

Informe de evaluación del proyecto 'VOLUNTARIADO +65'

**El valor de la edad: visibilizar e impulsar
el voluntariado de personas mayores
para construir comunidad**

Periodo evaluado:

Septiembre 2024 - Agosto 2025

FUNDACIÓN GRANDES AMIGOS



Informe de evaluación del proyecto 'VOLUNTARIADO +65'

El valor de la edad: visibilizar e impulsar el voluntariado de personas mayores para construir comunidad

Periodo evaluado: septiembre 2024 - agosto 2025

Un proyecto de la Fundación Grandes Amigos en Acción, desarrollado con el apoyo del Instituto de Mayores y Servicios Sociales (Imserso), del Ministerio de Derechos Sociales, Consumo y Agenda 2030.



Agosto de 2025

Copyright © Fundación Grandes Amigos

Dirección: Calle Francisco Abril, 17, 28007 Madrid

CIF: G-83625509

91 359 93 59

info@grandesamigos.org

www.grandesamigos.org



Índice

Objetivos del proyecto	4
Introducción	4
Fase 1. Diagnóstico y diseño	
1.1. Análisis, identificación de agentes, definición, diseño de la campaña	5
Grupos focales y cuestionario	
- Metodología	6
- Resultados de los grupos focales	9
- Resultados del cuestionario digital	14
- Conclusiones de los grupos focales y del cuestionario	15
1.2. Diseño, producción de contenidos y materiales de captación	17
Fase 2. Ejecución	
2.1. Lanzamiento de material de comunicación en papel para una difusión inclusiva	24
2.2. Charlas informativas en espacios frecuentados por personas mayores	28
2.3. Participación en eventos comunitarios	32
Fase 3. Evaluación	
3.1. Realización de informe de evaluación	34
- Relación de objetivos concretos e indicadores previstos	35
- Logros y aprendizajes	37
- Recomendaciones y mejoras	39
3.2. Difusión de buenas prácticas	40

Objetivos del proyecto

Objetivo general:

- Reconocer y poner en valor el papel de las personas mayores voluntarias y fomentar su participación social a través del voluntariado en el abordaje de la soledad de las personas mayores.

Objetivos específicos:

- Visibilizar el voluntariado con personas mayores en situación de soledad como una vía de participación social y transformación.
- Poner en valor, reconocer y promover la figura del voluntariado de todas las edades desde el derecho a participar y a ser agentes de cambio.
- Difundir desde la experiencia el papel del voluntariado en programas de abordaje de la soledad de las personas mayores y de las propias personas voluntarias.
- Ofrecer a las personas mayores interesadas alternativas para realizar actividades de voluntariado senior con Grandes Amigos

Introducción:

Tal como se justificó en la redacción del proyecto, una vez constatada la efectividad del voluntariado como herramienta de transformación de realidades sociales en general y en la reducción de la soledad de las personas mayores en particular, se propone en este proyecto dar visibilidad a esta forma de participación social poniéndola en valor frente al gran reto que supone abordar la soledad de las personas mayores, además de motivar a las personas mayores interesadas en participar en alguno de los programas de voluntariado que ofrecemos en Grandes Amigos.

El proyecto se articula a través de tres fases, cuya ejecución se ha realizado entre el 01/09/2024 y el 30/08/2025 en las seis comunidades autónomas en las que Grandes Amigos tiene presencia: Comunidad de Madrid, Galicia, País Vasco, Cantabria, Extremadura y Comunidad Valenciana.

Fase 1. Diagnóstico y diseño

1.1. Análisis, identificación de agentes, definición, diseño de la campaña

ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Grandes Amigos cuenta con un largo recorrido de trabajo comunitario que ayudó a no empezar de cero la labor de establecer alianzas estratégicas para impulsar y difundir este proyecto. Así, se aprovechó la relación ya iniciada con recursos locales, públicos y privados, con los que el equipo técnico de la entidad viene colaborando en las seis comunidades autónomas donde actúa presencialmente.

A su vez este proyecto ha contribuido para ampliar dicha lista de entidades y recursos comunitarios, poniendo el foco especialmente en espacios frecuentados por personas mayores. Esta cooperación posibilitó difundir el proyecto entre una audiencia mucho más grande y organizar las charlas en lugares adecuados para captar a nuevas personas mayores potencialmente interesadas en hacer voluntariado.

Esta lista la componen: centros de mayores, centros de día, hogares de jubilados, asociaciones vecinales, centros de salud, bibliotecas, centros de igualdad, farmacias, comercios, centros comerciales, etc.

ANÁLISIS DE LA BASE DE DATOS

Con la finalidad de identificar y conocer los intereses y motivaciones del público objetivo del proyecto, en primer lugar se analizó la base de datos interna de Grandes Amigos. En concreto se estudiaron los perfiles de las más de 480 personas de 65 años o más que participan como voluntarias en la fundación: motivaciones, origen de entrada, vías de contacto, programas en los que participa, edades, etc.

GRUPOS FOCALES Y CUESTIONARIO

Para profundizar en la creación de lo que en el ámbito de la comunicación y el marketing se conoce como 'buyer persona', o perfil ideal al que se pretende llegar, se realizaron una serie de acciones de alto valor cualitativo, como grupos focales y un cuestionario. A continuación, se desgana el trabajo realizado en este sentido.

Grupos focales y cuestionario

Se ha recogido la opinión y la experiencia de personas mayores que ya realizan voluntariado en Grandes Amigos, utilizando para ello varias vías, como dos grupos focales presenciales y un cuestionario digital.

El análisis de estas opiniones ha servido para diseñar posteriormente los materiales de difusión de la campaña, que se han promocionado para atraer a nuevas personas mayores interesadas en hacer voluntariado.

A continuación se detalla la metodología empleada, los resultados y algunas reflexiones de utilidad.



Metodología

Se empleó un diseño cualitativo basado en grupos focales para explorar las motivaciones, percepciones y propuestas de mejora relacionadas con el voluntariado senior en Grandes Amigos. El objetivo principal de la investigación fue recabar la opinión de personas que son voluntarias y mayores sobre cómo promover el voluntariado de forma abierta, evitando que la edad suponga un impedimento para la participación.

Se llevaron a cabo dos sesiones presenciales. La primera, con una duración aproximada de 90 minutos, tuvo lugar en el Espacio de Igualdad Elena Arnedo, del Ayuntamiento de Madrid, en el distrito Retiro, y contó con la participación de tres personas voluntarias (dos mujeres y un hombre) mayores de 65 años de distintas franjas de edad (66, 72 y 82 años), junto con el responsable de comunicación y el responsable de investigación de la entidad.

La segunda sesión, de aproximadamente 60 minutos, se celebró en la cafetería Los Peces (situada en el centro de la ciudad de Móstoles) y reunió a ocho personas mayores de diferentes edades y perfiles.

En ambos casos, la moderación estuvo a cargo del responsable de investigación, quien inició la sesión con la presentación del proyecto y sus objetivos, así como las normas de participación (respeto en el uso de la palabra, ausencia de turnos fijos pero evitando interrumpir, y fomento del diálogo abierto con posibilidad de llegar a conclusiones comunes). Se informó de que la primera sesión sería grabada en vídeo para su análisis, mientras que la segunda se documentaría mediante apuntes tomados en tiempo real.

El guion semiestructurado incluyó las siguientes cuestiones:

1. Preguntas de conocimiento mutuo (10 min):

- ¿Cuál es tu nombre?
- ¿En qué equipo de Grandes Amigos participas (referido al distrito o territorio de acción)?
- ¿Cuánto hace que eres voluntario/a? ¿Qué tipo de acción voluntaria realizas?

2. Sobre las motivaciones (20 min):

- ¿Cuál dirías que es la principal causa o motivación que impulsa a ser voluntario/a en general? ¿Y a una persona con el perfil de voluntario/a senior o mayor?

3. Sobre el acceso al voluntariado (30 min):

- Si tuvieras que recomendar Grandes Amigos a personas mayores que desean hacer voluntariado, ¿cómo les dirías que llegaran a la entidad?
- El día que pensaste que querías hacer voluntariado de acompañamiento a personas mayores, ¿qué hiciste? ¿Cómo diste con Grandes Amigos?
- ¿Dirías que te resultó sencillo el proceso para llegar a ser voluntario/a?

