Fundación Allianz

Estrategia de Marca y Comunicación

Noviembre 2026

yolies Comms&Events

VOLIES, TU MOTOR DE TRANSFORMACIÓN SOCIAL

Nuestro **objetivo** es **acompañar a empresas y organizaciones** de todo tipo en la aventura de **promover ese cambio a través de la fuerza de sus equipos**, el motor del cambio.

Y hacerlo **de una manera estratégica, eficiente y alineada con la misión** de cada organización.

- **Más de 15 años de experiencia**.
- Hemos trabajado **con más de 90 empresas líderes en el mundo**
- Con **gran experiencia internacional en más de 40 países**.
- En colaboración con **400 organizaciones sociales en todo el mundo**.
- Movilizando cerca de **42.000 participaciones de voluntario/as/ año**.
- Beneficiando alrededor de **220.700 personas el último año**.

Gracias a un **equipo diverso y multidisciplinar de más:**

- **Más de 40 personas**
- **De 12 nacionalidades distintas trabajando desde 10 países.**
- Acompañamiento integral en el diseño, ejecución, comunicación y evaluación de los programas y actividades.

Empresa B Certificada

Esta empresa cumple con estándares verificados en materia de prácticas sociales y ambientales.
Más información en bcorp.com

Con nuestros valores y compromisos éticos en la base:

Transformación e innovación social

Eficacia, honestidad y confianza

Diversidad y cooperación

Compromiso y pasión

Como parte de la **comunidad global de empresas B Corp**, cumplimos con altos estándares de impacto social y medioambiental, liderando, de forma colectiva, un movimiento global para una economía inclusiva, equitativa y regenerativa.

Volies Comms&Events

Una **comunicación efectiva** es **clave en el éxito** de cualquier programa de voluntariado. En Volies**, creamos espacios de comunicación capaces de generar una experiencia positiva en los voluntarios**, impulsando los programas de la empresa y conectando su propósito con el de la organización.

Nuestro equipo es experto en **cubrir a medida las necesidades de cada empresa**, dependiendo de la madurez del programa de voluntariado y de su equipo de comunicación.

Somos **un aliado perfecto** que **conoce los retos y dificultades de ambas áreas: voluntariado y comunicación**, diseñando estrategias basadas en canales y formatos innovadores y con contenidos de impacto que conectan y movilizan.

Lanzamiento de campañas, portal del voluntariado, *newsletters.*

Aumentando la participación

Programas de reconocimiento, espacios de escucha y colaboración.

Reteniendo y fidelizando a los voluntarios/as.

Estrategia de contenido, vídeos, podcast, eventos, premios.

Dando visibilidad al programa y su impacto

Programa de embajadores y participación de líderes.

Creando redes internas de colaboración e influencia.

>> + INFO <<



Equipo audiovisual en varios países
Volies



Semana Gracias a Ti
Endesa



Podcast Batallitas



Join Us con alto impacto
AWS

Volies Comms&Events

Cuando nos movemos en el terreno de la acción social, **los eventos pueden ser el canal más potente para generar experiencias** transformadoras.

En Volies **ayudamos a convertir los eventos más especiales en eventos con propósito:** no sólo diseñamos conceptos creativos, sino que los transformamos en momentos únicos.

Organizamos y producimos **eventos con un alto impacto social,** donde la audiencia vive en primera persona experiencias inspiradoras y transformadoras, conectando su propósito con el de la organización y los valores de marca.

CON PROPÓSITO

Diseñamos la **idea creativa que conecte con el propósito** de la empresa y transmita su autenticidad a su público.

CON IMPACTO

Añadimos **momentos de participación con impacto directo** en la sociedad y el medioambiente.

INNOVADORES

Combinamos **formatos físicos y digitales**. Una comunicación 360º, que contempla contenidos audiovisuales, diseño de *landing page*, etc.

SENSIBILIDAD SOCIAL

Somos **referentes en el sector social**, y estamos en contacto con líderes y *speakers* de gran influencia en distintas temáticas.

SOSTENIBLES

Aseguramos una **organización del evento comprometida** con el planeta y las comunidades locales.

