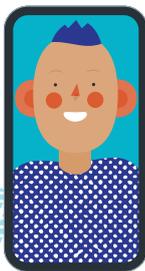
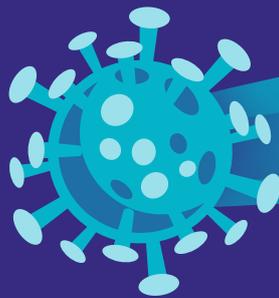




voluntare
red de voluntariado corporativo

IMPACTO DE LA COVID-19 EN EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

ESTUDIO VOLUNTARE



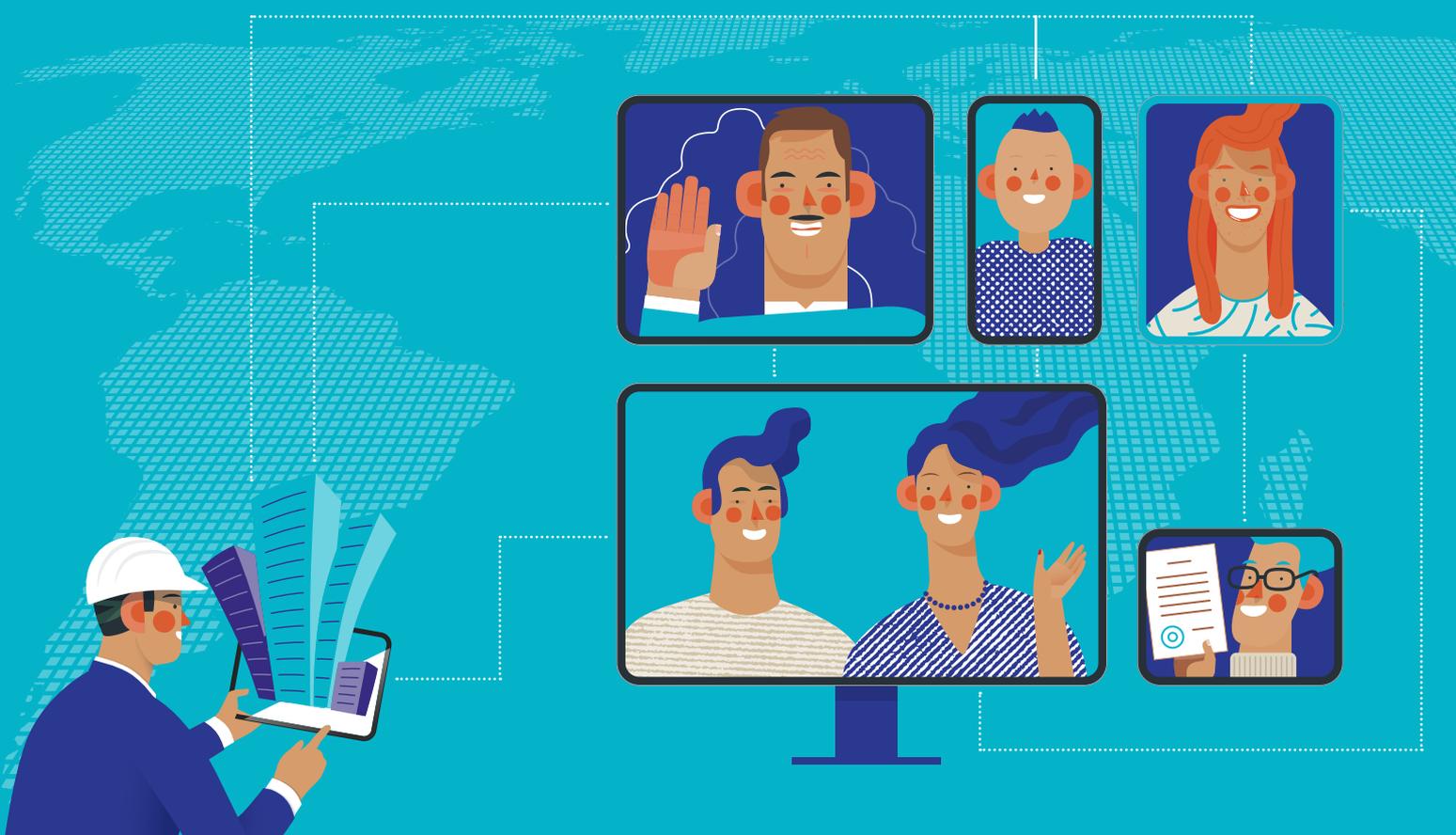
Con el apoyo de



Voluntarios
de "la Caixa"

ÍNDICE

03	PRÓLOGO
04	DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA
06	PREGUNTAS Y RESPUESTAS
12	CONCLUSIONES



PRÓLOGO

El estallido de la pandemia provocada por la COVID-19 y las medidas para controlarla han configurado un escenario inédito hasta la fecha. Esta crisis ha hecho emerger nuevas necesidades sociales al tiempo que agudiza muchas de las que ya existían. Además, ha tenido un fuerte impacto en las empresas, tanto a nivel interno como externo. Pero, por otro lado, ha generado un movimiento de solidaridad ciudadana. Dentro de las organizaciones, ha cristalizado en una palpable demanda de los empleados para actuar de manera decidida.

Desde Voluntare somos conscientes de la dificultad de afrontar individualmente la situación actual. Por eso, como red, estamos aportando la fortaleza del equipo y reforzando todas nuestras herramientas colaborativas. Nuestra naturaleza virtual nos proporciona una posición de partida privilegiada, gracias a la cual estamos actuando como correa de transmisión e interconexión.