4. Sobre los materiales y vías de comunicación (30 min):

- ¿Cuál sería la mejor manera de atraer más personas mayores a Grandes Amigos para que se hagan voluntarias?
- ¿Cuál es el dato de contacto que darías a otras personas mayores interesadas en hacer voluntariado en grandes amigos?
- ¿Qué te atraería más, un material que habla directamente de la soledad no deseada entre las personas mayores (mensaje más duro) o bien un material que habla de la importancia de pasar tiempo en compañía, crear amistades y mantenerse socialmente activos para prevenir la soledad (mensaje más suave)?
- ¿Cómo podría captar mejor tu atención un material de difusión, a través de una imagen o de un texto?

- ¿Qué es lo primero que sentís cuando veis a una persona en situación de dependencia y/o vulnerabilidad? ¿Podéis llegar a sentirnos identificadas?
- ¿De las imágenes que os vamos a mostrar, cuáles pensáis que transmiten mejor el tipo de voluntariado que queremos promocionar?
- ¿De las imágenes que os vamos a mostrar, cuáles pensáis que transmiten mejor el tipo de voluntariado que queremos promocionar?

Como complemento a las sesiones presenciales, se difundió un formulario en línea con las mismas preguntas a todas las personas voluntarias activas en ese momento. Se recibieron cuatro respuestas, que fueron analizadas de forma diferenciada para contrastar coincidencias y divergencias con los grupos focales.

El análisis se desarrolló mediante un enfoque temático inductivo, que permitió identificar categorías y subcategorías emergentes a partir del discurso recogido. Las citas textuales incluidas en el presente informe se han anonimizado para preservar la confidencialidad.



Resultados de los grupos focales

¿Cuál dirías que es la principal causa o motivación que impulsa a ser voluntario/a en general? ¿Y a una persona con el perfil de voluntario/a senior o mayor?

Motivos para comenzar este voluntariado:

- “Ayudar a otras personas”. “Seguir participando en la sociedad y mejorando la sociedad”.
- “Mantenerme activa al jubilarme. Me di cuenta de que había mucha gente mayor sola, de la edad de mi madre”.
- Sensibilidad con la soledad y las personas mayores: “Había ayudado antes a niños, pero los mayores estaban solos”.

Motivos para continuar el voluntariado:

- “Es algo recíproco. Me reporta mucho a nivel personal”.
- “Soy colega de las personas a las que acompaño” (en referencia a la cercanía generacional).
- La cercanía de edades “es una ventaja respecto a la gente joven” al entender y ver los problemas de la gente mayor “desde dentro”.

El día que pensaste que querías hacer voluntariado de acompañamiento a personas mayores, ¿qué hiciste? ¿Cómo diste con Grandes Amigos?

- A través de un programa de radio.
- Mediante un folleto que le dieron en la calle.
- En una revista en una sala de espera del dentista.

¿Cuál sería la mejor manera de atraer más personas mayores a Grandes Amigos para que se hagan voluntarias?

- Carteles y folletos en espacios frecuentados por personas mayores: salas de esperas de consultas, lugares públicos como centros de mayores, centros de salud, etc.
- Contactar a empresas, ya que “hay muchas personas que se jubilan cada año y quieren seguir estando activas”.

¿Cuál es el dato de contacto que darías a otras personas mayores interesadas en hacer voluntariado en Grandes Amigos?

- Facilitamos el teléfono de la persona referente del equipo técnico de Grandes Amigos o en su lugar el teléfono de la oficina (dependiendo de la confianza o si se conoce a la persona). Previamente, le hacemos un resumen de en qué consiste.

- Para personas mayores que quieran hacer voluntariado: teléfono por encima de página web o redes sociales: “nos sale lo que hemos hecho toda la vida, utilizar el teléfono”.
- La red social que más utilizan o conocen (si no la usan) serían: primero Facebook y luego Instagram.

¿Qué te atraería más, un material que habla directamente de la soledad no deseada entre las personas mayores (mensaje más duro) o bien un material que habla de la importancia de pasar tiempo en compañía, crear amistades y mantenerse socialmente activos para prevenir la soledad (mensaje más suave)?

- “Lo mejor es una combinación: hablar sobre la soledad, de la putada que es estar solo, y a la vez de la compañía que se puede encontrar gracias al voluntariado”.
- “Lo haría propositivo, no negativo, mostrando la soledad como algo normal que puede ocurrir para luego poner la solución”.
- “Quizá no expresaría desde el inicio todas las dificultades que pueden surgir en el acompañamiento, porque si no puede haber gente que se eche para atrás. Haría un mensaje equilibrado y en positivo para atraer al voluntariado”.
- “Cuando dejas de trabajar cambian tus prioridades y aumenta tu disponibilidad. Pondría el foco en la prevención de la soledad propia, pero no diciéndolo explícitamente, sino proponiendo actividad como vía para mantenerse activo”.

¿Cómo podría captar mejor tu atención un material de difusión, a través de una imagen o de un texto?

- “Leer es más difícil”.
- “El texto siempre tiene que ir grande y claro”.
- “La imagen es llamativa y atractiva. Cáptame con una imagen e invítame luego a leer”.
- “Si el cartel se pone en el Metro tiene que ser la imagen. En autobuses puede ser más interesante el texto, depende del lugar, si se pone en un cartel donde se tiene mayor permanencia de tiempo se puede poner texto e imagen”.

¿De las imágenes que os vamos a mostrar, cuáles pensáis que transmiten mejor el tipo de voluntariado que queremos promocionar?



- “La imagen donde aparece un grupo de mayores puede representar una quedada familiar, pero no tiene por qué hablar necesariamente de acompañamiento, sino que puede tratarse de un grupo cualquiera, de familiares, de amigos, de excompañeros...”.
- “La del señor con el teléfono y un grupo detrás puede expresar soledad. Hay un contraste. Aunque sería más para captar a una posible beneficiaria que necesite acompañamiento que para buscar alguien que acompañe”.
- “La de la señora mirando por la ventana expresa la soledad”.
- En general, recomiendan usar “imágenes más vivas, más agradables, que son llamativas a la vez”.

¿Qué es lo primero que sentís cuando veis a una persona en situación de dependencia y/o vulnerabilidad? ¿Podéis llegar a sentiros identificadas?

- “Sensación de pena”.
- “No pondría imágenes de personas mayores muy dependientes (en el rol de persona acompañada), porque quizá piensas que como mayor voluntario yo no voy a poder ayudarle y me desmotive”.
- “Las imágenes de personas con necesidad de compañía o dependencia invitan a la reflexión y pensar en cómo estoy yo, cómo voy a estar yo en unos años”.
- En general, no se identifican con una persona dependiente o vulnerable sino activa.

¿Qué os parecen los siguientes materiales (carteles y folletos que ya usa Grandes Amigos en su labor general de difusión) que os vamos a mostrar?

Tríptico específico de voluntariado:

¿POR QUÉ HACER VOLUNTARIADO?

En 2003 un grupo de jóvenes empezó a acompañar de manera voluntaria a personas mayores solas del barrio. De este modo, desde la cercanía vecinal, nació la Fundación Grandes Amigos.

Con esa misma filosofía, hoy nos organizamos en equipos de voluntariado y vecinarios que actúan en barrios. Así, nos acercamos a las personas mayores para cambiar sus vidas, a través de diferentes programas de detección, prevención, acompañamiento, socialización y sensibilización.

Ayudas a las personas mayores a envejecer en compañía, con más salud y dignidad.

Cambias la sociedad desde tu entorno, fomentando desde la práctica un envejecimiento digno.

Vives un crecimiento personal único al compartir tu tiempo con personas de diferentes edades y perfiles.

Aprovechas las oportunidades de formación y desarrollas habilidades sociales prácticas.

RECIBO MÁS DE LO QUE DOY

Apúntate en: grandesamigos.org
 Contacta: voluntariado@grandesamigos.org
 91 359 93 05

¡Síguenos en redes sociales!

VOLUNTARIADO CON PERSONAS MAYORES

Cambia su vida y también la tuya

EL CAMINO DEL VOLUNTARIADO

Estos son los pasos hacia una experiencia que cambiará tu vida y con la que tu cambiarás la vida de las personas mayores en situación o riesgo de soledad.

SESIÓN INFORMATIVA
Un primer contacto donde te explicaremos con detalle las diferentes posibilidades de participación y resolveremos tus dudas.

ENTREVISTA PERSONAL
Para conocerte mejor y que nos cuentes tus expectativas y preferencias sobre el tipo de voluntariado que deseas hacer, cuándo y cómo.

FORMACIÓN
Al incorporarte te daremos las claves para realizar de manera satisfactoria este voluntariado. Además, de forma regular se ofreceremos formaciones específicas de gran utilidad.

PARTICIPACIÓN
Llegó el momento de pasar a la acción. Te incorporaras al programa que hayas elegido y te vincularemos a un equipo junto a otros voluntarios/as.