>> + INFO <<

REVISAR /
ACTUALIZAR SEGÚN
VF

ÍNDICE

- Punto de partida.
- Objetivos
- Volies Comms & Events
- Estrategia de Marca y Comunicación. Propuesta técnica
    - Análisis y diagnóstico
    - Definición: posicionamiento, narrativa y plataforma de marca
    - Audiencias, canales, contenidos y KPIs.
    - Estrategia de activación y plan de comunicación.
- Equipo de trabajo
- Propuesta económica
- Credenciales y casos de éxito

Volies Comms&Events

PUNTO DE PARTIDA

Allianz lanza su Fundación en España

Allianz lanzará su Fundación en marzo 2027, y busca construir su identidad y comunicarla de manera estratégica: diferenciarla de otras fundaciones, definir su espacio dentro del ecosistema corporativo y social y dotarla de una narrativa que permita proyectar su impacto.

Misión: *Construir un mejor futuro para los jóvenes*

Fundación Allianz declara a los **jóvenes como su público objetivo**. Proponemos una fundación que construya comunidad, no solo notoriedad: que los jóvenes encuentren un agente cercano y relevante, con el que puedan aprender, participar, desarrollar capacidades y encontrar oportunidades.

Fundación Allianz establece cuatro pilares de actuación:

- Salud
- Inclusión
- Medioambiente
- Cultura

OBJETIVOS DE LA PROPUESTA

1. Construir una identidad propia y diferencial para Fundación Allianz

Ayudar a Allianz a concretar el propósito, las prioridades de actuación, el papel de la Fundación en la sociedad, sus públicos clave y su propuesta de valor, estableciendo una dirección clara sobre la que construir una identidad de marca propia y diferencial.

2. Posicionar estratégicamente la Fundación en su ecosistema

Desarrollar una estrategia de posicionamiento y comunicación que genere confianza, reconocimiento y reputación, construya relaciones significativas con sus públicos y favorezca la creación de alianzas con entidades sociales y otros agentes del ecosistema.

3. Activar su impacto social

Diseñar un modelo de comunicación y contenidos que dé voz a las personas protagonistas, transforme los proyectos en historias relevantes y auténticas, y contribuya a inspirar, conectar y movilizar a jóvenes, entidades, colaboradores y comunidad Allianz en torno a su propósito.

VOLIES Comms & Events

Comunicación que multiplica el impacto social

Conocemos el sector social desde dentro. Quince años trabajando con empresas, fundaciones, ONG y voluntarios nos permite asesorar y conectar a la Fundación con su ecosistema. Somos el nexo que une los distintos actores sociales.

Comunicamos para multiplicar el impacto social. No entendemos la comunicación social como una herramienta para dar visibilidad, sino para conectar personas, movilizar voluntades y amplificar el impacto. Diseñamos estrategias, campañas y contenidos desde el conocimiento de las causas y de las personas a las que queremos llegar.

Sabemos llegar a los jóvenes. Hemos trabajado la activación de jóvenes a partir de diversas acciones como el voluntariado en torno a la empleabilidad, el deporte, la empatía intergeneracional, la diversidad y nuevas formas de participación.

Transformamos la estrategia en experiencias y resultados. Combinamos visión estratégica y capacidad de ejecución en comunicación corporativa, sostenibilidad y responsabilidad social. Somos especialistas en creación de contenidos, producción audiovisual, campañas 360 y organización de congresos y eventos de impacto social.

Conectamos el voluntariado y la comunicación institucional.
Nuestra experiencia en programas de voluntariado corporativo nos permite aportar una visión integrada: conectar la estrategia social de la Fundación con la participación de sus profesionales, la comunicación del voluntariado y el relato institucional, para construir una identidad coherente y multiplicar su alcance.

Ver referencias de Casos de éxito

volies Comms&Events

Estrategia de Marca y Comunicación

PROPUESTA TÉCNICA

1. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO

Discovery & Strategic Insigths

DISCOVERY & STRATEGIC INSIGHTS

Objetivo: descubrir la oportunidad estratégica de la Fundación Allianz y establecer las bases para construir su identidad, posicionamiento y propuesta de valor.Y modelo de comunicación

Escucha interna
Entrevistas y alineamiento de stakeholders.

Investigación externa
Benchmark, tendencias y análisis del contexto.

Escucha de audiencias
Jóvenes, ONG y agentes del ecosistema social.

Síntesis estratégica
Insights, oportunidades y workshop de alineamiento.

Volies Comms&Events

1. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO

Metodología

Proponemos un proceso de investigación y escucha que combine el análisis interno de la organización, el benchmarking de referentes y la escucha directa de sus principales grupos de interés.

ESCUCHA INTERNA

Reunión de Kick-off (90 minutos): sesión inicial con el equipo impulsor para validar los objetivos del proyecto, definir prioridades y acordar los próximos pasos.

