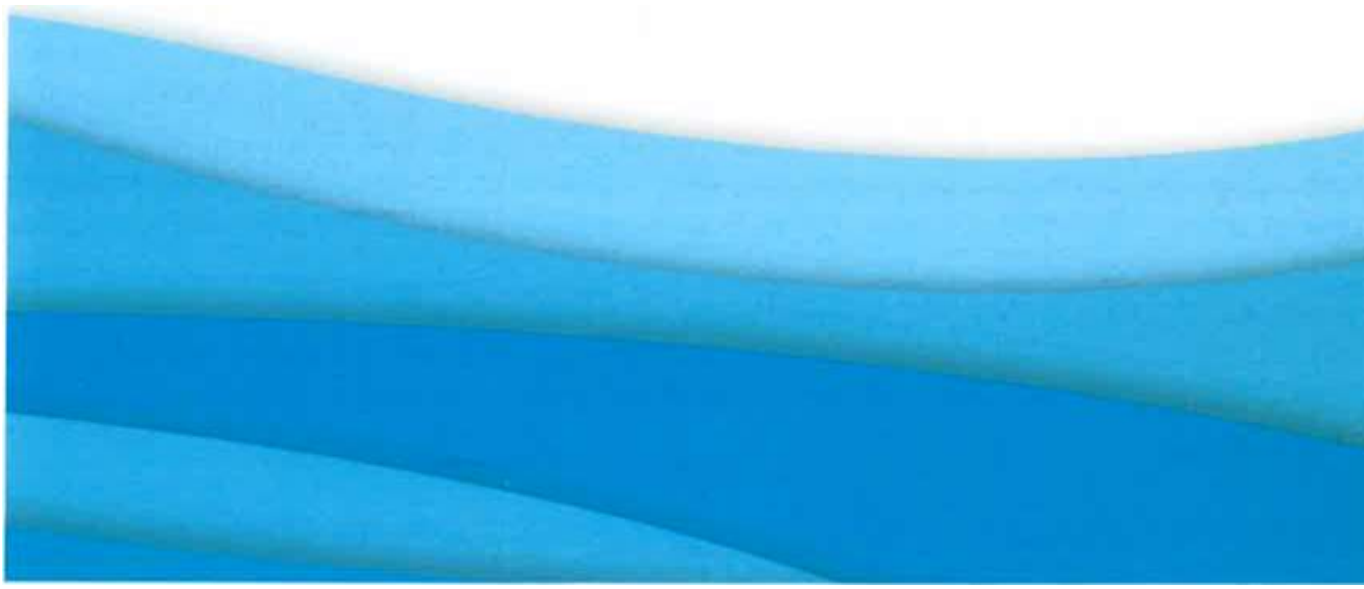
JUNTA DE ANDALUCIA
CONSEJERÍA DE IGUALDAD, POLÍTICAS SOCIALES Y CONCILIACIÓN

CEA Confederación de Empresarios de Andalucía

UNIVERSIDAD DE ALMERÍA

INFORME DE PROSPECTIVA SOBRE RELACIONES FUTURAS ENTRE EMPRESAS Y ENTIDADES DE VOLUNTARIADO EN ANDALUCÍA

Confederación de Empresarios de Andalucía en colaboración con la Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación



Coordinadores:
Juan Sebastián Fernández Prados
Jesús Muyor Rodríguez

Equipo y colaboradores:
Ana Revueltas Salinas, Gonzalo Herranz de Rafael, Juan Carlos Checa Olmos, María José González Moreno, María Teresa Martín Palomo, Antonia Lozano Díaz, Alex Ainz Galende, Cristina Cuenca Piqueras, María José Torres Haro, Rubén Puertas Rodríguez, Isabel Fernández Prados

Agradecimiento
A todas las entidades de voluntariado de Andalucía que han accedido a participar en el estudio, especialmente a la Asociación A Toda Vela por su asesoramiento.

Febrero
2020

ÍNDICE

Contenido

Presentación

Introducción: objetivos, estructuras y precisiones metodológicas

I. Punto de partida: Empresas, Tercer Sector y Políticas Públicas
- I.1. Sociedad, empresas y Responsabilidad Social Corporativa
- I.2. Situación del Tercer Sector entidades de voluntariado con relación a las empresas.
- I.3. Políticas públicas sobre voluntariado y relaciones con las empresas.

II. Estudio de las necesidades y demandas del voluntariado en Andalucía hacia las Empresas
- II.1. Introducción: entidades de voluntariado en Andalucía
- II.2. Objetivos
- II.3. Metodología.
- II.4. Resultados
  - A. Tipo de relación entre entidades de voluntariado y sector empresarial
  - B. Demandas de las entidades de voluntariado
  - C. Buenas práctica
  - D. Perspectivas futuras
- II.5. Conclusiones y síntesis del estudio

III. Prospectiva: Tendencias, oportunidades y sugerencias para el futuro
- III.1. Más allá de la Responsabilidad Corporativa: innovación social y empresarial
  - A. Innovación a través del emprendimiento social, intraemprendimiento social y las cadenas híbridas de valor.
  - B. Institucionalización del Voluntariado Corporativo
  - C. Regulación y generalización del patrocinio de mecenazgo.

- III.2. Hacia Alianzas Estratégicas y los ODS
  - A. Promoción de espacios para la innovación y creación de Alianzas Estratégicas
  - B. Sinergias y Alianzas Estratégicas para seguir avanzando
  - C.

Conclusiones: sugerencias para seguir avanzando

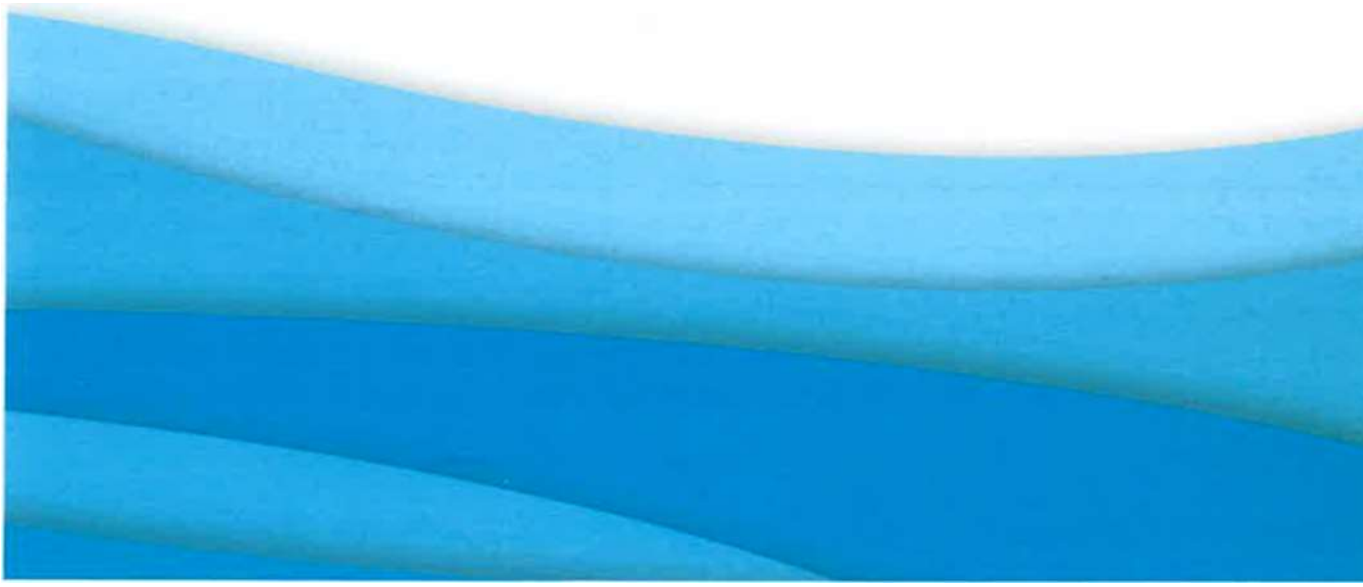
Bibliografía

Fuentes Web

Índice de tablas y cuadros

Anexo: Cuestionario para responsables y coordinadores de plataformas y redes provinciales de voluntariado.

PRESENTACIÓN



PRESENTACIÓN

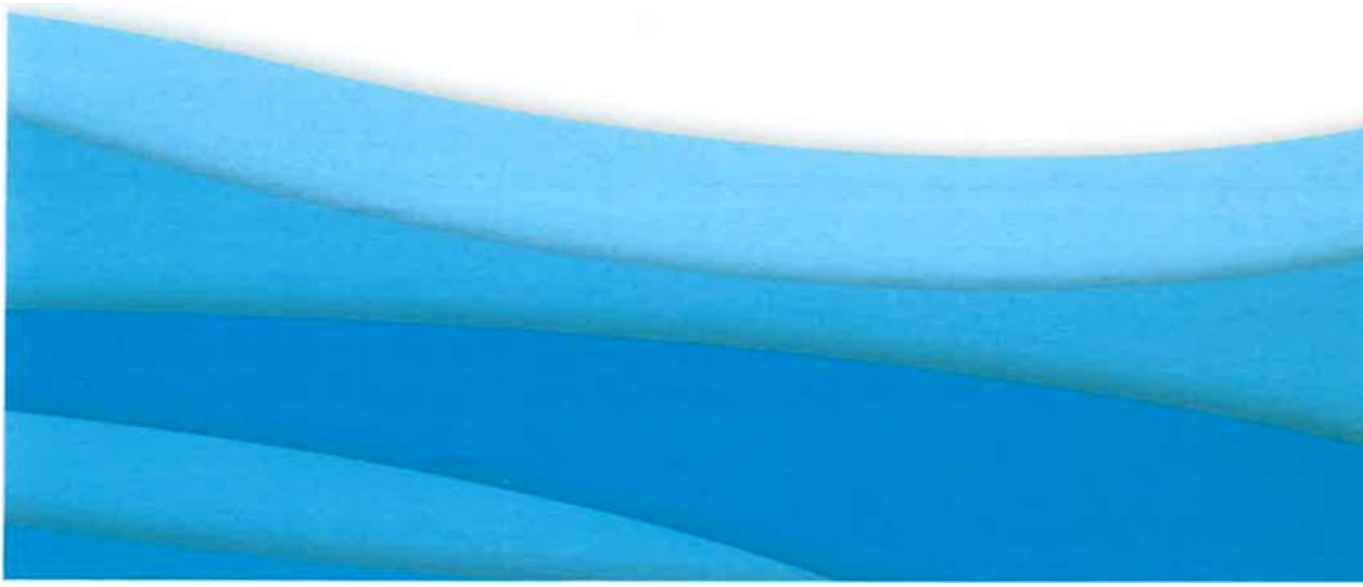
Este estudio titulado "Prospectiva sobre relaciones futuras entre empresas y entidades de voluntariado en Andalucía" nace de una demanda presentada por la Confederación de Empresarios de Andalucía a la Universidad de Almería. Concretamente al grupo de investigación Sociología (SEJ419) cuyo responsable es el profesor Juan Sebastián Fernández Prados que coordina con Jesús Muyor, profesor de Trabajo Social, el presente trabajo (más información: https://www.ual.es/sociologia/).

Agradecimientos especiales a todas aquellas personas que más directamente han colaborado con el trabajo revisando bibliografía, recogiendo información, entrevistando o simplemente sugiriendo ideas para la elaboración del informe. Especialmente agradecidos a las entidades, redes y plataformas de voluntariado en Andalucía que de la mano de sus representantes y técnicos provinciales se ofrecieron a ser entrevistados.

Este informe se ha realizado en el marco de la Resolución de la Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación, por la que se concede una subvención nominativa a la Confederación de Empresarios de Andalucía.

Nota: *Para facilitar la lectura se ha utilizado en ocasiones el masculino, como género no marcado, para referirse tanto al femenino como al masculino*.

INTRODUCCIÓN: OBJETIVOS, ESTRUCTURA Y PRECISIONES METODOLÓGICAS,



INTRODUCCIÓN: OBJETIVOS, ESTRUCTURA Y PRECISIONES METODOLÓGICAS

Este informe pretende concluir con dos objetivos concretos:

- Determinar las tendencias de futuro en las relaciones entre entidades de voluntariado y empresas en Andalucía.
- Proponer sugerencias para fortalecer las relaciones y alianzas entre los dos sectores.

Para el logro de los objetivos anteriores se han estructurado una serie de pasos que dan forma y organizan el informe:

- Punto de partida. En este apartado se lleva a cabo una breve aproximación a la situación de tres actores, ámbitos o sectores que se entrecruzan en este tema: las empresas y su RSC, las entidades del Tercer Sector y de voluntariado y, por último, las administraciones públicas a través de sus políticas y regulaciones.
- Estudio. En este bloque se presentan los resultados de las entrevistas a responsables provinciales y andaluz de voluntariado en la comunidad autónoma, procurando recopilar experiencias o buenas prácticas de alianzas y colaboraciones entre empresas y entidades de voluntariado en Andalucía.
- Prospectiva. Finalmente, y como resultado de los dos pasos anteriores, se pretende recoger las últimas tendencias y oportunidades que están marcando el futuro de las relaciones entre el sector empresarial y las entidades de voluntariado para concluir algunas sugerencias para avanzar en esta alianza.

En el ámbito del voluntariado se entrecruzan términos y maneras de organizarse que se mezclan o intercambian como sinónimos con escasa precisión. Por esta razón, se hace necesario realizar una pequeña aproximación terminológica aprovechando la reciente legislación española y andaluza en relación con los siguientes conceptos: Tercer Sector, Fundaciones, Asociaciones, Entidades de Voluntariado.

El Tercer Sector, en su sentido amplio, abarca todas las iniciativas privadas con interés general, social o público. Se le denomina Tercer Sector, precisamente porque se encuentra contextualizado entre aquél "sector público"

(Administraciones públicas) y el "sector privado" (iniciativas empresariales). Se diferencia del primero por ser independiente de los gobiernos y del segundo por carecer de fines lucrativos. Esta diferenciación ha llevado a denominar al Tercer Sector en ocasiones como sector no gubernamental (ONG) o sector no lucrativo (ONL). En sentido positivo y en el contexto anglosajón se le ha venido a llamar también el "sector independiente" y en latinoamericano el sector de la "sociedad civil organizada o solidaria".

Artículo 2. Concepto. Las entidades del Tercer Sector de Acción Social son aquellas organizaciones de carácter privado, surgidas de la iniciativa ciudadana o social, bajo diferentes modalidades, que responden a criterios de solidaridad y de participación social, con fines de interés general y ausencia de ánimo de lucro, que impulsan el reconocimiento y el ejercicio de los derechos civiles, así como de los derechos económicos, sociales o culturales de las personas y grupos que sufren condiciones de vulnerabilidad o que se encuentran en riesgo de exclusión social. (Ley 43/2015, de 9 de octubre, del Tercer Sector de Acción Social. «BOE» núm. 243, de 10/10/2015)

Cuadro 1 Definición de Tercer Sector de Acción Social

Aunque en algunas definiciones del Tercer Sector también se incluyen todas las formas de la economía social, lo habitual es centrarse en las dos maneras de organizarse legalmente en España para desarrollar fines sociales o solidarios que son: las fundaciones y asociaciones. Curiosamente en la legislación española no se menciona ni se define el término "organización no gubernamental", aunque está en la mente de todos que este ámbito responde al mundo de las ONGs. Así, las dos formas de organizarse dentro del Tercer Sector que están reguladas en la legislación de nuestro país son las fundaciones y las asociaciones.

Artículo 2. Concepto. 1. Son fundaciones las organizaciones constituidas sin fin de lucro que, por voluntad de sus creadores, tienen afectado de modo duradero su patrimonio a la realización de fines de interés general. 2. Las fundaciones se rigen por la voluntad del fundador, por sus Estatutos y, en todo caso, por la Ley. (Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones. «BOE» núm. 310, de 27/12/2002.)

