

## **El 65% de las empresas cuenta con un programa de voluntariado corporativo alineado con el negocio, según la Fundación Adecco**

**La conservación del medioambiente y la inclusión sociolaboral de las personas más vulnerables para alcanzar los objetivos de Diversidad, Equidad e Inclusión, son sus principales propósitos**

El 5 de diciembre se celebra el Día Internacional de las Personas Voluntarias, una efeméride que invita a profundizar en el voluntariado corporativo como práctica en auge en las empresas, cada vez más empleada para canalizar su compromiso social, cultivar la cultura ESG, implicar a sus equipos y mejorar la competitividad del talento corporativo.

En este marco, y para tener una radiografía actual y rigurosa del estado de los programas de voluntariado corporativo en España, el Observatorio de la Vulnerabilidad y el Empleo de la Fundación Adecco ha realizado el primer informe El estado del Voluntariado Corporativo en España, basado en una encuesta a 55 empresas que operan en España y que implementan de forma regular actividades de esta índole.

Breve recorrido histórico del voluntariado corporativo en España

De la dispersión a la estrategia

El concepto de voluntariado corporativo comenzó a tomar forma en España a finales de la década de los 90, cuando coincidiendo con el anuncio del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (1999), las organizaciones empezaron a integrar la Responsabilidad Social Corporativa en sus estrategias de negocio (RSC, una nomenclatura que hoy empieza a sustituirse por las siglas ESG). Esta creciente conciencia se aceleró debido a diferentes factores, incluido el crecimiento económico de España y la influencia de tendencias globales hacia comportamientos corporativos más éticos y sostenibles.

En un principio, la práctica de voluntariado estaba mayormente vinculada a iniciativas de personas concretas dentro de la organización, especialmente comprometidas con ciertas realidades, o a colaboraciones puntuales con entidades del tercer sector. Sin embargo, con el tiempo, las empresas empezaron a reconocer los beneficios integrales de esta práctica para fomentar el compromiso y la identificación con la marca de su plantilla, así como mejorar su reputación.

El interés por el voluntariado corporativo también se ha visto reforzado por la legislación nacional y europea, que promueve cada vez mayores estándares de buen gobierno y transparencia (La Ley 45/2015, de 14 de octubre, de Voluntariado reconoce la importancia de las empresas como órganos impulsores de actividades de voluntariado, que den respuesta a retos de interés general) así como por el auge de los criterios de inversión socialmente responsable (ISR).

Esta evolución ha sido paulatina, habiéndose acelerado en la última década, cuando el voluntariado

corporativo ha experimentado un avance sin precedentes, convirtiéndose en una parte esencial de la cultura corporativa, con una mayor profesionalización de los programas desarrollados y un mayor peso de las alianzas, a través de la colaboración estrecha entre las empresas y las entidades sin ánimo de lucro.

Hoy, el voluntariado corporativo se ha instalado y consolidado en la agenda empresarial, representando una poderosa herramienta de gestión que permite a las empresas generar conexión con la comunidad y generar valor añadido interno, a través del desarrollo profesional de los empleados.

"Estamos notando un interés creciente por parte de las empresas a la hora de implementar programas de voluntariado corporativo. Hay una mayor conciencia y sensibilidad, las organizaciones quieren generar sinergias con sus grupos de interés, avanzar en sus políticas de ESG y sostenibilidad y, al mismo tiempo, hacer una diferencia positiva en la sociedad. La pandemia fue un revulsivo y un punto de inflexión que aceleró la sensibilidad empresarial y catapultó el voluntariado al core de las organizaciones, una tendencia que se ha mantenido durante los últimos años y que, prevemos, continuará su trayectoria ascendente en 2024", pronostica Francisco Mesonero, director general de la Fundación Adecco.

De actividad secundaria a pilar de competitividad

El voluntariado corporativo constituía, en sus orígenes, una práctica filantrópica y secundaria, que nacía mayormente del compromiso del equipo con las comunidades locales. Un enfoque que ya es minoritario y que ha ido evolucionando con el tiempo, como así lo reflejan los resultados del presente análisis. Así, un 65,3% de las organizaciones encuestadas destaca que su programa de voluntariado corporativo ya cuenta con objetivos y áreas de actuación alineadas con el negocio, con la estrategia de ESG y Sostenibilidad y con los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Por su parte, el 19,4% afirma que sus iniciativas de voluntariado se enmarcan en un programa de acciones y en un equipo de personas voluntarias estables, pero sin estar integrado en el negocio ni en la estrategia de ESG y Sostenibilidad. Por último, un 15,3% continúa en una fase inicial en la que sus acciones de voluntariado son puntuales, mayormente informales y originadas por el compromiso de su equipo con las comunidades locales.