SEGUIMIENTO
Para conocer tus inquietudes y tu satisfacción y resolver posibles dudas, contarás con el apoyo de nuestro equipo profesional.

¿QUÉ VOLUNTARIADO PUEDES HACER EN GRANDES AMIGOS?

ACOMPANIAMIENTO PRESENCIAL
Teje una relación de amistad con una persona mayor, compartiendo con ella al menos 2 horas a la semana por teléfono, videollamada o incluso carta.

ACOMPANIAMIENTO TELEFÓNICO
Crea un vínculo especial con una persona mayor de cualquier parte del país hablando con ella una vez por semana por teléfono, videollamada o incluso carta.

ACOMPANIAMIENTOS PUNTALES
Acompaña a diferentes personas mayores a sus citas médicas, gestiones, etc...

RELACIONES VECINALES
Participa en nuestra red de apoyo vecinal para prevenir la soledad de las personas mayores. Comparto gestos de buena vecindad y actividades de socialización con personas mayores y otras/as vecinas/as del barrio.

DETECCIÓN DE LA SOLEDAD
Implica a comercios, vecinos/as y otros recursos del barrio para que puedan detectar personas mayores en soledad.

DINAMIZACIÓN DE EQUIPOS Y GRUPOS MOTORES
Acoje y apoya a nuevas personas voluntarias y mayores a integrarse en nuestros equipos. Organiza actividades con las personas mayores que acompañamos en tu zona. Haz seguimiento telefónico de mayores para ver cómo están. Teje colaboraciones con los distintos agentes sociales del barrio. Realiza apoyo en oficina.

SENSIBILIZACIÓN Y DIFUSIÓN
Da a conocer los distintos programas y acciones de voluntariado que realizamos. Sensibiliza en tu entorno y en las redes sociales sobre los derechos de las personas mayores, su soledad y las soluciones que ofrecemos. Busca el apoyo de personas famosas, empresas e iniciativas solidarias a nuestra labor social.

VOLUNTARIADO CORPORATIVO
A través de tu empresa, promueve diferentes acciones para fomentar la socialización de personas mayores con empleados/as de tu empresa. Apadrina a Grandes Amigos en convocatorias sociales de tu empresa para que podamos ayudar a más personas mayores.

- “Tiene sentido el texto porque es explicativo, pero lo usaría más para una persona cuando ya ha sido captada”.
- “Las imágenes difuminadas y las caras en vacío (en referencia a las ilustraciones de la portada) no se distinguen bien y generan cierta incertidumbre. Prefiero fotos de personas”.

Folleto genérico:

- “Lo usaría más para salas de esperas y una primera impresión”.
- “No pondría tantas sonrisas, sino una imagen más natural, espontaneo. Una imagen más neutra que transmita complicidad”.

Cartel:

“Llama la atención la ausencia de hombres. Parece que las mujeres somos las únicas que tenemos que estar metidas en estos temas”

Resultados del cuestionario digital

Las personas mayores voluntarias de Grandes Amigos que participaron en el cuestionario digital pertenecen a distintos distritos de la ciudad de Madrid (Centro, Puente de Vallecas, Hortaleza y Barajas) y del municipio de Móstoles. Todos los participantes participan en acompañamientos a domicilio y dos participan adicionalmente en otra modalidad como los acompañamientos puntuales a citas médicas y gestiones administrativas.

Las principales razones que llevan a las personas a participar en el voluntariado senior (o realizado por personas mayores) están relacionadas con el deseo de combatir la soledad de las personas mayores y brindarles compañía y apoyo afectivo. Algunos/as voluntarios/as destacaron que aprovechar su tiempo libre en actividades solidarias les genera satisfacción personal.

Cuando se les preguntó qué habían pensado y cómo llegaron a contactar con Grandes Amigos, todos los que respondieron tuvieron una interacción de boca a boca con alguien que los refirió a la organización. Adicionalmente, una voluntaria buscó en Google después de preguntar a una persona conocida.

A la hora de preguntarles sobre el proceso de inscripción en Grandes Amigos, todas las personas voluntarias encontraron sencillo el proceso.

En cuanto a la forma por la cual recomendarían contactar con la entidad a personas interesadas en este voluntariado, la mayoría reportó que recomendarían búsquedas en Google, redes sociales y la página web oficial. También se menciona la importancia del boca a boca, ya que varias personas recibieron recomendaciones de personas conocidas o de otros/as voluntarios/as.

Para atraer a más personas mayores al voluntariado, los/as participantes en el cuestionario sugirieron distribuir más materiales informativos en espacios públicos y centros de mayores, así como fortalecer la presencia de Grandes Amigos en redes sociales y medios digitales. Además, consideraron que compartir testimonios sobre la experiencia del voluntariado podría motivar a más personas a ser parte del voluntariado.

En cuanto a los materiales, el grupo indicó que para invitar a la participación es más conveniente un enfoque positivo que destaque la importancia de la compañía. También se añadió la conveniencia de añadir un mensaje sobre la realidad de la soledad sin caer en la dramatización del problema.

Al preguntarles por un posible diseño de folletos, priorizaron el contenido claro, letra legible e imágenes que reflejen las acciones voluntarias. Sobre la representación de personas mayores en imágenes expresaron que prefieren que se muestren a las personas mayores de manera activa y participativa, en lugar de enfatizar su vulnerabilidad.

Conclusiones de los grupos focales y del cuestionario

Motivaciones para realizar voluntariado senior

Las motivaciones iniciales se vincularon con un compromiso social y personal. Por un lado, coincidieron las reflexiones orientadas a combatir la soledad de las personas mayores a través del apoyo y el acompañamiento afectivos que pueden ofrecer ejerciendo voluntariado, una experiencia que reafirma el compromiso con una sociedad mejor: “Seguir participando en la sociedad y mejorando la sociedad”.

Esa solidaridad hacia los demás en ocasiones surge desde una vivencia personal: “Me di cuenta de que había mucha gente mayor sola, de la edad de mi madre”, afirmaciones que por otra parte reflejan la diversidad de la población mayor (por ejemplo, una persona mayor de 70 años con una madre de 90 años, con perfiles y necesidades muy diversas).

Esta vinculación entre compromiso social y satisfacción personal se da a la inversa, como evidencia que algunos/as voluntarios/as aprovechan su tiempo libre en actividades solidarias, lo que a su vez les genera bienestar personal.

También surgió la motivación de mantenerse activos/as tras la jubilación. La experiencia se describió como recíproca: “no es gratis, es algo recíproco” y “soy colega de las mías... es una ventaja respecto a la gente joven, lo vemos desde dentro”. La cercanía de edad entre personas voluntarias y personas acompañadas emerge como un factor de complicidad y empatía.

Canales de acceso y recomendación

Las vías de contacto fueron diversas pero siempre canales de comunicación ‘offline’: el boca a boca con personas de su entorno que ya conocían Grandes Amigos; un programa de radio; un folleto entregado en la calle, o una revista en una sala de espera. En algún caso puntual, se amplió la información mediante una búsqueda en Google. El conjunto de los participantes también encontró sencillo el proceso de inscripción, independientemente de que se tratase de un formulario web.

A la hora de recomendar la entidad a otras personas a las que animan a hacer voluntariado, el canal principal para ponerse en contacto con Grandes Amigos fue sugerir la llamada telefónica, considerada más directa y familiar: “nos sale lo que hemos hecho toda la vida, utilizar el teléfono”. También recomendaron el boca a boca y las búsquedas en Google, en la web y las redes sociales, mencionándose Facebook e Instagram como las más conocidas.

Asimismo, se sugirió distribuir materiales informativos en espacios públicos y centros de mayores, así como fortalecer la presencia de Grandes Amigos en redes sociales y medios digitales.

Materiales y mensajes de captación

El contenido debe ser claro, con letra suficientemente legible y con imágenes que reflejen con claridad las acciones voluntarias, según los participantes. Se valoró un equilibrio entre visibilizar la soledad sin dramatizar sobre este problema y promover

mensajes positivos que ofrezcan soluciones y alternativas como el acompañamiento afectivo a través del voluntariado. Así, se apostó por mostrar en los materiales “la soledad como algo normal” que le puede ocurrir a cualquiera, sin necesidad de estigmatizar a quien la sufre, para “luego poner la solución” al promocionar el voluntariado y visibilizar testimonios reales que inspiren a otras personas. Se advirtió contra el exceso de mensajes negativos que lleven a fomentar estereotipos edadistas, evitando mensajes que transmitan pena o lástima en torno a las personas mayores. En su lugar, se propuso promover un enfoque positivo que destaque la compañía y la prevención de la soledad como un hábito saludable y cotidiano.