Cuadro 2 Definición de Fundación

Artículo 2. Constitución y fines.

1. Las asociaciones se constituyen mediante acuerdo de tres o más personas físicas o jurídicas legalmente constituidas, que se comprometen a poner en común conocimientos, medios y actividades para conseguir unas finalidades lícitas, comunes, de interés general o particular, y se dotan de los estatutos que rigen el funcionamiento de la asociación.

2. Los beneficios obtenidos por las asociaciones, derivados del ejercicio de actividades económicas, incluidas las prestaciones de servicios, deberán destinarse, exclusivamente, al cumplimiento de sus fines, sin que quepa en ningún caso su reparto entre los asociados, ni entre sus cónyuges o personas con análoga relación de convivencia, ni entre sus parientes, ni su cesión gratuita a personas físicas o jurídicas con interés lucrativo.

(Ley 4/2006, de 23 de junio, de Asociaciones de Andalucía. BOJA nº 126 de 03/07/2006)

Cuadro 3 Definición de Asociación

Si bien ambas comparten este espacio o esfera de la sociedad civil organizada, persiguen fines de interés general, carecen de ánimo de lucro y se organizan en torno a unos estatutos. Se diferencian en la manera de constituirse y de funcionar o ser dirigidas (ver tabla 1). Mientras que las asociaciones requieren un mínimo de tres personas, las fundaciones les basta una sola. Las asociaciones se organizan en torno a la junta directiva que se debe a la asamblea, por el contrario, las fundaciones se orientan por su patronato que es controlado por el Protectorado de Fundaciones dependiente del Ministerio de Cultura. También existen otros aspectos de gestión que las diferencian dado que permite, en el caso de las fundaciones, una mayor adecuación cuando existe cierto patrimonio o un número importante de personas contratadas. Esto ha motivado en algunas ocasiones, la transición de algunas organizaciones de la figura jurídica de "asociación" a la de "fundación" como por ejemplo en Andalucía ha ocurrido con la fundación Sevilla Acoge, la fundación "Agua de Coco" en Granada, la fundación NOESSO en Almería, etc.

Tabla 1. Comparativa entre la constitución y el funcionamiento de asociaciones y fundaciones

Constitución	Asociación	Fundación
Miembros necesarios para su constitución:	Mínimo tres personas	Uno o más fundadores
Tipo de documento e inscripción:	Documento público o privado. Inscripción de carácter declarativo	Escritura pública. Inscripción de carácter constitutivo
Patrimonio mínimo inicial:	0 euros	30.000 euros

Funcionamiento	Asociación	Fundación
Órganos mínimos:	Dos órganos mínimos: Junta Directiva y Asamblea General	Un órgano mínimo: Patronato
Cargos directivos:	Cargos directivos elegidos por la Asamblea. gratuitos o retribuidos	Patronos designados por el fundador, gratuitos
Tipo de funcionamiento y control:	Democrático. Sometimiento de la Junta a la Asamblea	Fundador decide. Patronato sometido al Protectorado

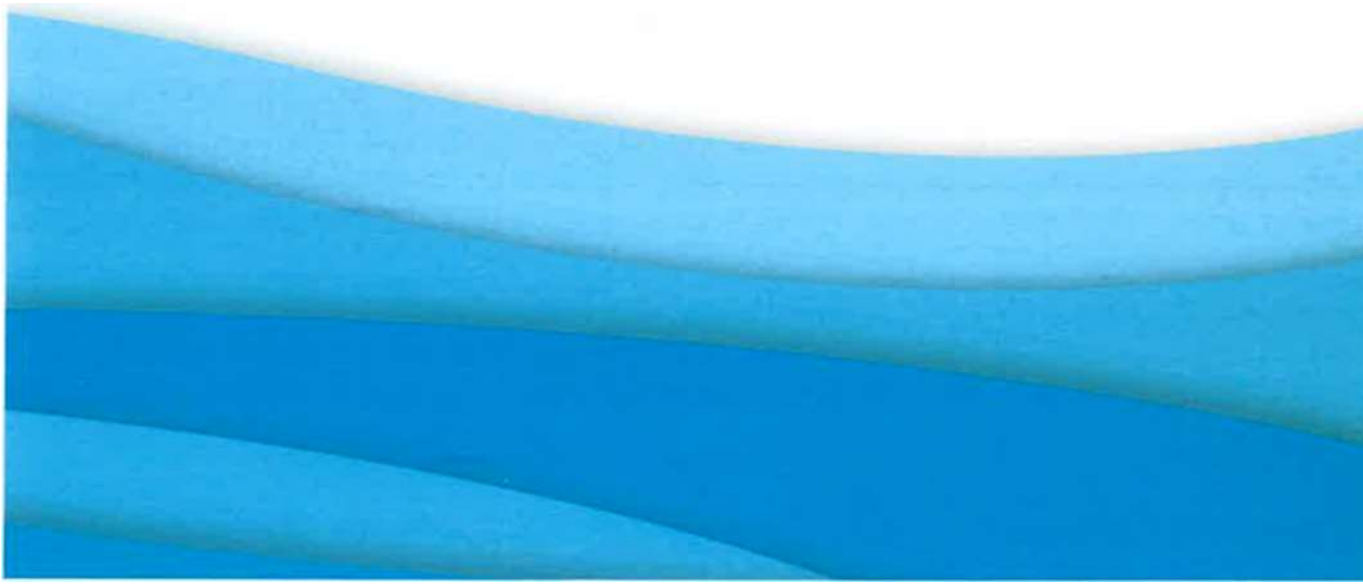
Fuente: CE Consulting Fundaciones & Asociaciones
https://www.asesoriafundacionesyasociaciones.es

Finalmente, las entidades de voluntariado son aquellas fundaciones o asociaciones que además han incorporado en sus estatutos el compromiso de desarrollar actividades y programas de voluntariado según se regula en las recientes leyes de voluntariado Estatal (Ley 45/2015) y Andaluza (Ley 4/2018). Así, si bien todas las entidades de voluntariado son fundaciones o asociaciones no todas las fundaciones y asociaciones son entidades de voluntariado. Concretamente en Andalucía existen 83.906 asociaciones (328 de utilidad pública) a 31 de diciembre 2018, por el contrario, sólo nos encontramos actualmente con 2.889 entidades de voluntariado en toda la comunidad autónoma. Además, dentro de estas entidades de voluntariado solo están constituidas bajo la forma jurídica de fundaciones 142, el resto son asociaciones.

Artículo 16. De las entidades de voluntariado.
1. Tendrán la consideración de entidades de voluntariado las personas jurídicas que cumplan los siguientes requisitos:
a) Estar legalmente constituidas.
b) Tener carácter privado y carecer de ánimo de lucro.
c) Estar integradas o contar con personas voluntarias, consideradas como el valor imprescindible en su objetivo para lograr sus fines, sin perjuicio del personal de estructura asalariado necesario para el funcionamiento estable de la entidad o para el desarrollo de actuaciones que requieran un grado de especialización concreto.
d) Desarrollar sus actuaciones mediante programas de voluntariado diseñados y gestionados en el marco de las actividades de interés general, que respeten los valores y principios establecidos en el artículo 5 y se ejecuten, entre otros, en alguno de los ámbitos recogidos en el artículo 7.
(Ley 4/2018, de 8 de mayo, Andaluza del Voluntariado. BOJA nº 91 de 14/05/2018)

Cuadro 4 Definición de entidades de voluntariado

I. PUNTO DE PARTIDA: EMPRESAS, TERCER SECTOR Y POLÍTICAS PÚBLICAS



I.PUNTO DE PARTIDA: EMPRESAS, TERCER SECTOR Y POLÍTICAS PÚBLICAS

I.1. Sociedad, empresas y responsabilidad social corporativa

Por un lado, el consumidor y ciudadano responsable, busca, elige e incluso presiona y exige que los productos y servicios de las empresas tengan mayor implicación con aquellos comportamientos y valores con los que se identifica (Peiró, 2013). Un ejemplo muy claro son los valores ambientales, donde la amplia mayoría de los andaluces anteponen el medioambiente a la economía. Según el último barómetro andaluz de diciembre de 2019 elaborado por el Centro de Estudios Andaluces, el 62% de los entrevistados está "muy de acuerdo o de acuerdo" en que el respeto al medioambiente debe tener prioridad sobre el crecimiento económico frente al 15,6% que está "en desacuerdo o muy en desacuerdo" (Centro de Estudios Andaluces, 2019).

Tabla 2. Compra de productos respetuosos con el medio ambiente entre los andaluces (2001 y 2018)

	2001 (%)	2018 (%)
Siempre, casi siempre o bastante frecuente	24,7	39,5
Lo he hecho alguna vez	34,7	31,8
No, pero estoy dispuesto	32,3	21,5
No lo he hecho ni lo haría	6,1	6,7
Ns/nc	2,2	0,5
Total	100,0	100,0

Fuente: Elaboración propia a partir del Ecobarómetro de Andalucía (EBA) 2001 y 2018.

Por otro lado, las administraciones públicas se han autoimpuesto la obligación de promocionar el consumo socialmente responsable a través de las compras verdes y socialmente responsables. Posiblemente, el mayor impulso reciente proviene de la Directiva Europea 2014/24/UE, de 26 de febrero de 2014, sobre contratación pública que se vino a transponer en la Ley 9/2017, de 8 de noviembre, de Contratos del Sector Público. En su artículo primero explicita los nuevos criterios que deben estar presentes transversalmente en la compra o contratación "*En toda contratación pública se incorporarán de manera transversal y preceptiva criterios sociales y medioambientales siempre que guarde relación con el objeto del contrato, en la convicción de que su inclusión proporciona una mejor relación calidad-precio*

en la prestación contractual, así como una mayor y mejor eficiencia en la utilización de los fondos públicos."

Estas demandas de la sociedad a través de la opinión pública y de las administraciones, junto a la mayor conciencia del propio empresariado, han estimulado y desarrollado el amplio concepto de Responsabilidad Social Corporativa o Empresarial (RSE). En el ámbito estatal, la RSE tuvo un fuerte impulso institucional y ministerial con la puesta en marcha del Consejo Estatal de Responsabilidad Social de las Empresas (CERSE) en 2008 y posteriormente con la aprobación de la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas (EERSE) en 2014. De hecho, además del Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa (ver URL: https://observatoriorsc.org/), el máximo referente sobre este tema se encuentra en el Portal de Responsabilidad Social del Ministerio de Trabajo Migraciones y Seguridad Social (ver URL: http://www.mitramiss.gob.es/es/rse) estrenado a mediados del 2017 y que alberga gran cantidad de información, iniciativas, etc. En cualquier caso, la realidad es que las empresas están jugando cada vez más un rol clave en la sociedad gracias a su capacidad de alianza para convertirse en agentes sociales de cambio con el incremento de su responsabilidad social corporativa (Fundación SERES, 2019).

"La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es la forma de conducir los negocios de las empresas que se caracteriza por tener en cuenta los impactos que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la sociedad en general." (Observatorio de RSC 2014, p. 5)

Cuadro 5 Definición de Responsabilidad Social Corporativa.

Los escasos resultados visibles y problemas del Observatorio Andaluz de Responsabilidad Social de la Empresa (OARSE), los desactualizados informes anuales de inclusión de cláusulas sociales y ambientales, más la inexistencia de un único departamento o Consejería en la Junta de Andalucía del que dependan las actuaciones relacionadas con el fomento de la RSE, al encontrarse distribuidas entre varias Consejerías y Agencias, hace muy complejo tomarle el pulso a la realidad de la RSE en la comunidad autónoma andaluza. En este sentido, el portal de la Responsabilidad Social del Ministerio se convierte en una valiosa fuente de información al elaborar una síntesis de las actuaciones llevadas a cabo desde la Junta de Andalucía:

> "*el Acuerdo del Consejo de Gobierno, por el que se impulsa la incorporación de cláusulas sociales y ambientales en los contratos de la Comunidad Autónoma de Andalucía, que recogerán estipulaciones dirigidas a lograr objetivos de política social, ética y medioambiental que garanticen oportunidades de*

empleo, trabajo digno, inclusión social, igualdad de oportunidades, conciliación familiar, comercio ético y respeto al medio ambiente, entre otros. También se vienen realizando actuaciones de impulso de la RSE como las relacionadas con la inserción laboral, el refuerzo de la sostenibilidad ambiental y social (a través del Fondo -reembolsable- de Economía Sostenible en Andalucía), concertación de recomendaciones para la incorporación a la negociación colectiva de cuestiones relacionadas con la igualdad y la conciliación, impulso específico de la RSE para autónomos, economía social y emprendedores, fomento de la formulación de planes de igualdad y conciliación y promoción de la adopción de buenas prácticas ambientales y voluntariado ambiental" (El Portal de Responsabilidad Social del Ministerio de Trabajo Migraciones y Seguridad Social)

I.2. Situación del Tercer Sector y entidades de voluntariado con relación a las empresas

Unas de las claves estratégicas y enseñas del Tercer Sector en la última década ha sido el "trabajo en red", que se ha traducido en enriquecedoras experiencias de intervención colectiva en los territorios y en procesos de coordinación más allá de las federaciones o confederaciones que agrupan a entidades del mismo ámbito o especialidad. Así uno de los logros más importantes en estos años en esta esfera de la sociedad civil organizada fue la constitución en enero de 2012 de la Plataforma de Tercer Sector compuesta, actualmente, por una veintena de organizaciones que representan a su vez a unas 30.000 entidades entre asociaciones y fundaciones, 645.000 personas empleadas y cerca de millón y medio de personas voluntarias. Una de las veinte actuales y que fue una de las siete fundadoras es la Plataforma de Voluntariado Estatal (PVE) donde a su vez pertenece la Plataforma Andaluza de Voluntariado. En el tercer y último plan estratégico del Tercer Sector de Acción Social 2017-2021 donde colabora la PVE se cita en numerosas ocasiones a las empresas en relación con los siguientes objetivos o medios para conseguirlos (Plataforma de ONG de Acción Social, 2017):

- Cooperar con otros actores (universidad, centros de investigación, empresas) para explorar y desarrollar iniciativas conjuntas orientadas a la innovación social.
- Participar en espacios de emprendimiento e innovación de los ámbitos tecnológico y empresarial.
- Sensibilizar a la población para incrementar donaciones, aportación de cuotas, crowdfunding, etc., y a las empresas para intensificar su compromiso con acciones y proyectos sociales.

- Influir en las políticas de las empresas a la hora de decidir hacía dónde orientar su responsabilidad social corporativa y sus códigos éticos.

En cualquier caso, las propias entidades del Tercer Sector en el informe de seguimiento de 2019 definen su relación con las empresas como la "*asignatura pendiente*" sobre la que queda mucho por intensificar y trabajar. Sin embargo, el plan estratégico señala concretamente algunos ejemplos o buenas prácticas consolidadas que viene a señalar como inspiradoras o de las que extraer enseñanzas para futuras alianzas con empresas:

- El sello Bequal, promovido por el CERMI, que se otorga a empresas que han incorporado políticas que favorecen la inclusión de las personas con discapacidad (ver URL: http://www.bequal.es/)
- La Campaña por la X Solidaria en la que participan varias empresas. (ver URL: https://www.xsolidaria.org/)
- Los centros especiales de empleo o las empresas de inserción, la mayoría promovidas por entidades del sector (ver URL: https://www.aceca.es/centros-especiales-de-empleo)

Desde el otro lado, la propia Confederación de Empresarios de Andalucía (CEA) ha elaborado una *guía para impulsar las relaciones entre el Tercer Sector y las empresas* (CEA, 2015), donde se apuntan algunas vías tradicionales para establecer relaciones entre empresas y el Tercer Sector como donaciones dinerarias, donaciones en especie y servicios, programas de voluntariado corporativo, captación de fondos entre los empleados y captación de fondos entre los clientes. Pero además de estos instrumentos clásicos centrados en lo meramente económico, apunta otros novedosos y de interés para una perspectiva prospectiva como son: la cartera de inversiones sociales, alianzas, socios de conocimiento e innovación en acción social.