"En los últimos años, hemos presenciado una transformación significativa en la forma en que las empresas perciben el voluntariado corporativo. Anteriormente estaba considerado como una actividad secundaria o complementaria y hoy ha evolucionado hasta convertirse en un pilar central de competitividad empresarial, que permite construir relaciones sólidas con las comunidades, abrir puertas a colaboraciones estratégicas o alinearse con los Objetivos de Desarrollo Sostenible", explica Héctor Clemente, responsable del Plan Nacional de Voluntariado de la Fundación Adecco.

Medioambiente e inclusión sociolaboral, los principales propósitos del voluntariado corporativo en España

El análisis ha profundizado en la identidad de los programas de voluntariado corporativo, es decir, en los principios, motivaciones y propósitos que conducen a las organizaciones a llevar a cabo esta práctica. O dicho de otro modo, ¿cuáles son los retos sociales que motivan el desarrollo del

voluntariado corporativo? La presente encuesta ha permitido responder a esta pregunta, obteniéndose una contundente conclusión: el medioambiente y la inclusión sociolaboral son las dos principales metas del voluntariado corporativo en España.

Así, el 72% de las empresas encuestadas cuenta con un programa de voluntariado corporativo centrado en fines medioambientales, seguidas de un 62,7% que se enfoca en la inclusión sociolaboral. En el primer caso, la conservación del medioambiente es un reto global que suscita una creciente conciencia pública y que se ve amparado por regulaciones cada vez más estrictas: de ahí que se sitúe en el centro de las preocupaciones empresariales. Este tipo de voluntariados persiguen mitigar los efectos del cambio climático, promover la conservación de recursos o educar tanto a los profesionales, como a la comunidad en general, sobre la importancia de cuidar el planeta.

En segundo lugar (inclusión sociolaboral), las compañías son cada vez más conscientes del poder extraordinario del voluntariado corporativo para ser más diversas e inclusivas, siendo una práctica que permite conocer y exponerse a diversas realidades -los empleados voluntarios interactúan con comunidades y personas con las que no acostumbran a relacionarse en su vida diaria-, fomentar la empatía, romper barreras y desarrollar habilidades fuera de la zona de confort, que promueven un cambio de mentalidad hacia realidades como la discapacidad o las personas en riesgo de exclusión, generando entornos más proclives y abiertos a la inclusión.

"El voluntariado corporativo es un gran aliado para alcanzar los objetivos de Diversidad, Equidad e Inclusión (DE&I). Solo por mencionar algunos de sus efectos, permite desarrollar la habilidad de incluir, una competencia imprescindible para las personas de cualquier nivel de la organización, así como favorecer la eliminación de sesgos inconscientes y prejuicios, mediante el acercamiento y conocimiento de realidades diferentes", destaca Héctor Clemente.

Otros propósitos del voluntariado corporativo mencionados en la encuesta han sido la educación y formación para el desarrollo sostenible (29,6%), la salud y el bienestar (19,6%), el desarrollo comunitario y la atención a la ciudadanía (17,6%), la asistencia y acompañamiento a las personas más vulnerables (15,5%) y el apoyo a emergencias y desastres naturales (9,7%).

La inclusión laboral como principal fin

Si bien la inclusión sociolaboral es uno de los grandes fines del voluntariado corporativo, hay que matizar que no siempre ambos elementos (social y laboral) han tenido idéntico peso.

En esta línea, Héctor Clemente recalca que: "Desde la Fundación Adecco llevamos 15 años guiando a las empresas en el desarrollo de actividades de voluntariado corporativo cuyo fin último es el empleo de las personas en riesgo de exclusión. Durante este tiempo, hemos notado un cambio muy importante. Los primeros años, las empresas otorgaban más importancia a la parte social, al hecho de que las personas beneficiarias y su plantilla se relacionaran fuera de su entorno habitual, intercambiando valores y experiencias. Durante la última década la parte laboral ha calado en el propósito, profesionalizándose las actividades y poniendo el conocimiento y expertise de los profesionales voluntarios al servicio de la inclusión laboral de las personas en riesgo de exclusión. No en vano, las compañías son cada vez más conscientes de que el empleo es el instrumento por excelencia para incrementar la autoestima e independencia económica y, por tanto, normalizar la vida

de las personas con más dificultades".

De hecho, para la mayoría de las empresas (52,5%), la inclusión laboral es el principal objetivo y/o beneficio de las actividades de voluntariado sobre las personas en riesgo de exclusión; seguido de su inclusión social (32,5%), el apoyo emocional (10%) y el ocio y el respiro familiar (5%).

Personas con discapacidad, infancia y juventud, los principales grupos de interés

La inclusión sociolaboral es uno de los grandes pilares del voluntariado corporativo, pero ¿a quién va dirigida? La presente encuesta ha permitido identificar los sectores de la población a los que están dando prioridad las empresas en sus actividades de voluntariado corporativo.