En 2020 estábamos trabajando en la organización del III Congreso Internacional del Voluntariado Corporativo, que íbamos a celebrar en julio, pero que finalmente hemos trasladado a julio del año próximo. También realizando un ambicioso estudio sobre la gestión del voluntariado corporativo dentro de las empresas, con el apoyo de la Asociación de Voluntarios de "la Caixa", que tenemos previsto presentar en el último trimestre de este año.

Las circunstancias se imponen. Por eso hemos lanzado un cuestionario específico, que hemos difundido en nuestros canales y redes durante el mes de junio. Así hemos obtenido esta panorámica sobre cómo está afectando la COVID-19 al voluntariado corporativo.

El resultado suma valor añadido al exhaustivo informe en el que trabajamos, pero también tiene valor en sí mismo porque muestra qué movimientos están realizando las empresas en Europa y América Latina y las opciones que se les presentan para gestionarlo. En definitiva, aporta claves para la acción.

Sin duda, esta pandemia nos va a cambiar a todos y va a afectar a la sociedad en un sentido que aún no vislumbramos. Desde Voluntare esperamos que este trabajo facilite aprovechar esta crisis para impulsar al voluntariado corporativo como forma de mejorar nuestra sociedad.

Juan Ángel Poyatos León
Fundador y director de Voluntare.

● DESCRIPCIÓN DE LA MUESTRA

PAÍS

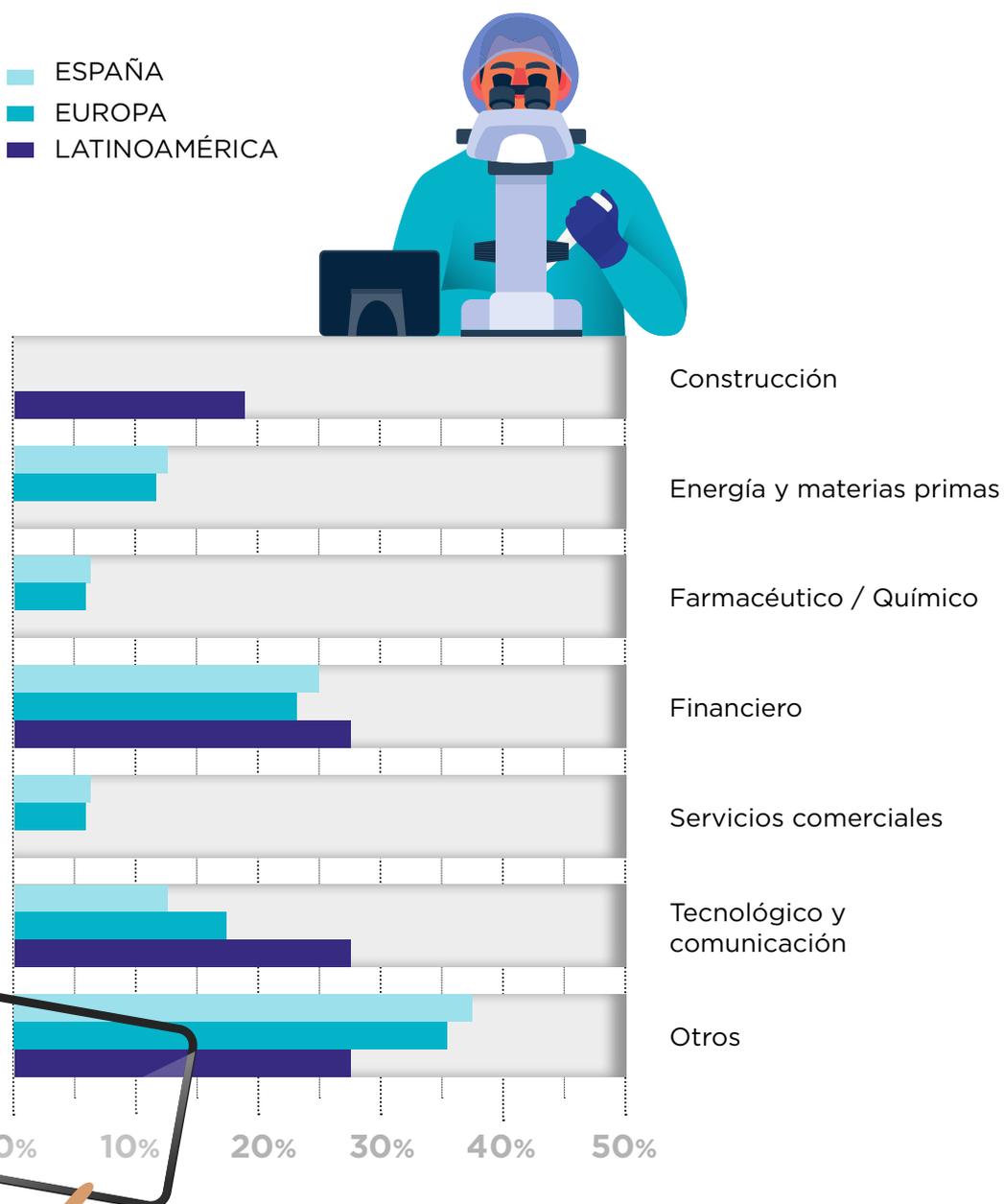
En el estudio han participado 84 empresas radicadas en Latinoamérica y Europa, con un importante peso de empresas españolas (57%). Por eso se muestran las respuestas agrupadas en tres ámbitos geográficos: España, Europa (incluyendo a España) y América Latina.



