

En el Ciclo de Conferencias Esade – Fundación SERES

Las empresas avanzan hacia un voluntariado corporativo más estratégico, participativo y orientado al impacto social

- **Fundación SERES y Esade han reunido a Iberia, Grupo Santalucía y Fundación Exit en una nueva sesión de su ciclo conjunto para analizar la evolución del voluntariado corporativo y el activismo social desde la empresa, así como sus principales aprendizajes y perspectivas de futuro.**

Madrid, 10 de junio de 2026 – El voluntariado corporativo y las iniciativas de activismo social impulsadas desde la empresa están viviendo una profunda transformación. Las nuevas expectativas de contribución social, especialmente entre las generaciones más jóvenes, y la evolución de las alianzas entre empresas, ONG y entidades sociales están dando lugar a modelos de colaboración más maduros, participativos y orientados al impacto

Con el objetivo de reflexionar sobre esta evolución, Fundación SERES y Esade han celebrado una nueva sesión de su Ciclo de Conferencias Esade – Fundación SERES bajo el título **“Activismo social y voluntariado corporativo: aprendizajes y perspectivas de futuro”**. El encuentro ha contado con la participación de **Ignasi Carreras**, profesor y director de los Programas de formación directiva para ONG del Instituto de Innovación Social de Esade; **Ana Sainz**, directora general de Fundación SERES; **Sonia Alfonso**, mánager de Impacto Social de Iberia; **Emma Marín**, directora de Comunicación y RSC de Grupo Santalucía y **Nacho Sequeira**, director de Fundación Exit.

Durante la sesión, los participantes han analizado cómo han evolucionado las iniciativas de voluntariado corporativo y activismo social en los últimos años, qué impacto generan en la sociedad y qué elementos permiten responder mejor a las expectativas de las personas voluntarias, las empresas y las entidades sociales. También se ha abordado el papel de las nuevas generaciones y la necesidad de construir alianzas más estratégicas para ampliar el alcance y la eficacia de estas iniciativas.

Para **Ana Sainz**, directora general de Fundación SERES, “ser verdaderos protagonistas del cambio no depende del tamaño de la compañía, sino de su conexión con la sociedad y de su capacidad para generar valor compartido. En un momento de grandes desafíos, debemos volver a los básicos del propósito. El voluntariado corporativo nos permite pasar a la acción, demostrando que la colaboración entre empresas y entidades sociales es hoy una de las mayores ventajas competitivas para generar un impacto perdurable en la sociedad”.

Por su parte, **Ignasi Carreras**, profesor y director de los Programas de formación directiva para ONG del Instituto de Innovación Social de Esade, ha destacado la evolución que ha experimentado el voluntariado corporativo en los últimos años,

impulsada por la búsqueda de un mayor impacto social y por el cambio en las expectativas de las personas voluntarias, especialmente las nuevas generaciones. “El voluntariado corporativo ha evolucionado desde actuaciones más puntuales hacia iniciativas más estratégicas, donde las empresas ponen al servicio de la sociedad su talento, experiencia profesional y competencias distintivas”, ha señalado.

Asimismo, ha diferenciado entre voluntariado corporativo y activismo social, dos conceptos cada vez más presentes en las organizaciones. Mientras que el primero responde a iniciativas impulsadas y organizadas por la propia empresa, el activismo social surge cuando la compañía facilita que sus profesionales desarrollen sus propias iniciativas de compromiso social. “La empresa ya no es únicamente quien impulsa y organiza, sino también quien facilita que las personas puedan canalizar sus inquietudes sociales desde el marco corporativo, algo especialmente conectado con las expectativas de las nuevas generaciones”, ha explicado.

Aprendizajes empresariales para un voluntariado corporativo con mayor impacto

Desde la perspectiva empresarial, Iberia y Grupo Santalucía han compartido cómo están evolucionando sus modelos de voluntariado corporativo para pasar de iniciativas más puntuales o vinculadas a la acción social a programas más estructurados, conectados con la estrategia de la compañía y capaces de generar cultura interna e impacto social.

Sonia Alfonso, manager de Impacto Social de Iberia, ha explicado la evolución del programa de voluntariado de la compañía y su creciente vinculación con los empleados y los territorios en los que opera: “Hasta 2024, estábamos fomentando la colaboración de los empleados de Iberia con las ONG con las que tenemos un trato muy estrecho. Pero en 2024, reforzamos el equipo para darle el impulso que queríamos: hicimos un plan de comunicación interna, incrementamos la presencia en todos los canales de comunicación con empleados y le dimos nombre a la iniciativa, Voluntarios Iberia. Hoy sumamos cerca de 600 voluntarios”.