Preferencias visuales y representaciones

Se prefirieron imágenes llamativas y agradables que inviten a la lectura posterior: “cáptame con una imagen e invítame luego a leer”. Las representaciones de personas mayores activas fueron mejor recibidas que aquellas que mostraban dependencia y fragilidad. También se señaló la ausencia de hombres en algunas imágenes: “parece que las mujeres somos las únicas que tenemos que estar metidas en estos temas”. Esta reflexión, compartida por participantes de diferente género, incidía en el hecho de que efectivamente hay muchas más mujeres que hombres haciendo voluntariado y, por ello, se señaló como recomendación el incluir a hombres voluntarios en las imágenes de los materiales de difusión, con el fin de llamar la atención de otros hombres y buscar una mayor participación del género masculino, a la vez que se contribuye a romper el estereotipo de que los cuidados (ya sean asistenciales o afectivos como en este caso) siempre sean ejercidos por mujeres.

Reflexiones finales

Se recomendó evitar un exceso de sonrisas artificiales y optar por fotografías naturales y espontáneas que transmitan complicidad y realismo. Los mensajes preventivos sobre la soledad propia de quien ejerce el voluntariado deberían comunicarse de forma indirecta para evitar la confusión sobre los roles y la actividad a realizar. Si bien los participantes se reconocen como personas mayores que acompañan a otras personas mayores en riesgo o situación de soledad, vieron oportuno que los materiales reflejen con nitidez esta diferencia de roles, con el fin de evitar dudas o confusiones en quienes reciban la publicidad y puedan sentir interés, y todo ello buscando el necesario equilibrio entre una comunicación clara y a la vez respetuosa y libre de edadismos a la hora de retratar a las personas mayores que necesitan ese apoyo o acompañamiento.

1.2. Diseño, producción de contenidos y materiales de captación

Desde el inicio, el equipo de Comunicación de Grandes Amigos estuvo involucrado en el desarrollo del proyecto, participando en los grupos focales y el cuestionario.

A partir de los resultados y conclusiones de las fases anteriores del proyecto, se creó una estrategia de difusión que diera respuesta a las principales necesidades y preferencias expresadas por las personas mayores voluntarias.

Para ello se priorizó la comunicación 'offline' y se diseñó una gran variedad de materiales, los cuales guardaban una serie de aspectos en común, incluido el logo del Inmerso para visibilizar el apoyo para realizar este proyecto:

FORMATOS Y CANALES

Se eligieron canales y formatos 'offline', como folletos dípticos, carteles, publicidad exterior ('perching' en autobuses) y cuñas de radio.

Para optimizar la inversión en medios, se tuvo en cuenta la particularidad sociodemográfica de cada territorio (concentración/dispersión de la población, medios de comunicación y de transporte más utilizados, etc.), focalizando el impacto en aquellos medios de difusión masiva más adecuados para que el proyecto llegara a las personas mayores de los diferentes lugares. Por ejemplo, en una gran ciudad como Madrid se apostó por el 'perching' en los autobuses urbanos y en una zona vaciada con gran dispersión se invirtió en publicidad en una radio local.

TEXTOS

- Tamaño de letra suficientemente grande y legible para facilitar una comunicación accesibles.
- Uso de un lenguaje sencillo, sin tecnicismos.

MENSAJES

- Conceptos y mensajes que recogen los aprendizajes de la fase previa, así como información útil y de interés que pone en valor la experiencia y la labor que sigue realizando a diario la población mayor.
- Mensajes que transmiten las ideas clave y principales motivaciones:
 - o Compañía y amistad entre personas mayores
 - o Practica un envejecimiento activo y saludable, acompañando a otras personas mayores
 - o Siéntete útil ayudando a prevenir la soledad en tu barrio
 - o En Grandes Amigos sí valoramos tu experiencia

IMÁGENES

- Fotografías positivas y respetuosas.
- Visibilizan el rol de apoyo y acompañamiento del voluntariado respecto a las personas acompañadas.
- Diversidad de funciones y realidades (escenas de dos personas, grupales, etc.).

A continuación se describen las principales acciones de difusión:

FOLLETOS DÍPTICOS

Como **material central** de la campaña, destaca la creación de folletos en formato díptico, que de manera clara y ordenada ofrece información sobre:

- Datos y estadísticas que ponen en valor el voluntariado en general y en particular el realizado por personas mayores, así como los beneficios en la salud y el bienestar (fuente: Plataforma de Voluntariado de España y Fundación Grandes Amigos).
- Datos que reflejan los beneficios del voluntariado en la salud física y mental.
- Testimonios en primera persona de voluntarios/as mayores que inspiran y motivan al sentirse identificados/as.
- Información sobre la trayectoria de la entidad.
- Información de lo que pueden aportar a otras personas mayores en situación de soledad mediante los diferentes programas de voluntariado.
- Beneficios que les aporta el voluntariado a nivel personal.
- Variedad de datos de contacto: teléfono y horario de atención, mail, web.
- Dirección física de la sede central de Grandes Amigos, para reforzar la confianza si no conocen la entidad.

Se realizó una tirada de 10.000 folletos dípticos, que duplica el objetivo de difusión previsto: aparte de entregar folletos a quienes asistieron a las charlas informativas, se dejaron numerosos folletos en lugares visibles y de paso ubicados en espacios frecuentados por personas mayores (centros de día, centros de mayores, centros sociales, centros de salud, bibliotecas, farmacias, comercios, etc).

El contacto establecido entre el equipo técnico de Grandes Amigos y los/as profesionales de estos centros contribuyó a dar continuidad a la estrategia de difusión (a día de hoy siguen realizándose visitas para reponer material) y abre vías de colaboración para derivaciones de personas usuarias de estos centros interesadas en participar en los programas que Grandes Amigos impulsa para prevenir y paliar la soledad no deseada.

Del mismo modo, podrán organizándose en el futuro nuevas charlas independientemente de haber alcanzado ya la meta prevista.

En Grandes Amigos sí valoramos tu experiencia



Ana, 82 años

"Quería mantenerme activa al jubilarme y vi que había mucha gente mayor sola. Somos de edades parecidas y empatizamos. Me siento bien ayudándolas".

"Este voluntariado me aporta mucho más de lo que doy. Es recíproco: compartimos experiencias, tiempo y amistad. Te permite establecer relaciones de confianza, como las de toda la vida".



Jesús, 66 años

¡ÚNETE A GRANDES AMIGOS!

Amplía información o apúntate directamente:

www.grandesamigos.org

info@grandesamigos.org

91 359 93 05 (L-J 8:30-14:30 y 15:30-17:30; V 8:30-14:00)

Síguenos en redes sociales:



Sede central:
Fundación Grandes Amigos
C/ Francisco Abril, 17, 2º, 28007 Madrid
CIF G-63625509

Con el apoyo de:



Certifica:



Practica un envejecimiento activo y saludable, acompañando a otras personas mayores



Siéntete útil ayudando a prevenir la soledad en tu barrio



VOLUNTARIADO +65 AÑOS

COMPañÍA Y AMISTAD ENTRE PERSONAS MAYORES

Haz voluntariado en la Fundación Grandes Amigos
www.grandesamigos.org



CONOCE LA FUNDACIÓN GRANDES AMIGOS

En 2003 un grupo de voluntarios empezó a acompañar a personas mayores solas de su barrio. Así nació nuestra ONG.

Hoy ese espíritu vecinal une a más de 5.000 personas mayores y voluntarias de toda España a través de nuestros programas.



EL VOLUNTARIADO Y LAS PERSONAS MAYORES

- 4,2 millones de españoles realizan voluntariado, el 10,1% de la población.
- Las personas mayores, a la cabeza en voluntariado en nuestro país: el 24,8% tiene 65 años o más.
- El 69,1% de las personas mayores piensa que el voluntariado puede resolver la soledad no deseada.

EL VOLUNTARIADO EN GRANDES AMIGOS

- El 96,47% de las personas mayores acompañadas mejora su estado de ánimo gracias al voluntariado de Grandes Amigos.
- 8 de cada 10 voluntarios/as valoran su experiencia en Grandes Amigos con notable (25,5%) o sobresaliente (55,3%).
- Grandes Amigos es una de las 10 ONG con más voluntariado de España, entre las auditadas por la Fundación Lealtad.

¿Qué puedes aportar?



ACOMPANIAMIENTO AFECTIVO

Teje una amistad con otra persona mayor de tu zona, acompañándola 2 horas por semana. Puede ser presencial en tu zona o telefónico.



SOCIALIZACIÓN VECINAL

Queda en tu barrio para prevenir la soledad, con una periodicidad flexible.

