

RADIOGRAFÍA DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN ESPAÑA

Así promueven las empresas
españolas la implicación social y
medioambiental de sus empleados
a través del voluntariado en 2020



Con el apoyo de

RADIOGRAFÍA DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN ESPAÑA

**Así promueven las empresas
españolas la implicación social y
medioambiental de sus empleados
a través del voluntariado en 2020**

Elaborada por



Con el apoyo de



Presente edición: diciembre de 2020.

Coordinación: Voluntare (www.voluntare.org)

Diseño y maquetación: Selenus (www.selenus.es)



ÍNDICE

INTERACTIVO

Pulse sobre la sección que desea para acceder directamente al contenido.

1. PRÓLOGO	04
Asociación de Voluntarios de “la Caixa”	
2. PRESENTACIÓN	06
Voluntare	
3. ASÍ ES EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN ESPAÑA EN 2020	08
LAS EMPRESAS	
· ¿Por qué apuestan por el voluntariado corporativo?	08
· ¿Desde cuándo utilizan esta fórmula?	10
· ¿Cómo lo impulsan internamente?	12
· Asignación presupuestaria	12
· Política de recursos humanos	14
LOS VOLUNTARIOS	17
· ¿Cuántos son?	17
· ¿Cuántos son?	19
· ¿Cuál es su nivel de compromiso?	21
EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO	23
· ¿Cómo actúa?	23
· ¿En qué ámbitos interviene?	25
· ¿En qué causas se implica?	27
· ¿Cómo va a evolucionar?	30
· Expectativas	30
· Planes	31
¿QUÉ IMPACTO HA SUPUESTO LA COVID-19?	33





Marta Peris Miras

Secretaria de la Asamblea
de la Asociación de
Voluntarios de 'la Caixa'

● PRÓLOGO

La ley 6/1996, del 15 de enero, del Voluntariado, constituyó la primera norma de ámbito estatal que lo reguló en España. Años más tarde fue sustituida por la ley 45/2015. Las CCAA han ido legislando sobre el voluntariado dentro de sus ámbitos competenciales a lo largo de los últimos treinta años.

Es pues, una actividad que ha tenido su desarrollo legal de forma relativamente tardía, mientras que el voluntario corporativo en particular aparece cuando se regulan las medidas para fomentarlo.

Estrictamente hablando, el voluntariado corporativo es una actividad a desarrollar dentro del horario laboral, como un aspecto más de la política de recursos humanos de la empresa. No obstante, nada impide que lo promueva para el tiempo libre de sus empleados, generalmente a través de una entidad de voluntariado reconocida.

El impulso del voluntariado por parte de las empresas en España es, en general, reciente, aunque hay ejemplos notorios de entidades que llevan muchos años promocionándolo.

El estudio revela que el principal motivo para instituir un programa de voluntariado corporativo es dar cauce al deseo de sus colaboradores de participar en causas sociales, lo que redundaría en un sentimiento más intenso de pertenencia y compromiso, y muy frecuentemente se destina un presupuesto específico para su implantación y mantenimiento. No es tan habitual que se libere un número de horas laborales para la práctica del voluntariado, pero también hay organizaciones que optan por ello.

Hay un claro incremento de las empresas que se interesan por ofrecer programas de voluntariado, y también la inclinación de sus empleados por adherirse a ellos.

A día de hoy, nadie duda de los beneficios de esa actividad, tanto para el propio voluntario como para la empresa que lo promueve. En las últimas dos décadas se ha observado la voluntad sincera de muchas empresas por participar en el logro de objetivos sociales y ambientales, empezando por reducir el posible impacto nocivo de su propia actividad y extendiéndolo a programas sociales diversos, como la promoción del voluntariado interno.

Resulta patente, de las conclusiones que se derivan de este estudio, que el voluntariado corporativo tiene un gran futuro por delante, pues es una iniciativa que se ha demostrado positiva para todos los intervinientes: mejora la cultura interna de la empresa, canaliza la pulsión solidaria de sus plantillas y contribuye a cubrir necesidades sociales, que el sector público no siempre consigue remediar.

Este año, no puedo dejar de mencionar la tragedia que ha supuesto la irrupción de la pandemia, que ha exacerbado todavía más los problemas económicos de innumerables familias y ha dificultado enormemente la labor de las entidades dedicadas al voluntariado. Ha sido ineludible tratar de encontrar nuevas formas para seguir apoyando a los más vulnerables, y una de ellas, sin duda, ha sido la realización de talleres a distancia. Estoy convencida de que, en los tiempos postpandemia la acción presencial y la actividad online coexistirán para llegar más y mejor a quién precisa ayuda. La capacidad financiera de las organizaciones impulsoras del voluntariado corporativo permitirá, con toda seguridad, su generalización.

Así ha sido para la Asociación de Voluntarios de 'la Caixa' que, al cumplir quince de años de existencia, ha invertido decisivamente en las nuevas tecnologías, convencida de que, aunque nunca hemos de renunciar a la presencialidad, estas herramientas complementan eficazmente nuestra acción para llegar más lejos y a más personas, con mayor eficacia.

Marta Peris Miras

Secretaria de la Asamblea de la
Asociación de Voluntarios de 'la Caixa'



Juan Ángel Poyatos León
Fundador de Voluntare.

● PRESENTACIÓN

Una de las razones de ser de Voluntare es generar conocimiento en todo lo relacionado al voluntariado corporativo, un área prácticamente inexplorada cuando echó a andar esta red. Porque es muy complejo alcanzar niveles de maduración y profesionalización adecuados sin saber, por ejemplo, si el nivel de participación de voluntarios en nuestra empresa es el adecuado, si está por debajo de lo que se esperaría de una empresa como la nuestra o si tenemos unos empleados que se movilizan de manera espectacular.

Este estudio, enmarcado dentro de nuestro objetivo de generar conocimiento y seguir innovando en el desarrollo del voluntariado corporativo, no solo nos da esa fotografía de salud y características del voluntariado corporativo. También nos permite analizar cómo ha evolucionado durante los últimos cinco años, lo que nos permite entender mucho mejor este fenómeno, obtener perspectiva y poder anticipar cómo va a seguir evolucionando.

Solo me queda dar las gracias por vuestro tiempo al leer este informe y por apostar por el voluntariado corporativo como la mejor forma a través de la cuál las empresas se vinculan a la solución a los problemas de la sociedad, haciéndolo a través de su principal activo, sus propias personas.

Juan Ángel Poyatos León
Fundador de Voluntare.

● QUÉ ENCONTRARÁS EN ESTE INFORME Y CÓMO ESTÁ ORGANIZADO

Este trabajo parte del 'Informe de la Gestión del Voluntariado Corporativo' realizado en 2020 por Voluntare, con el apoyo de la Asociación de Voluntarios de "la Caixa". Se trata de un estudio en profundidad de 225 programas de voluntariado que se están desarrollando en la actualidad en 24 países: once en América Latina y trece europeos, incluyendo a España.

A través de un exhaustivo cuestionario, que se distribuyó en cuatro versiones idiomáticas, en América Latina y Europa, se recabó información desde diciembre de 2019 a febrero de 2020. El resultado obtenido se analizó en sí mismo y, además, se desgajó la variable España, diferenciándola del resto del continente europeo.

Por otra parte, se ha recurrido al 'Informe 2015 de Voluntariado Corporativo en Iberoamérica' para realizar una comparativa temporal que permite conocer cómo ha evolucionado la gestión del voluntariado corporativo en España en los últimos cinco años. Dicho estudio fue realizado por el Observatorio de Voluntariado Corporativo, bajo la dirección de Iberdrola, Voluntare y Cooperación Internacional ONG, y contó con la participación de 223 empresas y 90 ONG de España (50,8%) y América Latina (49,2%).

Además, dada la extraordinaria coyuntura que ha supuesto la irrupción de la COVID-19, en junio de 2020 se efectuó un sondeo para conocer su impacto entre 84 empresas radicadas en América Latina y Europa, el 57% de ellas españolas.

Por tanto, y a pesar del contexto inédito que atravesamos, este documento permite conocer cómo es el voluntariado corporativo en España hoy en día.

La información se representa gráficamente y estableciendo dos niveles comparativos: geográfico y temporal. Así nace la 'Radiografía del voluntariado corporativo en España': analiza a las empresas que lo ofrecen, a los empleados que participan y a los programas a través de los que se estructura.

¿Qué es el voluntariado corporativo?

Entendemos por voluntariado corporativo (VC) el conjunto de actividades y acciones solidarias que, bajo el impulso de la propia empresa, se promueven en beneficio de la comunidad. A través de distintas iniciativas, la empresa facilita que los empleados participen en tareas destinadas a mejorar su entorno o a favorecer a un grupo destinatario con necesidades específicas.

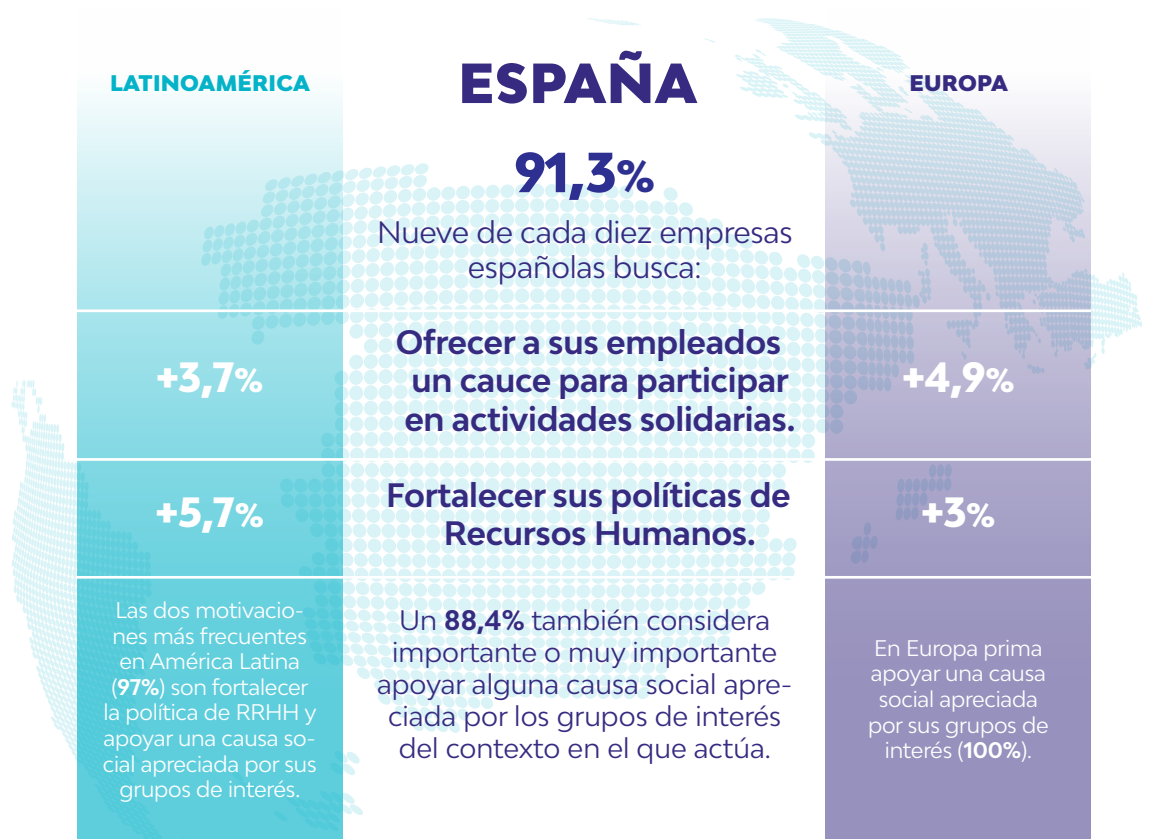
Pero ¿qué mueve a las empresas a dar este paso? ¿qué recursos ponen en juego? ¿cuál es la respuesta de sus empleados? ¿en qué ámbitos actúan? ¿cómo lo hacen?...

● ASÍ ES HOY EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO EN ESPAÑA

Los siguientes apartados muestran las características del voluntariado corporativo en España. Además, lo contextualizan con la comparativa con el conjunto de países de Europa y Latinoamérica y, cuando existen, con datos de 2015 que dibujan su evolución.

LAS EMPRESAS

¿POR QUÉ APUESTAN POR EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO?