SECTOR ECONÓMICO

Las empresas que han respondido al cuestionario pertenecen a los siguientes sectores de actividad, ordenados por su peso global: Financiero (25%), Tecnológico y comunicación (21,4%), Energía y materias primas (7,1%), Construcción (7,1%), Farmacéutico/Químico (3,6%) y Servicios comerciales (3,6%).

Sin embargo, en España se aprecia una mayor representación del sector financiero (25%), seguido del de Energía/Materias primas y el Tecnológico/Comunicación, ambos con el 12,5%. En Europa el orden es el mismo. Y en América Latina, en cambio, despuntan el Tecnológico y de comunicación (27,3%) y Financiero (27,3%), seguidos de Construcción (18,2%).

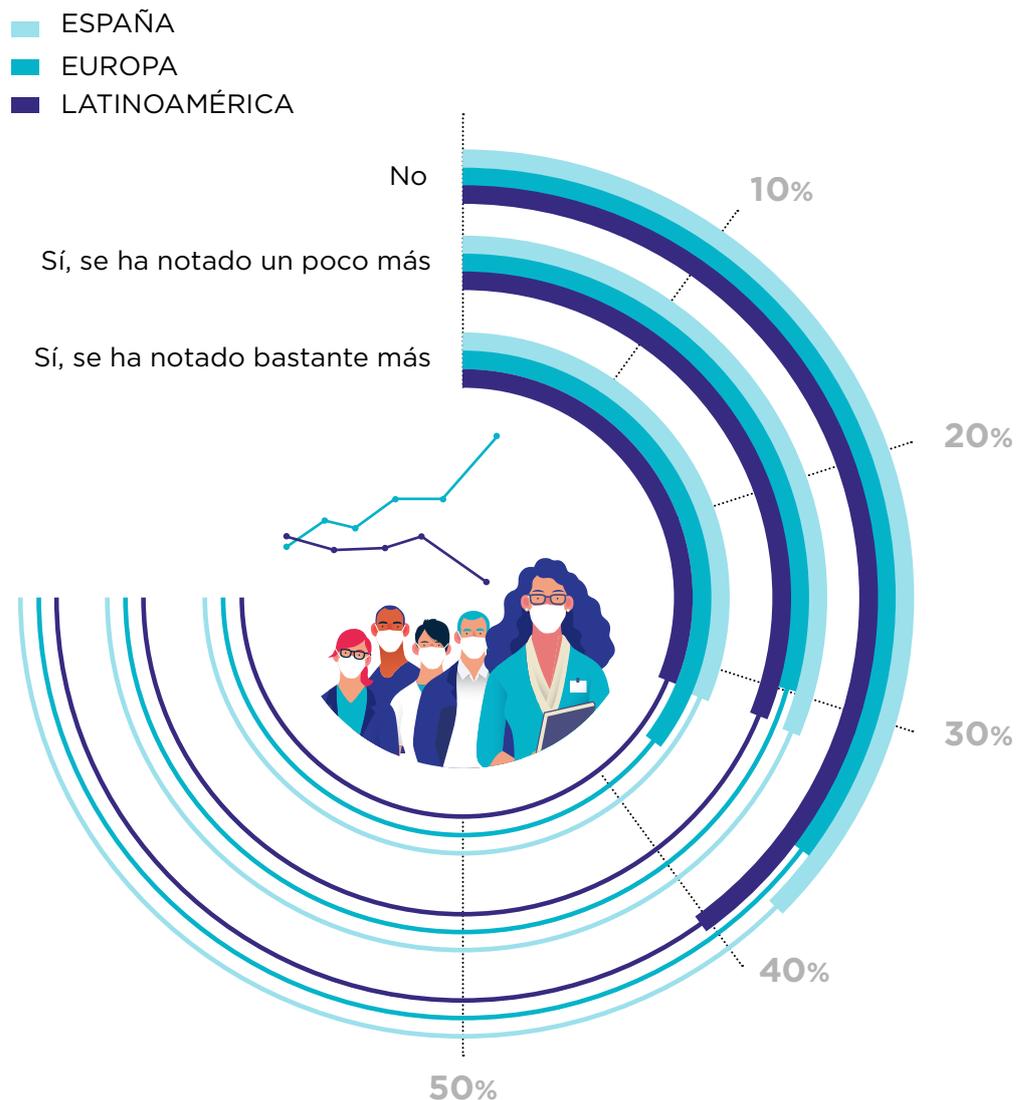


● PREGUNTAS Y RESPUESTAS

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

El 63% de las empresas nota una mayor implicación de sus empleados a raíz de la crisis derivada de la COVID-19.

En España un 62% percibe ese incremento. El número, entre quienes lo consideran ligero o acusado, se reparte a partes iguales. Con una cifra similar a la media (60%) las empresas latinoamericanas suscriben ese aumento de la participación. Sin embargo, es en Europa donde despunta: hasta el 64,7% de las compañías perciben mayor y notable implicación.