En primer lugar, las personas con discapacidad son el target más estratégico y en el que las organizaciones están poniendo más foco. En concreto, un 78,2% de las empresas encuestadas involucra a su capital humano en actividades de voluntariado corporativo que les permiten convivir con personas con discapacidad. "Partimos de unas cifras de desigualdad abrumadoras: su tasa de actividad apenas alcanza el 35% -lo que significa que el 65% de las personas con discapacidad en edad laboral no tiene empleo ni lo busca- y su desempleo es muy superior a la media, especialmente en discapacidades de tipo intelectual o derivadas de problemas de salud mental. Estas cifras dan cuenta de las barreras que encuentran las personas con discapacidad en su búsqueda de empleo, así como de las dificultades de las empresas para cumplir con la cuota del 2%. Desde la Fundación Adecco estamos acercando este contexto a las compañías, con el doble objetivo de generar sensibilidad y convertir el cumplimiento legal en una oportunidad, y de ahí el protagonismo de las personas con discapacidad en las acciones de voluntariado corporativo"- comenta Clemente.

Por otra parte, el responsable de la Fundación Adecco subraya que: "Además, las empresas perciben las actividades con personas con discapacidad como una experiencia enriquecedora que permite a las personas voluntarias desarrollar empatía y adaptabilidad hacia realidades diferentes. Se crean nexos de unión y vínculos en el ámbito personal que cristalizan en una mayor cooperación en la esfera profesional, generando entornos laborales abiertos y empáticos hacia la discapacidad".

En definitiva, el voluntariado corporativo se convierte en una poderosa herramienta para normalizar la inclusión de personas con discapacidad en las plantillas, dando con ello respuesta a los objetivos de Diversidad, equidad e inclusión y fomentando el cumplimiento legal, que exige a las empresas de más de 50 empleados la incorporación de un porcentaje de personas con discapacidad no inferior al 2%.

La infancia y juventud es el segundo grupo de interés en el que las empresas se están enfocando más. En esta línea, un 56,9% de las organizaciones desarrolla actividades de voluntariado en las que su plantilla participa en diferentes acciones con niños y jóvenes en riesgo de exclusión. A este respecto, cabe señalar que los niños y jóvenes suelen ser los más injustamente afectados por la desigualdad. Al enfocarse en ellos, las empresas crean un impacto significativo y duradero que cambia la trayectoria de sus vidas, logrando cerrar brechas sociales y económicas.

A las personas con discapacidad y a la infancia y juventud, siguen otros grupos de interés como las

personas sin hogar (34,7%), las personas mayores (26%), las mujeres víctimas de la violencia de género (15%), las personas LGTBI (10,8%), las personas refugiadas y/o migrantes (10%), las familias monoparentales (8,7%), las personas drogodependientes (4,3%) o las personas reclusas y exreclusas (4,3%).

El triple impacto del voluntariado corporativo: empresas, personas voluntarias y comunidades  
Además de impactar de forma directa en las comunidades y poblaciones con más dificultades (siendo las más destacadas las personas con discapacidad y infancia y juventud en riesgo de exclusión, como se ha detallado), el voluntariado corporativo tiene una incidencia directa en la mejora de indicadores empresariales clave como el orgullo de pertenencia o la motivación de los profesionales. Estos ítems han sido identificados por la presente encuesta, obteniéndose los siguientes resultados.

### Beneficios del voluntariado corporativo para las empresas

Refuerzo del sentimiento de pertenencia y motivación del equipo. (70,7% de las empresas encuestadas). Al participar en actividades de voluntariado corporativo, las personas voluntarias se sienten parte de una comunidad más amplia, Asimismo, las empresas emplean el voluntariado para expresar sus valores corporativos, logrando que su plantilla sienta una mayor conexión con el propósito corporativo y refuerce su sentido de pertenencia.

Equipo más abierto a la inclusión, a través de la eliminación de sesgos inconscientes (43,9%). La práctica de voluntariado corporativo permite a los profesionales acercarse a realidades desconocidas y empatizar con ellas, logrando derribar anacrónicos estereotipos que siguen cerniéndose sobre las personas en riesgo de exclusión. Todo ello genera entornos laborales más abiertos e inclusivos, y por ende más competitivos.

Mejora de la reputación corporativa (41,6%). El voluntariado corporativo permite a las empresas conectar con sus comunidades locales, así como comprender mejor sus necesidades y las de las personas de su entorno. Todo ello conduce a una diferenciación positiva, a una mejor reputación y una mayor lealtad de clientes y otros grupos de interés.

Desarrollo competencial de las personas trabajadoras (39%). Este porcentaje declara que el voluntariado permite a su equipo desarrollar nuevas habilidades, actitudes y valores que mejoran su rendimiento. El voluntariado corporativo ofrece oportunidades para el desarrollo de habilidades como el liderazgo, la comunicación o el trabajo en red. Estas competencias aumentan la confianza y la satisfacción de las personas voluntarias en su vida profesional, incrementando por ello su rendimiento.