ACOMPANIAMIENTOS PUNTUALES

Acompaña a diferentes personas a sus citas médicas, gestiones, etc.



DINAMIZACIÓN Y GRUPOS MOTORES

Colabora de otras formas: acogida de nuevos participantes; organización de actividades; seguimiento telefónico; apoyo en oficina, o difusión y sensibilización.

¿Qué te aportamos?

FORMACIÓN	APOYO PROFESIONAL
TALLERES Y ACTIVIDADES	OCIO SALUDABLE
FLEXIBILIDAD	REALIZACIÓN PERSONAL

Los materiales de difusión han sido traducidos al euskera, con el fin de facilitar una difusión más inclusiva y plurilingüe en Euskadi, donde se han distribuido los materiales doblados en los dos idiomas oficiales (euskera y castellano).

CONOCE A ADINKIDE/ GRANDES AMIGOS

En 2007 un grupo de personas voluntarias empezó a acompañar a personas mayores solas de su barrio. Ese espíritu vecinal ha unido desde entonces a más de 600 personas mayores y voluntarias de Gipuzkoa a través de nuestros programas.

EL VOLUNTARIADO Y LAS PERSONAS MAYORES

- Más de 30.000 personas realizan voluntariado en Euskadi, el 1% de la población vasca.
- Las personas mayores, a la cabeza en voluntariado en el Estado: el 24,8% tiene 65 años o más.
- El 69,1% de las personas mayores piensa que el voluntariado puede resolver la soledad no deseada.

EL VOLUNTARIADO EN ADINKIDE/ GRANDES AMIGOS

- El 96,47% de las personas mayores acompañadas mejora su estado de ánimo gracias al voluntariado de Adinkide-Grandes Amigos.
- 8 de cada 10 voluntarios/as valoran su experiencia en Grandes Amigos con notable (25,5%) o sobresaliente (55,3%).

¿Qué puedes aportar?

ACOMPANIAMIENTO AFECTIVO
Toge una amistad con otra persona mayor de tu zona, acompañándola 2 horas por semana. Puede ser presencial en tu zona o telefónico.

SOCIALIZACIÓN VECINAL
Queda en tu barrio para prevenir la soledad, con una periodicidad flexible.

ACOMPANIAMIENTOS PUNTUALES
Acompaña a diferentes personas a sus citas médicas, gestiones, etc.

DINAMIZACIÓN Y GRUPOS MOTORES
Colabora de otras formas: acogida de nuevos participantes; organización de actividades; seguimiento telefónico; apoyo en oficina, o difusión y sensibilización.

¿Qué te aportamos?

FORMACIÓN	APOYO PROFESIONAL
TALLERES Y ACTIVIDADES	OCIO SALUDABLE
FLEXIBILIDAD	REALIZACIÓN PERSONAL

En Adinkide si valoramos tu experiencia

ANA, 82 años
"Quiero mantenerme activa al jubilarme y vi que había mucha gente mayor sola. Somos de edades parecidas y empatizamos. Me siento bien ayudándolas".

JESÚ, 64 años
"Este voluntariado me aporta mucho más de lo que doy. Es recíproco: compartimos experiencias, tiempo y amistad. Se permite establecer relaciones de confianza, como las de toda la vida".

¡ÚNETE A ADINKIDE!
Amplia información o apuntate directamente

www.adinkide.org
info@adinkide.org
 943 53 63 89 (L-J 9:30-14:30 y 19:30-14:00, V 9:30-14:00)

Síguenos en redes sociales:

ADINKIDE
Euzko Herriaren Adiskideen Elkartaren (Euzko Herriaren Adiskideen Elkartaren) Bidea Nagai Gogaitza 30009 Donostia CIF G-04202009

Con el apoyo de:

Jarri praktikan zahartze aktibo eta osasungarria adineko beste pertsona batzuei laguntzearen bidez

65 URTEK GORAKOEN BOLTUNARIOITZA
KOMPAINIA ETA ADISKIDETASUNA ADINEKOEN ARTEAN

Egin boluntario-iana Adinkide Fundazioan
www.adinkide.org

Senitu baiotsu, zure auzoan bakardadeari aurrea hartzen laguntzearen bidez

EZAGUTU ADINKIDE

2007. urtean, bolondres-salde bat auzoan bakarrik bizi ziren adinekoek laguntzen hasi zen. Harezeriko, auzo-espiritu horrek Gipuzkoako 600 adineko eta boluntario baino gehiago lotu ditu gure programan biaritez.

BOLUNTARIOITZA ETA ADINEKOAK

- 320.000 pertsona baino gehiago aritzen dira boluntario-lanean Euskadin; hots, euskal herritarren % 17.
- Adinekoak nagusi. Estatuko boluntarioetan: boluntarioen % 24,8k 65 urte edo gehiago dituzte.
- Adinekoen % 69,1ek uste dute boluntariotzak nahi gabeko bakardadea konpon dezakeela.

BOLUNTARIOITZA ADINKIDEN

- Laguntutako adinekoen % 96,47k gogo-aldarte hobetzen dute Fundazioaren boluntariotziari esker.
- 10 boluntariotzi 8k «oso ongi» (% 25,5ek) edo «bikain» (% 55,3k) baloratu dute Adinkidenean izandako esperientzia.

Zer ekarpen egin dezakezu?

LAGUNTZA AFEKTIBOA
Lagundu astean 2 ordu zure inguruko adineko bati, eta sortu adiskidetasun bat harenkin. Presentzia izan daiteke (zure inguruan), edo telefono bidezkoa.

AUZO-SOZIALIZAZIOA
Geratu auzoko norbaiten bakardadeari aurrea hartzeko, aldizkotasun mailagarekin.

NOIZEAN BEHINGO LAGUNTZAK
Lagundu pertsona batzuei sendagaitzengain, kudeaketak, egitera eta abar.

DINAMIZAZIOA ETA TALDE ERAGILEAK
Lagundu beste era batera: parte-hartzaile berrien harrera, jardueren antolatzea, telefono bidezko jarraitapena, bulegoko laguntza, zabaldundea eta sentibilizazioa.

Zer ekarpen egingo dizugu?

PRESTAKUNTZA	LAGUNTZA PROFESIONALA
LANTEGIK ETA JARDUERAK	AISIA OSASUNGARRIA
MALGUTASUNA	ERREALIZAZIO PERTSONALA

Adinkiden, zure esperientzia balioesten dugu.

ANA, 82 urte
"Aktibo jarraitu nahi nuen erretiroa hartu ondoren, eta adineko asko bakarrik zebela ikusi nuen. Antzeko adina dugu eta empatia dugu elkarrekin. Oso ongi sentitzen naitz laguntzen diekianen".

JESÚ, 64 urte
"Boluntariotzak egiten ditzen ekarpena nik ematen dudana baino askoz handiago da. Elkarrekin bitarteko bat da esperientziak, denbora eta adiskidetasuna partekatzen ditugu. Beteak bezalako konfiantza-harremanak ezartzeko aukera ematen dizu".

EGIN BAT ADINKIDEREKIN!
Loru informazio gehiago, edota eman izena zuzenean:

www.adinkide.org
info@adinkide.org
 943 53 63 89 (Auzo-herrietatik: ostegunera 09:30-14:30 eta 19:30-14:00; ostiraldian 09:30-14:00)

Jarraitu sare sozialetan:

ADINKIDE
Euzko Herriaren Adiskideen Elkartaren (Euzko Herriaren Adiskideen Elkartaren) Bidea Nagai Gogaitza 30009 Donostia CIF G-04202009

Elkarrekin:

Practica un envejecimiento activo y saludable, acompañando a otras personas mayores

VOLUNTARIADO +65 AÑOS
COMPañÍA Y AMISTAD ENTRE PERSONAS MAYORES

Haz voluntariado en la Fundación Adinkide-Grandes Amigos
www.adinkide.org

Siéntete útil ayudando a prevenir la soledad en tu barrio

CARTELES

Los materiales de difusión se adaptaron al formato cartel, con el fin de ser distribuidos en lugares visibles de los mencionados centros públicos y en el pequeño comercio (farmacias, tiendas de barrio, etc.), con los que Grandes Amigos colabora.



VOLUNTARIADO +65 AÑOS

Únete a la Fundación Grandes Amigos: comparte compañía y amistad entre personas mayores.

Practica un envejecimiento activo y saludable acompañando a otras personas mayores.

Siéntete útil evitando la soledad en tu barrio.

