructura de la categoría Valores, ya que parece incluir aspectos muy

diversos y más numerosos de los que podemos estar registrando en la actualidad. Valores en definitiva existen muchos. La alta prevalencia de esta categoría hace recomendable un análisis más detallado. Pero sin duda el siguiente paso de la presente línea de investigación es comparar en una misma muestra las motivaciones evaluadas en un cuestionario, con las motivaciones evaluadas mediante pregunta abierta, de esta forma podrían confirmarse en mayor medida las conclusiones que con la metodología de este estudio sólo han podido ser apuntadas.

Referencias

- Allison, L.D., Okun, M.A., & Dutridge, K.S. (2002). Assessing volunteer motives: A comparison of an open-ended probe and likert rating scales. *Journal of Community and Applied Social Psychology*, 12(4), 243-255.
- Clary, E. G., Snyder, M., & Ridge, R. (1992). Volunteers' motivations: A functional strategy for the recruitment, placement, and retention of volunteers. *Nonprofit Management & Leadership*, 2, 333-350.
- Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R. D., Copeland, J., Stukas, A. A., Haugen, J. A., & Miene, P. K. (1998). Understanding and assessing the motivations of volunteers: A functional approach. *Journal of Personality and Social Psychology*, 74, 1516-1530.
- Clary, E. G., Snyder, M., Ridge, R. D., Miene, P. K., & Haugen, J. A. (1994). Matching messages to motives in persuasion: A functional approach to promoting volunteerism. *Journal of Applied Social Psychology*, 24, 1129-1149.
- Chacón, F., & Vecina, M.L. (1999). Análisis de la fiabilidad de un cuestionario de motivaciones del voluntariado en SIDA. *Psicothema*, 11 (1), 211-223.
- Chacón, F., & Vecina, M.L. (2002). Gestión del Voluntariado. *Ed. Síntesis*. Madrid.
- Chacón, F., Menard, M., Sanz, M., & Vecina, M.L. (1997). Factores Psicosociales que influyen en el voluntariado: un estudio piloto. *Intervención Psicosocial*, 6 (1), 105-116.
- Chacón, F., Vecina, M.L., & Dávila, M.C. (2007). The Three-Stage Model of Volunteer's Duration. *Social Behavior and Personality*, 35(5), 627-642.
- Dávila, M.C., & Chacón, F. (2003). Adaptación de instrumentos para la evaluación de aspectos organizacionales en ONG's. *Revista de Psicología del trabajo y de las organizaciones*, 19, 159-179.
- Katz, A.H. (1960). The functional approach to the study of attitudes. *Public Opinion Quarterly*, 24, 163-204.
- López-Cabanas, M., & Chacón, F. (1997). Intervención Psicosocial y Servicios Sociales: Un enfoque participativo. *Ed. Síntesis*. Madrid

- Oda, N. (1991). Motives of volunteer works: self and other-oriented motives. *Tohoku Psychologica Folia*, 50, 55-61.
- Omoto, A. M., & 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.
- Pérez, T. (2010). *Motivos del voluntariado: Propuesta de categorización de las motivaciones de los voluntarios mediante pregunta abierta*. Unpublished. Manual para el diploma de estudios avanzados de suficiencia investigadora, Universidad Complutense de Madrid.
- Scott, M. B., & Lyman, S. M. (1968). Accounts. *American Sociological Review*, 33, 46-62.
- Vecina, M.L., & Chacón, F. (1999). Estudio sobre las motivaciones de una muestra de voluntarios españoles en el campo del SIDA. *Estudios de Psicología*, 62 (2), 55-66.
- Vecina, M.L., Chacón, F., & Sueiro, M.J. (2009). Satisfacción en el voluntariado: Estructura interna y relación con la permanencia en las organizaciones. *Psicothema*, 21, 112-117.
- Manuscrito Recibido: 30/03/2010
Revisión Recibida: 27/05/2010
Manuscrito Aceptado: 07/06/2010