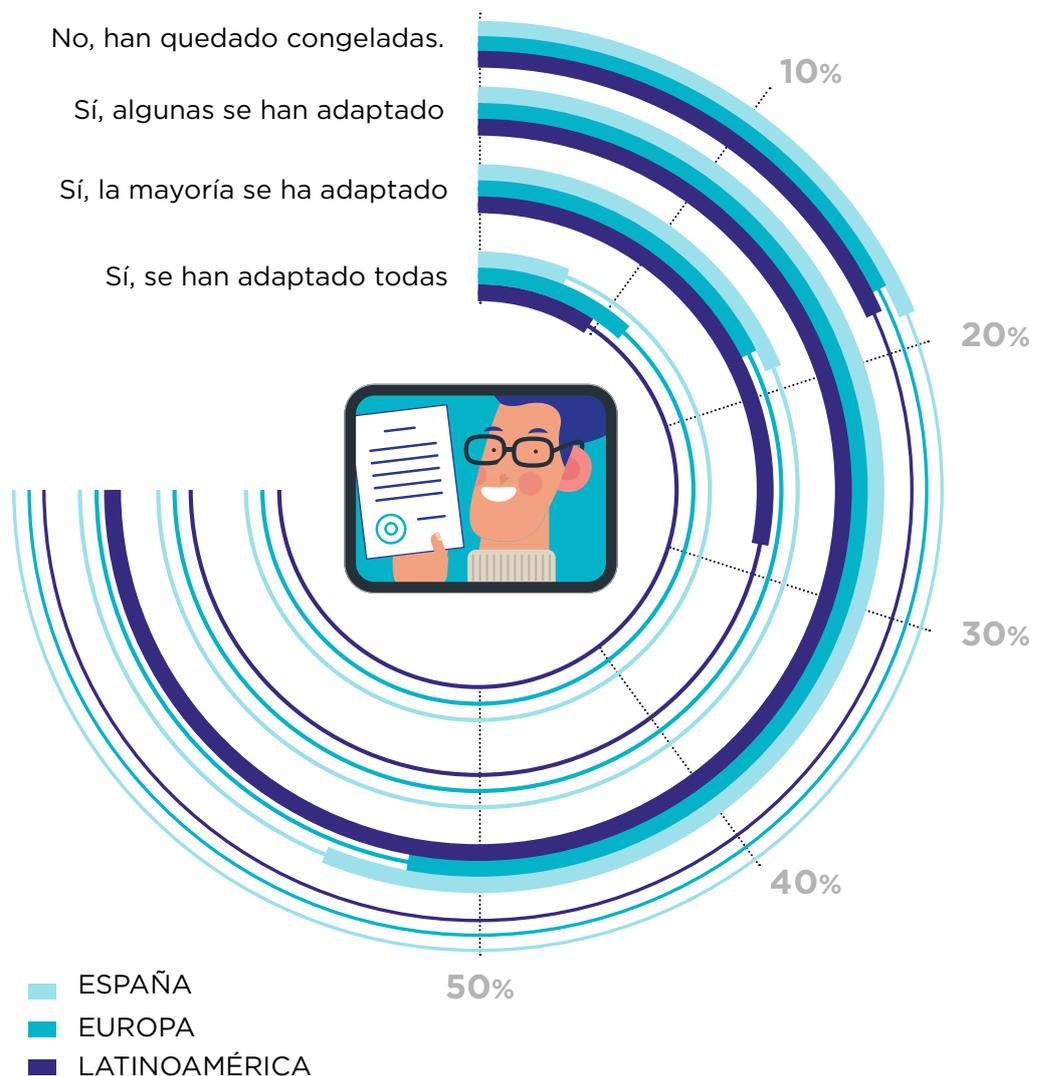


¿Las acciones de voluntariado presencial se han adaptado a un formato virtual debido a la COVID-19?

La COVID no ha congelado las acciones de voluntariado corporativo. Eso sí, las ha empujado a transformarse. A nivel global, el 82,1% de las empresas reporta el traslado de sus programas a un formato no presencial, en mayor o menor medida. A nivel geográfico apenas se aprecian diferencias: en España es un 81,2%, en Latinoamérica un 81,8% y en Europa un 82,4%.

Las respuestas también dejan ver que la transformación ha sido menor en España. Lo denota el hecho de que más de la mitad (56,3%) solo haya adecuado algunas acciones; menos de una de cada cinco (18,8%) ha replanteado la mayoría y apenas un 6,3% ha adaptado todas sus actividades.

Sin embargo, a nivel continental, en América la transformación total del programa a formato virtual se produce en el 11,1% de los casos. Y en Europa esa cifra aún asciende más: hasta el 14,3%.