HAZ VOLUNTARIADO:

91 359 93 05

(L-J 8:30-14:30 y 15:30-17:30; V 8:30-14:00)

www.grandesamigos.org

info@grandesamigos.org

Con el apoyo de:

CAMPAÑA DE 'PERCHING'

Para realizar una gran acción de publicidad en una gran ciudad como Madrid e incidir específicamente en un segmento poblacional determinado, por lo general se requiere una gran inversión económica. Por ello, con los recursos disponibles y gracias a la alianza estratégica que Grandes Amigos ha establecido con la EMT (Empresa Municipal de Transportes de Madrid), se apostó por una forma innovadora e impactante de comunicación 'offline': una campaña de 'perching' en los autobuses de la ciudad de Madrid.

Entre los medios de transporte público de la capital de España, el autobús es el preferido por la población mayor, 'target' de la campaña, y representa una vía potente para impactar de manera repetida en una gran audiencia.

Estas perchas son folletos que se cuelgan en las barras interiores de los autobuses y que los viajeros pueden coger y llevarse consigo, por lo que cada día se repusieron las perchas en las cocheras de la EMT antes de que los autobuses comenzaran sus rutas.

El contenido de las perchas sintetiza los mensajes y el enfoque con los que las personas mayores se sienten más identificadas, además de visibilizar los datos de contacto para participar en los programas de voluntariado de Grandes Amigos.

Dicha acción ha permitido distribuir durante cuatro semanas 20.000 perchas informativas en el interior de 50 autobuses urbanos de Madrid.



CAMPAÑA EN RADIO LOCAL

En territorios rurales como la zona de Cantabria Occidental, en concreto en los municipios de las mancomunidades del Valle de Saja, Valle del Nansa y otros municipios, se analizó previamente cuáles eran los mejores canales de comunicación para impactar en las personas mayores.

La difusión en zonas rurales resulta más compleja al encontrar obstáculos como la despoblación y la dispersión de la ciudadanía.

Se trata de municipios pequeños y en ocasiones muy despoblados y disgregados en el territorio, donde puede haber largas distancias entre un vecino y otro, y donde es frecuente pasar mucho tiempo solo.

Tampoco ayuda el uso mayoritario del vehículo privado para los traslados en detrimento de medios de transporte públicos, como el autobús o el metro, que sí pueden funcionar como eficaces soportes publicitarios en entornos urbanos. Este hecho descarta el llevar a cabo campañas de publicidad en medios de transporte, en marquesinas o en estaciones.

Tras esa prospección, se invirtió en una campaña de publicidad en Onda Occidental, el principal medio de comunicación de la zona, que incluye cuñas en su emisora de radio.

La población mayor es una de las principales audiencias de medios tradicionales como la radio, y más en zonas rurales, donde la información y la publicidad de cercanía se valoran especialmente.

A través de una campaña de cuñas radiofónicas, se animó a las personas mayores a mantenerse activas y conectadas con otros/as vecinos/as a través del acompañamiento afectivo que ofrece el voluntariado.

Además, la eficacia de la publicidad en radio, a diferencia de otros medios, reside en buena parte en la repetición del mensaje, que se garantiza con la emisión de una campaña de 4 cuñas diarias durante 6 meses en las principales franjas horarias de la programación de Onda Occidental.



Fase 2. Ejecución

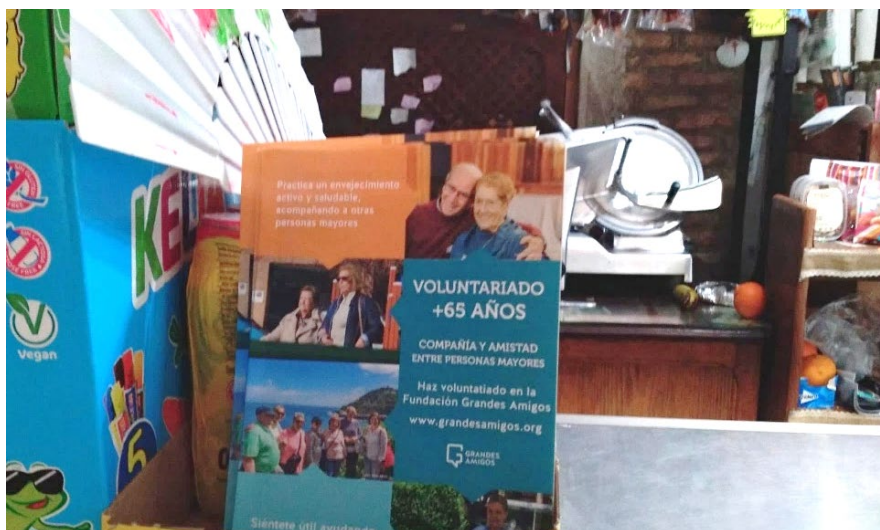
2.1. Lanzamiento de material de comunicación en papel para una difusión inclusiva

A nivel local se trabajó en establecer nuevas alianzas estratégicas con recursos del territorio, o a impulsar las alianzas que ya existían, con el fin de desplegar la estrategia de difusión de los materiales de papel.

Esta cooperación, además de facilitar la organización de las charlas informativas, posibilitó distribuir más de 5.000 folletos. Se contempla continuar dicho reparto en futuras visitas para reponer material.

Entre los recursos contactados, se encuentran:

- Centros de mayores.
- Centros de día.
- Hogares de jubilados.
- Asociaciones vecinales.
- Centros de salud.
- Bibliotecas.
- Centros de igualdad.
- Farmacias.
- Comercios.
- Centros comerciales.







Asimismo, Grandes Amigos estableció una alianza que permitió una de las principales acciones de difusión del material de papel: gracias al convenio de colaboración firmado con la EMT (Empresa Municipal de Transportes de Madrid), se pudo llevar a cabo la campaña de 'perching', repartiendo 20.000 perchas informativas durante cuatro semanas en 50 autobuses de la ciudad de Madrid.



2.2. Charlas informativas en espacios frecuentados por personas mayores

Se realizaron 10 charlas de sensibilización específicamente dirigidas a personas mayores potencialmente interesadas en hacer voluntariado, alcanzando el indicador establecido.

Además, se contempla la posibilidad de organizar más charlas en la segunda mitad del año.

Fruto del trabajo de búsqueda de alianzas estratégicas, se consiguió la colaboración de diferentes entidades y centros que, de manera gratuita, cedieron sus espacios para acoger la celebración de estas charlas, además de difundir internamente estos encuentros. Entre otros espacios comunitarios, se ha colaborado con:

- Centro de Servicios Sociales Luis Mariano de Irun.
- Centro de Mayores de Trujillo.
- Centro de Salud El Juncal de Torrejón de Ardoz.
- Parroquia Sagrado Corazón de Jesús de Madrid.
- Centro Municipal de Mayores Pablo Casals de San Blas-Canillejas de Madrid.
- Etc.

A estas 10 charlas, celebradas entre el 6 de febrero y el 19 de junio, asistieron:

- 136 personas mayores.
- 117 mujeres.
- 19 hombres.

También han participado algunas personas mayores que ya forman parte de la entidad para transmitir su testimonio.







2.3. Participación en eventos comunitarios

Se difundió el voluntariado entre personas mayores a través de la participación de Grandes Amigos en eventos y actividades comunitarias en colaboración con otras entidades y agentes externos.

Durante el tiempo de ejecución del proyecto, se difundió en 7 eventos de diferente índole, organizados en la vía pública de diferentes municipios, por ejemplo: carpa informativa junto con el Centro Municipal de Salud Comunitaria del distrito de Arganzuela y el Programa de Vulnerabilidad de Servicios Sociales del Ayuntamiento de Madrid; carpa junto el Centro Municipal de Salud Comunitaria del distrito de Salamanca y el proyecto Senes (impulsado por los Servicios Sociales del distrito de Salamanca); mesas informativas en colaboración con los ayuntamientos de San Fernando de Henares y Torrejón de Ardoz; o stand informativo en el Centro Comercial Vialia Estación de Vigo, en colaboración con dicho centro comercial.

Está previsto seguir difundiendo el proyecto en las próximas ferias y eventos externos en los que participe la entidad.





Fase 3. Evaluación

3.1. Realización de informe de evaluación

El presente documento en su totalidad representa el Informe de evaluación del proyecto 'Voluntariado +65. El valor de la edad: visibilizar e impulsar el voluntariado de personas mayores para construir comunidad'.