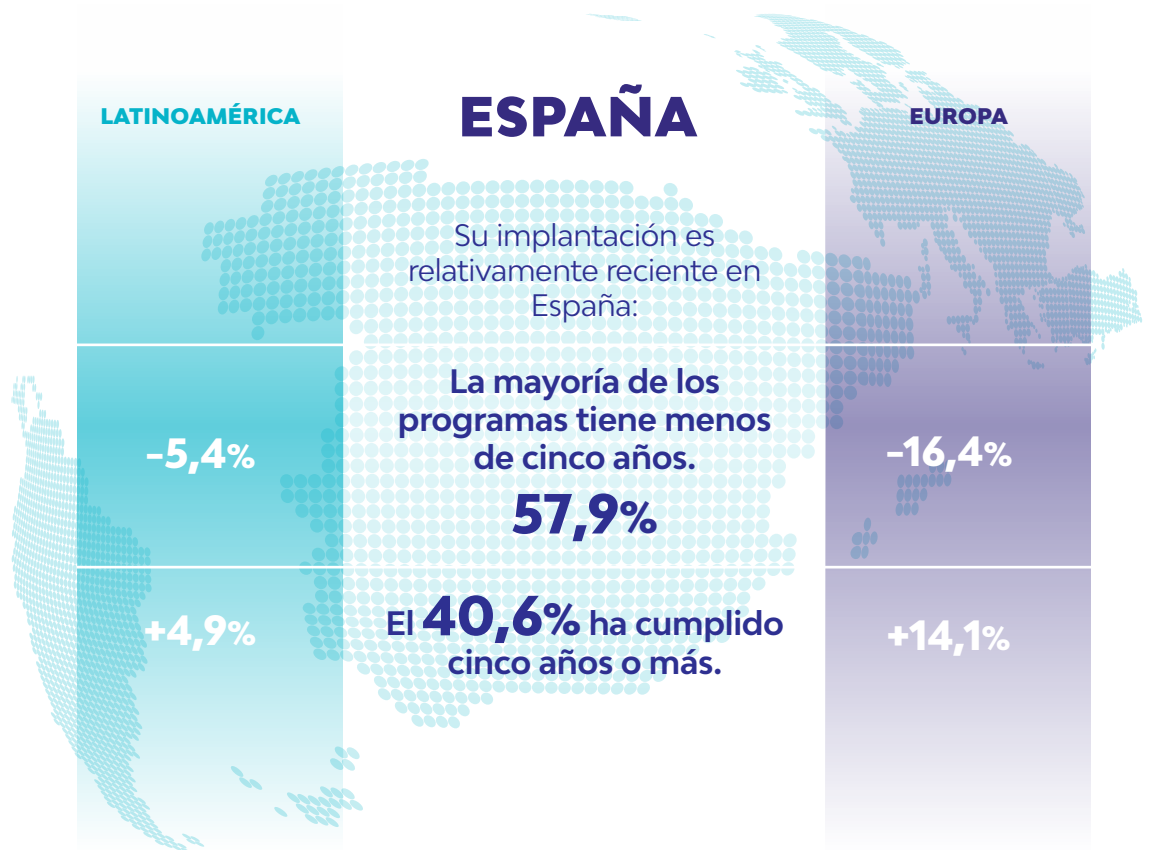
¿Qué ha cambiado desde 2015?

Desde 2015 se aprecia un menor peso de la búsqueda de mejora reputacional (-9,9%) y el crecimiento del interés por fortalecer la política de RRHH (+16,8%) y por ofrecer cauces a los empleados para implicarse en causas sociales (+6,13%).

Motivaciones para poner en marcha el voluntariado corporativo:	ESPAÑA			LATINOAMÉRICA			EUROPA		
	IMPORTANCIA								
	-		+	-		+	-		+
Ofrecer un cauce para el ejercicio de iniciativas solidarias a los empleados	8,7%	24,6%	66,7%	5%	28%	67%	3,8%	43,4%	52,8%
Mejorar la reputación de la empresa en el país y contexto en el que opera	27,5%	34,8%	37,7%	28%	46%	26%	28,3%	32,1%	39,6%
Fortalecer las políticas de Recursos Humanos de su empresa	8,7%	44,9%	46,4%	3%	48,5%	48,5%	5,7%	37,7%	56,6%
Apoyar alguna causa social apreciada por los grupos de interés del contexto en el que actúa	11,6%	34,8%	34%	3%	49%	48%	0%	66%	34%



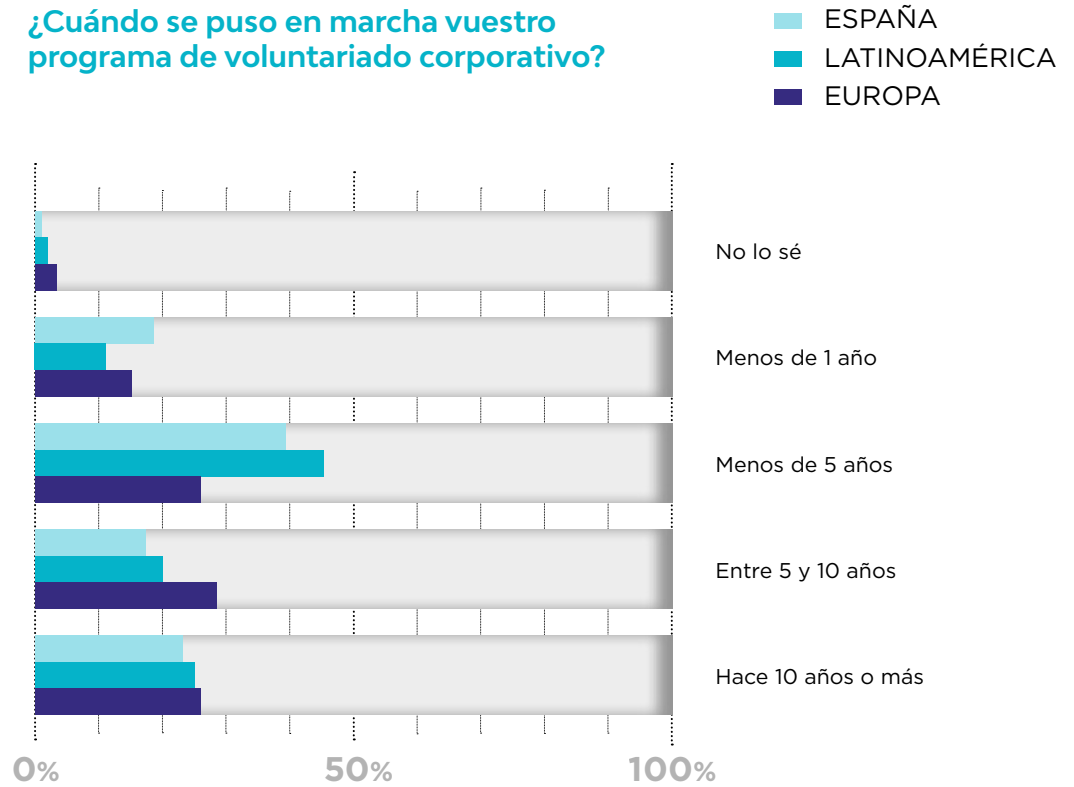
¿DESDE CUÁNDO UTILIZAN ESTA FÓRMULA?



¿Qué ha cambiado desde 2015?

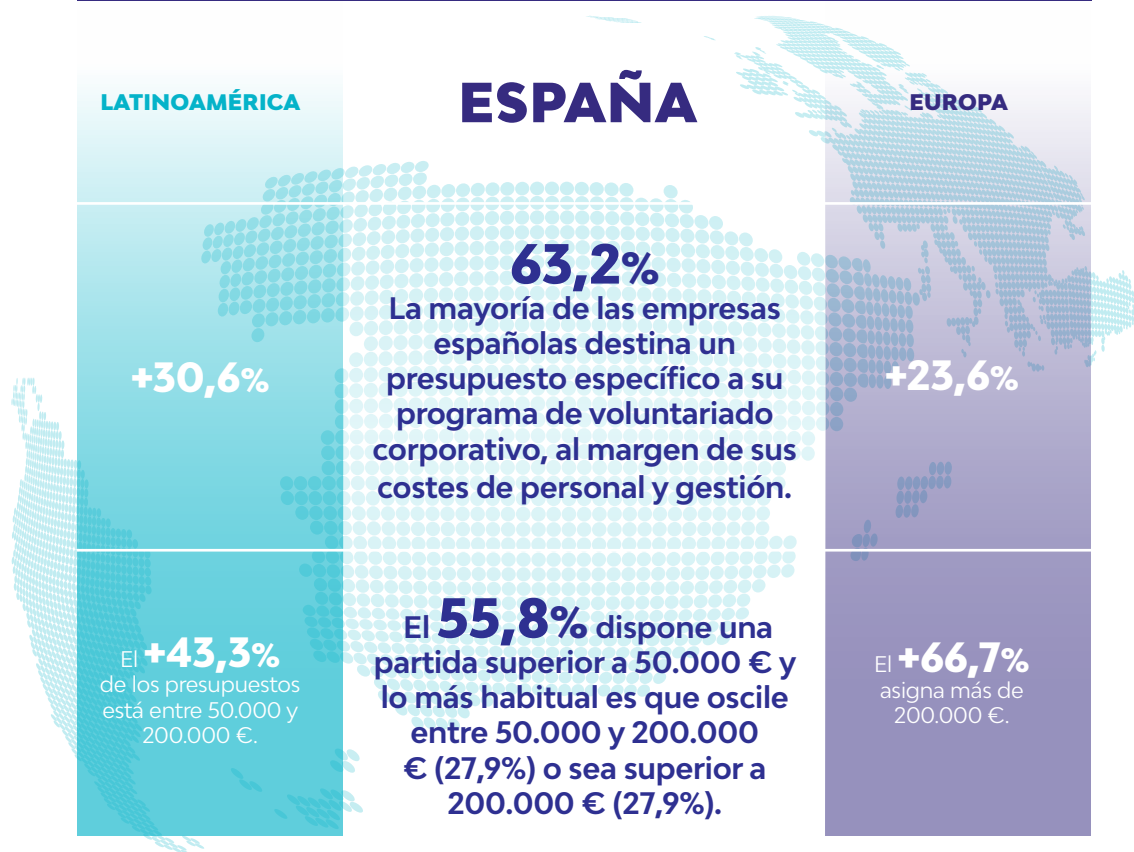
En 2015, el **33%** de las empresas que no contaban con un programa de voluntariado corporativo manifestó su interés por ponerlo en marcha en los próximos años.

¿Cuándo se puso en marcha vuestro programa de voluntariado corporativo?



¿CÓMO LO IMPULSAN INTERNAMENTE?

ASIGNACIÓN PRESUPUESTARIA



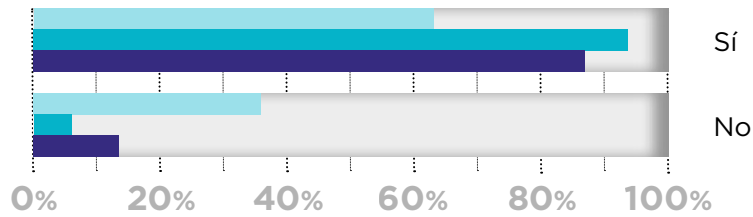
¿Qué ha cambiado desde 2015?

Crece en 22 puntos porcentuales el número de empresas con asignación presupuestaria específica, respecto a 2015, lo cual es una muestra del fortalecimiento de los programas de voluntariado en los últimos años.

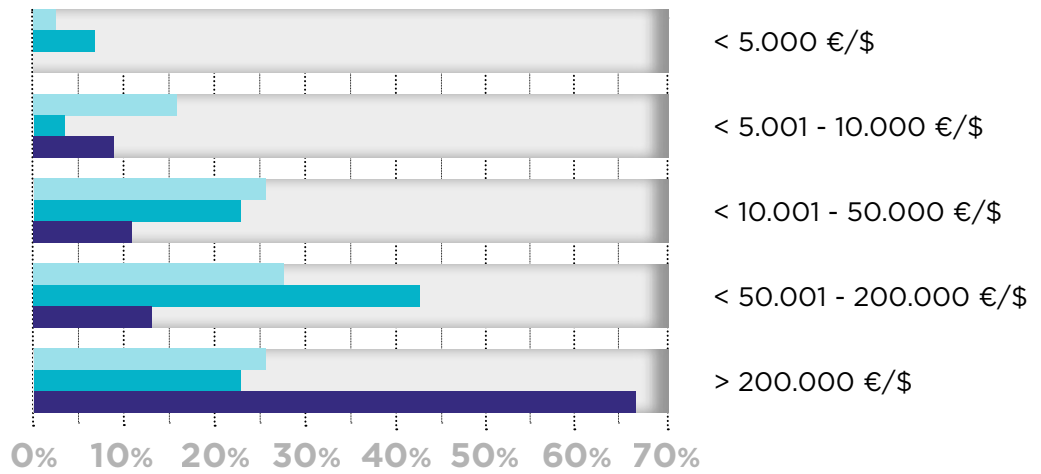


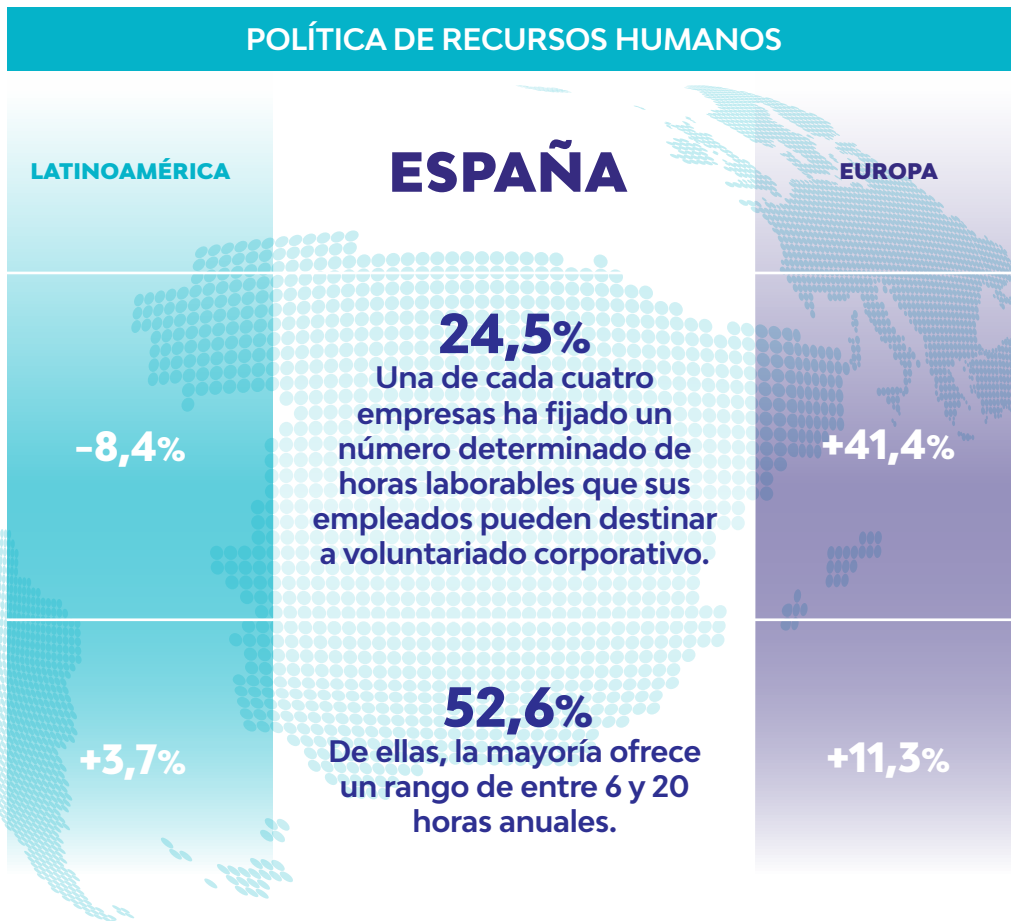
¿Vuestra empresa dispone de un presupuesto específico asignado al programa de voluntariado corporativo? (sin incluir costes de personal ni de gestión)