En resumen, la situación actual de las relaciones entre entidades del Tercer Sector y voluntariado con las empresas ha caminado y evolucionado desde la hostilidad, la desconfianza y desconocimiento hacia la conciencia de la necesidad de colaboración en un inicio basado en el patrocinio y mecenazgo, pero con el objetivo de buscar alianzas estratégicas (Abenoza, Carreras y Sureda, 2015). También la realidad identifica según la "Encuesta a ONG y empresas" que las entidades del Tercer Sector buscan prioritariamente financiación y las empresas persiguen aportar valor social en sectores y lugares donde actúan. En este contexto colaborativo y declaración de intenciones las experiencias reales se tornan bastante más pobre si extrapolamos los datos del estudio llevado a cabo en Cataluña donde solo el 13% de las empresas realizó algún tipo de acción de patrocinio o mecenazgo (Cámara de Comercio de Barcelona, 2015).

Si se analiza las fuentes de financiación del Tercer Sector y su evolución (Plataforma de ONG de Acción Social, 2020) se constata una disminución de veinte puntos porcentuales de los recursos públicos en la última década, mientras que los

recursos propios no han parado de crecer y la financiación privada sigue una senda creciente tras tocar fondo con la crisis en 2010 (ver tabla 3). El desglose del tipo de financiación privada permite comprobar que las empresas han tenido un crecimiento muy importante en los últimos años del 4,1% (2008) al 14,7% (2018) aunque su peso sigue siendo como se decía muy discreto. La conclusión a la que llega la fundación PwC (2018) en su reciente estudio sobre la radiografía del Tercer Sector en España apunta a que estas organizaciones encaran un conjunto de retos (sostenibilidad del modelo financiero, cumplimiento normativo y controles internos, medición de resultados, reputación, estrategias digitales) que a su vez se convierten en oportunidades para profundizar en sus relaciones con las empresas y sector privado.

Tabla 3. Evolución de los tipos de financiación del Tercer Sector de Acción Social en España

Tipo de Financiación	**2018**	**2013**	**2010**	**2008**
PÚBLICA	41,4	55,3	60,0	61,3
PROPIA	32,6	25,3	21,8	14,8
PRIVADA	26,0	19,4	18,2	23,9
TOTAL	100,0	100,0	100,0	100,0
PRIVADA	**2018**	**2013**	**2010**	**2008**
Personas físicas	43,4	21,2	23,2	75,9
Empresas	14,7	13,1	10,8	4,1
Fundaciones	11,4	17,8	13,0	2,8
Obras Sociales	19,5	36,3	43,9	12,7
Otra	11,0	11,6	9,1	4,5
Total	100,0	100,0	100,0	100,0

Fuente: Plataforma de ONG de Acción Social, 2020.

I.3. Políticas públicas sobre voluntariado y relaciones con las empresas

Las entidades de voluntariado eran tradicionalmente reacias a que se legislara o se regulara sobre una actividad que como su propio nombre indica nace de la voluntad libre de cada cual (Fernández Prados, 2009). Así, la primera ley Estatal de Voluntariado no llega hasta el año 1996 y en Andalucía en 2001, posteriormente, el propio sector propició y demandó una segunda generación de leyes que perfilara mejor los ámbitos nuevos, tareas y programaciones, participantes y menores, limitación de acceso, etc. De esta manera, aparece una segunda oleada de leyes sobre voluntariado en el ámbito Estatal 2015 y en Andalucía 2018 donde aparecen junto a las entidades del Tercer Sector y de voluntariado, las administraciones públicas y las empresas como actores a la hora de promover el voluntariado. Concretamente, en la exposición de motivos de la Ley Andaluza de Voluntariado se señala que "*Esta ley supone un refuerzo importante en un momento en el que cada día más crece la conciencia de responsabilidad social, por eso amplía el ámbito de actuación de la acción voluntaria y favorece que pueda promoverse en otros ámbitos como las Administraciones públicas o las empresas y universidades*". La Plataforma del Voluntariado de España (2018) recuerda que las empresas no son entidades de voluntariado y que no pueden funcionar como tal. No obstante, pueden promover y participar en programas de voluntariado, siempre que las actuaciones sean de interés general, se incluyan en algunos ámbitos del voluntariado y se respeten los valores y principios de la acción voluntaria.

Pero más allá de las dos generaciones de leyes estatales y autonómicas, las empresas aparecen citadas y relacionadas con el sector del voluntariado y la participación ciudadana cada vez de manera más explícita y con mayor implicación. En la primera ley andaluza de voluntariado de 2001 se estableció el Consejo del Voluntariado en Andalucía (Decreto 279/2002, de 12 de noviembre) que se vino a regular un año más tarde y donde figuran dos representantes de las organizaciones empresariales. Más recientemente, las empresas son consideradas por la ley andaluza de participación ciudadana de 2017 una entidad más, y la última ley de voluntariado andaluz, anima a las empresas a promover el voluntariado entre sus empleados, en coordinación con las entidades de voluntariado (ver tabla 4.)

La realidad de esta declaración de intenciones recogidas en las leyes se concreta en los diferentes planes andaluces de voluntariado. En el IV, último y vigente, se presentan dos medidas reales y concretas, un premio y un convenio. El "premio Confederación de Empresarios de Andalucía de Responsabilidad Social Empresaria" y el "Convenio de colaboración con el tejido empresarial andaluz en el marco de ejercicio de la responsabilidad social de las empresas" obtienen un presupuesto total 40.000€ durante cuatro años (2017-2020) en un contexto presupuestario de cerca de 47 millones de euros. Por tanto, cabe señalar que los

recursos destinados en este plan resultan escasos para una de las pocas dimensiones del cuestionario de diagnóstico que el movimiento asociativo y de voluntariado andaluz suspende ("La relación con empresas por parte de mi entidad de voluntariado es…" 4,7 de media). El trabajo efectivo en red entre los distintos sectores, la regulación del mecenazgo y un impulso del voluntariado corporativo, con las medidas y medios suficientes, quedan como tareas pendientes señaladas por la legislación y escasamente desarrolladas en el plan (ver tabla 4).

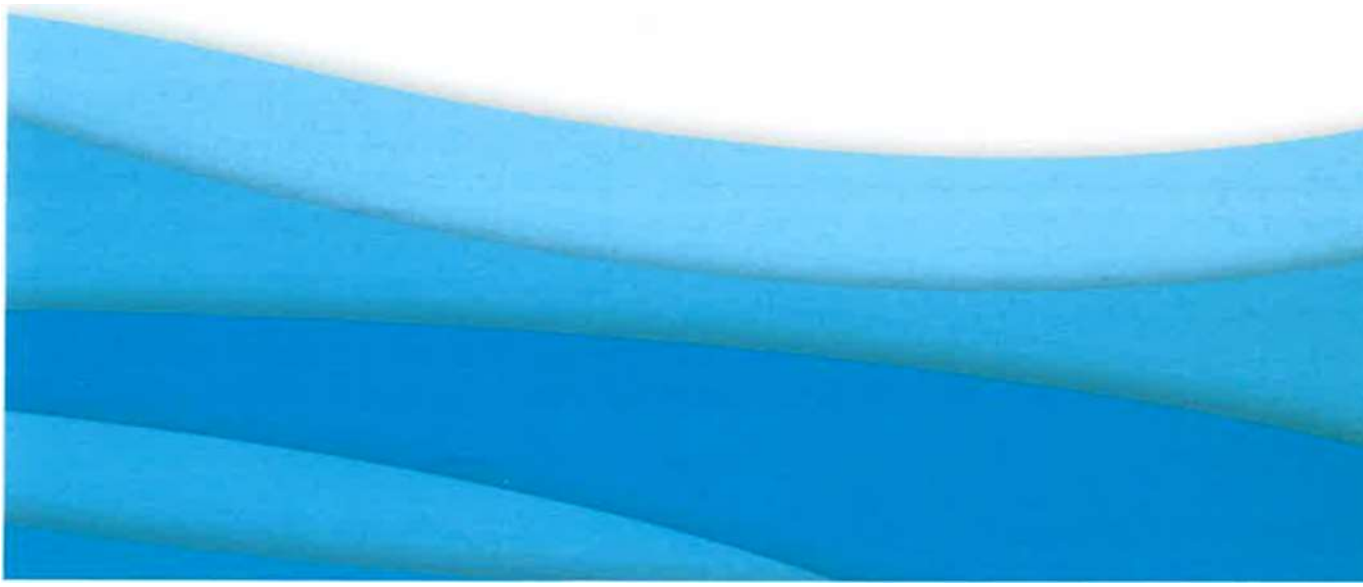
Tabla 4. Políticas y leyes sobre voluntariado y empresa.

Políticas y leyes	Articulado destacado o relacionado con la empresa.
Decreto 279/2002, de 12 de noviembre, por el que se regulan la organización y funcionamiento de los Consejos del Voluntariado en Andalucía	Artículo 6. Composición. 1. El Consejo Andaluz del Voluntariado estará entre otros por "Dos vocales en representación de las organizaciones empresariales de ámbito andaluz, en los términos establecidos en el artículo 25.3 de la Ley 7/2001, de 12 de julio."
Ley 43/2015, de 9 de octubre, del Tercer Sector de Acción Social	Artículo 6. Entre las medidas de fomento de las entidades del Tercer Sector de Acción Social de ámbito estatal están la de "c) Fomentar la diversificación de las fuentes de financiación, especialmente mejorando la normativa sobre mecenazgo e impulsando la responsabilidad social empresarial. m) Potenciar y facilitar las iniciativas de cooperación entre empresas y entidades del Tercer Sector de Acción Social.

Políticas y leyes	Articulado destacado o relacionado con la empresa.
Ley 45/2015, de 14 de octubre, de Voluntariado	Artículo 17. De las Administraciones públicas. Apartado g) El impulso del trabajo en red y de la creación de espacios y herramientas de colaboración en sus respectivos territorios, que permitan una relación continuada y fluida con las organizaciones sociales, empresariales, sindicatos más representativos y las universidades y cualesquiera otras entidades e instituciones públicas o privadas que puedan tener incidencia en el voluntariado. Artículo 20. Medidas de fomento del voluntariado. Apartado 2. Las Administraciones públicas y las empresas o instituciones privadas podrán promover y facilitar, de acuerdo con la legislación laboral o de empleo público y con pleno respeto a lo acordado en la negociación colectiva, la adopción de medidas de reducción o adaptación de la jornada laboral, suspensiones de la relación laboral con reserva de puesto de trabajo o interrupciones de la prestación retribuidas o no, para que los trabajadores por cuenta ajena o empleados públicos, puedan ejercer sus labores de voluntariado
Ley 7/2017, de 27 de diciembre, de Participación Ciudadana de Andalucía	Artículo 6. El derecho a la participación ciudadana. 3. A efectos de esta ley, tienen la consideración de entidades de participación ciudadana: d) Las organizaciones sindicales, empresariales, colegios profesionales y demás entidades representativas de intereses colectivos.
Ley 4/2018 de 8 de mayo, Andaluza del Voluntariado	Artículo 27. Medidas de fomento del voluntariado. [Participar, promover y facilitar…] Artículo 28. De la promoción del voluntariado desde las empresas. [Regular la conciliación con el voluntariado, promover programas de voluntariado con entidades, formalizar el voluntariado de los trabajadores...]
IV Plan Andaluz de Voluntariado 2017-2020	Eje de promoción [firmar convenios, impulsar RSC,]; Eje de la innovación [incentivar las buenas prácticas]

Fuente: Elaboración propia.

ESTUDIO DE LAS NECESIDADES Y DEMANDAS DEL VOLUNTARIADO EN ANDALUCÍA HACIA LAS EMPRESAS



II. ESTUDIO DE LAS NECESIDADES Y DEMANDAS DEL VOLUNTARIADO EN ANDALUCÍA HACIA LAS EMPRESAS

Se hace necesario abundar en la realidad existente, las necesidades de las entidades de voluntariado y especialmente en las buenas prácticas en el territorio andaluz y otras prácticas innovadoras que podrían servir de guía para llevar a cabo estrategias y experiencias concretas en un futuro. De esta manera el punto de vista de las organizaciones del voluntariado resulta imprescindible para caminar hacia una corresponsabilidad social y una colaboración o alianza exitosa.

II.1. Introducción: entidades de voluntariado en Andalucía

En Andalucía existen, según el registro de entidades de voluntariado, 2.886 organizaciones de las cuales 142 son fundaciones y el resto asociaciones.

En la tabla 5. se presenta una ratio de entidades por población alcanzándose para el total de Andalucía 2,9 organizaciones por cada 1.000 habitantes y destacando por provincias Málaga con 5 y Córdoba con 4,2. Aunque la provincia de Sevilla tenga la ratio más baja (2,2) alberga el 30,6% de todas las entidades de voluntariado andaluzas.

Tabla 5. Registro General de Entidades de Voluntariado por provincias (01/02/2020)

Provincia	Entidades de Voluntariado	Población	Entidades de Voluntariado por 1.000 hab.
Almería	248	716.820	2,9
Cádiz	511	1.240.155	2,4
Córdoba	188	782.979	4,2
Granada	282	914.678	3,2
Huelva	201	521.870	2,6
Jaén	242	633.564	2,6
Málaga	330	1.661.785	5,0
Sevilla	884	1.942.389	2,2

Provincia	Entidades de Voluntariado	Población	Entidades de Voluntariado por 1.000 hab.
Total	2.886	8.414.240	2,9

Fuente: Registro General de Entidades de Voluntariado

La realidad de entidades de voluntariado en Andalucía es muy diversa no sólo territorialmente, sino también en el tamaño de las entidades, su actividad e impacto social, sus áreas de actuación, etc. En ese último aspecto, los ámbitos mayoritarios son los sociales y educativos seguidos de la salud y la cultura (ver tabla 6). En cualquier caso, cabe recordar que dentro de esta heterogeneidad de organizaciones algunas puede estar vinculada a varias áreas de actuación.

También encontramos diversidad en el tipo de población destinataria del voluntariado, aunque predominan los jóvenes y menores en más del 40% de las entidades. Con respecto al perfil de los voluntarios, las mujeres andaluzas son mayoría con el 55,2%. Si tenemos en cuenta que la Junta de Andalucía estima que existen 463,963 personas voluntarias para el total de la comunidad autónoma, repartidos entre 2.886 entidades, obtenemos unos 160 voluntarios por organización de media. No obstante, entidades como Cruz Roja o Cáritas ya superan ampliamente esa media por sí solas.

Tabla 6. Entidades de Voluntariado en Andalucía por áreas de actuación (01/02/2020)

Área social	1.533
Consumo	64
Cooperación internacional	230
Cultura	644
Deporte	349
Educación	1.384
Medio ambiente	401
Promoción igualdad entre hombres y mujeres	458
Salud	708
Otros	166

Fuente: Registro General de Entidades de Voluntariado

La Plataforma Andaluza de Voluntariado (PAV) se constituye en 1999 y en la actualidad está formada por ocho plataformas o redes provinciales. Representa la entidad con personalidad jurídica propia que además de sus objetivos de coordinación, formación, apoyo técnico e investigación, actúa como interlocutora entre las entidades del voluntariado y el resto de actores sociales,

administraciones públicas y privadas, etc. (más información URL: http://www.voluntariadoandaluz.org)

- Plataforma Andaluza de Voluntariado. Delegación Sevilla Avda. Esperanza de Triana nº 33 41010 Sevilla. Sede de Málaga C/ Corregidor Francisco de Molina nº 1 Málaga 29006 España Teléfono: 952 60 12 91
- Plataforma de Voluntariado Social de Sevilla 954 34 73 14 plataforma@voluntariadosevilla.es
- Plataforma de voluntariado de Córdoba 95 745 47 17 plataforma@voluntariadodecordoba.org
- Red Provincial de voluntariado de Jaén redlienzosjaen@gmail.com
- Plataforma Onubense de Voluntariado- "Voluntaonuba" voluntariadodehuelva@gmail.com
- Plataforma de voluntariado de Cádiz 695 319 928 cadiz@voluntariadoandaluz.org
- Plataforma de voluntariado de Málaga 952 21 18 21 info@voluntariadomalaga.org
- Plataforma de voluntariado de Granada 95 811 28 25. 600 96 81 81 administracion@plataformavoluntariadogranada.org
- REVAL, Red de Entidades de Voluntariado de Almería 950 101 315 revalmeria@gmail.com

Cuadro 6 Relación de Plataformas de voluntariado en Andalucía

II.2. Objetivos

- Conocer la realidad y situación en Andalucía sobre las relaciones voluntariado-empresa.
- Detectar las necesidades y demandas del sector del voluntariado hacia las empresas.
- Identificar buenas prácticas en las relaciones voluntariado-empresa en Andalucía.

