



voluntare
red de voluntariado corporativo

Medición del impacto del voluntariado corporativo

> Grupo de trabajo VOLUNTARE



Medición del impacto del voluntariado corporativo

> Grupo de trabajo VOLUNTARE

Agradecimiento

Las siguientes empresas y entidades han contribuido activamente al debate. Agradecemos su participación: ABB, Acción 49, Ángel Estrada, Apoena Sustentavel, Asociación Alana, Banco Base, Banco Galicia, Fundación Exit, Fundación Seres, Fundación Compromiso, Fundación Dequení, Fundación Infancia y Juventud, Fundación Theodora, Genneia, Hola Gana, Instituto Unibanco, MC Mutual, MGN Consultoría, RSE Rigou, Thermo Fisher Scientific, Universidad Javeriana, Universitat de Girona y Voluntare.

Diciembre 2013

Coordina:





Índice

El grupo de trabajo	5
Introducción a la medición de impacto de voluntariado corporativo	6
Bibliografía de herramientas de apoyo	10
Conclusiones	14



El grupo ha explorado prácticas, metodologías y herramientas para la medición de resultados e impacto de los programas



El grupo de trabajo

El grupo de trabajo organizado en el marco de la red internacional de voluntariado corporativo, Volutare, bajo el liderazgo y coordinación de Forética, tiene como objetivo catalizar una conversación sobre la importancia de la medición de los resultados e impacto de los programas de VC en las empresas además de explorar las prácticas, metodologías y herramientas de apoyo de las que disponen empresas y partners en este ámbito concreto del voluntariado.

Siguiendo un modelo de intercambio de información a través de un ciclo de webinars, los representantes de empresas y entidades que participaron en este grupo de trabajo, han tenido la oportunidad de mejorar su conocimiento

en este área y han tenido la oportunidad de reflexionar sobre sobre la temática en cuestión a través del intercambio de experiencias, buenas prácticas, y retos.

Las empresas y entidades han contribuido activamente al debate: ABB, Acción 49, Ángel Estrada, Apoena, Sustentavel, Asociación Alana, Banco Base, Banco Galicia, Fundación Exit, Fundación Seres, Fundación Compromiso, Fundación Dequení, Fundación Infancia y Juventud, Fundación Theodora, Genneia, Hola Gana, Instituto Unibanco, MC Mutual, MGN Consultoría, RSE Rigou, Thermo Fisher Scientific, Universidad Javeriana, Universitat de Girona y Volutare.

Sobre Forética

Desde su creación en 1999, Forética ha jugado un papel clave en la promoción de la responsabilidad social en las organizaciones tanto a nivel nacional como internacional. La participación en los principales foros de decisión y el aporte de soluciones innovadoras para los retos de la gestión ética constituyen una contribución importante para el desarrollo de estrategias de RSE. Su carácter multi-stakeholder se refleja en su composición, ya que en su seno convergen grandes empresas, PYMES, Cámaras Sectoriales, Consultoras, ONG's, Universidades y profesionales del área que comparten nuestra visión y misión.

Forética es además:

- Una organización multi-stakeholder, donde se trabaja conjuntamente para desarrollar un concepto de gestión ética y socialmente responsable fundamentado en el diálogo con

todos los actores interesados.

- Un experto en el apoyo a la gestión de la RSE, ofreciendo servicios de asistencia técnica en el desarrollo de políticas, procesos y comunicaciones.
- Referente en herramientas de gestión de la RSE integrales, que permiten la implementación, medición y verificación de valores y conductas de la organización en sus operaciones y relaciones con el entorno.
- Una fuente de conocimiento e innovación, fruto de una extensa red de empresas, académicos y expertos en RSE de distintos sectores.
- Una plataforma de comunicación, intercambio de mejores prácticas (benchmarking), formación y fomento de la transparencia, que permite a los socios aumentar su capilaridad y eficacia en la difusión del compromiso real y demostrable con sus valores.

Sobre Volutare

Volutare es una red que promueve el Voluntariado Corporativo. Aquí encontrarás un espacio participativo donde podrás compartir experiencias e información sobre este tipo de voluntariado. Si te

registras podrás participar en las discusiones, dejar tus comentarios, sugerirnos contenido, buscar organizaciones interesadas en el Voluntariado Corporativo y descargar informes.