Revisión de documentación: análisis de la información proporcionada para obtener una visión clara del momento actual de la fundación, su estructura y gobernanza, sus pilares de trabajo y sus objetivos.

Entrevistas en profundidad (5) semiestructuradas, individuales, de 60 minutos con los líderes y directores de la Fundación Allianz:

- Directora de la Fundación
- Responsables de los 4 pilares
- Directora de Comunicación Corporativa / PR
- Otro stakeholder de interés.

ESCUCHA DE AUDIENCIAS

- Focus groups con jóvenes (2 de 90 minutos con 6-8 participantes) de perfiles diferentes, que representen realidades y necesidades diferentes.

- Entrevistas con responsables de ONG (5) que trabajan con jóvenes vulnerables, organizaciones medioambientales y agentes culturales y entidades que promueven la participación juvenil.

BENCHMARK: incluyendo fundaciones corporativas, entidades especializadas en juventud e iniciativas que destacan por su capacidad de conectar y movilizar a públicos jóvenes. Analizaremos sus modelos de actuación, propósito, propuesta de valor, posicionamiento, alianzas, relación con sus audiencias, comunicación e impacto, para identificar buenas prácticas, oportunidades de diferenciación y territorios de actuación que Fundación Allianz pueda explorar.

1. ANÁLISIS Y DIAGNÓSTICO

Síntesis estratégica: convertir la investigación en decisiones

Objetivo: **Convertir la investigación en oportunidades y decisiones**

Una vez completada la fase de investigación y escucha, cruzaremos los aprendizajes obtenidos de las entrevistas internas, la escucha de jóvenes y entidades sociales y el benchmark sectorial para identificar los principales insights, retos y oportunidades de diferenciación de la Fundación.

A través de herramientas de análisis estratégico, trabajaremos en:

Mapa de insights: identificación de necesidades, expectativas, fortalezas y oportunidades detectadas.

Mapa de oportunidades estratégicas: identificación de territorios donde convergen las necesidades de los jóvenes, las capacidades de Allianz y las oportunidades del ecosistema social.

Matriz de coherencia de los cuatro pilares: análisis de su relevancia, conexión con los jóvenes, potencial de actuación y contribución al propósito común.

Análisis de posicionamiento y marca: identificación de espacios de diferenciación y oportunidades para construir una identidad propia, conectada con Allianz.

INFORME RESULTADOS: una visión integrada del punto de partida y las oportunidades de futuro de la Fundación, que permitirá orientar su definición estratégica, propuesta de valor, posicionamiento y modelo de comunicación.

Reunión de presentación y alineamiento para la siguiente fase: workshop de cocreación

2. DEFINICIÓN: Estrategia de posicionamiento

Workshop de alineamiento y cocreación

Objetivo: compartir los aprendizajes de la investigación y tomar decisiones sobre la dirección estratégica de la Fundación para construir una visión compartida sobre quién es la Fundación, qué quiere aportar a los jóvenes y qué la hace relevante y diferente.

Dinámica	Pregunta que resuelve	Resultado
1. Nuestro propósito	¿Qué queremos cambiar y por qué existimos?	Propósito compartido y ambición.
2. Nuestro valor diferencial	¿Qué podemos aportar que sea relevante y diferente?	Hipótesis de propuesta de valor.
3. Nuestro territorio de actuación	¿Cómo conectan los cuatro pilares con nuestra misión?	Rol y orientación estratégica de cada pilar.
4. Nuestra identidad	¿Qué Fundación queremos ser y cómo queremos que nos perciban?	Atributos de marca y principios de posicionamiento.

- Participantes: Dirección de la Fundación, responsables de pilares y Dirección de Comunicación.
- El resultado: documento de conclusiones y acuerdos estratégicos que sirva de punto de partida para la siguiente fase: definición de la plataforma de marca y estrategia de comunicación.

Volies Comms&Events

2. DEFINICIÓN: Estrategia de posicionamiento

Los cinco ámbitos de definición estratégica

Trabajaremos sobre cinco dimensiones que permitirán construir una identidad sólida, coherente y relevante para sus grupos de interés.

1. Propósito y ambición
Definir la razón de ser de la Fundación, la transformación social que quiere impulsar y su visión de futuro.

2. Propuesta de valor diferencial
Identificar qué aporta a los jóvenes, qué necesidades busca atender y qué la hace relevante frente a otras iniciativas sociales.

3. Posicionamiento estratégico
Determinar el espacio que quiere ocupar en el ecosistema social, sus elementos de diferenciación y su relación con la marca Allianz.