II.3. Metodología

La metodología empleada estaría basada eminentemente en técnicas cualitativas tanto para el tratamiento documental como para las entrevistas en profundidad y cuestionario semiestructuradas que girarían en torno a los tres objetivos.

Las fases del estudio comprenderían una primera dedicada a la revisión de la literatura y de toma de contacto, una segunda de entrevistas en profundidad sobre una serie de buenas prácticas seleccionadas y finalmente una tercera etapa para

redactar los resultados del estudio en el que se haría especial énfasis en recopilar necesidades y experiencias exitosas:

Primera fase: Toma de contacto, revisión de la literatura y detección de necesidades.

En esta primera fase se trata de revisar la bibliografía o literatura convencional existente en las principales bases de datos y la otra literatura gris o semipublicada que normalmente quedan en folletos, documentos, informes, revistas de asociaciones, etc. que contengan información y experiencias sobre el tema de estudio.

Además, se han entrevistado a los responsables, coordinadores o representantes de la Plataforma Andaluza de Voluntariado, las redes o plataformas provinciales y algunos observatorios relacionados con el tema siguiendo como guion los objetivos del trabajo prospectivo. De esta manera, las entrevistas han procurado recoger información, por un lado, de las necesidades y potencialidades de colaboración entre empresas y voluntariado y, por otro, de las realidades y buenas prácticas que los responsables de redes de entidades de voluntariado provinciales han detectado y destacado.

Segunda fase. Entrevistas en profundidad y registro detallado de buenas prácticas.

En esta segunda fase se han recogido buenas prácticas o experiencias exitosas de colaboraciones o alianzas entre empresas y entidades de voluntariado. La detección de estas será una información que conoceremos de la mano de los presidentes, coordinadores o responsables de las distintas plataformas o redes provinciales en Andalucía, las redes sociales y literatura o bibliografía revisada. Para el análisis se utiliza el software NVIVO 12.

Tercera fase. Redacción del informe.

Básicamente, el informe o memoria final contiene la información recogida siguiendo el guion de los tres objetivos principales.

- Realidad de las relaciones entre empresas y entidades de voluntariado en Andalucía enmarcándolas dentro de las nuevas leyes y documentos establecidos por las propias organizaciones del Tercer Sector del voluntariado. Relevantes en este sentido documentos e informes como: *Relación entre las Entidades de Acción Voluntaria (EAV) y las Empresas*; *Relación empresa-voluntariado. Bajo la nueva ley de voluntariado; Análisis Prospectivo sobre los retos actuales y futuros del Tercer Sector de Acción Social en España*, etc.

- Necesidades y demandas del sector del voluntariado hacia las empresas detectadas por los responsables de las plataformas y redes provinciales, así como por los observatorios y documentos e informes elaborados por diferentes fuentes. En este caso se entresacará los textos más destacados de las entrevistas para llevar a cabo una síntesis de las ideas y conclusiones principales en este apartado.
- Conclusiones. En este apartado hemos tratado de elaborar un conjunto de recomendaciones y sugerencias fruto de la revisión y trabajo de campo realizado en los anteriores epígrafes para mejorar las relaciones y colaboraciones futuras entre empresas y entidades de voluntariado en Andalucía.

II.4. Resultados

Finalmente se ha logrado contactar y realizar 7 entrevistas a representantes de 6 plataformas locales de voluntariado (Cádiz, Granada, Málaga, Jaén, Huelva y Almería) y de la Plataforma Andaluza. Están ausentes dos de las plataformas provinciales al encontrarse en fase de reconstitución o renovación de cargos directivos. En todos los casos, salvo en Granada, se han llevado a cabo las entrevistas con algún miembro de la junta directiva que estuviera al tanto de la realidad de las relaciones entre empresas y entidades de voluntariado (ver tabla 7.). A cada uno de ellos se les administró un cuestionario sencillo de cuatro preguntas que recoge los objetivos del estudio y los detalles del procedimiento explicitado más arriba (ver anexo).

Tabla 7. Identificación de informantes

	Plataformas provinciales de voluntariado	Cargo: (Código)
	Plataforma Voluntariado Cádiz http://www.plataformavoluntariadogranada.org/	Junta directiva: (E1)
	Plataforma Voluntariado Granada http://www.plataformavoluntariadogranada.org/	Técnico: (E2)

	Plataformas provinciales de voluntariado	Cargo: (Código)
	Plataforma Voluntariado Málaga http://voluntariadomalaga.org/	Junta directiva: (E3)
	Plataforma Onubense Voluntariado – Voluntaonuba https://www.facebook.com/pages/category/Social-Service/Plataforma-Onubense-del-Voluntariado-VoluntaOnuba-647400899013325/	Junta directiva: (E4)
	Red de Entidades de Voluntariado Almería – REVAL http://www.revalmeria.org	Junta directiva: (E5)
	Red provincial Voluntariado Jaén – LIENZOS https://www.facebook.com/RedLienzos	Junta directiva: (E6)
	Plataforma Andaluza de Voluntariado http://www.voluntariadoandaluz.org	Junta directiva: (E7)

Fuente: Elaboración Propia

En base a la información obtenida del protocolo de la entrevista, se procede a la categorización de la información y se realiza una codificación inductiva.

Se identificaron las siguientes subcategorías que se muestran en la Tabla de Categorización (ver tabla 8.)

Tabla 8. Tabla de Categorización

CATEGORÍA DE ANÁLISIS	Subcategorías
Tipo de relación entre entidades de voluntariado y sector empresarial	Negativa
	Positiva
Demandas de las entidades de voluntariado	Espacios de colaboración
	Financiación
	Implicación
Buenas prácticas	Voluntariado
	Patrocinio de proyectos
	Desconocimiento

CATEGORÍA DE ANÁLISIS	Subcategorías
Perspectivas futuras	Promoción del diálogo entre entidades de voluntariado y tejido empresarial
	Transformación organizacional
	Alianza ODS

Fuente: Elaboración propia

La información recogida se ha relacionado con cuatro grandes ejes:

A. Tipo de relación entre entidades de voluntariado y sector empresarial
B. Demandas de las entidades de voluntariado
C. Buenas prácticas
D. Perspectivas futuras

Con el propósito de ofrecer una comprensión general de las opiniones de las personas entrevistadas, se exponen los discursos más representativos en las distintas codificaciones de cada una de las cuatro grandes categorías. Así, presentamos los aspectos más destacados basados en las opiniones mayoritarias de los discursos de nuestros informantes.

A. Tipo de relación entre entidades de voluntariado y sector empresarial

- Opinión negativa sobre la relación entre entidades de voluntariado y sector empresarial.
- Diferencia entre el tipo de relación que existe y el ideal que proyectan las entidades de voluntariado.
- Las limitaciones de recursos de las empresas como factor clave en el modelo de colaboración entre entidades de voluntariado y sector empresarial.
- Las entidades de voluntariado reclaman mayor duración temporal en la colaboración.
- Las entidades de voluntariado se cuestionan los valores éticos del tipo de relación actual.
- Señalan la instrumentalización de las entidades de voluntariado con fines mercantilistas y comerciales.

Cuadro 7. Tipo de Relación entre entidades de Voluntariado y sector empresarial. Resultados principales.

Los resultados de las entrevistas muestran que nuestros informantes tienen una opinión negativa sobre la relación entre entidades de voluntariado y el sector empresarial. Los discursos evidencian carencias y elementos de mejora en el tipo de relación actual.

> *"En general la relación de las entidades con las empresas la consideramos débil. Existen algunas experiencias de trabajo conjunto entre ellas, pero cuestiones muy puntuales"* (E4).

> *"La relación es escasa"* (E6).

> *"La relación entre entidades de voluntariado y tejido empresarial en Granada es pobre. Es cierto, que las entidades más grandes tienen establecidas relaciones por proyectos como planes de empleo y colaboran, pero las entidades con una estructura más pequeña lo tienen muy difícil"* (E2).

El modelo de colaboración que describen las personas entrevistadas visibiliza la diferencia entre lo que se hace y lo esperado. Algunas de las lógicas predominantes que limitan esta colaboración se vinculan con los recursos que disponen las empresas, donde se presupone que las "*grandes empresas*" tienen más medios. Por tanto, la disponibilidad de recursos de las empresas sería un factor que modula el modelo de colaboración.

Las entidades de voluntariado reclaman una duración temporal más amplia de la colaboración, pero también interpelan el propósito de la relación entre entidades.

> *"La relación entre entidades de voluntariado y el sector empresarial es aún muy virgen, se desconoce el potencial que pueden aportarnos las empresas a las entidades y viceversa. Las relaciones que surgen son puntuales, inestables y en muchas ocasiones carentes de ética y sin dar respuesta a las demandas de las entidades, sino a las de la propia empresa"* (E5).

> *"Mi impresión es que es parecida a la relación existente entre la empresa y el Tercer Sector, que más bien tiende a que la empresa (entre ellas fundaciones financieras) están intentado "lavar su cara" más allá de la responsabilidad social corporativa. Hasta hace muy poco, sólo las grandes corporaciones empresariales, les dedicaban un minuto o un pequeño presupuesto a esta relación y siempre dentro de su área de marketing y no en el área social"*(E1).

Este modelo de colaboración estaría basado en cierto mercantilismo, donde las entidades esperan obtener un beneficio económico. En este sentido las entidades de voluntariado se instrumentalizan como agentes integrados en la lógica mercantil y comercial de los planes de marketing de las empresas. Por el contrario, los relatos de nuestros informantes expresan el deseo de un modelo de relación más cooperativo, apoyado en la ayuda mutua y la corresponsabilidad social de las entidades empresariales y materializado en acciones concretas. Vinculado con esto, nuestros informantes expresan las siguientes demandas.

B. Demandas de las entidades de voluntariado

- Fortalecimiento de espacios de colaboración para favorecer el diálogo y dotar de instrumentos y recursos a las entidades de voluntariado.
- La financiación como demanda principal de las entidades de voluntariado hacia el sector empresarial.
- Integrar las relaciones con las entidades de voluntariado dentro de la visión y los objetivos de las empresas.
- Institucionalizar procesos formales que faciliten a los/as trabajadores/as una participación en acciones de voluntariado.

Cuadro 8. Demandas de las entidades de voluntariado. Resultados principales.

Las personas entrevistadas coinciden en un elemento transversal basado en el fortalecimiento de los espacios de colaboración entre las entidades de voluntariado y el sector empresarial. La promoción de estos espacios supone la base para construir relaciones comunes y compartidas.

> *"Por supuesto favorecer espacios de coordinación entre entidades y empresas debería ser el primer paso para trazar el camino conjuntamente"* (E7).

> *"Relaciones estables que permitan conocer y empatizar con la realidad de las entidades"* (E5).

Los informantes indican que estos espacios de colaboración pueden instrumentalizarse no sólo para compartir estrategias comunes sino además para compartir recursos.

> *"También se necesita en muchas ocasiones compartir recursos (personales, espacios, aprendizaje de la experiencia de las empresas, etc.)"* (E2).

> *"Poner a disposición de las entidades sociales espacios de forma puntual para la realización de actividades"* (E6).

Estas demandas están vinculadas a la dotación de instrumentos y recursos para ejercer la acción voluntaria de las entidades. En esta línea, se destaca la colaboración como estrategia para fortalecer la formación y el voluntariado. Al tejido empresarial se le reconoce como un sector con una sólida trayectoria. Esto supone una oportunidad de aprendizaje para las entidades de voluntariado que actúan en espacios más concretos y con menos recursos. En este sentido se demanda, también, la participación de sus empleados/as como voluntariado en las acciones que realizan las entidades.

> *"Aprovechar la experiencia de la empresa y de sus empleados en formación para las ONGs"* (E2).

> *"Colaborar con nosotros de voluntarios en algunas actividades"* (E3).

Las personas entrevistadas visualizan la necesidad de incrementar los recursos de las entidades de voluntariado. Por ello existe un consenso generalizado y significativo en señalar la financiación como la demanda prioritaria hacia el tejido empresarial.

> *"La principal demanda de las Entidades de voluntariado hacía el tejido empresarial es la financiación"* (E2).

> *"Recursos materiales, económicos"* (E5).

> *"Colaborar con nosotros económicamente o con entrega de ropa, juguetes, plantas…"* (E3).

> *"Donar los excedentes de producción o establecer una mínima partida adicional de productos o servicios destinados a entidades sociales, o las personas que colaboran o forman parte de ellas"* (E6)

La financiación se entiende como la vía para ejecutar los fines de las entidades de voluntariado. Los recursos humanos y materiales permiten a estas entidades desarrollar acciones de voluntariado de mayor impacto.

> *"No cabe duda que el sector empresarial tiene un gran papel hacia las asociaciones de voluntariado en tanto en cuanto a través de ellas se pueden convertir en protagonistas y actores de la transformación social que la sociedad está exigiendo a través de la MESA DEL TERCER SECTOR, y que será quien suministre los fondos necesarios para que las asociaciones de voluntariado en todos su ámbitos (social, internacional de cooperación al desarrollo, ambiental, cultural, deportivo, educativo, socio sanitarios, ocio y tiempo libre, comunitario, protección civil, online/virtual, digital y consumo) puedan llevar a cabo su labor"* (E1).

Nuestros informantes consideran que esta financiación promueve un voluntariado planificado desde la propia entidad. Por lo que no quedarían sujetos a desarrollar actividades condicionadas por los criterios de las administraciones públicas. La financiación de las empresas impactaría en una mayor planificación de necesidades y un mejor funcionamiento de los programas de las entidades de voluntariado.

> *"el apoyo financiero da independencia y capacidad de ejecución para poder desarrollar una intervención social integral y de calidad, donde los profesionales puedan realizar una intervención técnica basada en la objetividad y el bienestar social".* (E4).

Se evidencia que la financiación juega un papel central para las organizaciones de voluntariado. Las entidades manifiestan la necesidad de apoyo económico del sector empresarial para fortalecer un escenario donde las organizaciones de voluntariado puedan ejecutar sus proyectos entre la comunidad y la ciudadanía con mayor garantía y calidad. No obstante, las personas entrevistadas advierten que la realidad actual está bastante alejada de este modelo de colaboración. Para incorporar estas dinámicas es necesario que el sector empresarial asuma las

relaciones con las entidades de voluntariado como parte integral de la visión, los objetivos y la estructura de sus organizaciones.

> *"Se les demanda desde el Tercer Sector, su implicación creando en su organigrama (si no existiera) un departamento que hiciera un seguimiento del impacto que esa entidad está teniendo en la sociedad que le rodea debido a su acción de promoción o dinamización del voluntariado y los recursos que para ello está destinando" (E1).*

La integración de la colaboración en las organizaciones empresariales también busca institucionalizar procesos formales que faciliten a los/as trabajadores/as una participación en acciones de voluntariado.