Introducción a la medición de impacto de voluntariado corporativo

En los últimos tiempos, la incorporación de principios de gestión ética y socialmente responsable al desarrollo de los negocios ha permitido a las empresas progresar significativamente en la búsqueda de la sostenibilidad social, económica y ambiental.

En este marco, la inversión en la comunidad -entendiéndola como la puesta de cualquier tipo de activos empresariales al servicio de proyectos sociales¹- ocupa y ha ocupado un rol privilegiado, quizá por el mismo desarrollo que ha tenido la Responsabilidad Social Corporativa, asociada a la filantropía y al asistencialismo.

Precisamente el Voluntariado Corporativo (en adelante VC), un área dentro de las acciones de inversión en la comunidad de las empresas, es hoy una de las prácticas extendidas. En un programa de voluntariado corporativo, desde el punto de vista de la empresa, el empleado es el protagonista de los proyectos ya que materializa el compromiso de la empresa con la sociedad. La empresa destina recursos, supervisa, integra los proyectos en su estrategia de acción social y, en colaboración generalmente con entidades sociales, decide, organiza, planea y comunica resultados. Las entidades sociales o organizaciones de la sociedad civil, al ser buenas conocedoras de la causa social elegida son un partner importante ya que saben la forma más adecuada de llevar a cabo los proyectos, y son capaces de canalizar los esfuerzos y recursos puestos en juego por la empresa en beneficio de la comunidad. Como tal, el objetivo perseguido por el VC podría sintetizarse en: movilizar el capital humano de la empresa en busca de la mejora del entorno en que opera, ejerciendo de este modo un papel de liderazgo transformador y asumiendo un rol de agente de cambio social.

Expertos y profesionales en el tema de inversión en la comunidad y voluntariado corporativo argumentan la importancia y necesidad de medir el impacto que se está teniendo a través de estos ejercicios sobre los diferentes actores involucrados. Sin embargo, estudios e investigaciones, como la desarrollada por Voluntare,

indican que la medición del impacto sigue siendo un tema pendiente entre las empresas y en general, el consorcio de partners que colaboran en este marco de voluntariado corporativo.

Muchos de los profesionales que trabajan en el sector destacan que lo que no se mide no se puede mejorar, ni gestionar, ni siquiera argumentar beneficios tangibles para garantizar una sostenibilidad en el compromiso de los partners y la propia empresa. Las razones más comunes por la que la medición presenta un reto para empresas y sus partners en el ámbito de voluntariado corporativo son varias se podrían definir en tres aspectos. En primer lugar, la medición de los resultados e impactos de los programas de voluntariado corporativo puede suponer un reto debido a la orientación de la mayoría de las empresas hacia la acción. Es decir, el enfoque se centra en el desarrollo e implantación de actividades de voluntariado dificultando el establecimiento de hitos de medición. En segundo lugar, la medición de los impactos de este tipo de programas se encuentra con escepticismo interno. Los ejercicios de medición requieren una asignación de recursos por parte de la empresa- sea humanos o financieros. Debido a esta orientación a la acción, la asignación de recursos para el desarrollo de la medición puede parecer, internamente, como un aspecto eliminable ya que se considera preferible el desarrollo de actividades. Y finalmente, existen casos donde la empresa o los responsables del programa pueden tener su propio escepticismo o fobia a la medición del impacto de este tipo de programas ya que destaca una intención de la empresa por la mejora del programa -destacando puntos débiles- y una mayor integración estratégica en la gestión de la empresa. Este tipo de ejercicios de medición, en definitiva, llevan a la mejor gestión y comprensión del programa planteando diferentes opciones de avance que pueden ser vistas positivamente o recibidas con el escepticismo interno comentado anteriormente.

Más allá de una orientación hacia la acción y escepticismo interno, el ejercicio de medición de impacto, también está condicionado por los

¹ Cuaderno Forética nro 17. "Voluntariado Corporativo. Un puente de colaboración entre la empresa y la sociedad."