4. Narrativa y arquitectura de mensajes
Construir un relato transversal que conecte los cuatro pilares (salud, medioambiente, inclusión y cultura) bajo una misma visión, con mensajes adaptados a cada audiencia.

5. Personalidad, valores y tono de marca
Establecer los atributos y principios que definirán cómo es, cómo se expresa y cómo se relaciona la Fundación con sus públicos.

EL RETO: pasar de cuatro ámbitos de actuación a una identidad reconocible, con un propósito común y una propuesta de valor capaz de conectar con los jóvenes.

2. DEFINICIÓN: Estrategia de posicionamiento

Plataforma de Marca

El resultado será una plataforma de marca que recoja la esencia, el posicionamiento y la narrativa de la Fundación Allianz, y que sirva como marco de referencia para orientar sus iniciativas, alianzas y comunicación.

Entregables:

Plataforma de marca: propósito, misión, visión, valores, atributos y personalidad.

Propuesta de valor y posicionamiento: declaración de posicionamiento, diferenciación y papel de la Fundación en el ecosistema social.

Narrativa de marca: relato central y mensajes clave.

Arquitectura de mensajes: mensajes transversales y específicos para los cuatro pilares y sus principales audiencias.

Guía de identidad verbal: criterios de tono, lenguaje y estilo de comunicación.

RECOMENDACIONES SOBRE EL PAPEL DE LA FUNDACIÓN EN SU ECOSISTEMA SOCIAL Y DE COMUNICACIÓN

Volies es un partner especialmente cualificado para ayudar a la Fundación a definir su papel y desarrollar su ecosistema social y de comunicación.

Nuestra experiencia de más de 15 años trabajando con empresas, ONG, voluntarios y comunidades nos permite aportar una visión que va más allá de la comunicación corporativa. Conocemos las dinámicas del ecosistema social, entendemos las necesidades de sus distintos agentes y sabemos cómo construir relaciones y colaboraciones que generen valor real.

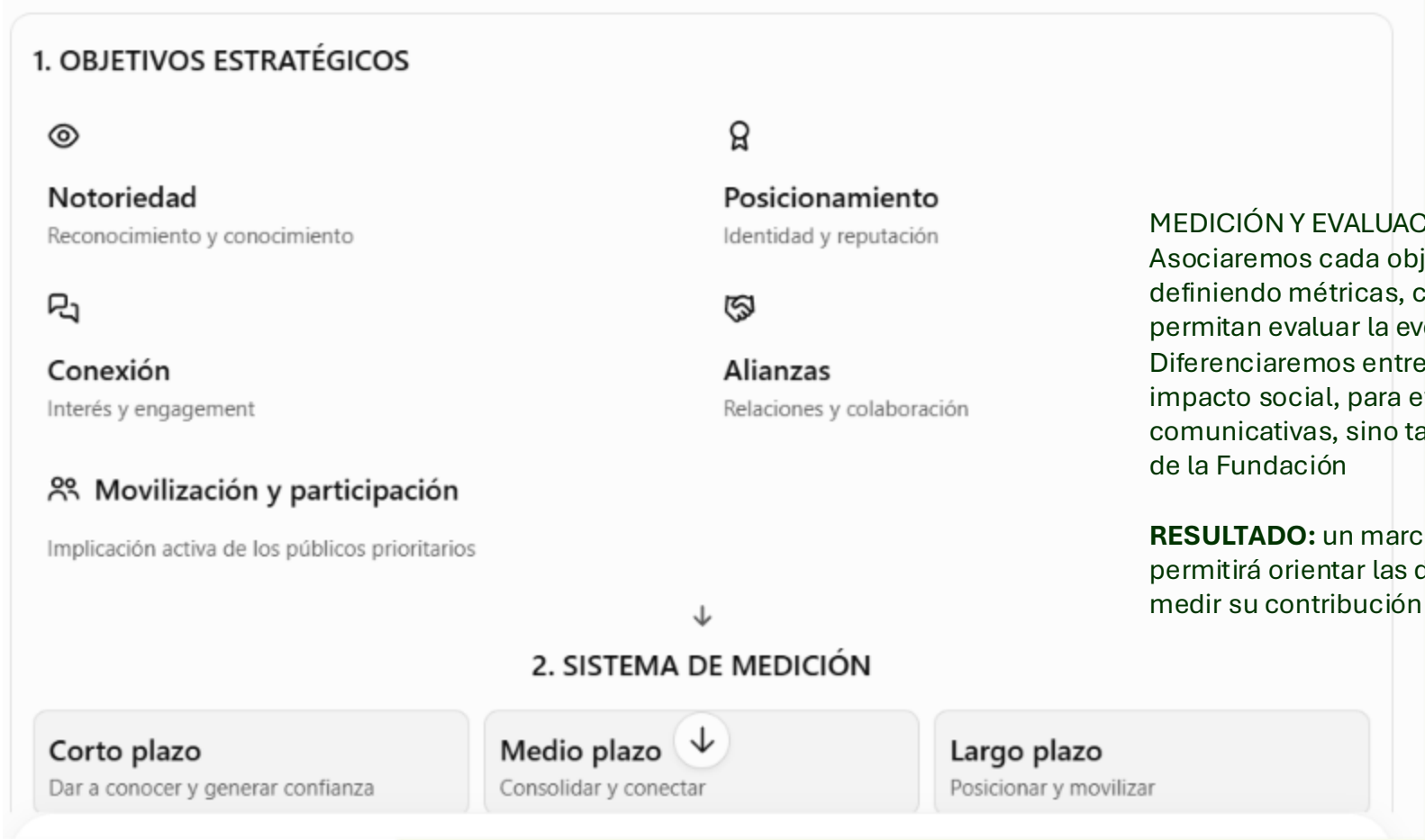
Además, nuestra experiencia previa trabajando en comunicación con Allianz y nuestro conocimiento de la Fundación a través de la propuesta para su servicio de voluntariado profesional nos sitúan en una posición especialmente ventajosa para conectar estrategia social, comunicación y realidad corporativa.