ESPAÑA
LATINOAMÉRICA
EUROPA



¿A cuánto asciende vuestro presupuesto anual?

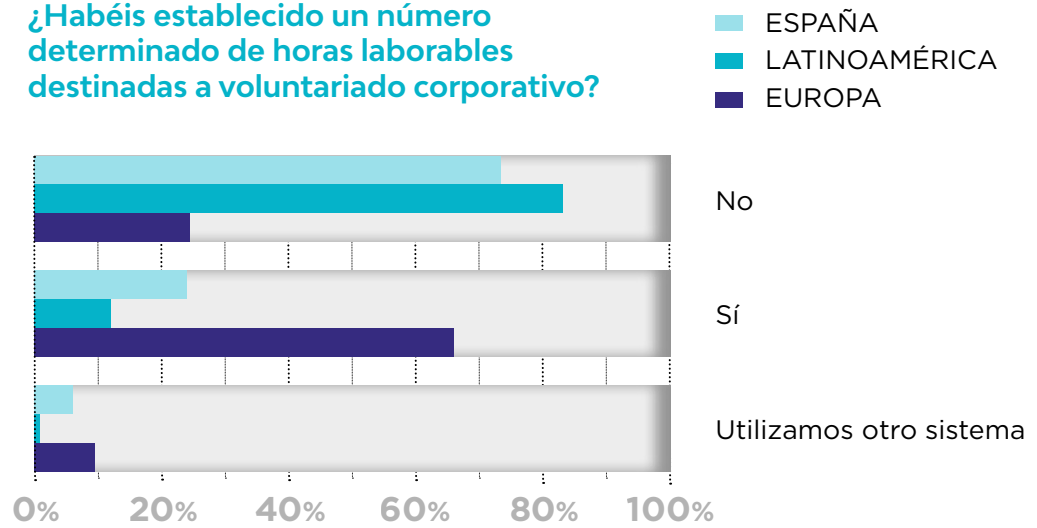




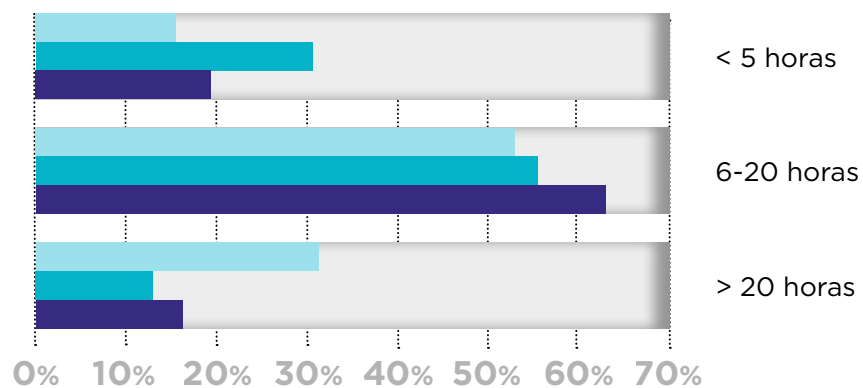
¿Qué ha cambiado desde 2015?

Baja drásticamente el voluntariado realizado exclusivamente durante el tiempo libre del empleado: del 36,2% en 2015 al 6,5% en 2020. De nuevo, es una clara muestra de cómo las empresas están apostando fuerte por el voluntariado corporativo, ya que es otra forma de invertir indirectamente.

¿Habéis establecido un número determinado de horas laborables destinadas a voluntariado corporativo?



¿Cuántas horas se ceden al año por empleado?



ANÁLISIS

Es más habitual que la empresa defina un número de horas a disposición de los empleados cuando el programa está gestionado por el departamento de Recursos Humanos. No ocurre así cuando su dependencia jerárquica está asociada a la fundación corporativa o al área de RSC/Sostenibilidad.

Por tanto, y como se indicaba con anterioridad, el hecho de que haya crecido como objetivo el interés por fortalecer la política de RRHH (+16,8%) desde el año 2015 explica por qué ahora más empresas ponen horas a disposición de sus empleados y esto refuerza la participación de los mismos.





EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO CAMBIA EL COMPORTAMIENTO DEL EMPLEADO HACIA SU EMPRESA DE FORMA SIGNIFICATIVA:



+20% EN EL CASO DE LOS EMPLEADOS QUE PARTICIPARON EN EVENTOS VOLUNTARIOS CORPORATIVOS GRUPALES EXPERIMENTARON UN AUMENTO DEL 20% EN SU COMPROMISO LABORAL RESPECTO AL GRUPO DE CONTROL



OTROS IMPACTOS DEL VOLUNTARIADO CORPORATIVO SOBRE LOS PARTICIPANTES (RELATIVO AL GRUPO DE CONTROL):

+33% AUMENTO DEL SENTIDO DEL PROPÓSITO EN EL TRABAJO

+24% AUMENTO DEL SENTIDO DEL PROPÓSITO EN EL TRABAJO

+18% AUMENTO DEL ORGULLO SOBRE LOS PRODUCTOS DE LA EMPRESA Y DE SUS SERVICIOS

+13% AUMENTO DE LA SATISFACCIÓN LABORAL

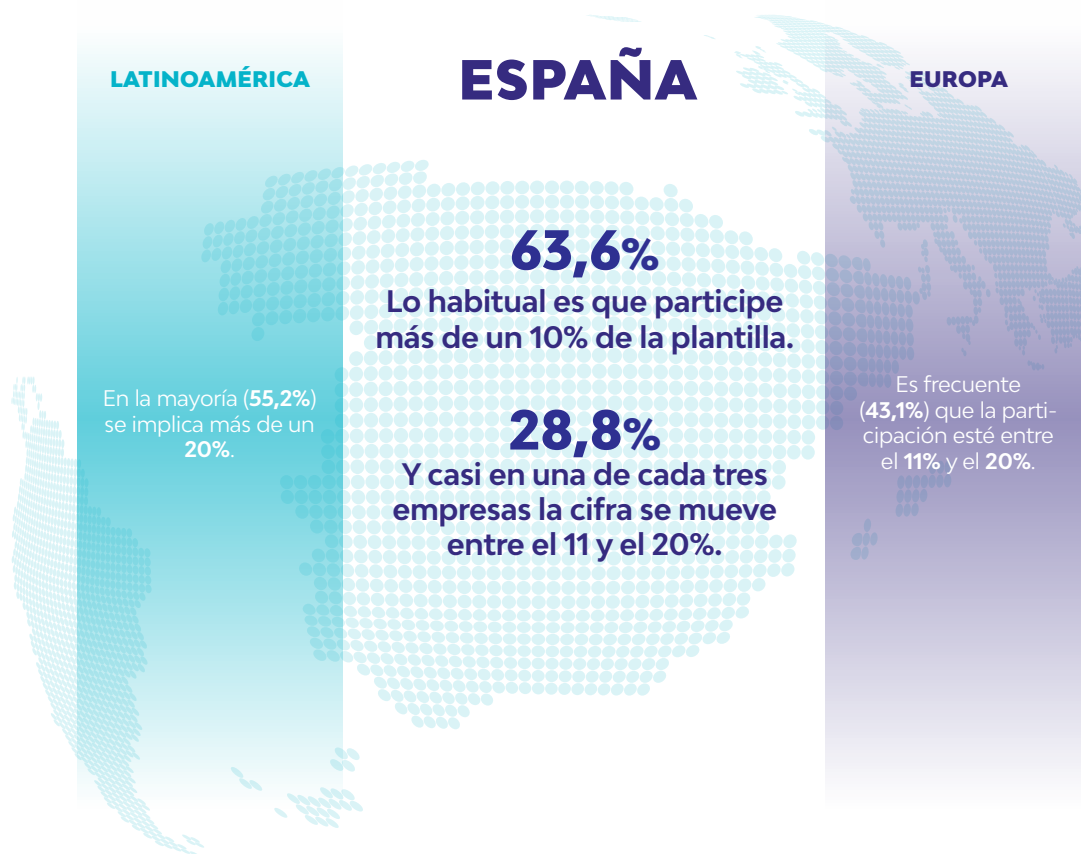


Aumentar el compromiso de los empleados a través del Voluntariado Corporativo

Infografía extraída del estudio 'Aumentar el compromiso de los empleados a través del voluntariado corporativo'. Encargado por Voluntare a Bea Bocalandro en 2018, contó con la colaboración de Orange y Repsol en España y de PwC en Colombia.

LOS VOLUNTARIOS

¿CUÁNTOS SON?



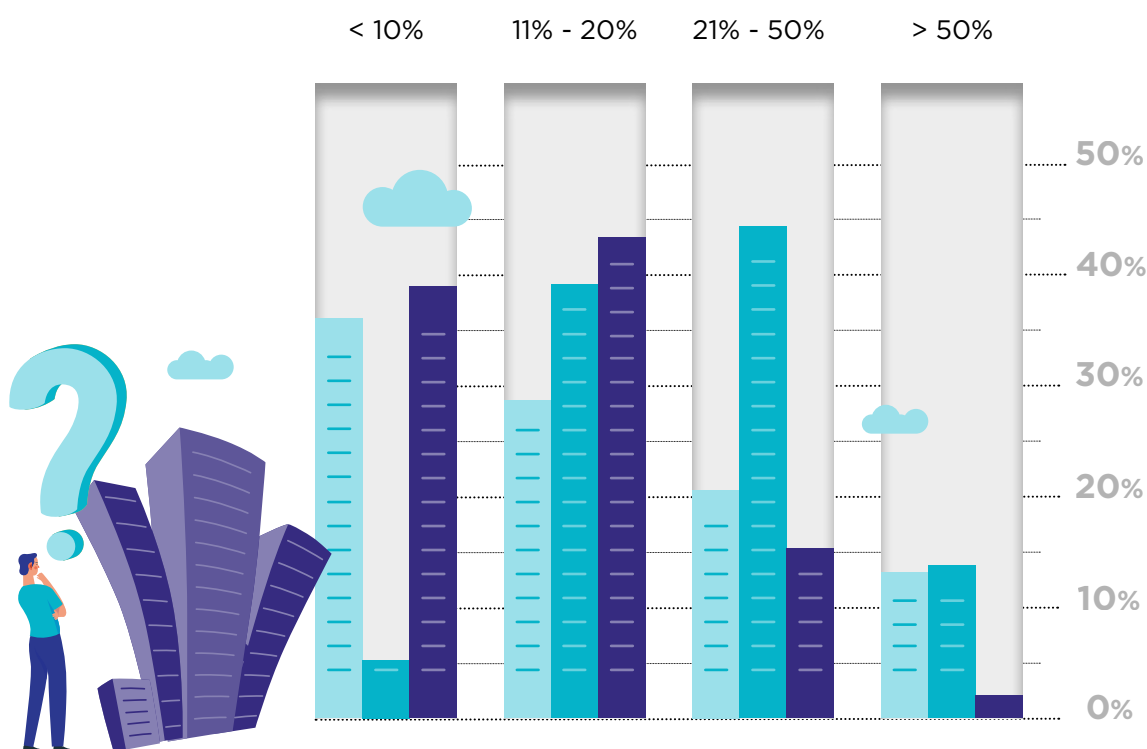
¿Qué ha cambiado desde 2015?

Crece la implicación de los empleados: en 2015 la mayoría de las empresas (71%) reportaba una participación inferior al 10%. Se trata de otro indicador que muestra la sólida salud del voluntariado corporativo.



¿ Qué porcentaje de vuestros empleados participa en acciones de voluntariado corporativo?