> *"Dar a conocer entre sus empleados el voluntariado (comprometido, continuo, formado...) y que favorezcan jornadas laborales que les permitan incorporarse a una entidad"* (E5).

> *"Permitir a los trabajadores que lo requieran realizar en horario laboral, una o dos horas al mes de voluntariado en alguna entidad con la que la empresa, tenga convenio"* (E6).

Las organizaciones de voluntariado desarrollan tres demandas clave al sector empresarial:

- Profundizar en las relaciones como una manera de conocerse mejor y planificar propuestas que añadan valor a ambas, empresa y organización.
- Aumentar la financiación económica y los recursos materiales.
- Crear medidas que faciliten y favorezcan la participación de los empleados en acciones de voluntariado.

C. Buenas prácticas

- Se visualiza la importancia de buenas prácticas relacionadas con la financiación de proyectos, pero se ejemplifican, principalmente, las ejecutadas por entidades financieras.
- La materialización de las buenas prácticas de las empresas se desarrolla principalmente en colaboración con organizaciones sin ánimo de lucro.
- Las áreas de actuación de buenas prácticas de las empresas son diversas. Predominan acciones de carácter social asistencial, culturales y

medioambientales.
- Es significativo la dificultad que tiene una parte de las personas entrevistadas, que pertenecen a entidades de voluntariado, para identificar ejemplos de buenas prácticas.

Cuadro 9. Buenas prácticas. Resultados principales

El análisis del contexto actual requiere poner de manifiesto las buenas prácticas que señalan las entidades de voluntariado. Las personas entrevistadas evidencian en sus discursos sobre buenas prácticas ejemplos que financian proyectos pero que, principalmente, están ejecutados por entidades financieras.

"Ejemplo claro de entidades colaborando con las asociaciones de voluntariado son las fundaciones financieras que han creado su propio departamento de voluntariado acercando a sus empleados a asociaciones que directa o indirectamente reciben fondos de la matriz. Como gran ejemplo muy extendido son las colaboraciones que las asociaciones de voluntariado en el ámbito sociosanitario (discapacidad o disfuncionalidad) tiene a través de la federación FEGADIS, en la provincia. Tenemos que hacer alusión a convocatorias de empresas medianas que como MONTESIERRA, y otras más que hacen en la provincia para financiar algún proyecto de tipo social. Podríamos citar otras empresas de la provincia que destinan algún fondo a participar en la ejecución de proyectos de intervención en la provincia a través de las asociaciones de voluntariado" (E1).

"La Caixa, nos subvencionaba algunos proyectos, llevamos tres años que no nos aprueban ninguno. La Caja Rural del Sur, nos ayuda con el Día internacional del voluntariado y con algunas subvenciones de proyectos que le hemos presentado. Estamos a la espera de que nos apruebe el de este año" (E3).

Las entidades de voluntariado reflejan que las buenas prácticas están vinculadas a las acciones que se realizan desde los movimientos sociales organizados, principalmente organizaciones sin ánimo de lucro. Se destacan aquellas actuaciones de carácter más asistencial y material.

> *"En cuanto a destacar convenios entre empresas y entidades de voluntariado, el ejemplo más claro es la del BANCO DE ALIMENTOS DE CÁDIZ, por su estrecha relación con sociedades muy fuertes en la provincia"* (E1).

> *"Donación de alimentos próximos a caducidad para comedores sociales a través de Empresas como Mercadona"* (E4).

Los ejemplos de buenas prácticas resaltados por nuestros informantes también intentan dar respuesta a objetivos globales que necesariamente requieren de la implicación de la sociedad en general. Por ejemplo, los asociados a la lucha contra el cambio climático y el cuidado del medioambiente y, por otro lado, actividades de carácter cultural.

> *"Empresa FOREDUNES, difusión en los Centros Educativos del Corto Infantil -Capitán Canalea-, dirigido a sensibilizar al alumnado infantil sobre la captura de marisco de talla pequeña y mantenimiento del fondo marino a través del reciclaje"* (E4).

> *"Apoyo y fomento al mantenimiento y arraigo de tradiciones y fiestas locales a través de comisiones de fiestas"* (E4).

> *"UNICAJA, nos facilita la entrada a algunos partidos jugados en Málaga, a algunos colectivos de asociaciones, como discapacidad física o intelectual"* (E3).

Resulta especialmente significativo la dificultad que expresan las personas entrevistadas para identificar ejemplos de buenas prácticas[1].

> *"Voluntariado de la Caixa. No conozco otras para considerarlas como buenas prácticas" (E2).*

[1] El informante E5 no contesta a esa cuestión.

"Personalmente no conozco ninguna" (E6).

Estos resultados ponen en valor la necesidad de impulsar y visibilizar este tipo de experiencias para que sean conocidas por los agentes implicados y por la sociedad civil y, además, puedan ser replicadas en diferentes contextos.

D. Perspectivas futuras

- El futuro se representa desde una visión trasformadora de la realidad actual.
- Se requiere una transformación organizacional de las empresas.
- Se proyecta un escenario ideal donde prima el diálogo entre entidades de voluntariado y el tejido empresarial.
- Se identifican posibles alianzas a partir de los ODS.

Cuadro 10 Perspectivas futuras. Resultados principales

La situación descrita por las personas entrevistadas exige reflexionar sobre las perspectivas futuras. En este sentido, las entidades de voluntariado mantienen una lógica argumental con el tipo de relación que describen y las demandas planteadas a las organizaciones empresariales. La panorámica que proyectan los informantes pivota en dos grandes ejes. Por un lado, la transformación organizacional de las empresas y, por otro, la promoción del diálogo.

"No preveo ningún fututo distinto al que hasta ahora mantenemos" (E3).

"A no ser que se tomen medidas de fomento a través de las cuales las empresas se involucren en mayor medida en las acciones sociales, como por ejemplo las mencionadas anteriormente, las empresas tenderán a cubrir el cupo de "Responsabilidad Social Corporativa", pasando por alto

el valor que como agentes económicos pueden llegar a tener en la sociedad" (E6).

"Los trabajadores como agentes de cambio social (…). En las empresas debe haber un cambio sistémico, de co-creación, transversal a toda la empresa y no solo palpable en la RSC u otras líneas concretas de trabajo" (E5).

Se sostiene la necesidad de un cambio de modelo integral y estructural. Las entidades de voluntariado consideran clave este hecho para propiciar un futuro distinto al actual. El resultado esperado con la transformación organizacional es doble: integrar el compromiso de las empresas con las entidades de voluntariado y dotar del correspondiente valor social que pueden, y deben, llegar a tener las empresas.

Con ello se establecen objetivos comunes, impulsados por la participación de ambos agentes y construidos desde la gestión colectiva, no solo de las instituciones sino de las personas que las conforman.

"Se debe incorporar el cambio desde la propia plantilla (…). Crear espacios de encuentro entre entidades y empresas para poner en conocimiento mutuo, necesidades, demandas, fortalezas… y de ahí crear redes y sinergias donde todos sumemos" (E5).

Por tanto, el futuro se representa desde una visión trasformadora de la realidad actual que impacta en la empresa, pero también en las entidades de voluntariado. Esto crea un escenario futuro de cooperación y coordinación. Se trataría de una colaboración planificada, consensuada en la toma de decisiones, compartida en la responsabilidad y fortalecida en cuanto a su impacto social.

"*Creo que el futuro es que las entidades y las empresas se sienten a hablar, a definir un mismo idioma, y poner sobre la mesa las diferentes oportunidades que unas y otras pueden ofrecerse. Las entidades son expertas en conocer las necesidades sociales, son las que están cerca de las situaciones que necesitan de intervención, aunque en la mayoría de los casos cuentan con escasos recursos para alcanzar sus objetivos. Sin embargo, las empresas cuentan con esos recursos (en su amplia definición) pero no tiene un conocimiento profundo de las principales carencias que puedan existir en la sociedad.*

Por lo tanto, creo que la tendencia debe ser casar los intereses de unos y otros para establecer lazos de trabajo conjunto y coordinación, buscando el punto en común de ambos agentes" (E7).

La propuesta futura de las entidades de voluntariado conecta con la realización de una transformación desde dentro hacia afuera. Un cambio progresivo en las organizaciones que motive nuevas alianzas que a su vez impacten positivamente en la sociedad. Como ejemplo, se señala la oportunidad de construir esta propuesta con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

"El futuro de la relación del Tercer Sector con el sector empresarial creo que va encaminada al fortalecimiento por los compromisos que tienen que asumir el presente y futuro como actores principales a ejecutar la consecución de los objetivos de desarrollo sostenible" (E1).

Las tendencias futuras que deben emerger, y que señalan desde las organizaciones de voluntariado, obedecen a una necesaria hibridación organizativa que repercuta, en gran medida, en favor de los retos fijados en la Agenda 2030 de Desarrollo Sostenible.

II. 5. Conclusiones y síntesis del estudio

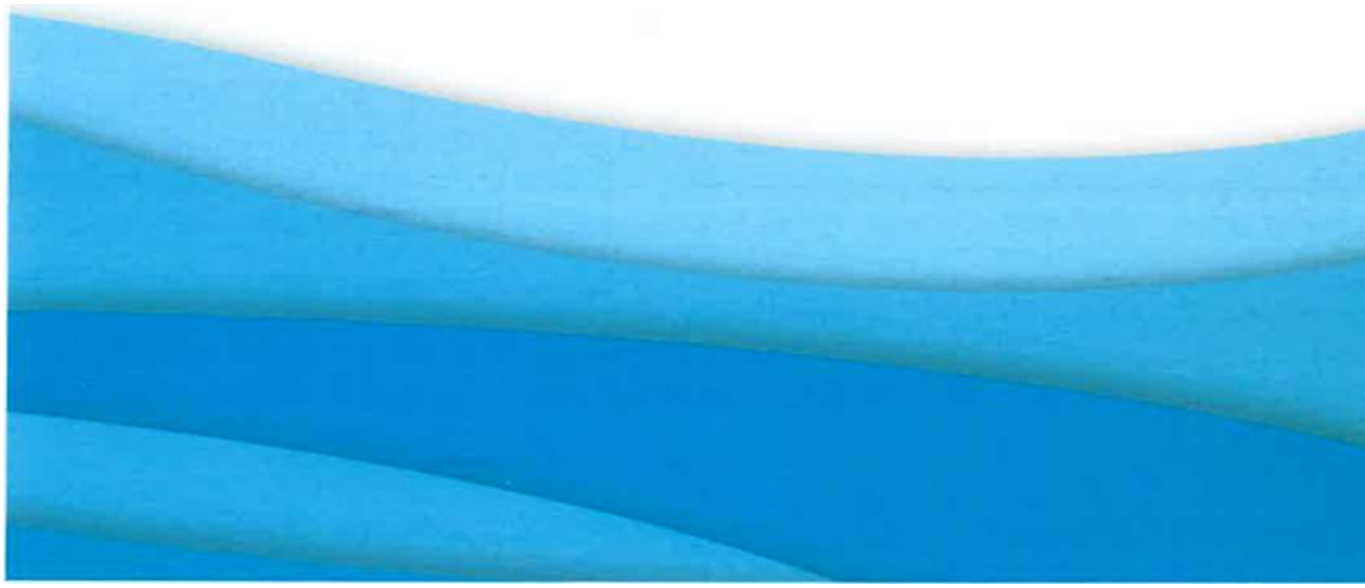
Tabla 9. Síntesis global de resultados

TIPO DE RELACIÓN ENTRE ENTIDADES DE VOLUNTARIADO Y EMPRESAS	DEMANDAS DE ENTIDADES DE VOLUNTARIADO
• Opinión negativa sobre la relación entre entidades de voluntariado y sector empresarial. • Diferencia entre el tipo de relación que existe y el ideal que proyectan las entidades de voluntariado. • Las limitaciones de recursos de las empresas como factor clave en el modelo de colaboración entre entidades de voluntariado y sector empresarial. • Las entidades de voluntariado reclaman	• Fortalecimiento de espacios de colaboración para favorecer el diálogo y dotar de instrumentos y recursos a las entidades de voluntariado. • La financiación como demanda principal de las entidades de voluntariado hacia el sector empresarial. • Integrar las relaciones con las entidades de voluntariado dentro de la visión y los objetivos de las empresas. • Institucionalizar procesos formales que
• mayor duración temporal en la colaboración. • Las entidades de voluntariado se cuestionan los valores éticos del tipo de relación actual. • Señalan la instrumentalización de las	• faciliten a los/as trabajadores/as una participación en acciones de voluntariado.

TIPO DE RELACIÓN ENTRE ENTIDADES DE VOLUNTARIADO Y EMPRESAS	DEMANDAS DE ENTIDADES DE VOLUNTARIADO
entidades de voluntariado con fines mercantilistas y comerciales.	

BUENAS PRÁCTICAS	PERSPECTIVAS FUTURAS
• Se visualiza la importancia de buenas prácticas relacionadas con la financiación de proyectos, pero se ejemplifican, principalmente, las ejecutadas por entidades financieras. • La materialización de las buenas prácticas de las empresas se desarrolla principalmente en colaboración con organizaciones sin ánimo de lucro. • Las áreas de actuación de buenas prácticas de las empresas son diversas. Predominan acciones de carácter social asistencial, culturales y medioambientales. • Es significativo la dificultad que tiene una parte de las personas entrevistadas, que pertenecen a entidades de voluntariado, para identificar ejemplos de buenas prácticas.	• El futuro se representa desde una visión trasformadora de la realidad actual. • Se requiere una transformación organizacional de las empresas. • Se proyecta un escenario ideal donde prima el diálogo entre entidades de voluntariado y el tejido empresarial. • Se identifican posibles alianzas a partir de los ODS.

II. PROSPECTIVAS: TENDENCIAS, OPORTUNIDADES Y SUGERENCIAS PARA EL FUTURO



III. PROSPECTIVA: TENDENCIAS, OPORTUNIDADES Y SUGERENCIAS

Las conclusiones del estudio sobre la visión que tienen los responsables de las plataformas provinciales y andaluzas de voluntariado sobre el camino a seguir en las relaciones futuras de las entidades y las empresas (ver tabla 9.) apuntan dos cuestiones muy relevantes:

- La necesidad de un cambio estructural en las empresas que ofrezca mayor cabida al compromiso de sus trabajadores y que incorpore la innovación también para su Responsabilidad Social Corporativa
- El impulso de una colaboración planificada convirtiéndose ambas partes en aliadas para incrementar y multiplicar el impacto social, en este sentido los Objetivos de Desarrollo Sostenible se convierten en una oportunidad para construir Alianzas Estratégicas.

Estas conclusiones se han convertido en otros estudios previos en retos que vienen a coincidir en lo esencial, como por ejemplo cuando Rodríguez y Marbán (2015) en su análisis prospectivo del Tercer Sector, señalan la necesidad de cómo se conecta y colabora de manera autónoma y eficaz con la empresa; o en el caso de la radiografía del Tercer Sector de PwC (2018) afirman que se debe potenciar las relaciones con empresas y Administraciones Públicas con el objetivo de que las entidades del sector se conviertan en un *partner* estratégico.

A continuación, se van a desarrollar las dos conclusiones del estudio profundizando en estas tendencias y poniendo en valor experiencias y sugerencias que podrían ayudar a concretarlas y hacerlas realidad en un futuro.

III.1. Más allá de la Responsabilidad Social Corporativa: innovación social y empresarial.

A. Innovación a través del emprendimiento social, el intraemprendimiento social y las cadenas híbridas de valor.

La concepción tradicional de la *Responsabilidad Social Corporativa* queda reflejada en las palabras del expresidente de la CEOE José María Cuevas (2006, p. 4):

> "*Además hay que recordar que no sería deseable que la promoción de acciones bajo el marco de la llamada responsabilidad social de la empresa hiciera olvidar que la principal responsabilidad y deber de la empresa a corto plazo es la de crear riqueza y valor añadido para garantizar su propia supervivencia y sólo a partir de esta premisa la empresa puede afrontar a medio y largo plazo su contribución a fines de interés general como son el crecimiento económico, empleo y bienestar social, con el pleno respeto de los marcos legales existentes*".