No solo sabemos cómo comunicar el impacto social. Sabemos cómo se construye, quiénes lo hacen posible y cómo conectar a todos sus protagonistas para multiplicarlo.

Volies Comms&Events

OBJETIVOS ESTRATÉGICOS Y KPIs

Definiremos un marco de objetivos a corto, medio y largo plazo, alineado con el propósito de la Fundación, sus prioridades estratégicas y las necesi



MEDICIÓN Y EVALUACIÓN:
Asociaremos cada objetivo a indicadores clave de rendimiento (KPIs), definiendo métricas, criterios de seguimiento y metas progresivas que permitan evaluar la evolución y eficacia de la comunicación.
Diferenciaremos entre indicadores de comunicación e indicadores de impacto social, para evaluar no solo la eficacia de las acciones comunicativas, sino también su contribución a los objetivos y resultados de la Fundación

RESULTADO: un marco estratégico de objetivos e indicadores que permitirá orientar las decisiones de comunicación, priorizar esfuerzos y medir su contribución a la construcción y consolidación de la Fundación.

Volies Comms&Events

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN Y REDES SOCIALES

Audiencias, contenidos, canales y KPIs

Diseñaremos un ecosistema de comunicación para conectar con los jóvenes, construir reputación y relaciones, y amplificar el impacto de la Fundación a través de contenidos y experiencias relevantes para sus audiencias.

Audiencias y ecosistema relacional	No todos los jóvenes son iguales. Segmentación por perfiles, necesidades, contextos y motivaciones.
Arquitectura de canales	Comunicación más allá de las redes: canales propios, Allianz, ONG, partners y voluntarios.
Narrativa y territorios de contenido	Comunicación centrada en las personas y sus historias, no únicamente en los programas de la Fundación.
Estrategia de redes sociales	Canales y formatos seleccionados según su función y capacidad para conectar con cada audiencia.
Planificación y medición	Priorización progresiva de canales y objetivos, de acuerdo con los recursos y la madurez de la Fundación.

Volies Comms&Events

ESTRATEGIA DE COMUNICACIÓN

Nuestro enfoque diferencial: una comunicación que conecta da voz y moviliza

Nuestra estrategia está pensada para construir una Fundación relevante, cercana y capaz de movilizar.

1. Las personas, en el centro del relato
Pasaremos de comunicar únicamente las iniciativas de la Fundación a dar voz a quienes las hacen posibles. Jóvenes, entidades sociales, voluntarios y protagonistas serán parte activa de la narrativa, a través de historias reales, experiencias y contenidos que generen identificación y conexión.

2. Un ecosistema que amplifica la comunicación
La Fundación no tiene que construir su comunidad desde cero ni depender exclusivamente de sus propios canales. Aprovecharemos las capacidades de comunicación y difusión de Allianz, las ONG, los partners, voluntarios y otros aliados para ampliar el alcance, generar confianza y fortalecer su presencia en el ecosistema social.