Como se ha documentado a lo largo de estas páginas, se ha llevado a cabo con eficacia y rigor cada una de las acciones previstas en el proyecto. A su vez, se contempla dar continuidad a varias de estas acciones, afín de seguir impulsando el proyecto, como pueden ser las reuniones a nivel institucional con profesionales y recursos comunitarios para ampliar las alianzas estratégicas; continuar con las visitas a estos espacios para reponer el material de difusión y colaborar en derivaciones de personas interesadas en participar en los programas de voluntariado; organizar nuevas charlas informativas; tener presencia en futuras ferias y eventos locales donde visibilizar el voluntariado entre personas mayores, etc.

Según se detalla en el cuadro inferior, también se han alcanzado los objetivos y metas previstas tanto a nivel cuantitativo como cualitativo, superando algunos de los resultados esperados.

Con todo, y aunque no estaba entre las metas a conseguir, ha de destacarse que durante la fase de lanzamiento y difusión del proyecto (enero-agosto 2025) se ha registrado la incorporación de 70 nuevas personas mayores como voluntarias de Grandes Amigos, una cifra a la que ha contribuido la ejecución de este proyecto.

Evaluación y seguimiento de la actuación

Relación de objetivos concretos e indicadores previstos

OBJETIVO	INDICADOR	RESULTADO ESPERADO	RESULTADO OBTENIDO
Fase 1 - Diseño, producción de contenidos y materiales de captación (folletos, carteles, infografías, a definir)	Diseño, creación y producciones de material de difusión	Materiales creados y producidos	<p>100% completado. Partiendo de una estrategia de difusión diseñada ad hoc, se han creado una gran variedad de materiales de difusión que responden a las necesidades y preferencias de comunicación expresadas por las personas mayores voluntarias.</p> <p>Se han diseñado mensajes e imágenes con las que se sienten más interpelados/as e identificados/as.</p> <p>Los materiales incluyen textos legibles para una comunicación accesible.</p> <p>Se han elegido canales y formatos 'offline', como folletos dípticos, carteles, publicidad exterior ('perching' en autobuses), cuñas de radio.</p>
Fase 2 - Lanzamiento de material de comunicación en papel para una difusión inclusiva	Nº de materiales repartidos en espacios frecuentados por personas mayores	4.950	100% completado. Repartidos más de 5.000 materiales informativos en lugares frecuentados por personas mayores (centros de salud, de mayores, de día, bibliotecas, hogares del jubilado, farmacias, pequeño comercio, etc.), previo trabajo de contacto con los recursos locales, con los que se mantendrá contacto para reponer material y colaborar en derivaciones de personas interesadas en participar.
Fase 2 - Charlas informativas en espacios frecuentados por personas mayores	Nº de charlas impartidas en espacios frecuentados por personas mayores	10	100% completado. Se han realizado 10 charlas en diferentes delegaciones, con la asistencia de 136 personas mayores interesadas en hacer voluntariado. La gran mayoría han sido mujeres (117, frente a 19 hombres), en línea con la distribución de género que ya existe en el voluntariado de Grandes Amigos.

			<p>También han participado algunas personas mayores que ya forman parte de la entidad para transmitir su testimonio.</p> <p>Además, se ha tenido presencia en 7 eventos comunitarios en la vía pública, como mesas y carpas informativas.</p> <p>Aprovechando los contactos que se han establecido con los recursos locales, se seguirá trabajando en coordinación para organizar nuevas charlas informativas y participar en futuros eventos y actividades comunitarias.</p>
Fase 3 - Realización de informe de evaluación	Nº de informes de evaluación realizados	1 informe realizado	<p>100% completado. Se ha realizado el presente informe de evaluación. Además de comprobar el cumplimiento de los objetivos y metas planteados al inicio con lo conseguido, se han descrito las acciones llevadas a cabo durante el proyecto.</p> <p>La combinación de estas actividades ha contribuido a que, durante la ejecución del proyecto, se hayan dado de alta como nuevos/as voluntarios/as 70 personas mayores.</p> <p>Este informe de evaluación ha servido para esbozar recomendaciones para mejorar e impulsar en el futuro el trabajo iniciado gracias a este proyecto. Asimismo, se ha dado difusión al contenido del informe en los canales de comunicación de Grandes Amigos (web y redes sociales).</p>
Fase 3 - Difusión de buenas prácticas	Nº de BBPP difundidas	3 testimonios	<p>100% completado. Se han difundido los testimonios de tres personas mayores voluntarias de Grandes Amigos. A través de sus mensajes, explican sus motivaciones y lo que les aporta esta experiencia, inspirando a otras personas mayores que aún no son voluntarias.</p> <p>Se han utilizado formatos 'offline', incluyendo sus testimonios en los materiales de difusión de papel, y en formato 'online', con vídeos difundidos en las redes sociales y la web de Grandes Amigos.</p>

Logros y aprendizajes

Más allá de la consecución de los objetivos y metas, el proyecto ha deparado una importante serie de aprendizajes y lecciones de enorme valor para futuras iniciativas y para la labor general de la entidad. A continuación se desgranar las más importantes:

CONOCER AL PÚBLICO DESTINATARIO

Recopilar y analizar la experiencia y la opinión de personas mayores que en su día decidieron hacer voluntariado ha ayudado a conocer y perfeccionar el proceso de captación: ¿cuál fue su motivación? ¿Cómo conocieron Grandes Amigos? ¿Qué vía de contacto utilizaron para hacerse voluntarios/as? ¿Cómo recomendarías contactar con Grandes Amigos a otra persona mayor? Etc.

PREFIEREN UNA IMAGEN POSITIVA, NO EDADISTA

También se ha confirmado que las personas mayores no se sienten identificadas con las imágenes y mensajes edadistas que hoy abundan en los medios de comunicación y la publicidad. Ha sido unánime la demanda de representar a la población mayor y al problema de la soledad desde un enfoque positivo y realista, que evite el estereotipo y la dramatización.

Esta apuesta por una imagen digna de la vejez y de la soledad reafirma el trabajo de sensibilización que viene realizando Grandes Amigos a través de todas sus campañas y materiales de comunicación, en un compromiso firme contra el edadismo y a favor de los derechos y la participación de las personas mayores en la sociedad.

SE IDENTIFICAN CON EL ENVEJECIMIENTO ACTIVO

Ha sido revelador que los participantes en los grupos focales y en el cuestionario sientan más atraídos por mensajes que ponen el foco en la prevención de la soledad, a través de hábitos saludables como hacer voluntariado y mantenerse socialmente activos/as, en detrimento de mensajes que dramatizan sobre la soledad.

LA CONFIANZA DE LA COMUNICACIÓN 'OFFLINE'

Ha resultado muy interesante preguntar a personas mayores que ya hacen voluntariado, que a su vez representan una gran diversidad de perfiles y de edades, y comprobar que aunque la mayoría se desenvuelve bien con las nuevas tecnologías e internet, la comunicación 'offline' sigue transmitiendo más seguridad y confianza que lo digital entre una parte importante de la población. Algunos ejemplos de canales y formatos de comunicación que han cobrado valor en este proceso son los folletos de papel, el teléfono, el boca a boca y la radio.

REVISIÓN DE MATERIALES

La evaluación que se hizo de folletos y carteles que ya existían en la entidad antes del proyecto ha resultado de utilidad para examinar la eficacia y la coherencia de dichos materiales, además de servir como guía para diseñar los nuevos materiales del proyecto. Este ejercicio de revisión sería oportuno repetirlo periódicamente.

TRABAJAR EN RED

Junto al reto de crear los materiales adecuados para conectar con el público deseado, estaba el reto de encontrar la forma de llegar a dicho público. En ese sentido, se ha reafirmado la eficacia del trabajo comunitario que ya viene realizando Grandes Amigos en los barrios y municipios donde actúa. Este trabajo en red con los recursos locales (como centros de salud, de mayores, asociaciones, etc., aparte de contribuir al cumplimiento de los objetivos de difusión planteados en el proyecto, abre un abanico de opciones de colaboración que inciden directa o indirectamente en los fines del proyecto (por ejemplo, derivación de perfiles de posibles voluntarios/as mayores que desean acompañar o de personas mayores que necesitan acompañamiento).

ADAPTARSE AL TERRITORIO

La enorme diversidad de municipios donde actúa Grandes Amigos ha obligado a adaptar las acciones de difusión a las peculiaridades sociodemográficas locales y a los recursos disponibles en cada sitio para llevar a cabo la estrategia de difusión. Más allá de la distribución de folletos en todos los territorios, según como estaba previsto, ha sido de gran aprendizaje el refuerzo de la difusión en lugares complejos, bien por su enorme dimensión poblacional como Madrid (resuelta con la campaña de 'perching'), o bien por la dificultad que entraña la dispersión de tan poca población en entornos rurales como Cantabria (resuelta con la campaña de publicidad en radio local).