Además, Alfonso ha subrayado el valor del trabajo colaborativo para ampliar el impacto social de la compañía: “Hemos aprendido que generar impacto no es algo que podamos hacer solos, que necesitamos de otras organizaciones, y para eso necesitamos el apoyo local de otras organizaciones, de nuestros compañeros en esos destinos... Es una tarea social en todos los sentidos. Nuestro trabajo es 100% colaborativo”.

Por su parte, **Emma Marín, directora de Comunicación y RSC de Grupo Santalucía**, ha puesto el foco en la dimensión transformadora del voluntariado para las personas que participan en estas iniciativas. “Una vez participas en actividades de voluntariado corporativo, la experiencia ya es en sí transformadora. Y cuando ves todo lo que puedes aportar e impactar, quieres volver a repetir porque, como dicen nuestros voluntarios: ‘siento que recibo más de lo que doy’”.

Durante su intervención, también señaló algunas de las tendencias que marcarán el futuro del voluntariado corporativo: una mayor profesionalización, más foco en la medición del impacto social, iniciativas de largo plazo, voluntariado basado en habilidades, modelos híbridos y digitales, y una mayor implicación de las familias de las personas voluntarias.

Desde la visión de las entidades sociales, **Nacho Sequeira**, director de Fundación Exit, ha subrayado la importancia de avanzar hacia modelos de voluntariado corporativo más enfocados en la resolución de retos sociales concretos y en la generación de cambios estructurales. En este contexto, Sequeira ha explicado que “las empresas que apuestan por el voluntariado corporativo para canalizar su activismo social se pueden identificar por cuatro aspectos clave: hacen un análisis profundo del reto social al que se enfrentan, codiseñan la intervención con entidades sociales, establecen con ellas relaciones a medio y largo plazo y ponen foco y recursos en la medición del impacto social”.

El **Ciclo de Conferencias Esade - Fundación SERES** ha congregado desde 2011 a 150 ponentes en más de 50 encuentros para acercar tendencias, experiencias y buenas prácticas empresariales en el ámbito social y reforzando el papel de la empresa como agente clave del progreso económico y social.

Acerca de Fundación SERES

Fundación SERES, entidad sin ánimo de lucro nacida hace casi 20 años, acompaña la transformación de las empresas e impulsa su liderazgo ante los retos sociales. Su objetivo no es otro que posicionar el valor de lo social en las organizaciones. Como movimiento pionero, con 150 compañías adheridas, que representan el 30% del PIB y el 75% del IBEX 35, aborda el compromiso social de las empresas desde un enfoque estratégico y práctico basado en la innovación. En SERES las empresas encuentran respuesta al desafío de liderar su impacto social. Para ello ha puesto en marcha RADARSERES, un espacio único donde las empresas que quieren asumir el liderazgo ante los principales problemas sociales se anticipan, reafirman el compromiso y comparten retos y mejores prácticas con otras empresas y agentes sociales. Para detectar estas mejores prácticas, la Fundación convoca anualmente los Premios SERES a la Innovación y el Compromiso Social de la Empresas.

Acerca de Esade y Esade Alumni

Fundada en 1958, Esade es una institución académica jesuita global, con campus en Barcelona y Madrid, que está presente en todo el mundo mediante alianzas internacionales y acuerdos de colaboración con 271 universidades y escuelas de negocios. Cada año, 12.000 alumnos de más de 100 nacionalidades participan en programas de sus tres centros académicos: Business School, Law School y Executive Education. Esade ocupa destacadas posiciones en los principales rankings mundiales, como los del Financial Times, The Economist, QS o América Economía, que avalan la excelencia del modelo académico y la experiencia educativa en Esade, así como el prestigio de su profesorado y la investigación de impacto social. Esade es miembro de UNIJES y IAJU y de la Universidad Ramon Llull. www.esade.edu

Esade Comunicación

Cristina Martín
Teléfono: +34 91 252 68 40
E-mail: esadenews@esade.edu

Fundación SERES

Sofía Martín
Teléfono: +34 91 575 84 48
E-mail: smartin@fundacionseres.org

Más información en la [Media Room](#) y en nuestro [Twitter](#)