3. Una estrategia adaptada a cada momento
Diseñaremos un modelo de comunicación realista y escalable, que priorice audiencias, canales y objetivos según las necesidades y el grado de madurez de la Fundación. No se trata de estar en todas partes, sino de elegir dónde tiene sentido estar, con qué propósito y con qué recursos.

NUESTRA VISIÓN: construir una comunicación que no solo dé visibilidad a lo que hace la Fundación, sino que genere relaciones, comunidad y participación alrededor de su propósito multiplicando su impacto.

PROPUESTA ECONÓMICA

Estrategia de Marca y Comunicación

Volies Comms&Events

Volies Comms&Events

PROPUESTA ECONÓMICA

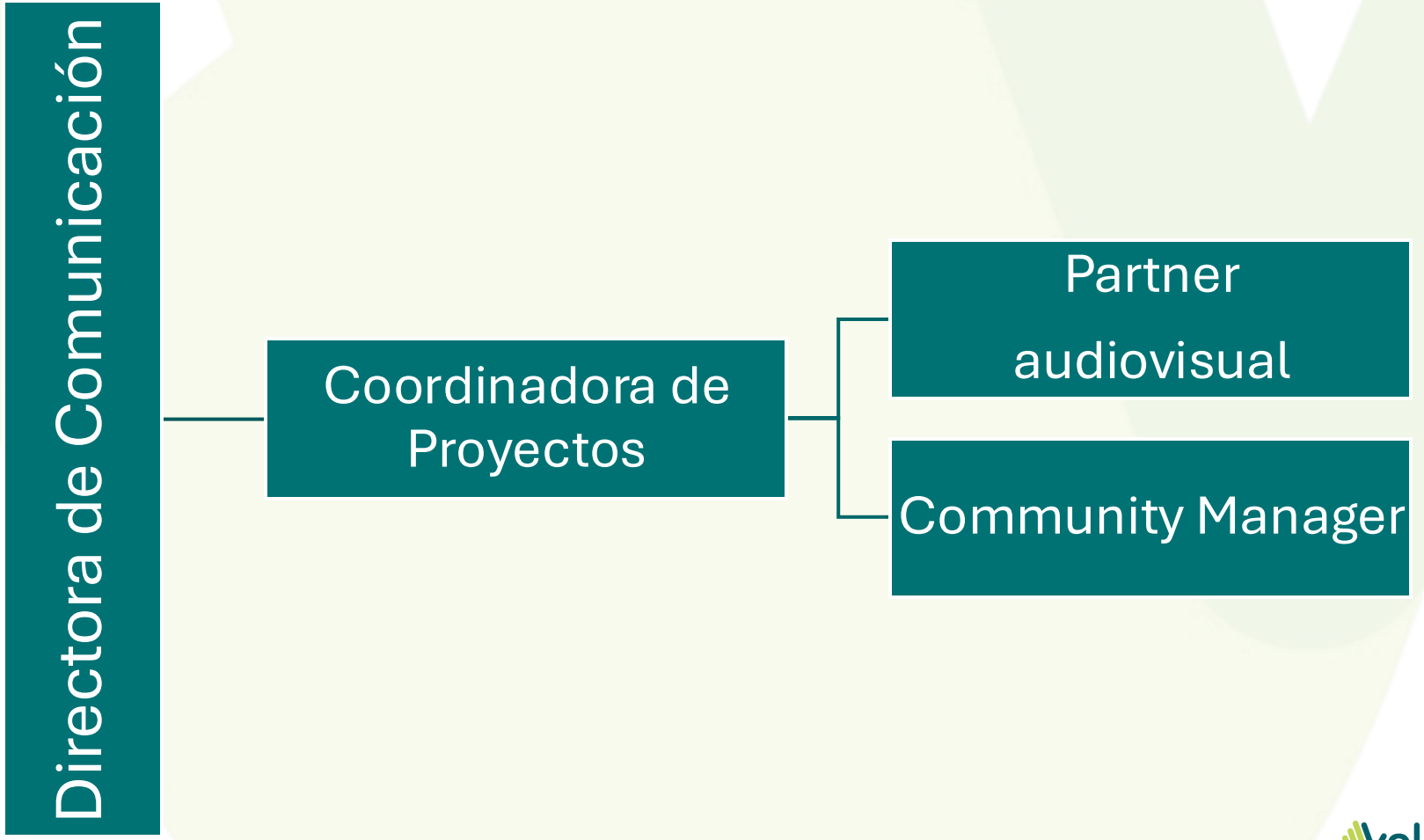
Creación y gestión de contenidos

Volies Comms&Events

Volies Comms&Events

EQUIPO DE TRABAJO

El servicio reúne coordinación editorial, dirección creativa, social media y community management, diseño, captación audiovisual, edición y postproducción.
Especialistas externos se incorporarán según el contenido y las necesidades de cada proyecto. La propuesta económica diferenciará la gestión recurrente, la bolsa mensual de captación, las equivalencias de edición y las producciones especiales. Estrategia y ejecución mantendrán una misma dirección creativa con presupuestos independientes, conforme al briefing.