El *Emprendimiento Social* vino a revolucionar esta visión anexa o secundaria de la responsabilidad social corporativa, mediante un enfoque disciplinar y colaborativo, desarrollando iniciativas innovadoras, eficientes y replicables con el objetivo de producir un cambio estructural y sostenido en el tiempo que permita resolver los grandes problemas sociales actuales. Así, la Fundación Ashoka, la mayor red de emprendedores sociales del mundo, destaca tres cualidades que lo caracterizan: innovación o maneras diferentes de solucionar un problema, estrategia no prefijada motivada por la pasión, y un impacto que pueda provocar un cambio social a gran escala. Para el emprendimiento social, la responsabilidad social corporativa no es un añadido, sino que estaría ubicado en su propio ADN, su manera de actuar y su misión La diferencia principal entre el emprendimiento social y la empresa socialmente responsable radica en que mientras que el primero tiene un objetivo primordial de impacto social, la segunda tiene como objetivo primario la obtención de rentabilidad.

Una de las modalidades del emprendimiento social consiste en el *Intraemprendimiento Social o Emprendimiento Social Corporativo* que parafraseando la definición de José Manuel Vega (2006) podríamos entender como aquella colaboración entre un emprendedor social y su empresa, que le permite desarrollar proyectos propios, independientemente de su puesto de trabajo, de cuyo resultado a veces surge un proyecto comercial con impacto social. El Centro Internacional Santander Emprendimiento elaboró con un equipo de investigadores un informe (Cachón et al. 2017) donde se lleva a cabo un diagnóstico de la realidad del emprendimiento corporativo o intraemprendimiento en España. En este

trabajo se concluye con algunas recomendaciones para su implantación como, por ejemplo, la implicación de los órganos de dirección, su incorporación en los planes estratégicos, la consideración de apuesta a largo plazo, el diseño a medida de programas, la dotación de personal con conocimientos, etc.

Otra de las variantes del emprendimiento social que está explorando la Fundación Ashoka junto a la Fundación Seres son las *Cadenas Híbridas de Valor* en los encuentros "Seres Compartiendo". El objetivo consiste en buscar alianzas rentables con claro impacto social donde las empresas aportan su estructura consolidada y el emprendedor social aborda así una necesidad presente en la sociedad.

En este contexto, han aparecido multitud de fundaciones que están impulsando de una manera u otra el Emprendimiento Social: Fundación Ashoka, Fundación SERES, Fundación EVERIS, Fundación máshumano, Fundación Tomillo, Fundación Fernando Pombo, etc. (ver Fuentes Web). Sin embargo, el referente más claro sobre Emprendimiento Social, porque se constituyó con ese fin, es la Fundación Ashoka; no solo por ser la mayor red de emprendedores sociales en el mundo (3.500) en España (41) y una solo en Andalucía, sino porque ha desarrollado las otras variantes mencionadas: el intraemprendimiento social en su red de Empresas Changemakers; las cadenas híbridas de valor en su red de Alianzas Changemakers.

B. Institucionalización del Voluntariado corporativo.

El informe 2013 del Observatorio de Voluntariado Corporativo advertía del crecimiento del Voluntariado Corporativo, especialmente entre las compañías con más de 500 trabajadores donde el 70% de las empresas lo desempeñaban. Otra característica del voluntariado corporativo que se desprendía de este informe consistía en que la mitad de este tipo de voluntariado guardaba relación con la línea de negocio de la empresa. Un estudio más reciente sobre el voluntariado en las empresas del IBEX 35 (Mañas-Viniegra, 2018) identifica en el 74% de los casos programas de voluntariado corporativo, incidiendo en su auge y en que la mitad de las experiencias aproximadamente están centradas en la actividad empresarial.

A este contexto de voluntariado corporativo en aumento en grandes empresas, las políticas públicas y la reciente legislación promocionan y animan a las empresas a facilitarlo aún más para que se pueda conciliar con el desempeño laboral. En definitiva, solo cabe esperar que las experiencias de las grandes empresas en voluntariado corporativo se vayan trasladando, extendiendo y generalizando a las pequeñas y medianas.

El voluntariado corporativo ofrece un abanico de al menos doce beneficios o mejoras percibidas por los trabajadores y que van desde la flexibilidad, satisfacción, orgullo de pertenencia, integración, innovación, fortaleza, empatía, autoestima, anti-estrés, *networking*, empleabilidad y desarrollo personal (ver

infografía URL https://www.voluntare.org/wp-content/uploads/2018/07/Voluntarios10.pdf). A lo que habría que añadir el punto de vista de la empresa para la que supone un aumento de su reputación e impacto social positivo en las comunidades locales. De esta manera, el voluntario corporativo se convierte en el mejor embajador de la empresa para su entorno social más próximo.

Las oportunidades de colaboración de trabajadores con entidades de voluntariado a través del voluntariado corporativo abarcan una amplia suerte de demandas relacionadas con la gestión profesional cada vez más necesaria. Por ejemplo, la Ley de Voluntariado dice que se debe implementar mecanismos de control, seguimiento y evaluación de los programas de voluntariado que desarrolle la entidad (Título I, Artículo 7 de la Ley 45/2015). La Plataforma del Voluntariado de España (2019) aconseja que esta evaluación la realice una empresa independiente para lograr unas conclusiones fiables que permitan mejorar procesos y evolucionar en los resultados.

La red de voluntariado corporativo "Voluntare" publicó en 2017 un informe sobre las tendencias e innovación en este tipo de voluntariado (Voluntare, 2017) que resulta una herramienta de gran valor para aquellas empresas que vayan a planificar decisiones estratégicas sobre programas de voluntariado corporativo. También editó otra publicación sobre Voluntariado Profesional y Pro-Bono (Voluntare, 2018) que permite alinear armónicamente el voluntariado corporativo con la estrategia empresarial. Además, en otra publicación más reciente ha explorado las posibilidad y facilidades que supone relacionar el voluntariado corporativo con las nuevas tecnologías, haciendo acopio de una recopilación de buenas prácticas de voluntariado para la innovación socio-tecnológica y de voluntariado online (Voluntare, 2019).

C. Regulación y generalización del patrocinio y mecenazgo.

En el informe elaborado por la Fundación PwC se analiza la evolución de la financiación del Tercer Sector en los últimos años, se señalan algunos retos y augura que se espera un crecimiento del 4,7% entre 2018 y 2022 hasta alcanzar los 12.872 millones de euros y superar, en términos reales, los niveles de inversión previos a la crisis. Este crecimiento vendrá impulsado más por las aportaciones del sector privado que del público.

Las plataformas y redes de voluntariado inciden en la necesidad de conseguir una nueva ley de Mecenazgo que promueva o facilite no solo las donaciones o aportaciones de las empresas, sino que también estimule las donaciones individuales a través de incentivos fiscales más atractivos. Entre otras razones porque existe un consenso en la literatura especializada sobre la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los

incentivos fiscales al mecenazgo, a la que se considera desfasada y que coloca a España lejos del nivel de deducciones fiscales de otros países de nuestro entorno.

Uno de los logros recientes de la plataforma del Tercer Sector ha sido conseguir que se establezca una casilla en la declaración de Impuestos de Sociedades por la cual, la empresa destina el 0,7% a subvencionar proyectos de las ONG (ver URL: https://www.plataformaong.org/x-empresa-solidaria.php). No cabe duda de que resulta un medio para que la colaboración económica se institucionalice, sea sencilla y generalizable a todo tipo y tamaño de empresa. Este logro va alineado con la propuesta del catedrático Javier Quesada a la hora de entender el mecenazgo de las empresas como un porcentaje sobre los beneficios destinados a la actividad filantrópica. Además esta actividad puramente filantrópica se convierte en ayuda desinteresada frente al patrocinio en el que se persigue un retorno para mejorar la imagen de la empresa (Quesada, J. 29 noviembre 2018 5 días http://cincodias.elpais.com/cincodias/2018/11/29/companias/1543491379_599427.html)

En este punto, merece como mínimo una referencia el crecimiento que está teniendo el micromecenazgo que ha venido a regularse en la Ley 5/2015, de 27 de abril, de fomento de la financiación empresarial en su título V donde se establece por primera vez un régimen jurídico para las plataformas de financiación participativa, dando cobertura a las actividades comúnmente denominadas como «crowdfunding». Las entidades del Tercer Sector y voluntariado recurren cada vez más a esta modalidad de financiación para proyectos concretos utilizando para ellos diferentes plataformas online. Según el último informe de Universo Crowdfunding (2018) aumentó más de un sesenta por ciento entre los años 2016 y 2017, resulta recomendable visitar su página web por la gran cantidad de recursos que ofrece (ver URL: https://www.universocrowdfunding.com/). Cabe reseñar también algunas modalidades y experiencias recientes como la Bolsa Social (ver URL: https://www.bolsasocial.com/) que se presenta como una plataforma para invertir en proyectos con impacto social y que los viene a vincular también con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS).

III.2. Hacia Alianzas Estratégicas y los ODS

A. Promoción de espacios para la innovación y creación de Alianzas Estratégicas.

Tal vez uno de los anhelos más importantes de las entidades del Tercer Sector en sus relaciones con las empresas y viceversa sea alcanzar Alianzas Estratégicas, es decir, transformar las colaboraciones puntuales y limitadas a la filantropía o caridad en colaboraciones basadas en relaciones a largo plazo que tengan un gran impacto social sobre los problemas de las comunidades locales.

En los últimos años están surgiendo un importante número de experiencias promovidas fundamentalmente por entidades del Tercer Sector que pretenden crear espacios donde tengan cabida procesos que permitan idear Alianzas Estratégicas con la participación tanto de organizaciones voluntarias como empresariales. En la tabla 10. Se presentan media docena de eventos de todo tipo (Encuentros anuales, Jornadas puntuales, cursos de verano, etc.) entre los que cabe destacar por su trayectoria de tres años los encuentros promovidos por la Fundación Hazloposible denominados "*Ingoodcompanies*" y la reciente jornada organizada por la Asociación Encuentros del Sur titulada *Voluntacorp* celebrada en Huelva el presente año.

Todas estas actividades tienen un objetivo semejante a las "incubadoras de empresas" o "*Startup Incubation*" donde entidades del Tercer Sector y empresariales diseñan colaboraciones que perduren en el tiempo, sostenibles como proyectos y con gran impacto social, es decir, Alianzas Estratégicas. En el último encuentro "*Ingoodcompanies*" se dieron cita no solo ONG y empresas sino también emprendedores, administraciones públicas, entidades educativas y de economía social para explorar propuestas innovadoras y alianzas en torno al cumplimiento de los ODS concretamente con el objetivo número 17 "Revitalizar la Alianza Mundial para el Desarrollo Sostenible". Cabe destacar esta experiencia también por impulsar y dar cabida no solo en grandes entidades del Tercer Sector sino en cualquier tipo de entidad y tamaño.

Tabla 10. Experiencias de espacios de encuentro entre entidades de voluntariado y empresas

Experiencias (Link)	Descripción
Ingoodcompanies https://www.hazloposible.org/ingoodcompanies	Espacio anual organizado por la Fundación HazloPosible de encuentro entre empresas, ONG, administraciones públicas, entidades educativas y emprendedores sociales en torno a los retos y oportunidades de crear alianzas para el cambio.
Redcreactiva https://www.redcreactiva.org/	La Red CreActiva es un espacio de referencia nacional e internacional de encuentro para compartir y transferir conocimiento y nuevas prácticas en materia de Emprendimiento e Innovación Social mediante metodologías innovadoras que permitan a entidades y personas jóvenes promover un impacto social positivo.
Talento solidario https://talentosolidario.org/	La Fundación Botín creo hace diez años el programa Talento solidario dirigido a impulsar el fortalecimiento del sector social prestando ayuda a ONG pequeñas y/o medianas con el objetivo de contribuir a que sean más eficientes, sostenibles y con mayor impacto social.
Voluntacorp https://fundacioncajasol.com/events/mesa-de-experiencias-sobre-voluntariado/	Jornada organizada por Asociación Encuentros del Sur. Inauguración a cargo de Rosario Torres, Directora General de Ciudadanía y Voluntariado, Juan Manuel Carvajal, presidente de la Asociación Encuentros del Sur, y Matilde Valdivia, delegada de la Fundación Cajasol en Huelva (31 de enero 2020.)
Cursos de Verano UAL http://www2.ual.es/cverano/	Acaba de aprobarse la cuarta edición del curso de verano dedicado al emprendimiento social en la UAL que surge de la colaboración estrecha entre profesores universitarios y la asociación A Toda Vela y en la que colabora la red Ashoka, a celebrar en julio 2020. http://www2.ual.es/cverano/oferta-de-cursos/curso/81/emprendimiento-social-hacia-comunidades-sostenibles

Fuente: Elaboración propia.

B. Sinergias y Alianzas Estratégicas en pro de los ODS.

Los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) fueron adoptados por los líderes mundiales el 25 de septiembre de 2015 para afrontar los retos globales como la erradicación de la pobreza, la protección del planeta y la prosperidad para todos en el marco de una nueva Agenda de Desarrollo Sostenible 2030. Es decir, los desafíos globales requieren la participación conjunta de todos los actores y sectores gubernamentales, privados, sociedad civil y ciudadanía, trabajando en pro de unos mismo objetivos y metas.

Durante estos primeros cinco años los diferentes actores y sectores de la sociedad se han alineado para afrontar la Agenda 2030 de diferentes maneras, mediante observatorios, portales web, programas, planes estratégicos, guías y publicaciones de todo tipo con la intención de adaptar y protocolizar la implementación de los ODS a su ámbito. Así en la tabla 11, se puede observar una relación de iniciativas y recursos en España relacionado con diferentes sectores como el gubernamental, empresarial, Tercer Sector y universitario.

Tabla 11. Actores-Sectores e Iniciativas-Recursos sobre los ODS

Actor (sector)	Iniciativa o recurso
Naciones Unidas (gubernamental)	Red Española del Pacto Mundial https://www.pactomundial.org/
Secretaría de Estado para la Agenda 2030. (gubernamental)	Portal del Alto Comisionado para la Agenda 2030 https://www.agenda2030.gob.es/
Junta de Andalucía (gubernamental)	Estrategia Andaluza de Desarrollo Sostenible 2030 https://www.juntadeandalucia.es/organismos/sobre-junta/planes/detalle/150292.html
Fondo Andaluz de Municipios para la Solidaridad Internacional (FAMSI) (gubernamental)	Portal web con información y recursos sobre 'Localización de los ODS' en el ámbito municipal andaluz http://www.odslocalandalucia.org
Confederación Española de la Pequeña y Mediana Empresa, CEPYME (empresarial)	Guía para pymes ante los Objetivos de Desarrollo Sostenible https://www.cepyme.es/wp-content/uploads/2019/11/Gu%C3%ADa-para-pymes-ante-los-ODS.pdf El sector privado ante los ODS. Guía práctica para la acción https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2016/09/Guia_ODS_online.pdf

Actor (sector)	Iniciativa o recurso
Confederación de Empresarios de Andalucía (empresarial)	Observatorio Empresarial para la consecución de la Agenda 2030 https://www.cea.es/oeca/oeca/ Guía sobre las sinergias entre los ODS y el Voluntariado Corporativo https://cea.es/ods/directorio
Plataforma ONG de Acción Social (Tercer Sector)	Las ONG ante los Objetivos de Desarrollo Sostenible https://www.plataformaong.org/recursos/242/guia-las-ong-ante-los-objetivos-de-desarrollo-sostenible
CAONGD (Tercer Sector)	#CódigoODS Reiniciando el planeta https://caongd.org/codigoods/
Cibervoluntarios (Tercer Sector)	Ideaton https://ideaton.org/?page_id=461
Naciones Unidas (Universidades)	Impacto Académico https://academicimpact.un.org/es
Ministerio de Transición Ecológica y Reto Demográfico (Universidades)	Cómo empezar con los ODS en las universidades. Una guía para las universidades, los centros de educación superior y el sector académico https://www.miteco.gob.es/es/ceneam/recursos/pag-web/empezar-ods-universidades.aspx

Fuente: Elaboración propia.