ESPAÑA
LATINOAMÉRICA
EUROPA



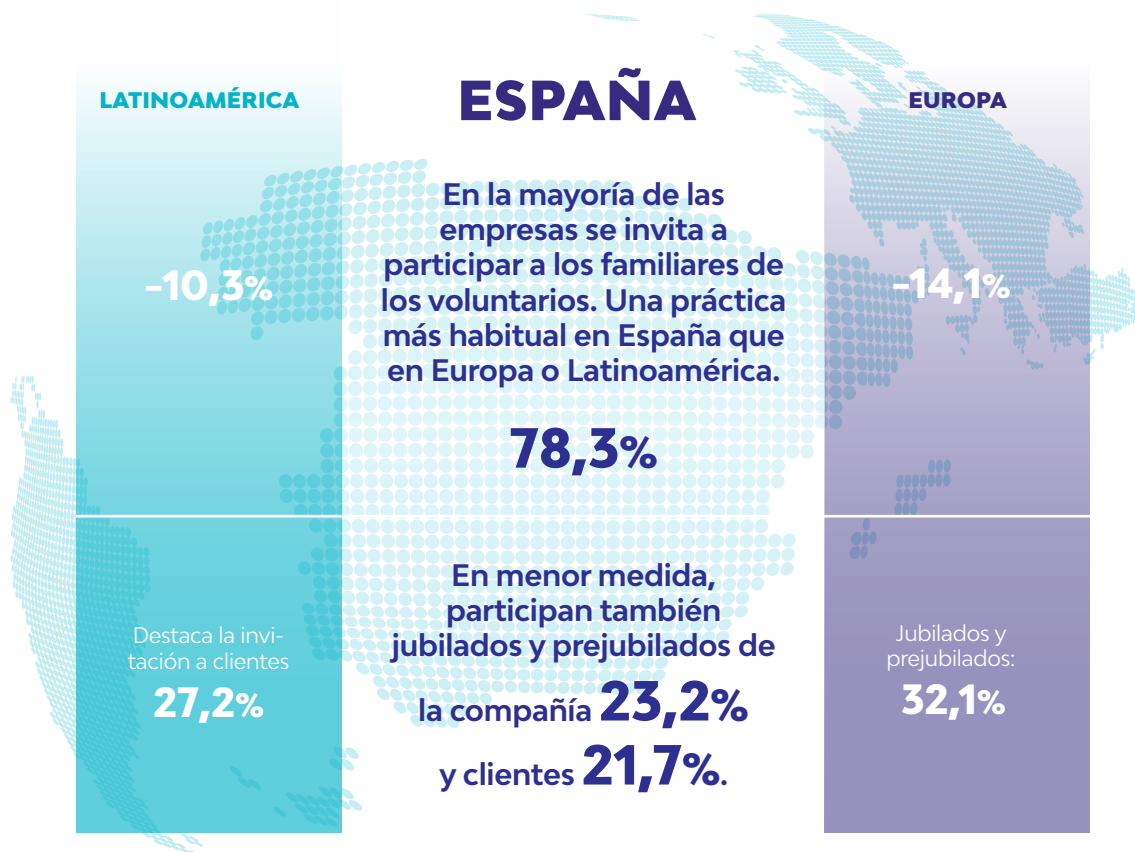
ANÁLISIS

A través del cruce de variables se observa que las empresas que ofrecen más oportunidades de voluntariado profesional o pro bono obtienen tasas más elevadas de participación.

Esto se debe a que uno de los elementos que más satisfacción proporciona a los empleados es percibir que su implicación ha sido útil para cambiar realidades. Y esa sensación de haber ayudado es mayor en programas de voluntariado de carácter profesional que en programas más asistenciales.



¿QUIÉNES SON?



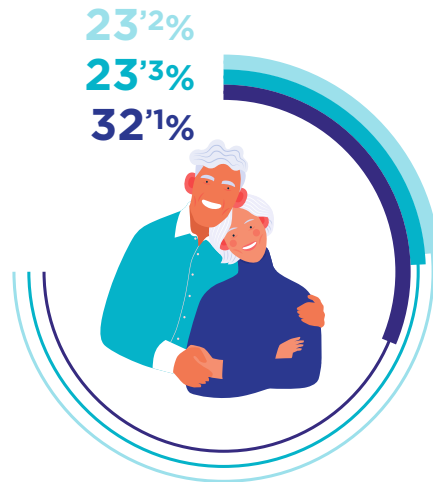
¿Qué ha cambiado desde 2015?

La apertura a familiares ha crecido en 29,3 puntos porcentuales desde 2015.

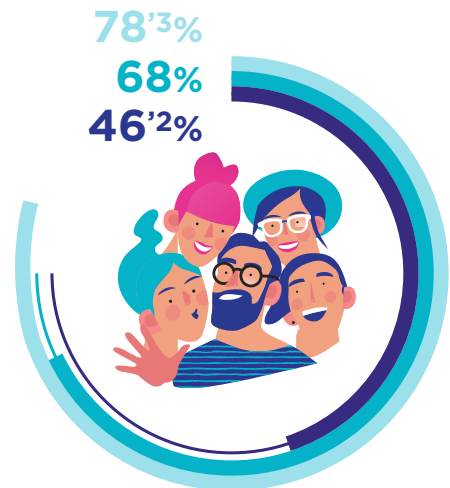


¿Vuestro programa está abierto a la participación de otros grupos?

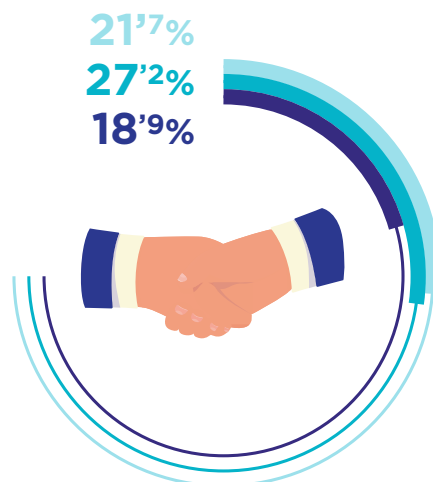
- ESPAÑA
- LATINOAMÉRICA
- EUROPA



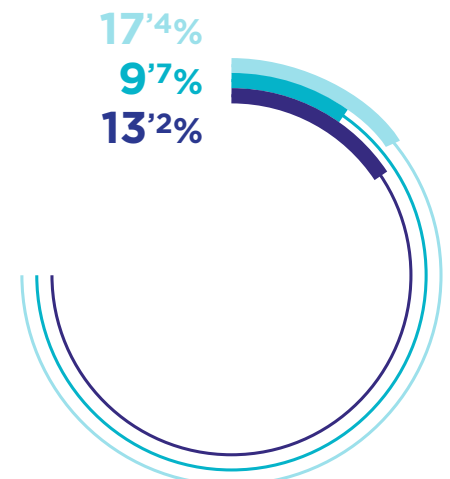
Jubilados y prejubilados



Familiares

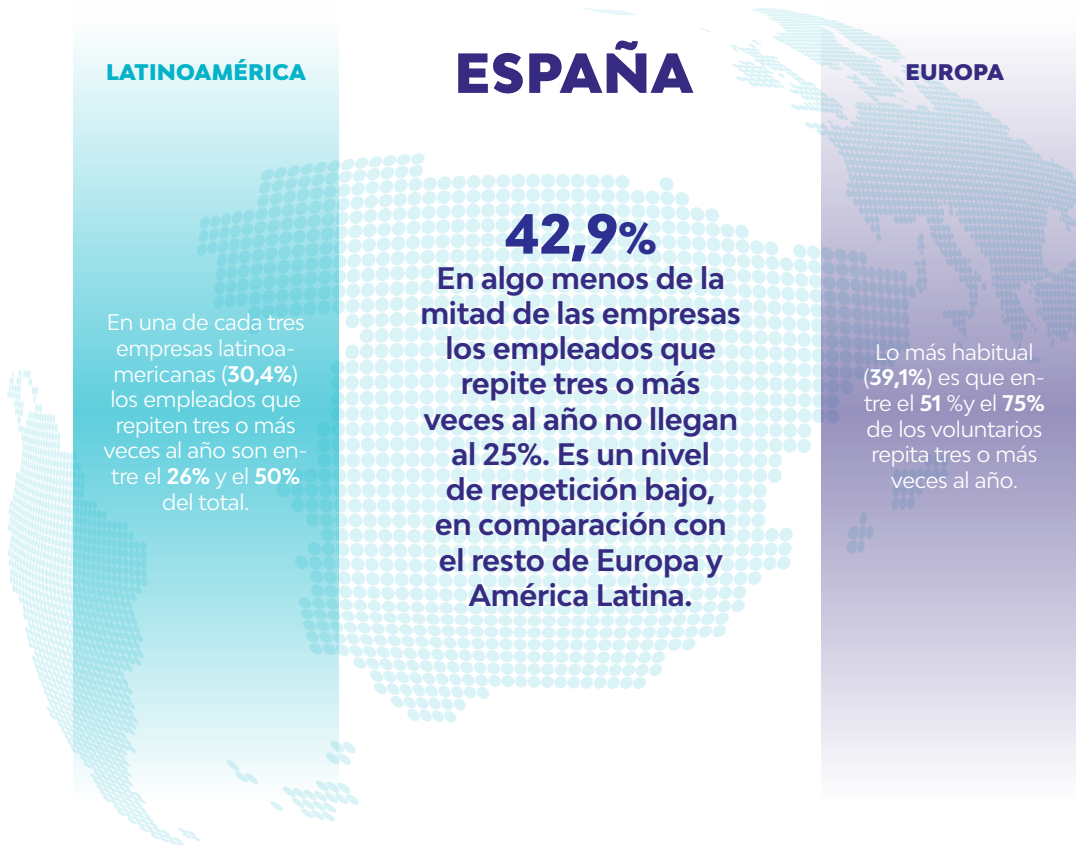


Clientes

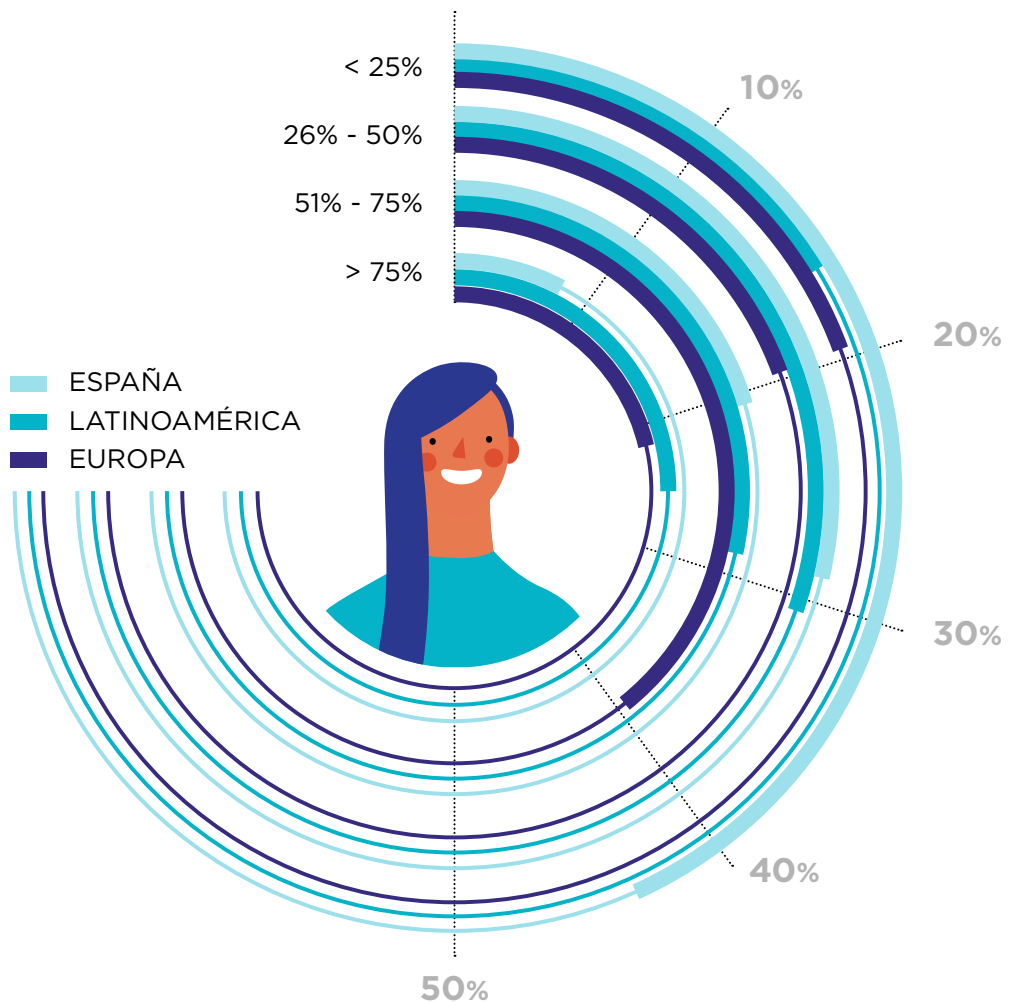


Ninguno

¿CUÁL ES SU NIVEL DE COMPROMISO?



De los empleados que hacen voluntariado, ¿cuántos repiten tres o más veces al año?