Mejora del clima laboral (34%). El voluntariado corporativo brinda excelentes oportunidades para que la plantilla interactúe en un contexto diferente al del trabajo diario, lo que contribuye a romper barreras, mejorar las relaciones interpersonales y fomentar un mayor entendimiento y respeto mutuo. Además, las personas voluntarias se sienten orgullosas de trabajar para una empresa que se involucra activamente en causas sociales, lo que tiene un impacto directo en el clima laboral.

Atracción del talento (14,6%). Cada vez más, los profesionales buscan trabajar en organizaciones cuyos valores se alinean con los propios. El voluntariado corporativo refleja un compromiso con el bienestar comunitario, un hecho que puede conectar con los valores personales, incentivando a la plantilla a permanecer en la empresa. Del mismo modo, las empresas que desarrollan programas de voluntariado corporativo ofrecen una propuesta de valor más atractiva para sus potenciales trabajadores, que tienen cada vez más en cuenta la implicación social de la organización a la que se incorporan.

Este impacto en la organización se ve complementado con la aportación de valor a las propias personas voluntarias. Las empresas tienen claro que sus programas de voluntariado se convierten en aliados fundamentales para el crecimiento personal y profesional de su plantilla, a la luz de las siguientes cifras.

## Beneficios del voluntariado corporativo para las personas voluntarias

Mayor sensibilización y conexión con la realidad social. El 77,5% de las empresas cree que el voluntariado corporativo permite a los profesionales voluntarios estar más sensibilizados y conectados con la realidad social, al ser conocedores de otras realidades, tener la posibilidad de interactuar con ellas y comprender mejor el contexto en el que se desenvuelven.

Aumento del sentido de propósito y autoestima. El 62,5% destaca el aumento del sentido de propósito y la autoestima que se logra a través de las actividades de voluntariado corporativo. Las personas voluntarias tienen la oportunidad de contribuir a retos sociales de primer orden, observando su capacidad para influir positivamente en el mundo, lo que aumenta su realización personal y autoestima.

Fortalecimiento de las relaciones interpersonales y realización personal. El 40% de las compañías cree que el voluntariado corporativo fortalece las relaciones interpersonales, con lo que sus empleados se sienten socialmente realizados y más felices.

Mejora de la salud mental. Este mismo porcentaje (40%) cree que el voluntariado corporativo, al permitir a las personas voluntarias desconectar de su rutina diaria, puede tener efectos positivos en la salud mental, reduciendo el estrés, la ansiedad y la depresión.

Plenitud profesional. El 20% de las empresas destaca que el voluntariado corporativo promueve el desarrollo profesional de su plantilla, a través de la adquisición de nuevas habilidades, conocimientos y competencias. Con ello, crecen a nivel profesional y ello se traduce en una mayor satisfacción y plenitud personal.

## Un mapa de voluntariado para desarrollar programas de alto impacto

Consciente de la importancia que está adquiriendo el voluntariado corporativo la Fundación Adecco pone a disposición de las empresas un mapa que explica, en ocho pasos y de forma muy visual, cómo implementar estrategias que permitan a las compañías multiplicar su impacto social y empresarial, a través del voluntariado corporativo. En el mapa se recogen y se explican las ocho fases clave para diseñar un plan estratégico de voluntariado corporativo de alto impacto.

<https://fundacionadecco.org/voluntariado/mapa-voluntariado-corporativo/>

1. Evaluación y análisis
2. Identidad
3. Estrategia

4. Política de voluntariado
5. Difusión y cultura
6. Proyecto
7. Acción
8. Medición

Francisco Mesonero, director general de la Fundación Adecco, destaca que: "Las estrategias de voluntariado se generalizaron hace más de una década y la gran mayoría de las compañías son conscientes del valor que aportan a los diferentes grupos de interés. Sin embargo, hemos creado este Mapa de Voluntariado para orientarlas y hacer que sus programas de voluntariado contribuyan a los objetivos marcados en sus departamentos de Recursos Humanos y Responsabilidad Corporativa en la relación con las comunidades locales y el tejido asociativo, además de contribuir con los Objetivos de Desarrollo Sostenible de la Agenda 2030. En definitiva, queremos llevar el voluntariado corporativo a un nivel superior aprovechando todo el conocimiento adquirido durante este tiempo junto a cientos de empresas de nuestro país".

**Datos de contacto:**

Autor

f

914115868

Nota de prensa publicada en: [Madrid](#)

Categorías: [Sociedad](#) [Solidaridad y cooperación](#) [Recursos humanos](#)

---

**NotasdePrensa**

<https://www.notasdeprensa.es>