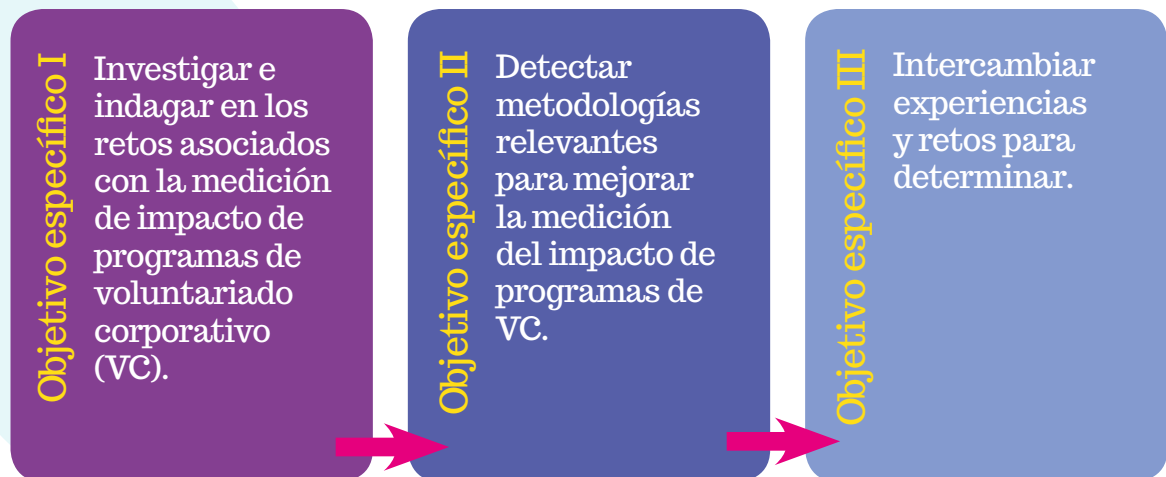


objetivos que persiguen los partners. Una empresa, por ejemplo, puede tener diferentes objetivos a la hora de desarrollar acciones en el marco del voluntariado corporativo. Desde los recursos humanos, el VC es un instrumento con un alto nivel de coste-efectividad para el desarrollo de habilidades y capacidades. Permite, entre otras cosas, aprender y practicar habilidades, desarrollar capacidades de liderazgo, aprender a trabajar eficazmente en equipo, refinar las habilidades existentes, trabajar en nuevos entornos y construir nuevos conocimientos de las realidades sociales. Desde un punto de vista más corporativo, puede querer mejorar su reputación e imagen entre sus grupos de interés locales o posicionarse como un

partner activo y fiable en el apoyo social de su comunidad.

En conclusión, la medición de impacto de programas de voluntariado corporativo sigue siendo un reto para empresas, entidades y otros partners que puedan estar involucrados.

Por lo tanto, el Grupo de Trabajo sobre “Medición del impacto de Programas de Voluntariado Corporativo” tiene como objetivo tratar de avanzar en aprendizaje e intercambio asociado a metodologías y técnicas de medición de programas de voluntariado corporativo desde la perspectiva de diferentes partners. Sus objetivos específicos son:



A partir de los objetivos planteados, se examinaron se reconocieron objetivos y beneficios para la empresa y la comunidad que a continuación se desarrollarán.

Objetivos y beneficios desde la empresa

El Voluntariado Corporativo reporta distintos beneficios a los objetivos de la empresa en materia de recursos humanos, marketing y ventas, apoyo operativo y crea valor en la comunidad con su involucramiento.

En la gestión de los Recursos Humanos hay un impacto positivo en la contratación y retención de los empleados, aumenta la autoestima de la plantilla, crea oportunidades de desarrollo personal y genera potencial para aumentar la productividad.

En el objetivo de la involucración de la empresa en la comunidad, tenemos por ejemplo que gracias a las acciones de voluntariado hay impactos en otros programas de la comunidad a través de las contribuciones económicas de la empresa.

En el área de marketing y ventas, como beneficios vemos el potencial de desarrollo de relaciones y aumento de la lealtad de consumidores, mejoras reputacionales, y enlaces con campañas de marca.

En el apoyo operativo el VC aporta la creación de relaciones con líderes de opinión de la comunidad y relación de apoyo comunitario sobre temas variados de relaciones públicas, reduce los riesgos y costes operativos (licencia para operar) e identifica y construye respuesta a temas sociales que suponen oportunidades o riesgos al negocio (educación, desarrollo de los empleados, etc.).