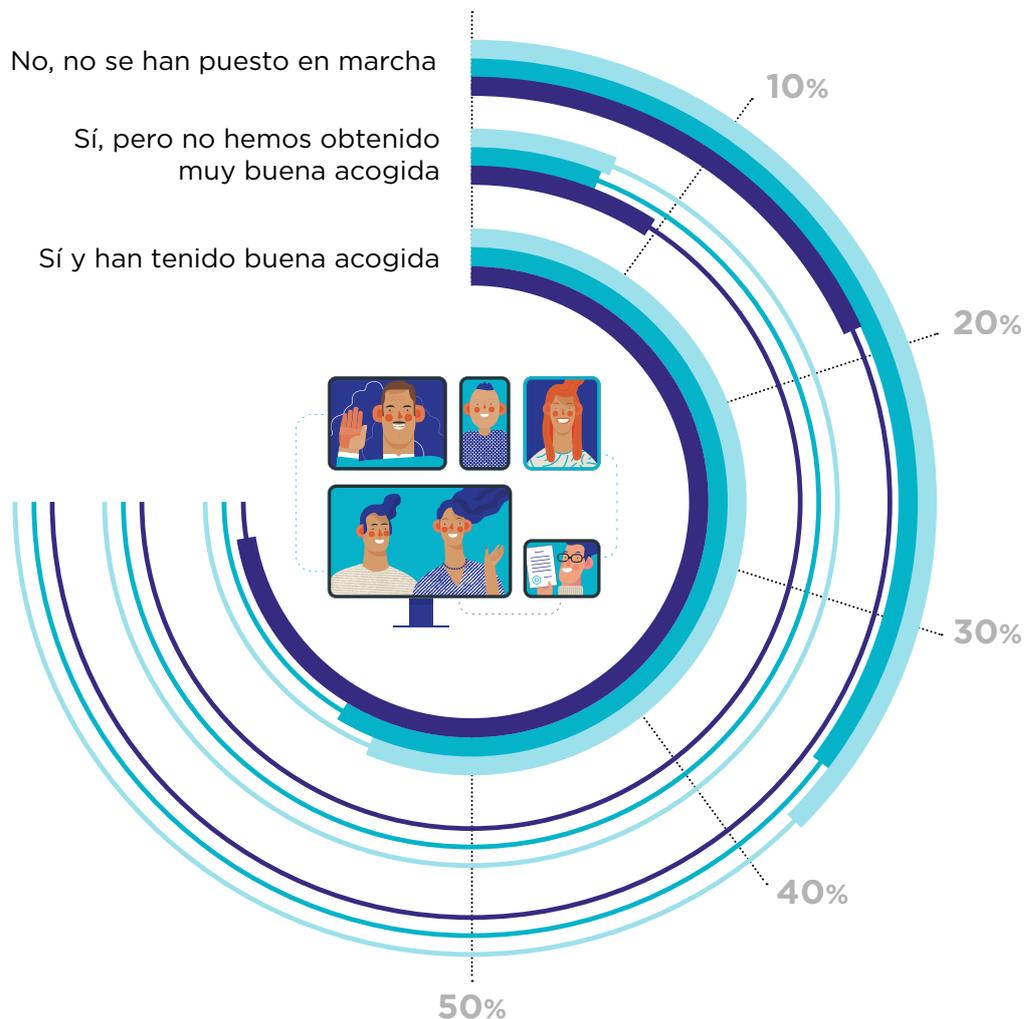


¿Se han puesto en marcha nuevas actividades de voluntariado virtual a raíz de la crisis de la COVID-19? De ser así, ¿cuál ha sido su acogida?

La mayoría de las empresas (71,4%) ha lanzado nuevos proyectos específicamente vinculados a la COVID-19. Y el 90% de ellos ha logrado una buena acogida.

Sin embargo, al bajar al detalle, en América Latina es donde más empresas han puesto en marcha iniciativas en respuesta a la COVID-19: el 81,8%, mientras que en Europa solo el 64,7% y en España aún menos, el 62,5%. Sin embargo, la respuesta ha sido igualmente positiva en todos los casos: el 90% ha tenido buena acogida.