ANÁLISIS

La lectura combinada de variables demuestra que con el tiempo crece la participación estable de los empleados. Se aprecia una relación entre la consolidación del programa y la fidelidad de los empleados: en las empresas que han implantado el voluntariado corporativo hace más de diez años, más del 75% de sus voluntarios repiten tres o más veces al año.

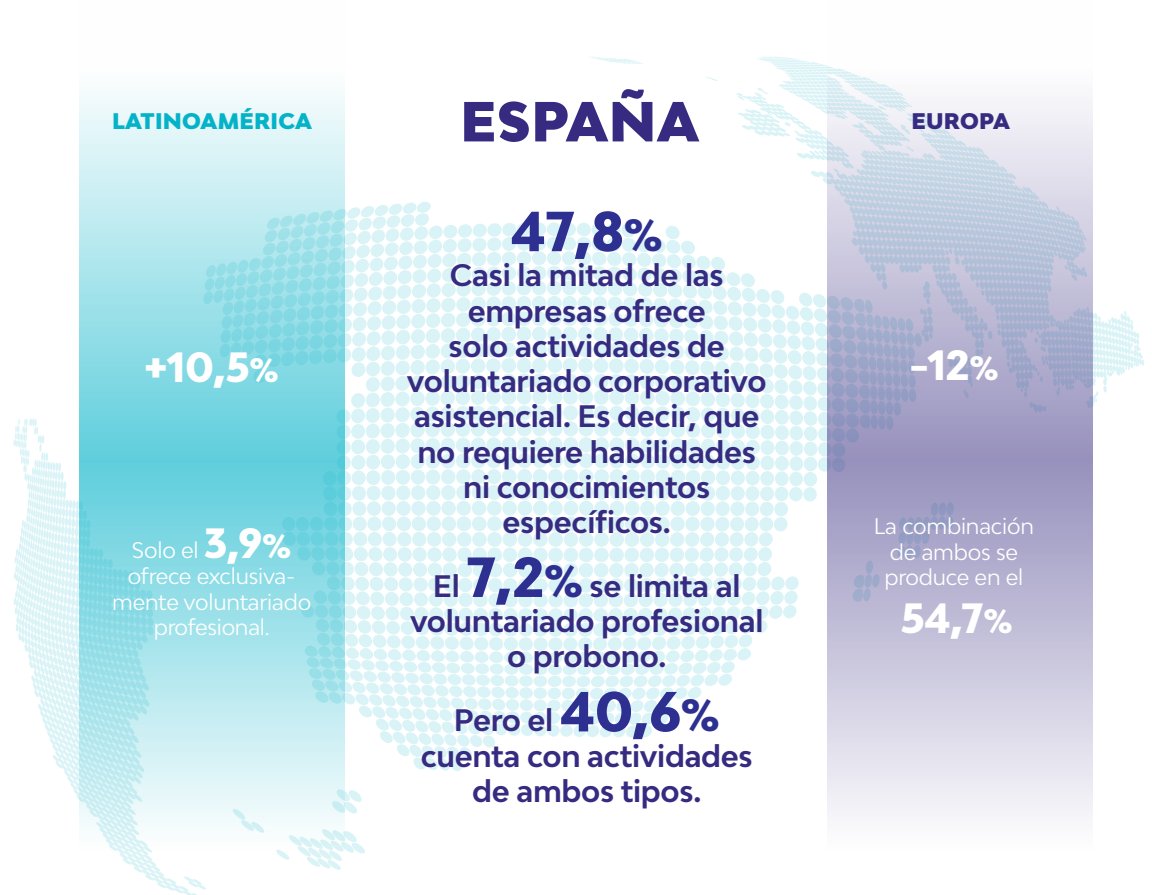
Así mismo resulta patente que a menor rotación (participación inferior al 25% de la plantilla), se reduce también el nivel de implicación (menos del 10% de los voluntarios repiten tres o más veces al año).

Por tanto, la clave para aumentar la participación en programas consolidados es lograr llegar a nuevos empleados. Esto sólo se puede hacer innovando en los canales y mensajes a la hora de llegar a más empleados y buscando nuevas formas de participación que atraigan a nuevos empleados al voluntariado.



EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

¿CÓMO ACTÚA?

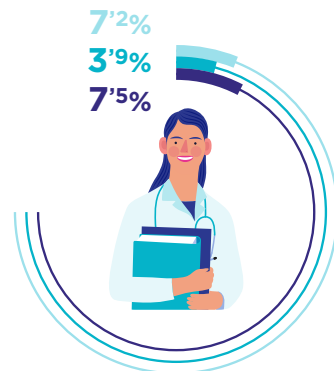


¿Qué ha cambiado desde 2015?

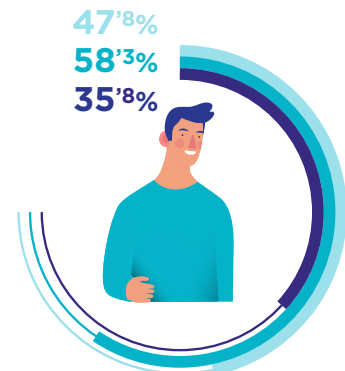
El voluntariado de carácter asistencial ha crecido un **10%** desde 2015.

Tipo de voluntariado según la orientación

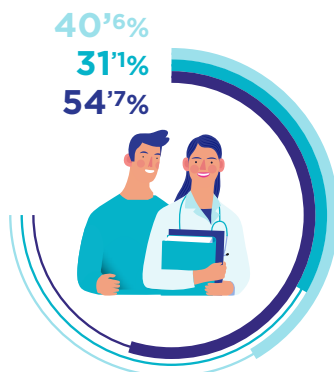
- ESPAÑA
- LATINOAMÉRICA
- EUROPA



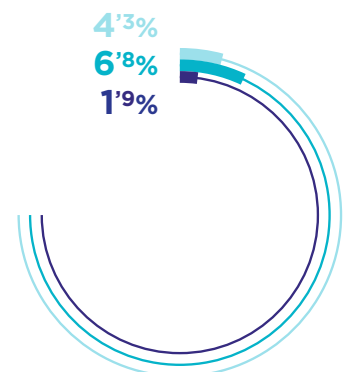
Voluntariado profesional o "pro bono"



Voluntariado asistencial (no requiere habilidades o conocimientos específicos).



Ambos



Ninguno

ANÁLISIS

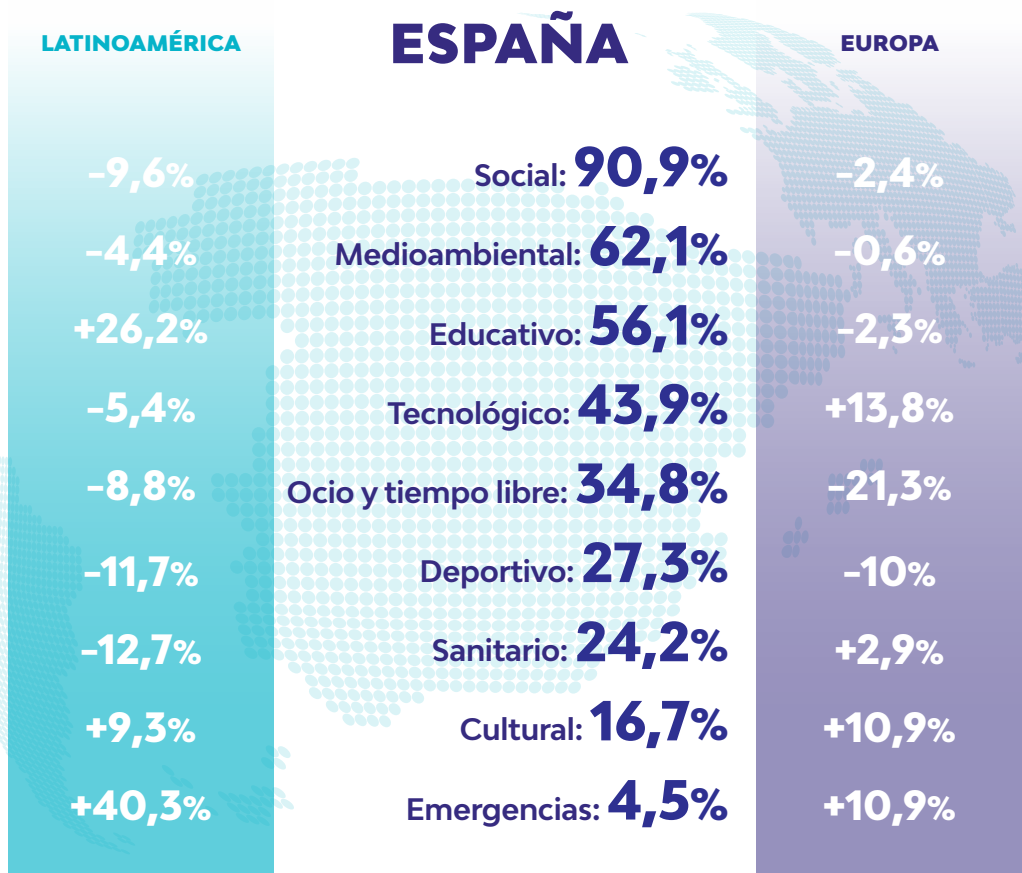
Se detecta una relación entre la implantación de los programas y su orientación: a mayor antigüedad, crece la probabilidad de que el voluntariado sea profesional. Por el contrario, si el programa tiene menos de cinco años, el voluntariado tiende a ser asistencial.

Esto se debe a que el voluntariado profesional requiere cierta experiencia acumulada para que la empresa pueda acometer este tipo de programas de mayor impacto y más complejos.

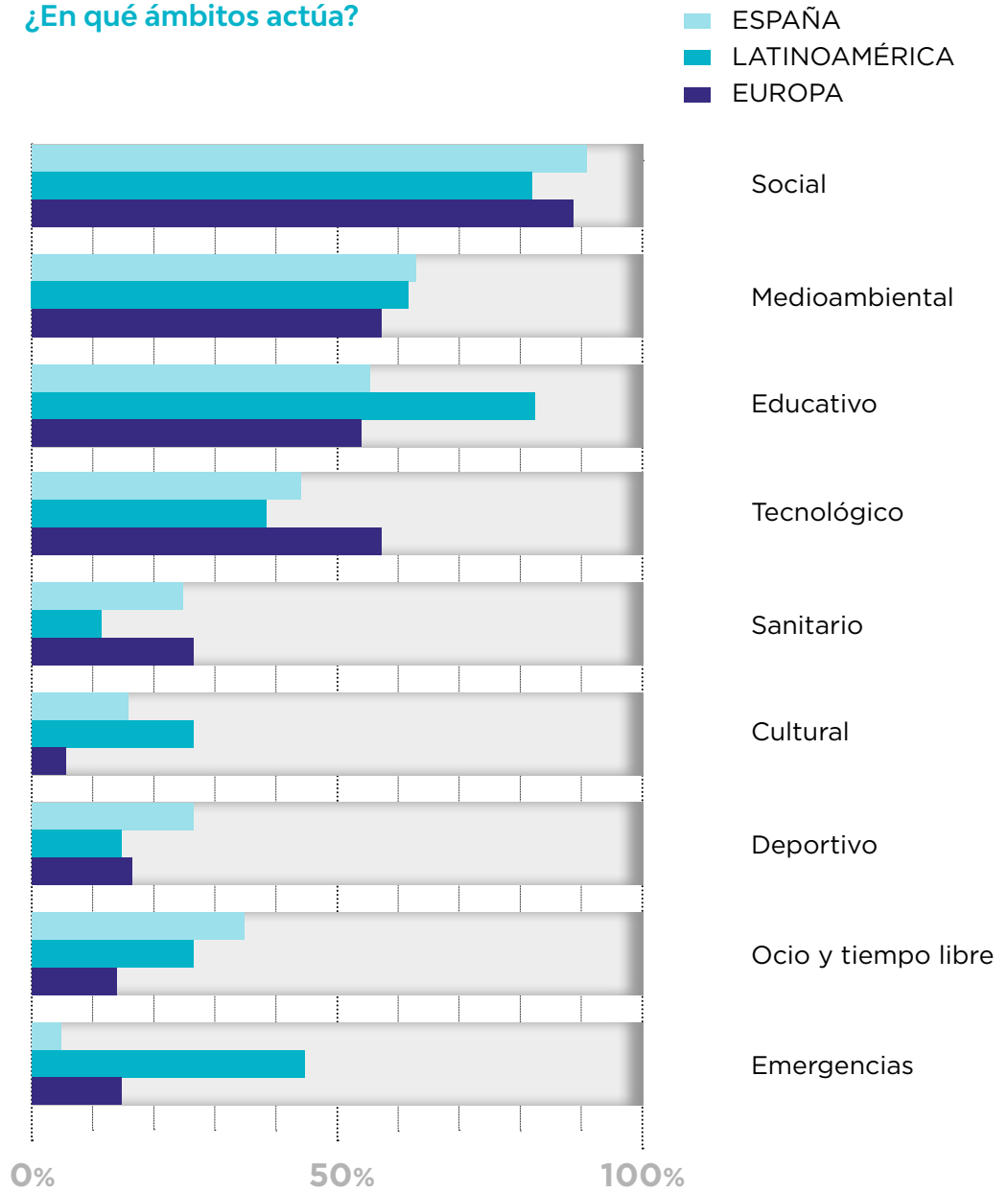


¿EN QUÉ ÁMBITOS INTERVIENE?

Nueve de cada diez empresas desarrolla voluntariado social (90,9%) y seis de cada diez promueven acciones medioambientales (62,1%). También es frecuente el voluntariado educativo (56,1%). Las intervenciones en emergencias, en cambio, tienen un carácter residual.



¿En qué ámbitos actúa?

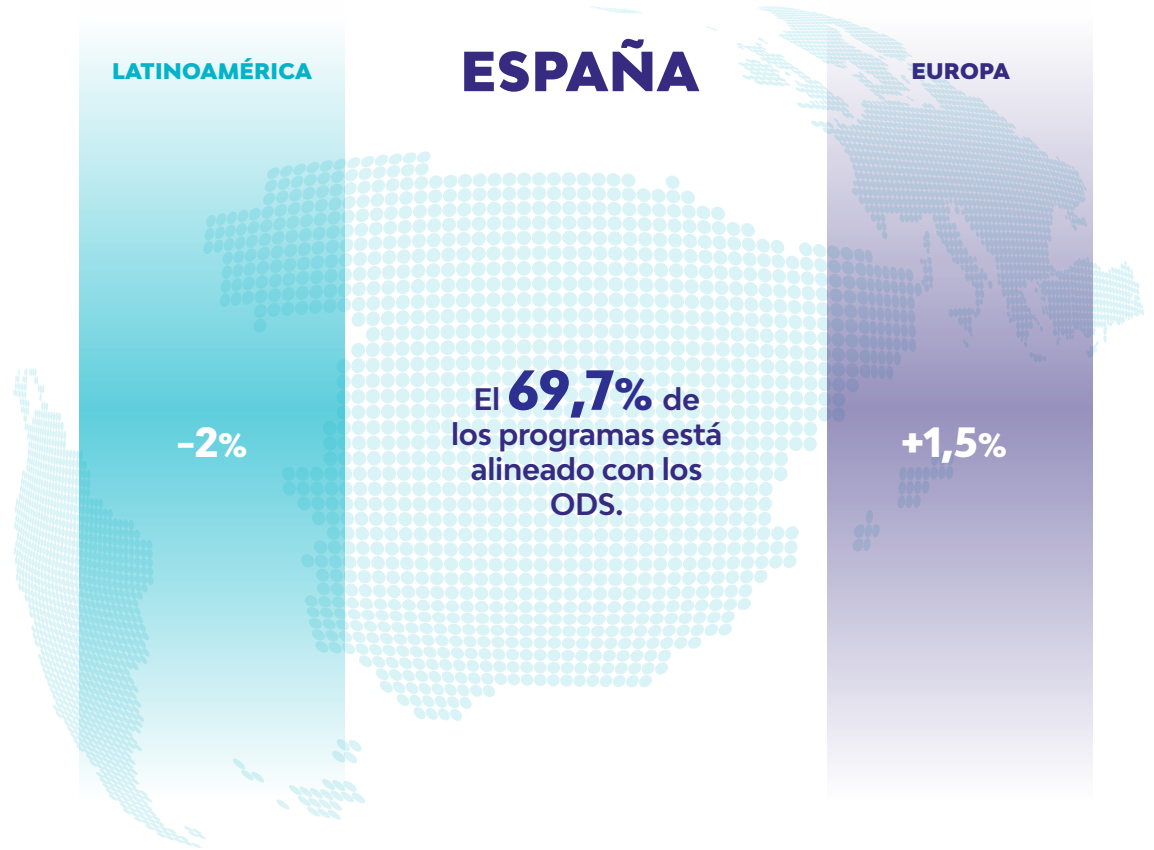


ANÁLISIS

Llama la atención el peso del voluntariado de emergencias en América Latina: diez veces más elevado que en España. Esta diferencia se explica por el importante rol de apoyo al sector público que juega el voluntariado promovido por las empresas al otro lado del Atlántico. En España (y Europa), la mayoría de los programas de emergencias se desarrollan a nivel internacional.



¿EN QUÉ CAUSAS SE IMPLICA?



¿Qué ha cambiado desde 2015?

La incorporación de los ODS a la estrategia de voluntariado corporativo se ha duplicado desde 2015.

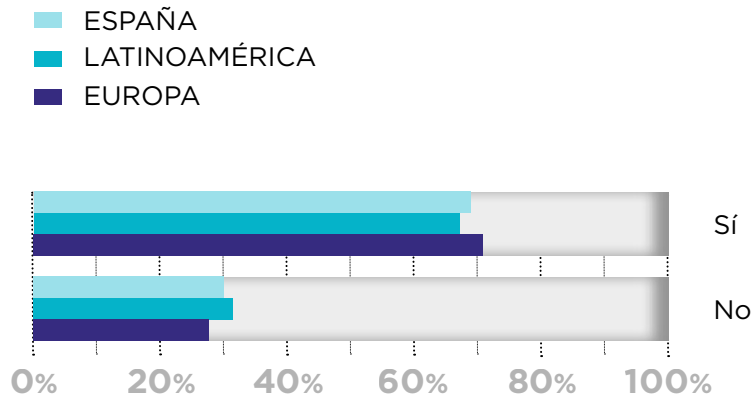
¿Qué son los ODS?



Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) son 17 metas concretas a las que todos (sector público y privado, personas y organizaciones) estamos llamados a contribuir. Todos los miembros de la ONU (193 países) los aprobaron en 2015 para lograr que en 2030 hayamos resuelto nuestros principales problemas (pobreza, desigualdad, injusticia, cambio climático...) alcanzado un desarrollo sostenible a todos los niveles: medioambiental, económico, social, educativo...

Los 17 ODS están interrelacionados y buscan el bienestar de las generaciones futuras. Por ejemplo, la igualdad de género o la salud universal ayudan a erradicar la pobreza. O fomentar la paz y sociedades inclusivas reducen las desigualdades y contribuyen a la prosperidad de las economías.

¿Habéis alineado vuestro programa con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS)?



LATINOAMÉRICA

ESPAÑA

EUROPA

En América Latina los esfuerzos se concentran en el ODS 1 (**29,2%**) y en el 2 (**26%**).

Solo 3 de cada cien empresas latinoamericanas se focaliza en el ODS 6 (agua limpia y saneamiento).






En España se aprecia una clara orientación social en la aportación a la Agenda 2030. Destacan los esfuerzos ligados al ODS 10: reducción de desigualdades (**43,9%**),

al 4: educación de calidad (**40,9%**) y al 8: trabajo decente y crecimiento económico (**37,9%**).

A nivel medioambiental, aunque una de cada cinco empresas está implicada en la acción por el clima (ODS 13), solo una de cada cien actúa en defensa de la vida submarina (ODS 14).

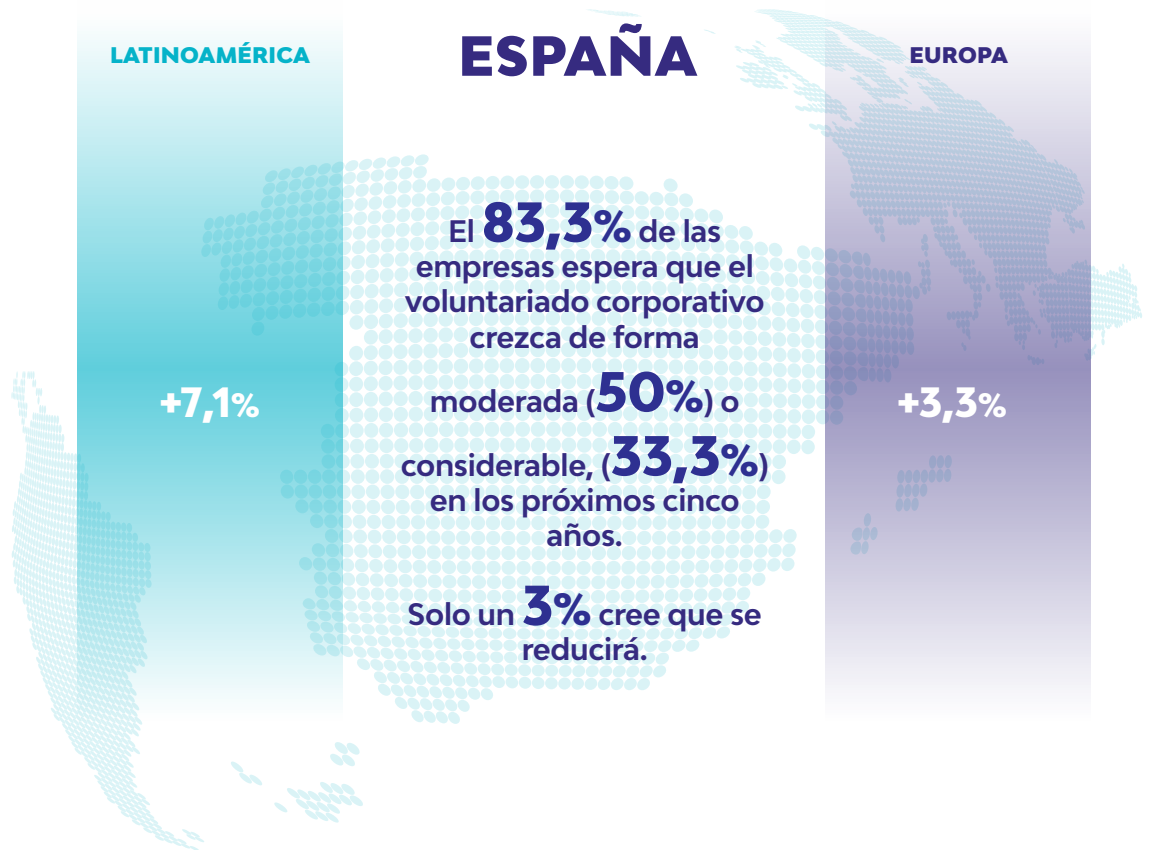
En Europa despiertan el ODS 8 (**44,2%**) y el 10 (**26,9%**).

Ninguna de las empresas europeas encuestadas se implica en la consecución de agua limpia y saneamiento.

¿En qué ODS os centráis principalmente?	ESPAÑA	LATINOAMÉRICA	EUROPA
 1 Fin de la pobreza	28,8%	29,2%	15,4%
 2 Hambre cero	15,2%	26%	13,5%
 3 Salud y bienestar	27,3%	21,9%	15,4%
 4 Educación de calidad	40,9%	49%	21,2%
 5 Igualdad de género	24,2%	16,7%	21,2%
 6 Agua limpia y saneamiento	4,5%	3,1%	0%
 7 Energía asequible y no contaminante	10,6%	4,2%	5,8%
 8 Trabajo decente y crecimiento económico	37,9%	18,8%	44,2%
 9 Industria, innovación e infraestructuras	6,1%	7,3%	13,5%
 10 Reducción de las desigualdades	43,9%	22,9%	26,9%
 11 Ciudades y comunidades sostenibles	9,1%	11,5%	17,3%
 12 Producción y consumo responsables	12,1%	4,2%	3,8%
 13 Acción por el clima	22,7%	13,5%	11,5%
 14 Vida submarina	1,5%	7,3%	1,9%
 15 Vida de ecosistemas terrestres	6,1%	13,5%	9,6%
 16 Paz, justicia e instituciones sólidas	7,6%	7,3%	1,9%
 17 Alianzas para lograr los Objetivos	19,7%	11,5%	3,8%

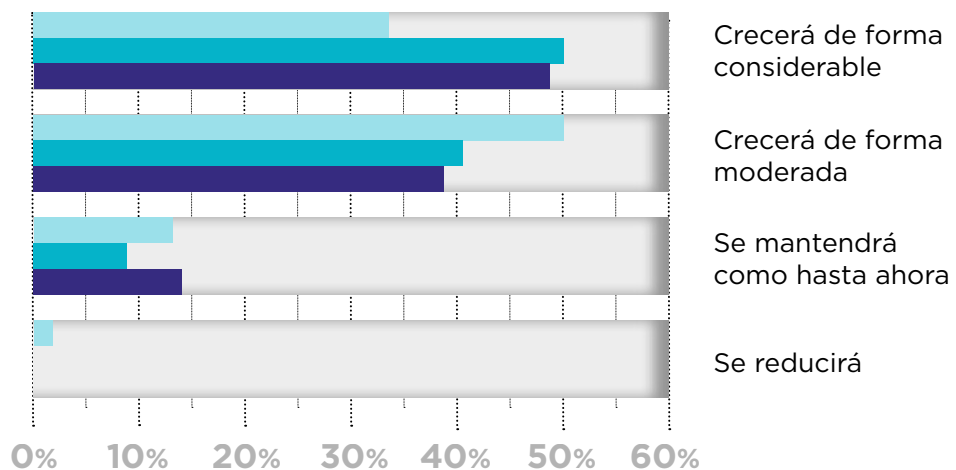
¿CÓMO VA A EVOLUCIONAR?

EXPECTATIVAS



¿Cómo creéis que evolucionará el voluntariado en vuestra empresa en los próximos cinco años?

- ESPAÑA
- LATINOAMÉRICA
- EUROPA

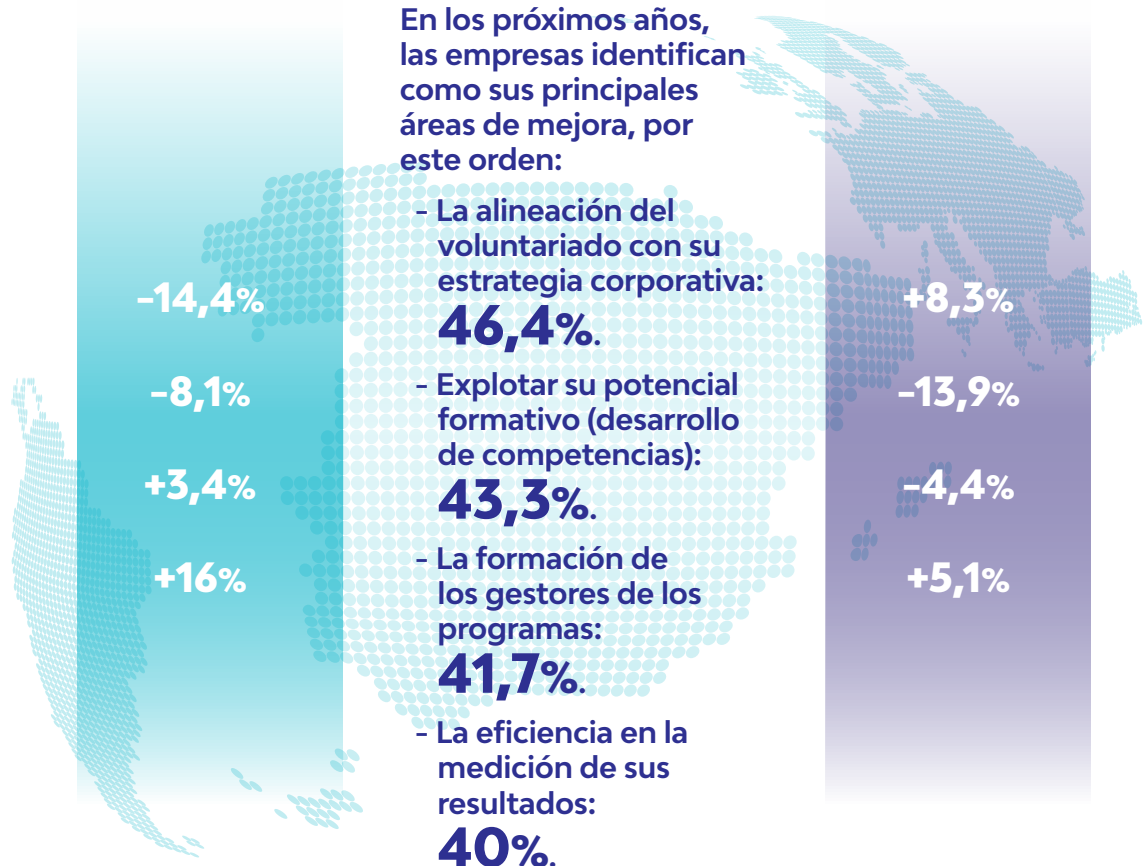


PLANES PARA MEJORAR

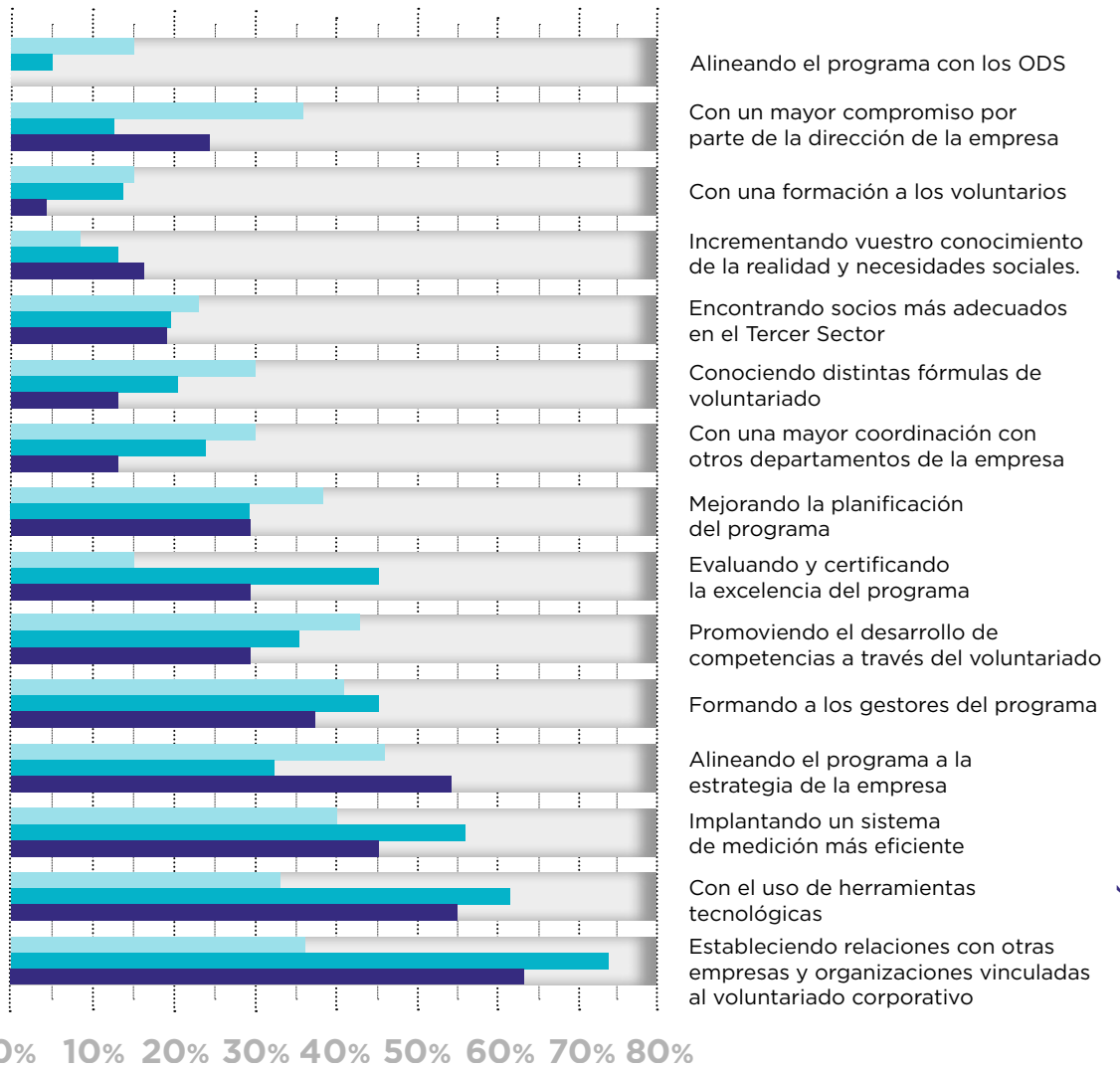
LATINOAMÉRICA

ESPAÑA

EUROPA



¿Cómo crees que podría mejorar vuestro programa de Voluntariado Corporativo?



ANÁLISIS

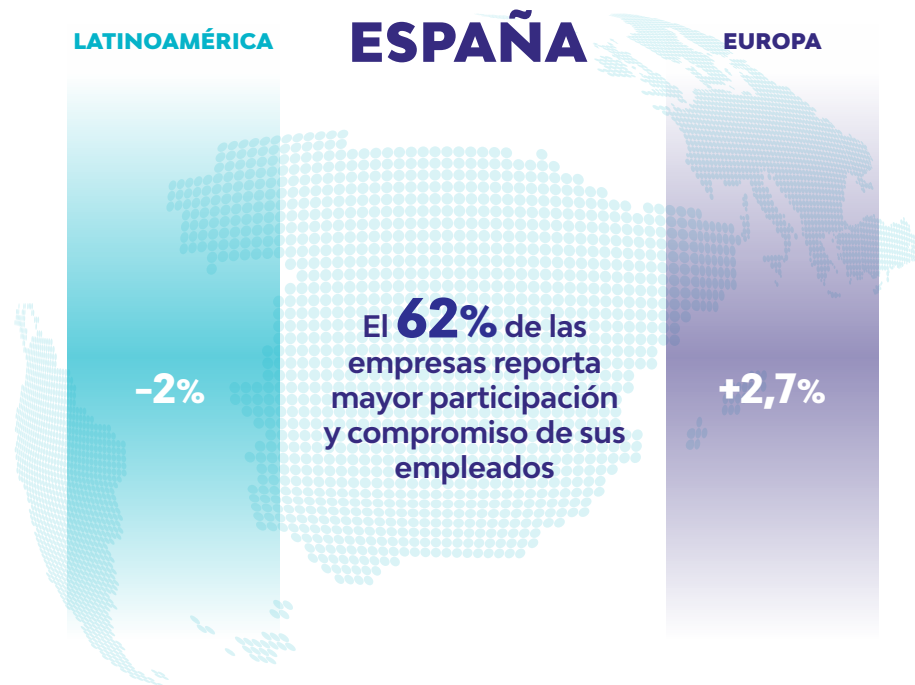
Según las respuestas obtenidas, el principal medio a través del cual mejoraría su programa de voluntariado es acercándolo más al negocio, bien alineándolo a la estrategia de la empresa o bien vinculándolo a programas de desarrollo de talento interno.

Por otro lado, se destaca la conciencia de la necesidad de aumentar la formación y profesionalización de los responsables de la gestión de los programas de voluntariado, así como la de implantar sistemas de medición más eficiente, capaces de demostrar el gran impacto tanto social como en el negocio que tiene el voluntariado corporativo.

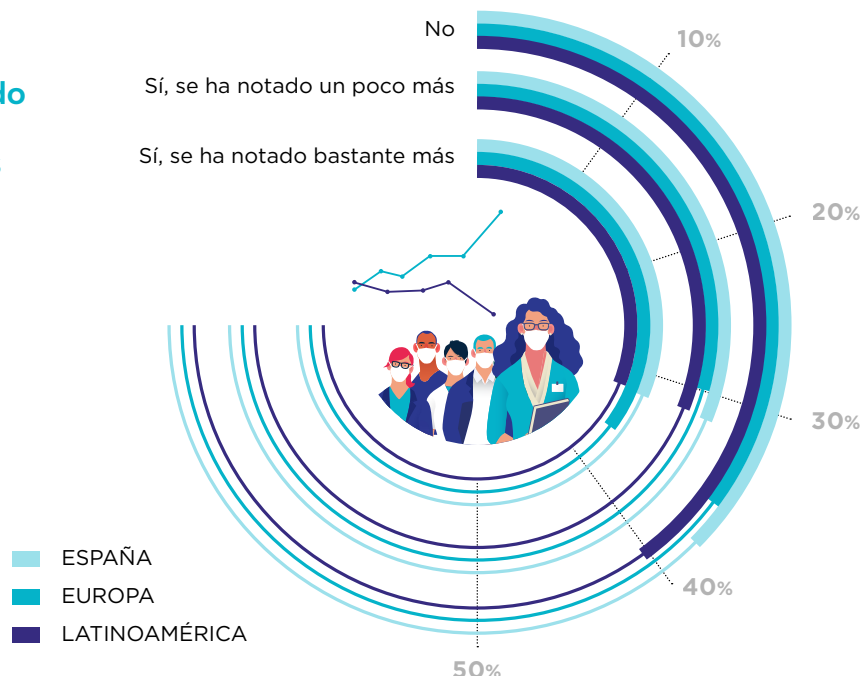


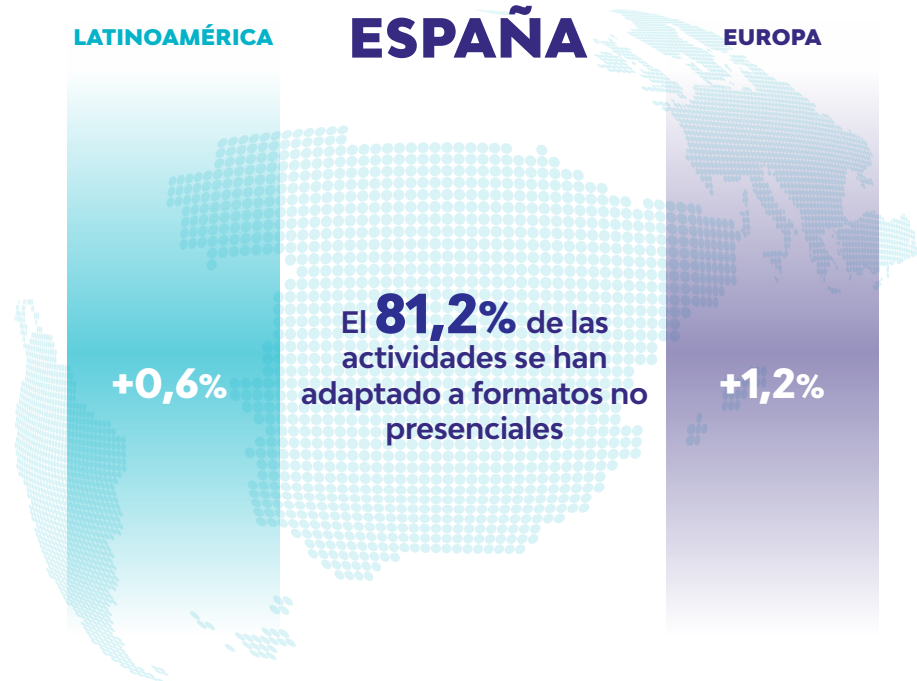
¿QUÉ IMPACTO HA SUPUESTO LA COVID-19?

La irrupción de la pandemia ha supuesto un triple reto para el voluntariado corporativo: necesidades urgentes por agudización de las previas y surgimiento de nuevas; condiciones adversas para la gestión, por la dispersión de las plantillas y el teletrabajo forzoso; y actuar preservando la seguridad de las personas. A pesar de las barreras, los programas se han adaptado, apoyados en la buena disposición de los empleados. Los formatos no presenciales han probado su eficacia y llegan para quedarse.

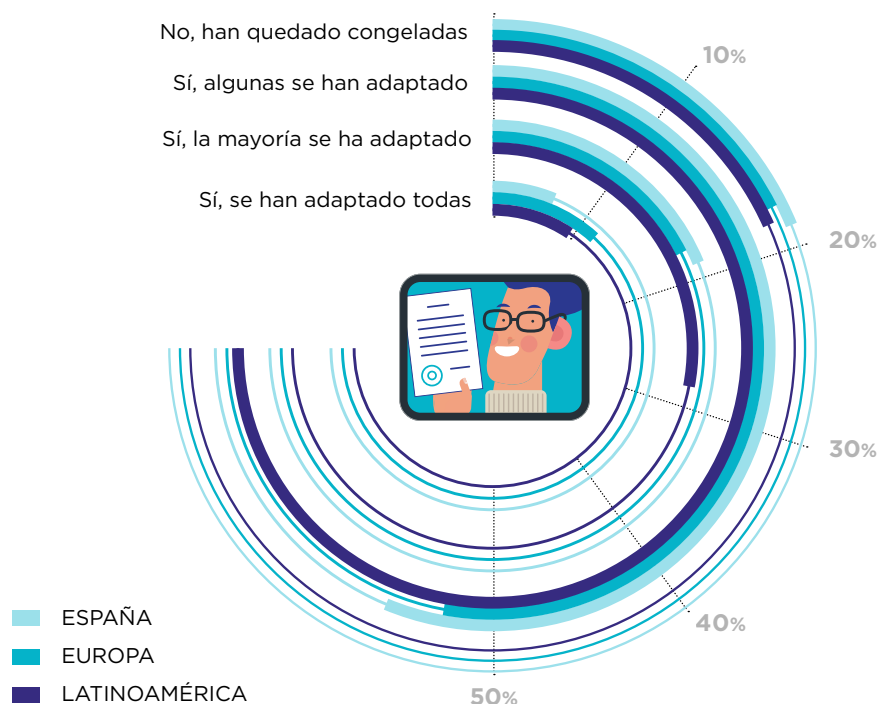


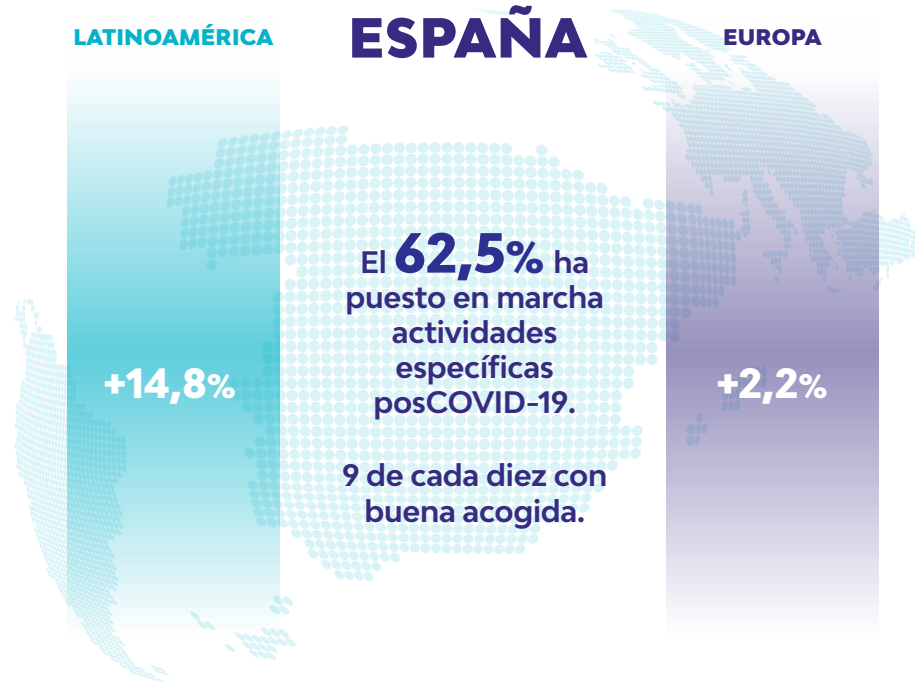
Tras el inicio de la crisis marcada por la COVID-19, ¿ha notado mayor participación y compromiso de los empleados?



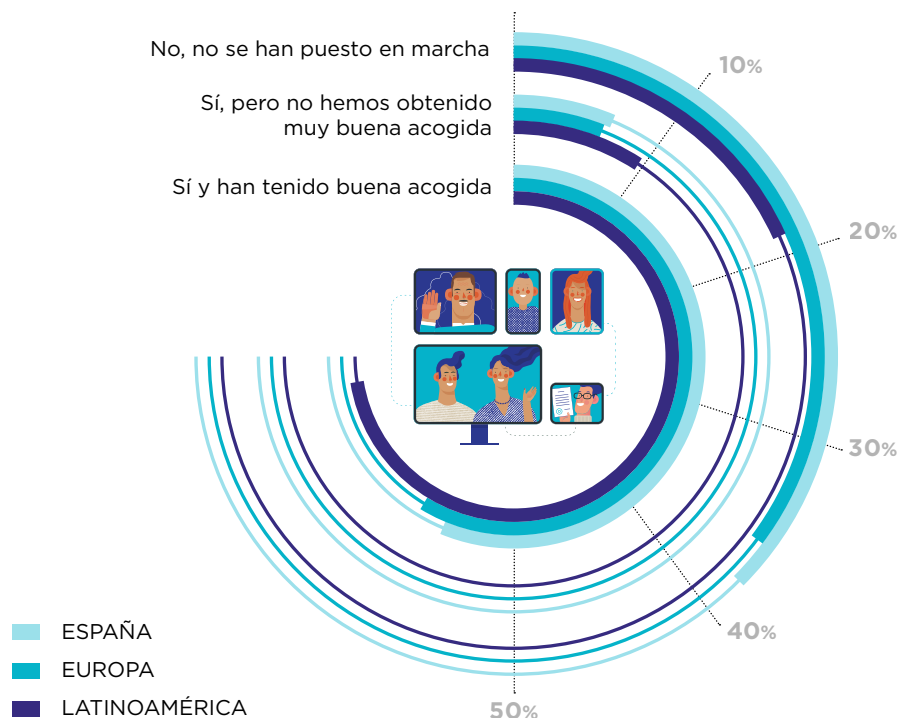


¿Las acciones de voluntariado presencial se han adaptado a un formato virtual debido a la COVID-19?





¿Se han puesto en marcha nuevas actividades de voluntariado virtual a raíz de la crisis de la COVID-19? De ser así, ¿cuál ha sido su acogida?





Voluntariado corporativo posCOVID-19

Las actividades que predominan responden a necesidades nuevas y a la agudización de ya existentes. Por ejemplo, desde el 15 de marzo hasta el 30 de junio de 2020, la Asociación de Voluntarios de "la Caixa" impulsó desde el programa de Voluntariado de CaixaBank más de 400 actividades en colaboración con más de 200 entidades sociales. 1.600 voluntarios corporativos se han volcado en paliar la soledad de colectivos vulnerables, como personas mayores o pacientes de COVID-19. 'Cartas contra la soledad' y 'Cadenas de vida' han facilitado el intercambio de mensajes entre personas aisladas y voluntarios. También han participado en actividades formativas online, como talleres de educación financiera o sesiones virtuales de acompañamiento en la lectura a los más pequeños. Además, su Semana Social, este año se ha digitalizado para permitir la participación desde cualquier punto.

LATINOAMÉRICA

ESPAÑA

EUROPA

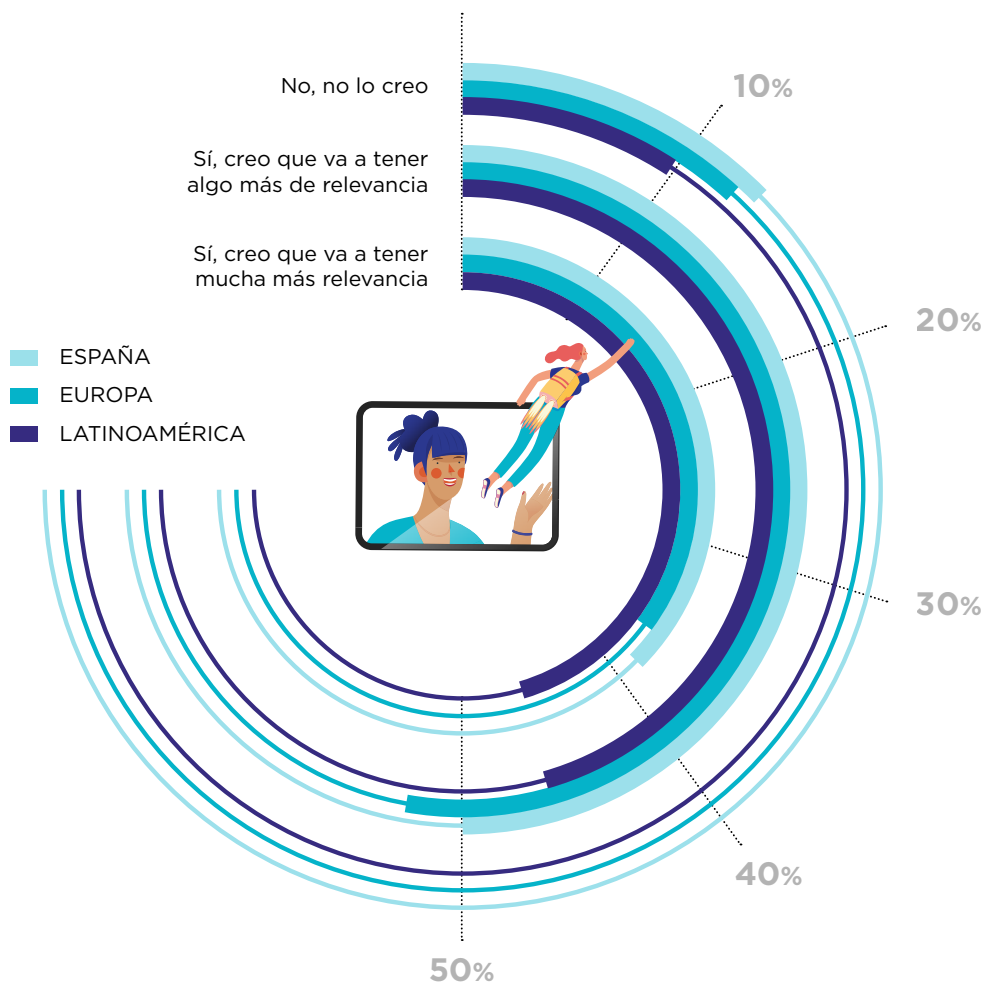
+3,3%

El voluntariado no presencial ha llegado para quedarse. Casi nueve de cada diez empresas **(87,6%)** considera que va a ganar relevancia en el futuro.

+0,6%



¿Cree que el voluntariado virtual va a tener más relevancia a partir de ahora?



ANÁLISIS

La necesidad de actuar a distancia en este contexto ha puesto a prueba formatos de intervención no presencial: virtual, digital, en línea, en remoto... que se han demostrado muy eficientes, especialmente en determinados contextos.

Además, según diversos estudios, el voluntariado no presencial ha puesto de manifiesto que permite llegar a empleados que hasta ahora no habían participado en actividades de voluntariado, lo cual es una magnífica vía para aumentar la masa de voluntarios corporativos.





DESCUBRE VOLUNTARE

Somos una red internacional para la promoción del Voluntariado Corporativo, fruto de la alianza entre empresas y entidades académicas y del tercer sector. Impulsamos la expansión y profesionalización del Voluntariado Corporativo, así como la innovación y la mejora continua del impacto de los programas en todas las partes implicadas: las comunidades en las que se interviene, las entidades sociales que colaboran, los voluntarios que participan y las empresas que lo promueven.



Analizamos la evolución y tendencias del Voluntariado Corporativo.



Generamos y dinamizamos grupos de trabajo.



Identificamos y difundimos buenas prácticas.



Organizamos y participamos en eventos del sector.



Detectamos necesidades y desarrollamos herramientas de gestión.



Proporcionamos formación presencial y online.



Facilitamos el networking.



Colaboramos con redes y organismos internacionales.



Potenciamos diálogo y sinergias tanto multiempresa como entre empresas y entidades sociales.



Generamos información y llevamos el voluntariado a las noticias.



Difundimos las novedades de los socios entre público interesado.



Impulsamos la investigación y la innovación para la mejora continua.



www.voluntare.org

info@voluntare.org



@Voluntare



/voluntare



/in/voluntare

Socios directores de Voluntare:



Coordinador de Voluntare:



Voluntariado
y Estrategia