Cabe destacar el primer recurso que hace referencia al Pacto Mundial de Naciones Unidas (UN Global Compact) que pretende generar un movimiento internacional de empresas sostenibles y unirlas con otros actores de la sociedad civil en la línea del objetivo 17 "Alianzas para lograr los ODS". La Red Española del Pacto Mundial ha publicado en su página web una amplia y actualizada relación de material bibliográfico sobre cómo debería actuar el sector privado o empresarial para implementar los ODS como, por ejemplo: *El sector privado ante los ODS. Guía práctica para la acción* (2016); *El sector empresarial ante la Agenda 2030* (2018); *Guía para pymes ante los Objetivos de Desarrollo Sostenible* (2019); *Comunicando el progreso 2019. La integración de los ODS y los Diez Principios en las empresas españolas* (2019*); Explorando el futuro de las empresas y los derechos humanos* (2019) *y ODS, año 4. El liderazgo de las empresas españolas en la Agenda 2030 (2019).*

Otro recurso muy destacado del portal de la Red Española del Pacto Mundial es la plataforma de buenas prácticas en sostenibilidad donde entidades de todo tipo aportan sus experiencias para contribuir a la Agenda 2030, en el caso español, 254 organizaciones y 651 buenas prácticas, de las cuales 26 son en Andalucía (ver URL:

https://compactlink.pactomundial.org/plataforma-buenas-practicas-COMparte). Cada ficha de la experiencia o buena práctica recoge la empresa creadora, una descripción completa, el/los ODS al que contribuye, tipo, grupo de interés al que afecta, sector y otras prácticas relacionadas (ver cuadro 11)

Compromiso con las personas

Covirán, S.C.A. | Agosto 2019

Covirán y su Fundación, dentro del marco de nuestro compromiso con los colectivos en riesgo de exclusión, desarrollan proyectos y colaboran en eventos dirigidos a la normalización de personas con necesidades especiales en todo el territorio nacional. En concreto, en el año 2018, se ha colaborado de forma activa en 35 eventos dirigidos a la integración de personas con necesidades especiales, impactando sólo de manera directa en más de 18.000 personas.

Destacamos, entre otros actos, el patrocinio del I Congreso sobre Superación y Motivación, dirigido a personas con discapacidad, organizado por FEGRADI y COCEMFE, así como en el patrocinio del primer taller de cocina inclusiva de Granada, junto con la Universidad de Granada, la Junta de Andalucía y la asociación de arte culinario Andaluz, además de colaboraciones en eventos organizados por asociaciones como: FEAFES HUELVA, SALUD

Creador

COVIRAN

ODS a los que contribuye

10 17

Diez Principios Relacionados

DERECHOS HUMANOS

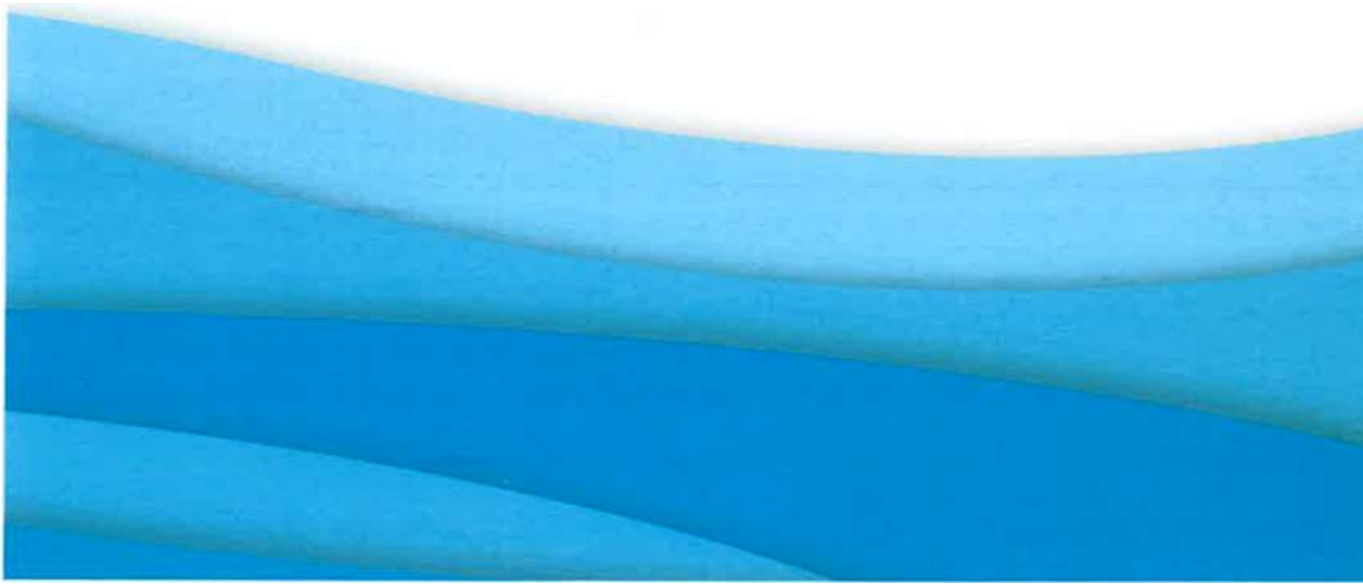
Tipo de Buena práctica

Compromiso cuantificable

Grupo de interés al que afecta

Cuadro 11 Ficha de registro de buena práctica de empresas y ODS

CONCLUSIONES, SUGERENCIAS PARA SEGUIR AVANZANDO



Conclusiones: sugerencias para seguir avanzando.

Existe un punto de partida en el contexto actual que propicia una intensificación de las relaciones entre las entidades de voluntariado y las empresas. El aumento de los consumidores responsables y de las demandas sociales hacia una mayor responsabilidad social y con su entorno, las necesidades de financiación del Tercer sector por la superación de la desconfianza mutua y, por último, un marco de políticas públicas que anima y facilita la cooperación y el trabajo en red.

Las conclusiones del estudio apuntan dos vías para afrontar y mejorar el futuro en las relaciones de los dos sectores: por un lado, transitar de una responsabilidad social externa y secundaria hacia un emprendimiento innovador y social, por otro lado, caminar de una colaboración puntual y discreta hacia el establecimiento de Alianzas Estratégicas duraderas y con gran impacto social.

De esta manera, para avanzar más allá de la responsabilidad social corporativa tradicional se han apuntado tres tendencias destacando sendas redes internacionales por sus buenas prácticas:

a) La innovación a través del emprendimiento social, intraemprendimiento social y las cadenas híbridas de valor (con la experiencia sobresaliente de la Fundación Ashoka)

b) La institucionalización del voluntariado corporativo, profesional o pro-bono, y el voluntariado tecnológico (con las buenas prácticas de la Fundación Voluntare)

c) La regulación y generalización del patrocinio y mecenazgo junto con la microfinanciación (con el asesoramiento de Universo Crowdfunding)

Igualmente, para avanzar desde las colaboraciones actuales hacia Alianzas Estratégicas en clave de los ODS se han señalado también dos tendencias junto a recursos y ejemplos concretos y referentes:

a) La Promoción de espacios para la innovación y creación de Alianzas Estratégicas (buena muestra son los encuentros *InGoodCompanies* organizados por la Fundación Hazloposible.org).

b) Las sinergias y Alianzas Estratégicas en pro de los ODS (destaca sobremanera el portal web con recursos y banco de buenas prácticas de la Red Española del Pacto Mundial).

En definitiva, Natalia Serrano, responsable de Alianzas del Instituto InnÓrbita sintetiza en una frase una tendencia que marcará el destino de ambos sectores y sirve de leitmotiv a una relación, colaboración y alianza imprescindible: “Más visión empresarial en el tercer sector, y más visión social en las empresas”.

BIBLIOGRAFÍA

BIBLIOGRAFÍA

Abenoza, S.; Carreras; I. y Sureda, M. (2015). *Colaboraciones ONG y empresa que transforma sociedad*. Barcelona: Instituto de Innovación Social, Universidad Ramón Llull. Recuperado de https://www.pwc.es/es/fundacion/assets/programa-esade-liderazgo-social-2015.pdf

Astete, S. et al. (2019). *Hacia una estrategia de desarrollo sostenible con visión 2030: Aportaciones del Foro Multiactor ODS*. Madrid: Foro Multiactor ODS. Recuperado de https://www.unicef.es/publicacion/hacia-una-estrategia-de-desarrollo-sostenible-con-vision-2030

Cachón, I. O., López, I. D. P., Salanueva, P. I., Guerrero, M., Tena, L. F. L. D., Andrés, I. S. S., … Marrón, L. R. (2017). *Emprendimiento corporativo en España. Situación y claves de la colaboración entre empresas y emprendedores para innovar y ser más competitivas. Elefantes y gacelas bailan sin pisarse. Resumen ejecutivo*. Santander: Centro Internacional Santander Emprendimiento: CISE Recuperado de https://doi.org/10.13140/RG.2.2.27847.70560

Cámara de Comercio de Barcelona (2015). *Las alianzas entre empresas e instituciones culturales*. Barcelona: Cámara de Comercio de Barcelona. Recuperado de http://www.culturayalianzas.es/wp-content/uploads/2016/03/Las-alianzas-....pdf

CEA (2015). *Guía para impulsar las relaciones entre el Tercer Sector y las empresas.* Sevilla: Confederación de Empresarios de Andalucía. Recuperado de http://www.prodetur.es/prodetur/AlfrescoFileTransferServlet?action=download&ref=1ea6608a-0bf6-4d70-b52a-4b11e04325be

CEA (2018). *Los Objetivos de Desarrollo Sostenible una oportunidad para la PYME*. Sevilla: Confederación de Empresarios de Andalucía. Recuperado de https://masempresas.cea.es/los-objetivos-de-desarrollo-sostenible-una-oportunidad-para-la-pyme/

Centro de Estudios Andaluces (2019). *Barómetro Andaluz. Estudio de Opinión Pública de Andalucía*. Sevilla: Centro de Estudios Andaluces. Recuperado de https://www.centrodeestudiosandaluces.es/barometro

Cuevas, J. M. (2006). La tribuna. *Revista de Empleo, 5*(11), 2-4. Recuperado de https://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/RevistaEmpleoNum11.pdf

Fernández Prados, J. S. (2009*). Asociacionismo y participación social en Andalucía*. Sevilla: Fundación CentrA.

https://www.centrodeestudiosandaluces.es/publicaciones/descargando/2343/documento

FEVOCAM. Relación entre las Entidades de Acción Voluntaria (EAV) y las Empresas. Recuperado de https://plataformavoluntariado.org/wp-content/uploads/2018/09/relacion-entre-las-entidades-de-accion-voluntaria-eav-y-las-empresas.pdf

Fundación SERES. (2019). *SERES, valor social. VI Informe del impacto social de las empresas*. Madrid: Fundación SERES.

Fundación Telefónica (2019). *Retrato del voluntariado en España. Tendencias, Experiencias innovadoras y cifras de un fenómeno creciente*. Madrid: Fundación Telefónica. Recuperado de https://www.fundaciontelefonica.com/cultura-digital/publicaciones/retrato-del-voluntariado-en-espana/680/

Junta de Andalucía. (2017). *IV Plan Andaluz del Voluntariado 2017-2020*. Sevilla: Junta de Andalucía. Recuperado de http://www.andaluciasana.es/PAS/links/IV_PAS_v9.pdf

Mañas-Viniegra, L. (2018). El voluntariado corporativo en la estrategia de responsabilidad social de las empresas del IBEX 35. Retos, 8(16), 19–32. https://doi.org/10.17163/ret.n16.2018.02

Masero Moreno, I., Camacho Peñalosa, M.E., Asián-Chaves, R. y Vázquez Cueto, M.J. (2017). La protección medioambiental: predicar con el ejemplo. *Revista de Estudios Andaluces, 34* (1), 1-25. Recuperado de https://idus.us.es/bitstream/handle/11441/65620/proteccion_medioambiental.pdf?sequence=1&isAllowed=y

Naciones Unidas (2015). Transformar nuestro mundo: la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible Recuperado de https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/

OVC (2013). *Informe 2013. Voluntariado Corporativo en España*. Madrid: Observatorio de Voluntariado Corporativo. Recuperado de https://www.observatoriovc.org/wp-content/uploads/2012/10/INFORME_VC_2013_web.pdf

OVC (2016). Informe 2015. Voluntariado Corporativo en Iberoamérica. Madrid: Observatorio de voluntariado Corporativo. Recuperado de https://www.observatoriovc.org/wp-content/uploads/VOL-CORP-2015_est%c3%a1ndar.pdf

Peiró Barra, A. (2013). *RSE + RSC: Las responsabilidades de la empresa y el consumidor*. Cuadernos de La Cátedra La Caixa de Responsabilidad Social de

La Empresa y Gobierno Corporativo, 18(I), 1–24. Recuperado de https://media.iese.edu/research/pdfs/ESTUDIO-274.pdf

Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2016*). El sector privado ante los ODS. Guía práctica para la acción.* Madrid: Pacto Mundial Red Española. Recuperado de https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2016/09/Guia_ODS_online.pdf

Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2018). *El sector empresarial ante la Agenda 2030.* Madrid: Pacto Mundial Red Española. Recuperado de https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2018/07/Las-empresas-espa%C3%B1olas-ante-la-Agenda-2030_def_p.pdf

Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2019). *Guía para pymes ante los Objetivos de Desarrollo Sostenible*. Madrid: Pacto Mundial Red Española. Recuperado de https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2019/12/Gui%CC%81a-para-pymes-ante-los-ODS.pdf

Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2019). *Comunicando el progreso 2019. La integración de los ODS y los Diez Principios en las empresas españolas*. Madrid: Pacto Mundial Red Española. Recuperado de https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2020/01/Comunicando-el-Progreso-2019 .pdf

Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2019). *Explorando el futuro de las empresas y los derechos humanos. Ejemplos de buenas prácticas*. Nueva York: Pacto Mundial de las Naciones Unidas. Recuperado de https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2020/02/Explorando-el-futuro-de-las-empresas-y-los-derechos-humanos.pdf

Pacto Mundial de las Naciones Unidas (2019). ODS, año 4. El liderazgo de las empresas españolas en la Agenda 2030. Madrid: Pacto Mundial Red Española. Recuperado de https://www.pactomundial.org/wp-content/uploads/2020/01/ODS-A%C3%B1o-4.pdf

Plataforma de ONG de Acción Social (2017). *III Plan Estratégico del Tercer Sector de Acción Social 2017-2021.* Madrid: Plataforma de ONG de Acción Social. Recuperado de http://www.plataformatercersector.es/sites/default/files/iii%20plan_estrategico%20extendida.pdf

Plataforma de ONG de Acción Social (2020). *El Tercer Sector de Acción Social en España 2019. Nuevos horizontes para un nuevo contexto sociopolítico.* Madrid: Plataforma de ONG de Acción Social. Recuperado de https://www.plataformaong.org/ARCHIVO/documentos/biblioteca/1580320477_informe-poas_2020.pdf

Plataforma del Voluntariado de España (2018). *Relación empresa-voluntariado. Bajo la nueva ley de voluntariado*. Madrid: Plataforma del Voluntariado de España Recuperado de https://plataformavoluntariado.org/wp-content/uploads/2018/10/relacion-empresa-voluntariado.-bajo-la-nueva-ley-de-voluntariado.pdf