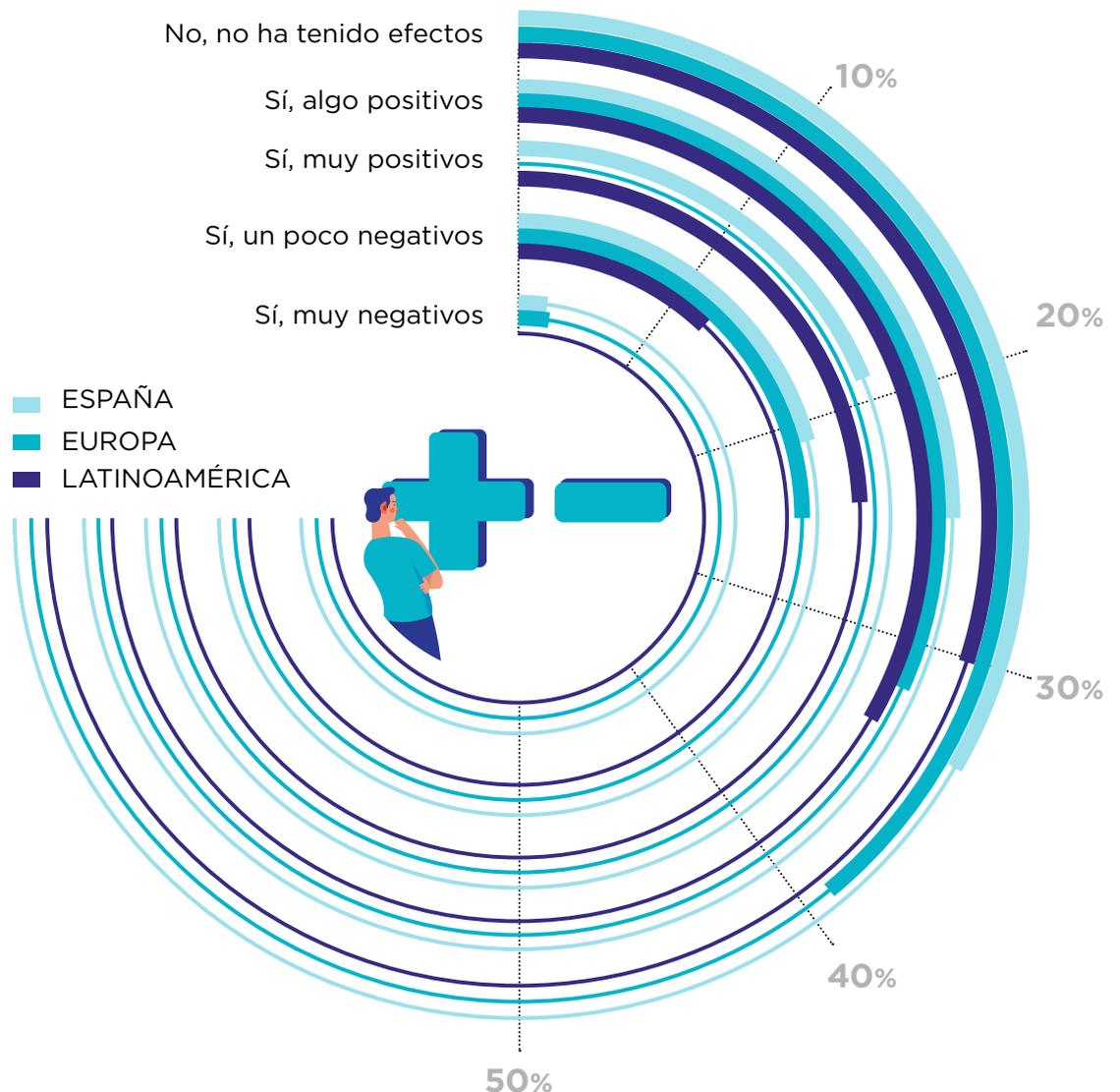
- ESPAÑA
- EUROPA
- LATINOAMÉRICA



¿Cree que la crisis de la COVID-19 ha tenido impacto en los programas de voluntariado? ¿Sus efectos han sido positivos o negativos?

La percepción mayoritaria es que la crisis de la COVID-19 ha impactado en el voluntariado corporativo. Así lo percibe el 67,9% de las empresas encuestadas. En España (66,7%) la cifra es muy similar a la media. Sin embargo, en Europa (61%) se aprecia menos el impacto y en Latinoamérica (69,7%) más.

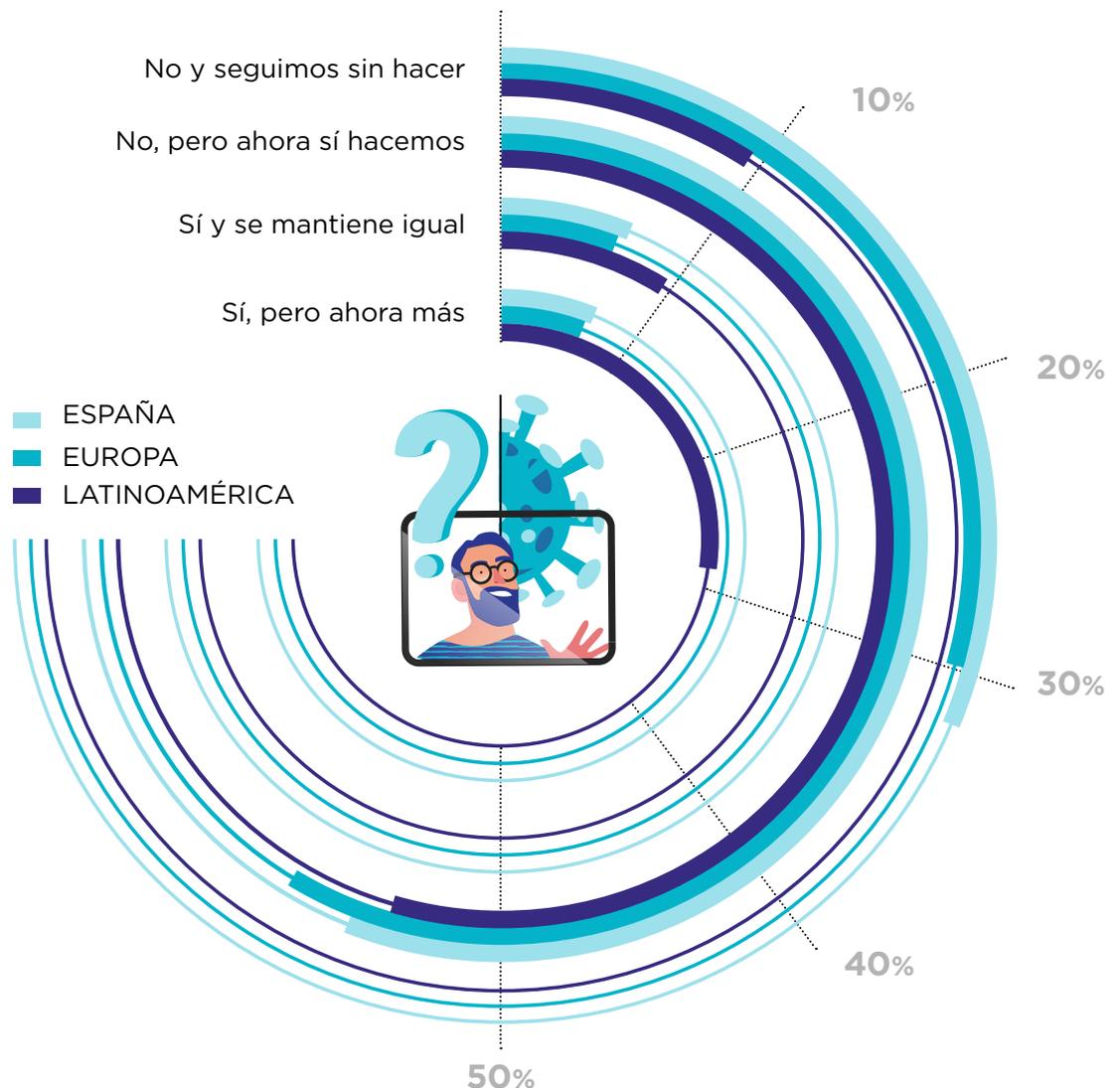
Con respecto a la valoración de sus efectos, el 71,9% considera que son positivos, frente al 28,1% que estima que ha perjudicado a su programa de voluntariado corporativo. Sin embargo, a nivel geográfico se aprecia disparidad de opiniones. En Europa la sensación de que el impacto ha sido positivo asciende al 52%. En España ese optimismo alcanza al 65,7% de las empresas encuestadas y en América Latina se dispara hasta el 82,5%.