A continuación presentamos un cuadro que resume lo mencionado anteriormente:

OBJETIVOS EMPRESARIALES	BENEFICIOS DEL VC
Gestión de recursos humanos	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto positivo en la contratación y retención de empleados. • Aumenta la autoestima de la plantilla. • Crea oportunidades de desarrollo personal. • Potencial de aumentar la productividad.
El valor de involucración en la comunidad	<ul style="list-style-type: none"> • Acciones de voluntariado tienen impacto en otros programas de la comunidad a través de las contribuciones económicas de la empresa.
Marketing/Ventas	<ul style="list-style-type: none"> • Potencial de desarrollo de relaciones y aumentar la lealtad de consumidores. • Mejoras reputacionales. • Enlaces con campañas de marca.
Apoyo operativo	<ul style="list-style-type: none"> • Creación de relaciones con líderes de opinión de la comunidad. • Creación de apoyo comunitario sobre temas variados de relaciones públicas. • Reduce los riesgos y costes operativos (licencia para operar). • Identifica y construye respuestas a temas sociales que suponen oportunidades o riesgos al negocio (educación, desarrollo de los empleados, etc.).

Objetivos y beneficios desde la comunidad

Desde la óptica de la comunidad, existen una serie de beneficios entorno al desarrollo social a corto plazo, los partnerships y la sensibilización, el impacto a largo plazo y la reputación.

En materia de desarrollo social a corto plazo podemos identificar que el VC genera impacto positivo en los beneficiarios y/o organización a corto plazo y además impacto general en el entorno local a corto plazo.

El desarrollo de partnerships y sensibilización los beneficios son: el desarrollo de relaciones y colaboraciones con diferentes tipos de actores en el entorno, el impacto en la colaboración público-privada, mejoras en el nivel de sensibilización social de los voluntarios, promoción de la participación de los empleados en su

entorno social y mejoras el nivel de sensibilización de la sociedad.

A largo plazo, en términos de impacto, podemos identificar como beneficios un impacto positivo en los beneficiarios y/o organización e impacto general en el entorno local.

Por último, en materia de reputación se reconocen como beneficios la creación de capital reputacional, el aumento de la solidaridad, el aumento reputacional que afecta positivamente a otras áreas y la mejora reputacional que apoya el rendimiento de mercado.

En el cuadro siguiente se ilustra lo descrito anteriormente:

OBJETIVOS COMUNITARIOS	BENEFICIOS DEL VC
Desarrollo social a corto plazo	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto positivo en los beneficiarios y/o organización a corto plazo. • Impacto general en el entorno local a corto plazo.
Partnerships y sensibilización	<ul style="list-style-type: none"> • Desarrollo de relaciones y colaboraciones con diferentes tipos de actores en el entorno. • Impacto en la colaboración público-privada. • Nivel de sensibilización social de los voluntarios. • Nivel de participación de los empleados en su entorno social. • Nivel de sensibilización de la sociedad.
Impacto a largo plazo	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto positivo en los beneficiarios y/o organización a largo plazo. • Impacto general en el entorno local a largo plazo.
Reputación	<ul style="list-style-type: none"> • Crea capital reputacional. • Aumenta la solidaridad. • Aumento reputacional afecta positivamente a otras áreas. • Mejora reputacional apoya el rendimiento de mercado.

Bibliografía de herramientas de apoyo

Existen un número creciente de herramientas y metodologías de medición a disposición de las empresas. Siguiendo uno de los objetivos del grupo de trabajo, los participantes con el apoyo de Forética como facilitador, exploró una serie de herramientas y metodologías de apoyo para medir el impacto de estos programas de voluntariado empresarial.

A continuación se presentan las metodologías más destacadas que ayudan a organizaciones a medir el impacto de los programas de volunta-

riado corporativo. Cabe resaltar que este documento destaca algunas de las herramientas de mayor referencia en el área de medición del impacto de este tipo de programas de inversión en la comunidad sin ser exhaustivo. También cabe destacar que algunas de las herramientas están diseñadas para medir el impacto socio-económico de diferentes acciones empresariales. En tales casos, la descripción y el análisis llevado a cabo de la herramienta, hace referencia a los aspectos más sociales y de inversión en la comunidad que puedan componerlas.

Community Footprint (Huella Social)

“Community Footprint” o Huella Social, es una metodología que permite la medición y gestión posterior de los impactos socio-económicos positivos y negativos de sus actividades y operaciones en un área local. La metodología permite medir el impacto de las operaciones y actividades -empleo, productos y servicios, localización, cadena de proveedores e inversión en la comunidad- relevantes sobre las personas, el medioambiente y la economía de una zona concreta a través de cinco pasos:

1. Definir lo local.
2. Entiende lo material de tu negocio y las necesidades sociales locales.
3. Entiende tu Huella Social.
4. Identificar áreas de acción y actúa.
5. Revisar y evaluar.