Plataforma del Voluntariado de España (2019). *Manual del ciclo de gestión de las personas voluntarias. Madrid: Plataforma del Voluntariado en España*. Recuperado de https://plataformavoluntariado.org/wp-content/uploads/2019/12/mcgpv.pdf

PWC (2015). Más valor social en 2033 Nuevas oportunidades para las empresas. Madrid: Fundación PricewaterhouseCoopers. Recuperado de https://www.pwc.es/es/publicaciones/espana-2033/assets/mas-valor-social-en-2033.pdf

PWC (2018). *Radiografía del Tercer Sector Social en España: retos y oportunidades en un entorno cambiante*. Madrid: Fundación PricewaterhouseCoopers. Recuperado de https://www.pwc.es/es/publicaciones/tercer-sector/fundacion-pwc-tercer-sector-social-2018.pdf

Rodríguez Cabrero, G. y Marbán Gallego, V. (2015). *Análisis Prospectivo sobre los retos actuales y futuros del Tercer Sector de Acción Social*. Madrid: Plataforma de ONG de Acción Social. Recuperado de https://www.fresnoconsulting.es/upload/77/53/2015_analisis_prospectivo_retos_del_TSAS_parte_1_POAS.pdf

Vega, J. M. (2016). *Intraemprendedores. Reinventa tu empresa con espíritu start-up. Inspiración para empleados y empresarios*. Barcelona: Libros de Cabecera

Voluntare (2017). *Informe sobre las tendencias e innovación en el voluntariado corporativo*. Valencia: Voluntare. Recuperado de https://www.voluntare.org/wpdm-package/informe-tendencias-e-innovacion-voluntariado-corporativo/?wpdmdl=16155

Voluntare (2018). *Voluntariado Profesional y Pro Bono: diferencias, ventajas y buenas prácticas*. Valencia: Voluntare Recuperado de https://www.voluntare.org/wpdm-package/voluntariado-profesional-pro-bono-buenas-practicas/

Voluntare (2019). *Voluntariado corporativo y tecnología*. Valencia: Voluntare. Recuperado de https://www.voluntare.org/tecnologia-reto-instrumento-voluntariado-corporativo/

Universo Crowdfunding (2018). *Financiación Participativa en España 2018 Informe Anual 2018.* Recuperado de https://www.universocrowdfunding.com/wp-content/uploads/UC_Informe-anual-del-Crowdfunding-ES-EN-2018_XX92-FO2P-XZA1-32IK.pdf

Fuentes Web

El portal de la Responsabilidad Social

http://www.mitramiss.gob.es/es/rse/ sitio web que da cumplimiento a otra de las medidas fijadas como prioritarias en la Estrategia Española de Responsabilidad Social de las Empresas (EERSE) y es el corolario de la Orden Ministerial ESS/1554/2016 del pasado mes de septiembre en el que se regula el procedimiento para el registro y publicación de las memorias de responsabilidad social.

Forética

https://foretica.org/ es la organización referente en sostenibilidad y responsabilidad social empresarial.

Fundación Ashoka

https://spain.ashoka.org/ es una fundación sin ánimo de lucro, independiente y aconfesional, y no depende de ningún órgano público o privado. Fue fundada en Estados Unidos en 1981, y en España en 2005. Se ha erigido como la organización de referencia en el campo del emprendimiento social y en la actualidad cuenta con una comunidad de más de 3.500 Emprendedores Sociales y 300 Escuelas Changemaker en todo el mundo.

Fundación Compromiso y Transparencia

https://www.compromisoytransparencia.com/ (antes Fundación Compromiso Empresarial) se constituyó en el año 2007 por un grupo de profesionales procedentes del mundo de la empresa, la academia y el sector no lucrativo para impulsar el buen gobierno, la transparencia, la rendición de cuentas y el impacto social de las instituciones.

Fundación EVERIS

https://es.fundacioneveris.com/ nace en el año 2001 con el compromiso de estimular el espíritu emprendedor, impulsar la innovación y fomentar el talento de las personas.

Fundación Fernando Pombo

http://www.fundacionpombo.org/ está comprometida desde el 2010 con el fomento de la responsabilidad social de la abogacía (RSA) defendiendo la ética y los valores positivos de nuestra profesión y devolviendo a la sociedad todo lo que nos aporta.

Fundación Lealtad

https://www.fundacionlealtad.org Fundación que se dedica a acreditar la transparencia y buenas prácticas de gestión de las ONG españolas.

Fundación máshumano

https://www.mashumano.org/ entidad privada, sin ánimo de lucro, de carácter independiente, que comienza su actividad en el año 2002 para dar respuesta a la necesidad social de conciliación entre la vida personal, familiar y profesional.

Fundación PwC

https://www.pwc.es/es/fundacion.html tiene el compromiso de contribuir al fortalecimiento del Tercer Sector en los ámbitos de Educación y de Empleo. Con cada uno de sus programas, contribuyen a analizar y resolver los retos y oportunidades a los que se enfrentan las ONG y Fundaciones en su día a día.

Fundación SERES

https://www.fundacionseres.org/ nace en 2009 para inspirar y afrontar el reto de la transformación de las empresas a la hora de asumir su posición frente a los problemas sociales. El objetivo de la Fundación es garantizar la visión estratégica de los proyectos y posicionar las actuaciones sociales como iniciativas clave para las organizaciones, capaces de ofrecer valor para la empresa y para la sociedad.

Fundación Tomillo

https://tomillo.org/ entidad privada, sin ánimo de lucro, no confesional e independiente que nace en 1984 con el propósito de contribuir a la mejora social y al desarrollo de la persona.

Hazloposible.org

http://www.hazloposible.org

La Fundación Hazloposible que es una organización en la que se trabaja para impulsar de manera innovadora la participación de la sociedad en causas solidarias utilizando la tecnología.

Instituto para el Liderazgo Social

http://innorbita.com/ creado por la Fundación Santa María la Real. Sus raíces se encuentran en el aprendizaje y en el valor extraído en más de 30 años fomentando el empleo y el emprendimiento desde la innovación social, y más recientemente desde el Programa Lanzaderas de Empleo y Emprendimiento Solidario

Observatorio Andaluz de Voluntariado Universitario

https://www.upo.es/upsc/voluntariado/oficina-voluntariado/observatorio-voluntariado/ Con su origen en el Observatorio Andaluz del Voluntariado, creado dentro de la Oficina de Voluntariado y Solidaridad de la UPO en el año 2000 con funciones especialmente de investigación, se concreta actualmente el Observatorio Andaluz de Voluntariado Universitario concebido como un servicio virtual donde poder obtener e intercambiar información sobre actividades, estudios, investigaciones, eventos, etc.

Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa

https://observatoriorsc.org/ El Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa (Observatorio de RSC), es una organización sin ánimo de lucro que nace en el año 2004 de la mano de varias organizaciones de la sociedad civil con el objetivo de trabajar en el impulso de la correcta aplicación de la responsabilidad social corporativa (RSC).

Observatorio de Voluntariado Corporativo (OVC)

https://www.observatoriovc.org/ un proyecto que aglutina la realización de diversos estudios e informes, y actividades de promoción y formación relativos al voluntariado corporativo, con el objetivo de ayudar a las empresas a tomar decisiones adecuadas en este ámbito.

Observatorio del Tercer Sector

https://www.observatoritercersector.org/es-es/ L'Observatori del Tercer Sector es un centro de investigación especializado en el Tercer Sector, sin ánimo de lucro e independiente. Tiene por finalidad profundizar e incrementar el conocimiento sobre el mundo no lucrativo, trabajar para su visibilidad y la mejora del funcionamiento de las organizaciones no lucrativas.

Observatorio del Voluntariado PVE

https://plataformavoluntariado.org/observatorio/ Desde su nacimiento en el 2007, el Observatorio del Voluntariado es el referente en materia de análisis e investigación en todo lo relacionado al voluntariado en España.

OMARS - Observatorio Ambiental y de Responsabilidad Social en el Ámbito Sanitario

https://observatorioambiental.net/es/ El Observatorio Ambiental y de Responsabilidad Social en el Ámbito Sanitario se constituye como una plataforma de conocimiento y saber científico, en la que los centros del sector sanitario así como cualquier persona o entidad interesada pueda encontrar en él, la información y el asesoramiento necesario para adaptar sus organizaciones o empresas a la normativa ambiental de obligado cumplimiento, así como herramientas para el establecimiento de prácticas que en su aplicación favorezcan un entorno de trabajo más seguro y sostenible.

Participación ciudadana y voluntariado (Junta de Andalucía)

https://www.juntadeandalucia.es/organismos/igualdadpoliticassocialesyconciliacion/areas/participacion-voluntariado.html área de actividad de la Consejería de Igualdad, Políticas Sociales y Conciliación de la Junta de Andalucía.

Plataforma Andaluza del Voluntariado

http://www.voluntariadoandaluz.org/ es una entidad sin ánimo de lucro, aconfesional y apolítica, que está compuesta por el conjunto de plataformas y redes de voluntariado presentes en las provincias andaluzas en las que, a su vez, se integran más de cuatrocientas entidades de voluntariado de diversos campos de actuación.

Plataforma del Voluntariado en España

https://plataformavoluntariado.org/ organización no gubernamental que coordina la promoción y difusión del voluntariado y la acción solidaria a nivel estatal, una actividad que en nuestro país desarrollan 2,5 millones de personas. La PVE se constituyó en 1986 y, en la actualidad, está integrada por 80 organizaciones y plataformas que en su conjunto representan a más de 29.000 asociaciones.

Plataforma Tercer Sector http://www.plataformatercersector.es/

La Plataforma del Tercer Sector se constituyó en enero de 2012 para defender, a través de una única voz, los derechos e intereses sociales de la ciudadanía, principalmente de las personas en situación de pobreza o riesgo de exclusión.

Registro General de Entidades de Voluntariado en Andalucía (Junta de Andalucía)

https://ws058.juntadeandalucia.es/igualdadybienestarsocial/voluntariado/publico/rgevbuscasincertificado.jsp

Voluntariado y Estrategia

https://voluntariadoyestrategia.com/ es una consultora especializada en apoyar, guiar y acompañar a todo tipo de organizaciones (tanto empresas como ONG y organismos públicos) en sus programas de responsabilidad social corporativa, especialmente en sus estrategias de voluntariado corporativo y acción social.

Índice de tablas y cuadros

Tabla 1. Comparativa entre la constitución y el funcionamiento de asociaciones y fundaciones .....

Tabla 2. Compra de productos respetuosos con el medio ambiente entre los andaluces (2001 y 2018) .....

Tabla 3. Evolución de los tipos de financiación del Tercer Sector de Acción Social en España .....

Tabla 4. Políticas y leyes sobre voluntariado y empresa. .....

Tabla 5. Registro General de Entidades de Voluntariado por provincias (01/02/2020) .....

Tabla 6. Entidades de Voluntariado en Andalucía por áreas de actuación (01/02/2020) .....

Tabla 7. Identificación de informantes .....

Tabla 8. Tabla de Categorización .....

Tabla 9. Síntesis global de resultados .....

Tabla 10. Experiencias de espacios de encuentro entre entidades de voluntariado y empresas .....

Tabla 11. Actores-Sectores e Iniciativas-Recursos sobre los ODS .....

Cuadro 1 Definición de Tercer Sector de Acción Social .....

Cuadro 2 Definición de Fundación .....

Cuadro 3 Definición de Asociación .....

Cuadro 4 Definición de entidades de voluntariado .....

Cuadro 5 Definición de Responsabilidad Social Corporativa. .....

Cuadro 6 Relación de Plataformas de voluntariado en Andalucía .....

Cuadro 7. Tipo de Relación entre entidades de Voluntariado y sector empresarial. Resultados principales.....

Cuadro 8. Demandas de las entidades de voluntariado. Resultados principales.....

Cuadro 9. Buenas prácticas. Resultados principales.....

Cuadro 10 Perspectivas futuras. Resultados principales.....

Cuadro 11 Ficha de registro de buena práctica de empresas y ODS.....

ANEXO: CUESTIONARIO PARA RESPONSABLES Y COORDINADORES DE PLATAFORMAS Y REDES PROVINCIALES DE VOLUNTARIADO

ANEXO: CUESTIONARIO PARA RESPONSABLES Y COORDINADORES DE PLATAFORMAS Y REDES PROVINCIALES DE VOLUNTARIADO

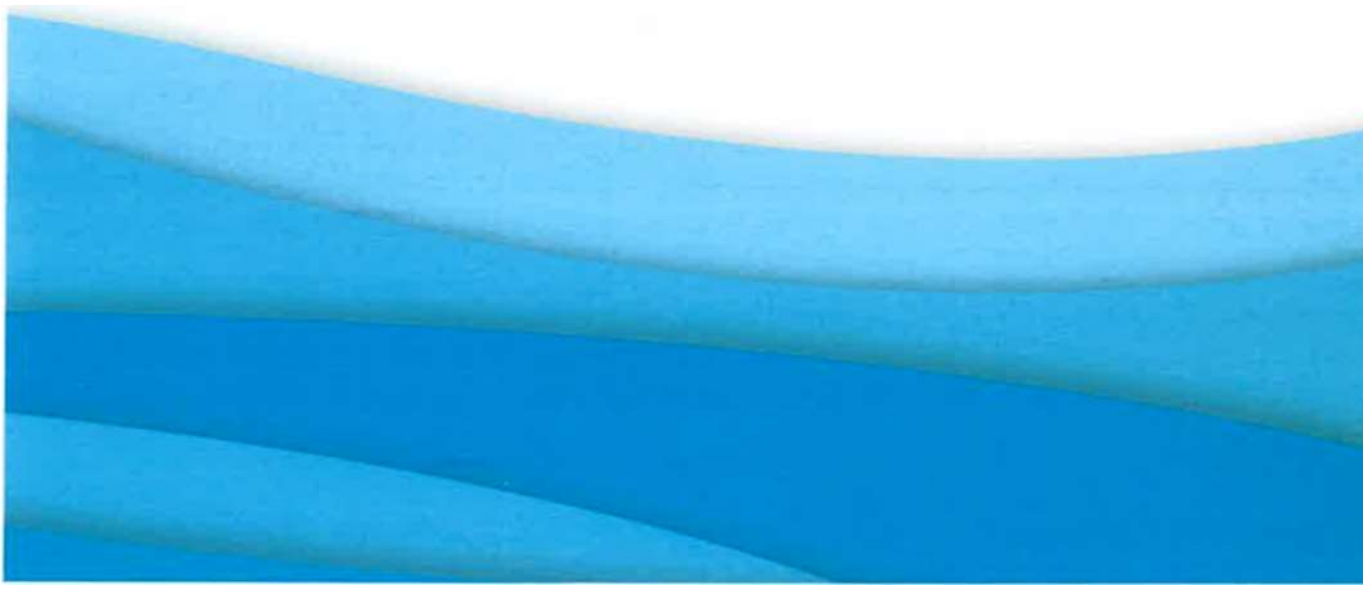
.

Buenos días/tardes/noches.

Este breve cuestionario tienes como objetivo principal conocer la situación de las relaciones entre entidades de voluntariado y empresa en Andalucía, así como detectar las necesidades y demandas entre los sectores e identificar buenas prácticas de alianzas que se haya producido. Este proyecto está llevado a cabo por la Universidad de Almería con la financiación de la Confederación Andaluza de Empresarios.

1.- ¿Cómo definiría o describiría la relación entre las entidades de voluntariado y sector empresarial en su provincia y Andalucía?

2.- ¿Qué necesidades demanda las organizaciones de voluntariado hacía las empresas? O, dicho de otro modo, ¿qué podría ofrecer el sector empresarial a las entidades de voluntariado?

3.- ¿Podría identificar o destacar algunas buenas prácticas de alianzas entre entidades de voluntariado de su provincia con alguna empresa? (al menos tres)

4.- ¿Cómo entiende o prevé que podrían ser en un futuro las relaciones entre las entidades del Tercer Sector y las empresas?