¿Se ofrecían actividades de voluntariado virtual antes de la COVID-19?

La COVID-19 ha afectado a los formatos. Antes de que irrumpiera, el 78,5% de las empresas encuestadas realizaba exclusivamente actividades de voluntariado presencial. Sin embargo, ahora solo un 21,4% continúa en esta posición, frente al 68,7% que sí ha puesto en marcha ahora acciones de voluntariado virtual. Y con respecto al 21,4% que ya utilizaba esta fórmula, la mayoría (66,8%) lo ha potenciado.

España está por detrás en este aspecto. Antes de la COVID-19 el 87,6% de las actividades de voluntariado eran presenciales. Ahora el 31,3% de las empresas continúa sin poner en marcha intervenciones no presenciales. En Europa, algo menos, un 29,4% se mantiene al margen del voluntariado no presencial. Y en Latinoamérica, en cambio, actualmente el 90,9% de las empresas ya lleva a cabo voluntariado virtual.

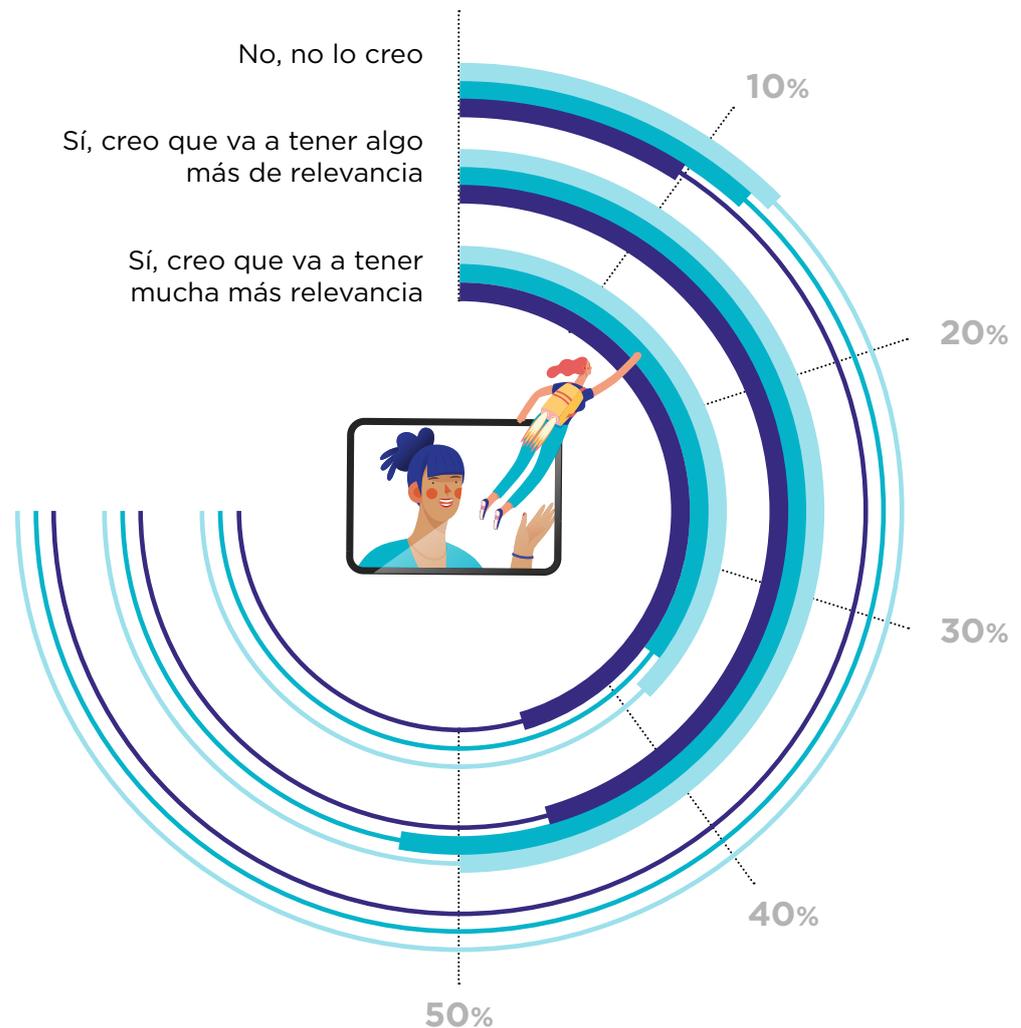


¿Cree que el voluntariado virtual va a tener más relevancia a partir de ahora?