Es una metodología que contiene un marco conceptual práctico incorporando documentos de apoyo.

Más información sobre la herramienta, pinchar [aquí](#).



SEAT Toolbox

Herramienta de medición del impacto social y ambiental de las operaciones de una empresa. Desarrollada por la empresa minera Anglo-American, refleja la complejidad de gestionar dicho impacto en operaciones extractivas de gran envergadura. La herramienta está diseñada para identificar y gestionar los impactos sociales y ambientales durante el desarrollo, implantación y cierre de la operación.

El proceso SEAT se divide en siete pasos. Cada uno de estos apartados cuenta con sus propias herramientas de apoyo. Estos son:

- Identificación de la operación.
- Dialogo con grupos de interés.
- Valorar y priorizar impactos y temáticas.
- Mejorar la gestión del rendimiento social.
- Entrega de beneficios aumentados a la comunidad.
- Desarrollo de un plan de gestión social.
- Preparación del informe SEAT y dialogo con los grupos de interés.

Más información sobre la herramienta, pinchar [aquí](#).

London Benchmarking Group

Herramienta de medición de impacto de programas de inversión en la comunidad de las empresas, utilizando un marco conceptual basado en inputs (recursos puestos por la empresa), outputs (recursos y resultados obtenidos a través de esos inputs) y leverage (terceros impactos). Es una de las metodologías más comúnmente aceptadas por las empresas para medir los resultados de este tipo de acciones.

Más información sobre la herramienta, pinchar [aquí](#).

Mission Measurement Impact Framework

Metodología desarrollada por Mission Statement que se enfoca en medir el impacto de actividades de voluntariado (término general) desde la perspectiva del voluntario individual, entidad social, comunidad y empresa. La metodología define resultados y métricas de manera estructurada que mida el impacto del voluntariado de manera exacta, exhaustiva y práctica.

Las principales características de la herramienta son:

- Resultados, no actividades o impactos
- Contribución, no atribución
- Exhaustivo e integrado (las cuatro áreas de impacto del voluntariado: voluntario, entidad, empresa y comunidad)

Aparte de los componentes de la metodología, la reflexión incluye diagramas concretos con indicadores y resultados relevantes.

Más información sobre la herramienta, pinchar [aquí](#).

Measuring Employee Volunteering Programs: The Human Resource Model

El modelo está basado en los recursos humanos por su convicción de que las empresas no están aprovechando bien sus programas de VC para medir y entender los beneficios asociados con el desarrollo de capacidades y habilidades.

El proceso propuesto por este modelo es:

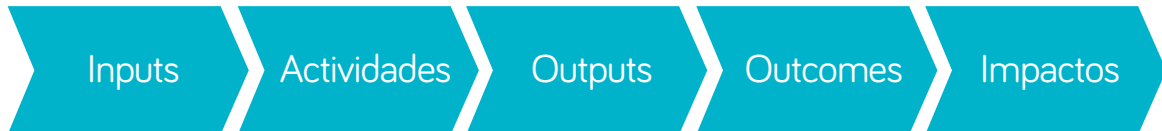
1. Una aproximación estratégica.
2. Creación de un marco conceptual para el programa.
3. Identifica las métricas existentes.
4. Gaps de las métricas y modificación.
5. Dialogo con grupos de interés.

Más información sobre la herramienta, pinchar [aquí](#).

Impact Measurement Volunteering Sector New Zealand

Documento de reflexión y análisis sobre las prácticas y metodologías de medición de impacto en el Tercer Sector. El documento construye sobre la teoría de inputs, outputs y out-

comes. Incorpora dos puntos adicionales como arte de la cadena de impacto de las entidades sociales (vs. empresa- LBG): actividades e impactos.



En base a esta cadena de impacto, el documento identifica diferentes formas de medir -algunas más prácticas que otras- con un carácter muy académico. La mayor contribución de este documento de reflexión es la gran diferenciación y detallada explicación que proporciona sobre

las diferencias entre medir outputs, outcomes e impactos.

Más información sobre la herramienta, pinchar [aquí](#).

Benefit-Cost Analisis (BCA)

Un análisis tradicional de coste y beneficio aplicado a acciones y programas de voluntariado. Metodología que nace desde la perspectiva de economistas y gobiernos para apoyar su toma de decisiones. El objetivo del análisis es medir el beneficio neto a la sociedad incluyendo todos

los impactos, medir el ratio de beneficios vs costes y el ratio de retorno a la sociedad.

La metodología se centra en la siguiente fórmula:

$$\frac{\text{Beneficios}}{\text{Costes}} = \frac{\text{Costes prevenidos}}{\text{Gastos económicos}}$$

Es una metodología parecida en algunos puntos al SROI ya que busca llegar a datos monetarios. El BCA implica el expresar los costes y beneficios asociados con una intervención específica. El BCA se enfoca en identificar el ratio de bene-

ficio vs. coste mientras que SROI se enfoca en el impacto y valor social creado.

Más información sobre la herramienta, pinchar [aquí](#).

Social Return on Investment (SROI)

Es un método basado en principios que entienden el valor no-financiero relativo a los recursos invertidos. La metodología se basa en resultados o outcomes directos e indirectos derivados de las acciones, operaciones o políticas concretas. Contiene cinco pasos:

1. Establecer el alcance, identificar a los stakeholders y trazar el formato de diálogo.
2. Crear mapa de outcomes.
3. Evidenciar los outcomes y su valoración, a través del diálogo con los grupos de interés e identificación de indicadores concretos objetivos y subjetivos.
4. Establecer el impacto.
5. Calcular el SROI en base a resultados positivos y negativos.

El resultado de la implantación y uso de esta metodología lleva un valor monetario simbólico del retorno de la inversión social.

Desde el punto de vista de la medición de objetivos sociales, el valor monetario en sí no dice mucho. Sin embargo, el proceso que conduce a la obtención de un valor monetario es muy útil para determinar resultados directos e indirectos y convertirlos a posterior en impactos a través de una historia narrativa.

Más información sobre la herramienta, pinchar [aquí](#).

Employee Volunteering Standards (EVS)

Es un estándar recientemente publicado en EEUU que ayuda a medir concretamente programas de voluntariado corporativo.

El EVS contiene tres pasos concretos a seguir:

1. Definir actividades, recursos y actores del programa.
2. Definir datos.
3. Definir la batería de indicadores.

Incorpora recomendaciones de distintos posibles indicadores tanto desde el punto de vista de la empresa como en base a las áreas de voluntariado. Los estándares además, pretenden actuar como guía de implantación de sistemas de medición de impacto del VC para otras empresas- incluyendo ideas y sugerencias sobre cómo hacer seguimiento de este tipo de indicadores.

Más información sobre la herramienta pinchar [aquí](#).



Conclusiones

El grupo de trabajo liderado por Forética, siguiendo su objetivo de catalizar el debate de la importancia de la medición de los resultados de los programas de VC en las empresas, quiere destacar cinco conclusiones generales sobre la temática de medición de los programas de voluntariado corporativo.

La importancia de la medición de resultados de programas de voluntariado corporativo

Se necesita desarrollar no solo capacidad sino mayor integración estratégica de acciones de voluntariado para legitimar la medición.

La medición de los programas de VC en una empresa, su éxito en el largo plazo y sostenibilidad en el marco del negocio están estrechamente entrelazados. La medición de los resultados de estos programas no solo apoyan a la empresa en la identificación de oportunidades, reducción de riesgos y costes, sino que además facilitan mejores relaciones con grupos de interés clave como las entidades sociales que trabajan en el entorno, las autoridades públicas o las propias comunidades locales.

La medición es además, una herramienta de persuasión interna en la propia empresa. Facilita la labor de destacar la importancia de las acciones llevadas a cabo por los empleados, el impacto positivo en la sociedad y la contribución que tiene en la propia empresa.

Desde el punto de vista de un coordinador de actividades de VC o supervisor del programa dentro de una función empresarial concreta, la medición supone la oportunidad de generar una percepción más positiva hacia el programa que puede resultar en la generación de una mayor asignación de recursos para este tipo de iniciativas. Finalmente, desde el punto de vista de la transparencia, es importante demostrar una gestión transparente de los fondos y recursos ya asignados a este tipo de programas.

Herramientas y metodologías: complementariedad con procesos hechos a medida

Como se destaca en este documento de conclusiones existen una variedad de herramientas y metodologías que intentan brindar apoyo al ejercicio de medición de los resultados de programas de voluntariado corporativo.

Marcos conceptuales desarrollados por organizaciones referentes en sostenibilidad e inversión en la comunidad en Europa como Business in the Community o el London Benchmarking Group, a estándares de seguimiento de estos programas desde organizaciones referentes en el ámbito de Estados Unidos y Nueva Zelanda.

Esta diversidad, mezclada con la singularidad de los diferentes programas de voluntariado corporativo, puede generar un cierto caos a

la hora de que una empresa empiece a medir. El grupo de trabajo, destaca la importancia de desarrollar procesos de medición y desarrollo de indicadores hechos a medida para la empresa, su entorno, empleados y objetivos concretos.

Los resultados versus impacto y la atribución versus contribución

Los programas de VC definitivamente contribuyen a generar cambios y mejoras sociales. Sin embargo, medir exactamente el impacto de estos programas puede ser demasiado ambicioso. En el grupo se destacó que las empresas que incorporan métricas en el proceso de gestión de programas de VC suelen obtener resultados asociados más a la terminología de outcomes u outputs y no necesariamente llegan a determinar el impacto de sus acciones. Es decir, como impacto entendido como un paso más allá de la evaluación. Los impactos son cambios y transformaciones sociales a largo plazo. Algunos ejemplos de estos incluyen incrementos en el nivel educativo, aumento del nivel de empleabilidad y empleo, mejoras de la actividad económica, o cambios de actitud y comportamiento, entre otros.

Outputs y outcomes (traducido al español como resultados) son factores que pueden llegar a influenciar a este impacto, pero no son indicadores de impacto como tal. Estos son resultados del proyecto más básicos: número de personas que han participado en un taller, el número de talleres llevados a cabo, número de personas que dicen apreciar a la empresa después de dichas actividades, etc. La conexión entre outputs e impacto es uno de los ejercicios más difíciles en la medición de programas sociales y voluntariado, o de un producto empresarial o de una política pública. Por añadir otra comparativa importante, la medición de resultados se lleva a cabo en base al proyecto en sí. Sin embargo, una medición de impacto se hace sobre un grupo de personas en sí teniendo en cuenta los resultados del proyecto. Por eso, cuando se habla de medir impacto, la presencia de un grupo de control para entender los cambios y transformaciones conseguidas tiene que ser en comparación con el punto de partida.

Estos matices, hicieron que el grupo quiera resaltar la importancia de tener cuidado con

atribuirse un impacto. En el caso de impacto se puede hablar de una contribución, pero una atribución directa puede suponer un riesgo añadido para el programa y la empresa. En general, en el terreno del VC en el panorama actual, las empresas que suelen llegar a medir, miden los resultados y outputs.

La importancia de la entidad social

En relación a la conclusión anterior asociada con impacto versus resultados, es importante destacar el papel esencial y capacitado que puede jugar el partner social o la organización de la sociedad civil con la que se colabora en la determinación del impacto hacía el que está contribuyendo la empresa y su programa de voluntariado corporativo. Como concedores y trabajadores diarios en la temática o reto social, las entidades se encuentran en una posición privilegiada para entender los cambios e impacto que están teniendo lugar. Si una empresa está interesada en entender mejor la contribución de los resultados de su programa en relación al impacto social, su partner en este marco podría ser un apoyo esencial para dicha comprensión.

Finalmente, empezar desde el principio

En general, la medición de resultados de los programas de VC es una práctica aún poco extendida entre las empresas. Cada vez más, sin embargo, muchas entidades están avanzando hacía dichas prácticas y son más conscientes de la necesidad de integrar esta medición como parte de la gestión de estos programas al igual que se hace en cualquier otro proyecto empresarial. Esto se hace más evidente por el nacimiento de un número creciente de herramientas de apoyo a las empresas en este terreno además de organizaciones especializadas en proporcionar este tipo de apoyo.

Como conclusión final, es importante recalcar que el concepto de medir un programa de voluntariado corporativo de manera completa, coherente y consistente, es importante tener este aspecto de gestión en cuenta antes de empezar el programa- durante su conceptualización- y utilizar este ejercicio de medición como una hoja de ruta para mejorar la calidad del programa desde el punto de vista de valor para el empleado, la empresa, la entidad social y sus beneficiarios y por supuesto, la sociedad.







voluntare
red de voluntariado corporativo