Volies Comms&Events

CASOS DE ÉXITO

Comunicación con impacto social

VIDEO-DOCUMENTALES

La DANA, para Allianz

Somos expertos en crear contenido sobre temas sociales y medio ambientales.

Lo que inicialmente iba a ser un vídeo corporativo se convirtió en un auténtico reportaje documental. La dimensión humana de la historia nos llevó a apostar por un formato más profundo y cinematográfico.

En Volies habíamos vivido de cerca la realidad de la DANA y ya habíamos producido el documental *La Voluntad*, una experiencia que nos aportó el conocimiento, la sensibilidad y la perspectiva necesarios para abordar una historia de esta magnitud.

La pieza se proyectó como apertura de la convención comercial anual de Allianz, en un formato inspirado en un estreno de cine, emocionando a los asistentes y protagonistas y convirtiéndose en uno de los momentos más memorables del evento.

Un homenaje colectivo que permitió reconocer el trabajo realizado, fortalecer el orgullo de pertenencia y recordar que, en los momentos más difíciles, las personas son siempre el verdadero motor de una organización.



Volies Comms&Events

Batallitas

Combatir la soledad no deseada con Allianz

Batallitas es nuestro propio proyecto de comunicación y transformación social que lucha contra la soledad no deseada entre las personas mayores.

Batallitas es un vídeo podcast que da voz a nuestros mayores y una de sus 7 temporadas fu eimpulsada por Allianz, con la participación de sus voluntarios, conversan con ellos sobre las experiencias más significativas de sus vidas, enseñando grandes lecciones y creando lazos intergeneracionales. Los mayores se sintieron realmente escuchados, valorados y revivieron sus historias de vida en una jornada llena de emociones; los voluntarios sintieron una conexión especial con ellos reviviendo también sus propias historias familiares y recordando el gran valor de las personas mayores para cada uno de nosotros y nuestra sociedad.

Una colaboración fundamental entre Allianz y Volies para ayudar a que la sociedad conozca la magnitud de este problema social y trabajar juntos para garantizar que nuestros mayores disfruten de una vida plena y saludable, rodeados de afecto y compañía.



Batallitas cuenta con

+150.000 visualizaciones

Volies Comms&Events

Amazon Web Services Europa

Estrategia de comunicación

Como socio del área de Acción social y sostenibilidad, tenemos el objetivo de reforzar la cultura de voluntariado entre los empleados y el sentimiento positivo de las comunidades donde opera, trabajamos en generar un vínculo con las entidades sociales locales.

Diseñamos, implementamos y comunicamos estratégicamente sus acciones de voluntariado para dar visibilidad a su misión: “ser buenos vecinos allí donde operan y sus empleados trabajan y viven”.

Creamos una identidad propia y unificada para todos los países donde trabajamos (España, Francia, Alemania, Suiza, Inglaterra, Italia, Irlanda y Suecia) que conecte y movilice a los voluntarios, además de transmitir externamente el impacto positivo generando confianza y credibilidad en las regiones.

- Creamos un ciclo de comunicación interna para convocar, agradecer y dar visibilidad al impacto de los voluntarios, contribuyendo al éxito del programa de voluntariado. + de 100 vídeos
- Construimos narrativas propias a través de vídeos y otros contenidos que sirven además a las ONG como material de calidad para difundir en sus propias redes y contar su propia misión a través de la colaboración con Amazon. https://youtu.be/GRLCGvdi1o0
- Organizamos eventos con los partners, ONG e instituciones locales para reforzar su posicionanmiento en la comunidad como un agente activo, comprometido por construir un futuro mejor. https://youtu.be/31HYmFl_hOA

- Insertar los 3 vídeos con fotograma y play

Volies Comms&Events

Pachanguitas

Copa Faulcombridge Valencia - Evento deportivo con impacto social



Esta iniciativa de Volies se desarrolló gracias al patrocinio social de Residencias Savia. Durante la Copa Faulcombridge, llevamos el tenis a la residencia de Xirivella para vivir una jornada intergeneracional de convivencia, deporte y emoción, con residentes, familias y tenistas como Pablo Andújar y campeones de España senior.