Recomendaciones y mejoras

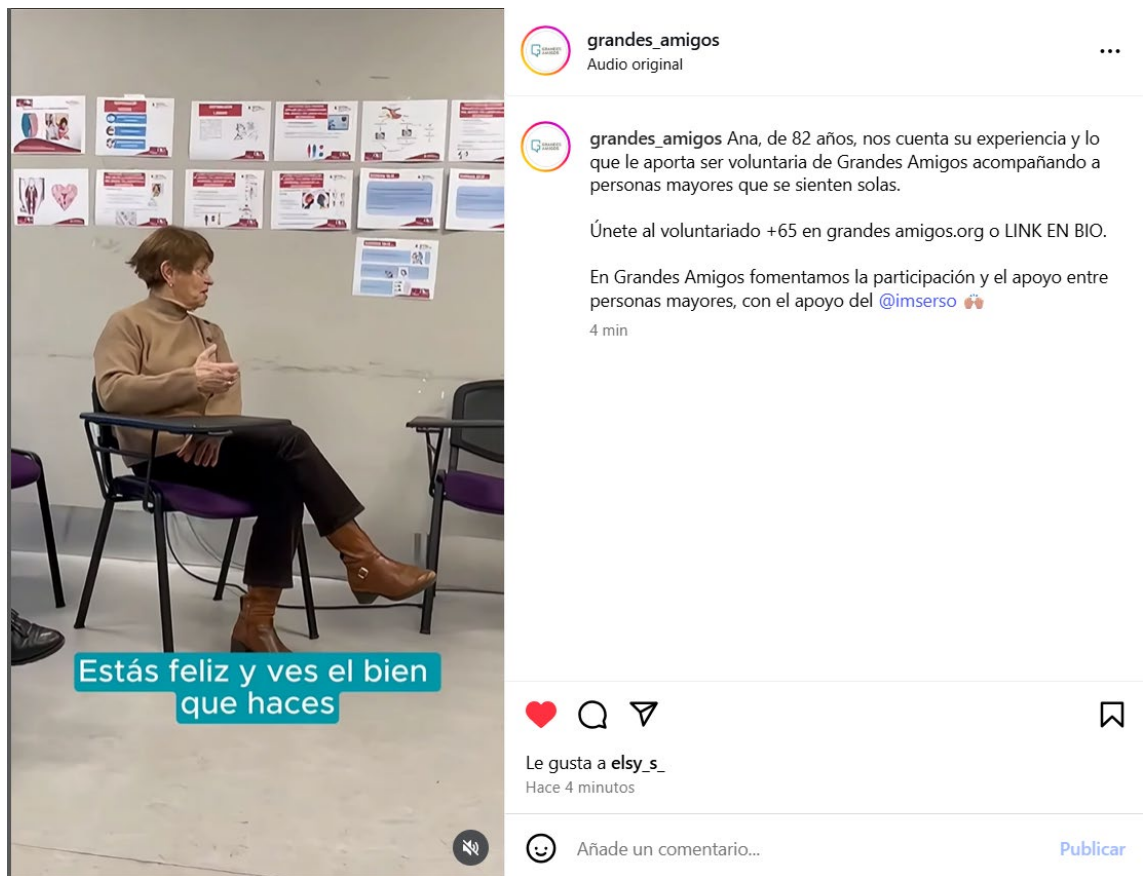
Si bien se han alcanzado los objetivos y metas previstos, la elaboración de este informe de evaluación ha facilitado detectar posibles puntos de mejora y avance para próximas ediciones de este proyecto o iniciativas similares. A continuación se resumen en forma de recomendaciones:

- **Repetir en sucesivos años los grupos focales y cuestionario.** Por un lado, ayudaría a intentar ampliar el número y diversidad de participantes. Y, por otro, posibilitaría testar la evolución y tendencia de las respuestas, siendo fuente de conocimiento de gran interés, por ejemplo, sobre la percepción y autopercepción de las personas mayores sobre su imagen social.
- **Complementar la difusión 'offline' con acciones 'online'.** Aunque ha quedado patente la preferencia de las personas mayores por canales y formatos de comunicación tradicional, sería conveniente llevar parte de la difusión al terreno digital (redes sociales, web, mail...), tal como ya apuntaba alguna persona en la fase de diagnóstico.
- **Implementar herramientas eficaces de seguimiento y medición** que, en la medida de lo posible, faciliten conocer con certeza el impacto de las acciones de difusión (por ejemplo, número de personas mayores que se han apuntado a hacer voluntariado tras ver una campaña). En todo caso, habrá que tener en cuenta la dificultad que conlleva medir conversiones procedentes de acciones 'offline' (en acciones digitales puede ser más sencillo gracias a herramientas de marketing como las direcciones UTM parametrizadas).
- **Incorporar la captación de personas mayores voluntarias como una línea de trabajo específica dentro de la promoción general del voluntariado** de la entidad. Igual que se realizan acciones específicas para difundir el voluntariado de acompañamiento a personas mayores en ámbitos juveniles (institutos, universidades, etc.), o en empresas colaboradoras (impactando en edades intermedias), se plantea estandarizar la promoción del voluntariado entre personas mayores de manera continuada, una vez comprobada la eficacia del proyecto y la valiosa aportación y alta permanencia como voluntarias de las personas mayores que se enrolan en Grandes Amigos.

3.2. Difusión de buenas prácticas

Se crearon vídeos con tres testimonios de personas mayores que realizan voluntariado en Grandes Amigos, que han sido difundidos en las redes sociales y la web de la entidad. A través de estos contenidos audiovisuales, se visibilizaron las buenas prácticas del voluntariado senior. Estos casos de éxito contribuyeron a:

- Inspirar a otras personas mayores a unirse al voluntariado.
- Poner en valor y reconocer, por parte del conjunto de la sociedad, la enorme aportación de las personas mayores.



grandes_amigos
Audio original

grandes_amigos Ana, de 82 años, nos cuenta su experiencia y lo que le aporta ser voluntaria de Grandes Amigos acompañando a personas mayores que se sienten solas.

Únete al voluntariado +65 en grandesamigos.org o LINK EN BIO.

En Grandes Amigos fomentamos la participación y el apoyo entre personas mayores, con el apoyo del [@imserso](#) 🇪🇸

4 min

Le gusta a [elsy_s_](#)
Hace 4 minutos

Añade un comentario... Publicar



grandes_amigos
Audio original

grandes_amigos 🗣️ Personas mayores que acompañan a otras personas mayores 🗣️ : un ejemplo de [#solidaridad](#), compromiso social y envejecimiento activo.

Jesús, de 66 años, explica por qué es [#voluntario](#) en [#GrandesAmigos](#).

Únete al [#Voluntariado65](#) en [grandesamigos.org](#) o LINK A BIO.

En la Fundación Grandes Amigos fomentamos la participación y el apoyo entre personas mayores, con el apoyo del [@imserso](#)

Editado · 1 min

👍 🗨️ 📌

🌍 Les gusta a [joseangel_palacios](#) y personas más
Hace 5 días

😊 Añade un comentario... [Publicar](#)



grandes_amigos
Audio original

grandes_amigos 🗣️ 🗣️ "Son amigas, te quieren como amigas, te cuidan como amigas..." – Marina, 72 años, voluntaria 🗣️

Si tienes más de 65 años, hacer voluntariado con personas mayores en soledad no solo cambia vidas... también crea amistades profundas y reales. 🗣️

🗣️ Únete a Fundación Grandes Amigos y descubre el poder de un vínculo verdadero.

Gracias al [@imserso](#) por apoyarnos para poder impulsar el voluntariado senior. 🗣️

Editado · 1 min

👍 🗨️ 📌

🌍 Les gusta a [blsmith_14](#) y personas más
22 de julio

😊 Añade un comentario... [Publicar](#)



grandes_amigos

Audio original



grandes_amigos Ana, de 82 años, nos cuenta su experiencia y lo que le aporta ser voluntaria de Grandes Amigos acompañando a personas mayores que se sienten solas.

Únete al voluntariado +65 en grandesamigos.org o LINK EN BIO.

En Grandes Amigos fomentamos la participación y el apoyo entre personas mayores, con el apoyo del [@imserso](https://twitter.com/imserso) 🍎

4 min



Le gusta a [elsy_s_](#)

Hace 4 minutos



Añade un comentario...

Publicar

Informe de evaluación del proyecto 'VOLUNTARIADO +65'

El valor de la edad: visibilizar e impulsar el voluntariado de personas mayores para construir comunidad

Periodo evaluado: septiembre 2024 - agosto 2025

Fundación Grandes Amigos



Con el apoyo de:

