

El voluntariado corporativo se dispara con el Covid y el 81% de empresas adapta sus programas al formato no presencial

- ▶ *Expertos de Voluntariado y Estrategia, Voluntare, Coca Cola European Partners y Fundación Telefónica destacan la creatividad, innovación y compromiso de empresas y empleados en el contexto generado por la crisis del coronavirus*
- ▶ *El encuentro se enmarcó en las acciones de la 'Alianza Empresarial Responsable vs Covid-19' del Club de Empresas Responsables y Sostenibles (CE/R+S)*

Valencia, 14 de julio de 2020. Uno de los efectos de la pandemia ha sido un incremento “sin precedentes” de la solidaridad y el compromiso de las empresas y sus trabajadores con su entorno, que se ha traducido en un importante salto en programas de voluntariado corporativo y en las personas implicadas en ellos, según los expertos de Voluntariado y Estrategia, Coca Cola European Partners y Fundación Telefónica que han participado en el webinar *‘Cómo gestionar el voluntariado corporativo en la ‘nueva normalidad’: Estrategias y herramientas para potenciar el compromiso empresarial’*, coorganizado por el Club de Empresas Responsables y Sostenibles (CERS) y la red Voluntare. El 62,6% de las compañías han constatado un aumento en participación y compromiso de sus empleados, el 83,3% han lanzado nuevas acciones de voluntariado y el 81,2% ha adecuado sus programas corporativos a formatos no presenciales, para adaptarse a las estrictas condiciones impuestas por la crisis sanitaria. (*Link grabación webinar: <https://bit.ly/3etNPWi>*).

“Este voluntariado corporativo no presencial no solo no desaparecerá en la ‘nueva normalidad’, sino que el 90% de las compañías considera que jugará un papel relevante en sus estrategias a futuro como complemento del presencial: permite llegar a más lugares, trabajar con más personas y reforzar o ampliar las intervenciones”, subrayó Juan Ángel Poyatos, director de Voluntariado y Estrategia y de la red Voluntare, que presentó datos de un estudio en el que han participado empresas de España y países de Latinoamérica. Antes del estallido de la crisis, el 87,5% de las compañías no contaban con este tipo de voluntariado.

“En el contexto de los últimos meses, hemos encontrado necesidades nuevas o que han requerido mayor capacidad de acción –como en atención a personas mayores o soporte a la educación de los menores-, que han llevado a un gran ejercicio de innovación. Muchas empresas y empleados han sido capaces de dar respuestas en esta coyuntura tan compleja para generar impactos positivos. El voluntariado virtual ha tenido un rol clave”, subrayó.

En esta línea, Charo Orellana, Communication Associate Director y responsable Voluntariado Corporativo de Coca-Cola European Partners, señaló que “la crisis provocada por el coronavirus ha avivado la creatividad; nos hemos tenido que reinventar todos, empresas y entidades sociales, que han hecho un trabajo muy potente para adaptar sus proyectos y que sus usuarios puedan estar bien atendidos. El movimiento social ha sido maravilloso; ha crecido nuestra base de voluntarios y hemos identificado muchas actividades. Además, la acción online permite que empleados de zonas donde no llegábamos con voluntariado presencial participen”.



En el caso de Fundación Telefónica, “el modelo ya estaba muy pensado con uso de la tecnología, pero la situación ha generado oportunidades. Teníamos que dar respuesta a la necesidad de ayudar de nuestros empleados. Solo en España, en 3 meses, 2.978 personas han participado en algún tipo de voluntariado y 5.660 han hecho algún tipo de donativo económico. Nunca en la historia del grupo se habían logrado cifras como estas en un periodo de tiempo tan reducido”, explicó Carlos Palacios, responsable global del Programa Voluntarios Telefónica.

Palacios detecta dos grandes retos para el voluntariado corporativo virtual: “Como Fundación nos hemos dado cuenta de que la brecha digital -conocimiento y de recursos- hace que haya gente que se está quedando atrás y hay que empoderar a estos colectivos. La digitalización de toda la sociedad y la formación para trabajar con la tecnología deben ser factores predominantes. Desde el punto de vista de la gestión de programas, uno de los desafíos es cómo hacer cercano y en equipo; mantener la esencia del voluntariado: la cercanía entre personas. Supone usar diferentes canales de comunicación y atención y aplicar mucha creatividad”.

¿Cómo mantener ese grado de acción de las empresas?

Voluntare acaba de presentar una *'Guía para la reanudación de la actividad del voluntariado presencial'*, “orientada a retomar las actividades habituales sin poner en riesgo a las personas, que incluye recomendaciones a aplicar antes de las actuaciones, durante la ejecución de las mismas y después, con una perspectiva de prevención que se extiende tanto al voluntariado presencial como al virtual”, apunta Poyatos.

Fernando Ibáñez, presidente del CE/R+S, destacó que “las empresas están actuando de modo mucho más responsable y solidario que en anteriores crisis, siendo rara la compañía que no haya participado o incluso lanzado alguna iniciativa social para paliar sus efectos en su equipo humano, en su entorno o en determinados colectivos”.

Uno de los retos es consolidar esa creciente concienciación e interés de las empresas por los programas de voluntariado corporativo. Juan Ángel Poyatos apunta a dos factores clave para mantener ese impulso: la convicción y compromiso de la alta dirección y que en la organización se integre como una herramienta de gestión de personas, talento e innovación. “El voluntariado corporativo tiene impactos positivos para la empresa en términos de mayor compromiso y sentido de pertenencia del empleado; apoyo a las políticas de diversidad, conciliación, multiculturalidad e integración de personas con discapacidad; atracción de talento; desarrollo de competencias -como innovación, adaptación al cambio, liderazgo o trabajo en equipo-, y menor rotación -un 68% inferior-. El no presencial suma otros beneficios, como mayor accesibilidad; inclusividad; flexibilidad; sostenibilidad; agilidad, y atracción. Si la empresa lo ve así, los programas serán más sólidos y con más impacto”, concluyó Poyatos.

El director general de Voluntare detalló los pasos principales para el diseño de programa de voluntariado corporativo virtual: “Contar con una estrategia adecuada, un objetivo claro y un propósito; saber cómo movilizar a los voluntarios; identificar las oportunidades; asegurarnos de que los voluntarios conozcan el contexto, para poder responder a las necesidades; coordinarse y establecer rutinas; marcar pautas de comunicación y contacto; formar a los voluntarios en las



nuevas habilidades necesarias; identificar las herramientas adecuadas; establecer un plan de feedback y reconocimiento de los voluntarios, y un sistema de evaluación de la satisfacción del impacto generado tanto en la organización con la que se colabore como en los voluntarios. Estos dos últimos puntos son básicos para mantener esa curva de solidaridad generada por la crisis”.

Alianza Empresarial Responsable Vs Covid-19

La grabación del webinar *‘Cómo gestionar el voluntariado corporativo en la ‘nueva normalidad’: Estrategias y herramientas para potenciar el compromiso empresarial’* está disponible en la plataforma ‘Alianza Empresarial Responsable vs Covid-19’ (<https://cerscv.org/accion-covid-19/buenas-practicas-ante-la-crisis/>), cuyo propósito es facilitar conocimientos y recursos que ayuden a las empresas a afrontar o mitigar los impactos derivados de la crisis. Esta iniciativa se enmarca dentro de las medidas aprobadas por el CE/R+S, en ejercicio de su responsabilidad, ante la necesidad de aportar soluciones reales para afrontar los retos que en materia laboral, comercial, financiera y legal plantea la situación provocada en el tejido empresarial por la crisis sanitaria del coronavirus.

Voluntare es la mayor red para la promoción del voluntariado corporativo de habla hispana. Cuenta con casi un centenar de socios, entre empresas y entidades sociales radicadas en España y América Latina. Ofrece un espacio dinámico para el encuentro y la colaboración, que permite poner en común experiencias y trabajar para innovar y mejorar la gestión del voluntariado corporativo para lograr un mayor impacto.

El **Club de Empresas Responsables y Sostenibles (CE/R+S)** tiene como objetivo promover e impulsar la responsabilidad social y la sostenibilidad empresarial. Creado en mayo de 2017, se ha consolidado como referente en la materia. La patronal CEV le ha confiado la presidencia de su Comisión de Trabajo de RSE y cuenta con dos vocales en la Comisión de RSE de la CEOE. Reúne a 28 socios, de diferentes sectores y perfiles: AGC Flat, Almacenes Lázaro, Alpesa, Grupo Alimentario Citrus (GAC), Grupo Baux, BP Oil, Bertolín, Broseta, Caixa Popular, Choví, Consum S. Coop., El Corte Inglés, Ética, Exkal (Exposición y Conservación de Alimentos), Hidraqua, Geocivil, Grupo Eulen, Grupo IVI, Palau de les Arts Reina Sofía, Barrio La Pinada, Ribera Salud, RNB Cosméticos, Royo Group, Grupo Simetría, Suavinex, Triangle Real Estate Management, Unimat Prevención y Unión de Mutuas. Está abierto a nuevas incorporaciones.

Link grabación webinar: <https://bit.ly/3etNPWi>

Más información, material gráfico o gestión de entrevistas

CE/R+S: Olivia Fontanillo Tfno: 661 66 70 65 info@cerscv.org www.cerscv.org
Voluntare: María José Medialdea Tfno: 686 988 255 comunicacion@voluntare.org