A través de un vídeo con un storyteling emotivo y con mensaje, se visibilizó el papel esencial de las personas mayores y se generó una conversación en torno a la soledad no deseada.

El broche final fue la proyección del vídeo y un coloquio con sus protagonistas, durante la final del torneo, que consolidó el compromiso de Savia con la inclusión y la conexión intergeneracional, reforzando su reputación y otorgándoles una gran visibilidad.

Pilares:

- Deporte
- Inclusión y conexión intergeneracional

Volies Comms&Events

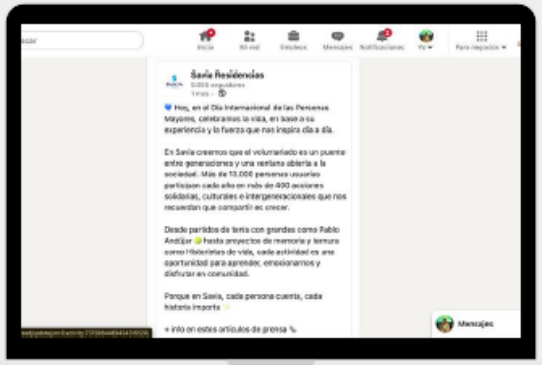
Impacto en redes sociales



34.873
visualizaciones

8.937
cuentas alcanzadas

215
likes







Comms & eVents by Volies

COPA FAULCOMBRIDGE BY MARCOS AUTOMOCIÓN

Street Tenis Solidario 2025

STREET TENIS SOLIDARIO

Esta iniciativa de Volies junto al Ayutamiento de Catarroja, la Copa Faulcombridge y la Federación de Tenis de la Comunidad Valenciana que llevó el tenis a las calles de Catarroja, uno de los municipios afectados por la DANA, instalando pistas en plena vía pública para vivir una jornada abierta de deporte, alegría y comunidad, con más de un centenar de niños, niñas y familias participando.

El evento consolidó la colaboración entre entidades comprometidas con el deporte y logró trascender lo deportivo para convertirse en un espacio de conexión real con la sociedad, generando un impacto positivo y tangible en su entorno.







PROGRAMA CON-PARTIDO

Inclusión laboral y deporte

El programa Con-Partido desarrollado por Volies busca transformar los torneos de tenis en eventos con impacto real en ciudades y barrios donde se celebran, conectando con sus comunidades, fomentando la participación de su público y generando un legado que perdure en el tiempo y se amplíe año tras año.

Alineando el propósito y estrategia social de los patrocinadores sociales, integramos un enfoque inclusivo en el torneo acercándolo a colectivos como personas con discapacidad o la generación Z. inspirándoles a participar activamente en la construcción de un legado social y ofreciéndoles oportunidades de inclusión y formación entorno al deporte.

Ejemplo de acciones desarrolladas en el ámbito de la formación laboral para estudiantes de FP de TAFAD :

- Talleres impartidos por voluntarios corporativos sobre cómo hacer un CV y afrontar una entrevista de trabajo, que culmina con un speed dating durante el torneo.
- “Experience Day” durante un día: jóvenes viven la organización del torneo de la mano de un profesional, que será su “mentor” para que conozcan cómo funciona un evento deportivo, permitiendo disfrutar de una experiencia educativa de impacto.

Volies Comms&Events

ONSIDERS – Ayuda en Acción

Comunidad digital para jóvenes



Con el objetivo de llegar, conectar y movilizar con las generaciones más jóvenes nació OnSiders , una plataforma con diferentes espacios de comunicación para crear una “comunidad digital” con un contenido altamente atractivo en formato videopódcast.

Los jóvenes son protagonistas de la comunidad, al mismo tiempo que se trabaja la sensibilización sobre los mayores retos del planeta y de la sociedad, creando una comunidad comprometida y preparada para participar activamente.

Volies Comms&Events

volies

People-Powered Impact


España


Portugal


Francia


Italia


Alemania


Irlanda


Reino Unido


Latinoamérica


EE. UU.

Volies.es
Voliesglobal.com
info@volies.es

Empresa B Certificada

Esta empresa cumple con estándares verificados en materia de prácticas sociales y ambientales.
Más información en bcorp.com