Casi nueve de cada diez empresas (89,3%) considera que el formato no presencial va a ganar relevancia en el voluntariado corporativo. Donde más elevada es esa percepción es en América Latina: el 90,9%. Le sigue Europa con el 88,2%. Y, finalmente, España, con el 87,6%.

Hay diferencias en cuestión de grado. En España (donde ya hemos visto en la pregunta anterior que el voluntariado virtual está menos desarrollado) las empresas que creen que la ejecución a distancia de sus programas va a ganar protagonismo estima que se extenderá "algo más" en un 57,1% de los casos, frente al 42,9% que confía en un crecimiento considerable.

En Latinoamérica coincide el número de empresas que esperan que el crecimiento sea leve y considerable. Y en Europa es donde más empresas apuestan por la probabilidad de que el crecimiento sea notable, el 60% de las que esperan que aumente.





CONCLUSIONES



● CONCLUSIONES



- **La mayoría de las empresas percibe un incremento en la participación de los empleados en los programas de voluntariado tras el inicio de la crisis marcada por la COVID-19.** En España, el 62,6% de las empresas considera que ha habido un incremento (ligero o sustancial) en la participación y compromiso de los empleados en estos meses post COVID-19. Este dato desciende al 60% en las empresas latinoamericanas y crece hasta el 64,7% en Europa.

ESPAÑA
≡ 62'6%

EUROPA
≡ 64'7%

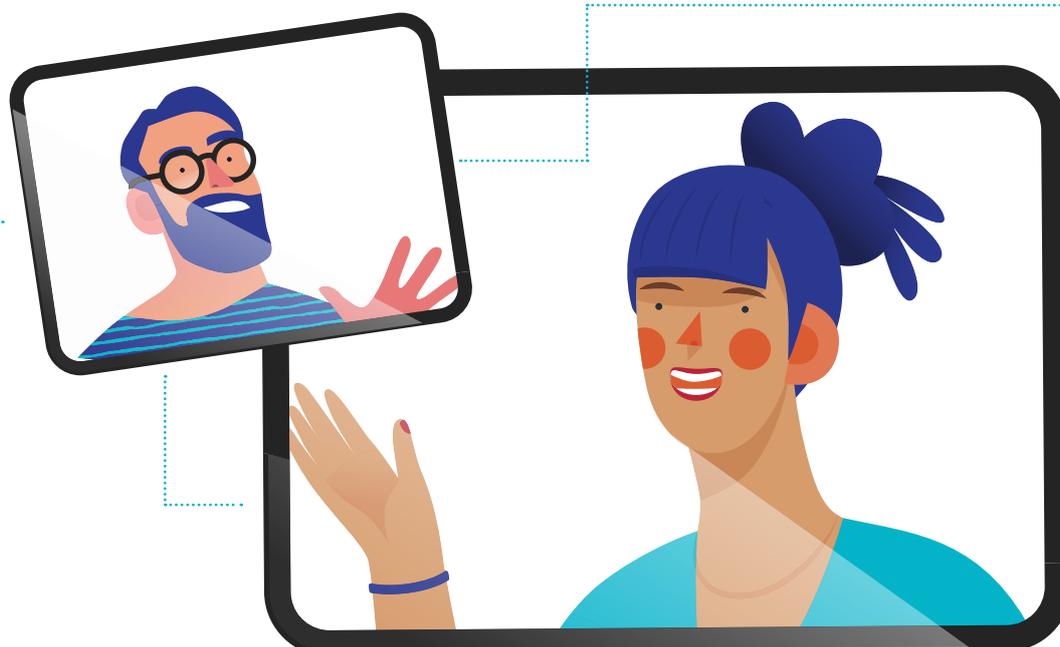
LATINOAMÉRICA
≡ 60%

- **Adaptación de los programas de voluntariado presenciales a un formato no presencial debido a la COVID-19 ha sido mayoritaria.** El 81,2% de las empresas de España ha adecuado sus programas. En Latinoamérica, esta adaptación ha llegado hasta el 81,8% de los casos y en Europa crece hasta el 82,4%.

ESPAÑA
≡ 81'2%

EUROPA
≡ 82'4%

LATINOAMÉRICA
≡ 81'8%



- El 71,4% de las empresas ha puesto en marcha nuevas actividades de voluntariado no presencial a raíz de la COVID-19 y ha recibido una buena acogida en el 90% de los casos. En América Latina es donde más empresas han dado ese paso, un 81,8%. En Europa el 64,7% y en España el 62,5%. Se ha mantenido la buena acogida en todos los casos: el 90%.

ESPAÑA
≡ 62'5%

EUROPA
≡ 64'7%

LATINOAMÉRICA
≡ 81'8%

- Un buen número de empresas señalan que sus consecuencias son positivas. El optimismo es menor en Europa (52%), seguido de España (65,7%) y en América Latina se dispara hasta el 82,5%.

ESPAÑA
≡ 65'7%

EUROPA
≡ 52%

LATINOAMÉRICA
≡ 82'5%

- El voluntariado no presencial ha llegado para quedarse. Lo respaldan casi nueve de cada diez empresas. Eso sí, con una percepción variada sobre cuánto va a crecer. En América Latina la expectativa entre un crecimiento ligero y considerable está a la par. Sin embargo, en Europa predomina la convicción de que su crecimiento va a ser notable, mientras en España la mayoría no espera un crecimiento considerable.





www.voluntare.org

info@voluntare.org



@Voluntare



/voluntare



/in/voluntare

Socios directores de Voluntare:



Coordinador de Voluntare:



Voluntariado
y Estrategia