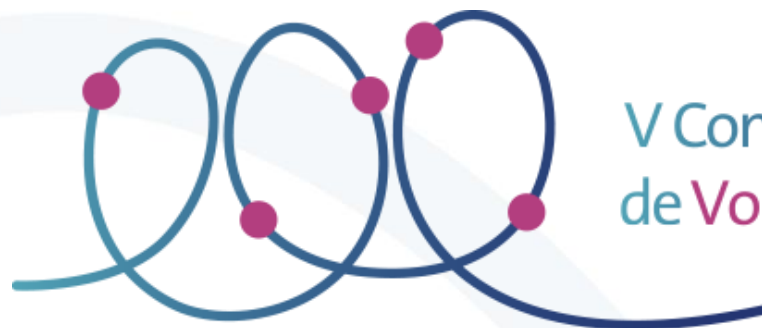




V Congreso Internacional
de Voluntariado Corporativo

Medición del Voluntariado Corporativo a través de la Metodología de Valor Total

Mónica Gil- Casares, Directora de Investigación, Impacto Social y Consultoría de CODESPA

Carmen Sánchez, Técnica de Impacto Social en Fundación CODESPA

MEDICIÓN CON PROPÓSITO



MÓNICA GIL – CASARES

Directora de investigación e impacto social de CODESPA



CARMEN SÁNCHEZ

Técnica de impacto social y voluntariado de CODESPA

Agenda de la sesión

- **12:45 – 13:00h:** Bienvenida e introducción
- **13:00h – 13:15h:** Contextualización: ¿por qué es relevante medir el impacto del voluntariado corporativo?
Metodologías, conceptos y principales KPIS.
- **13:15 – 13:45h:** La metodología de valor total para medir el VC
Explicación teórica y ejemplo práctico

Objetivos de la sesión:

1. Comprender la **importancia de medir** el impacto del voluntariado corporativo y su contribución a la creación de valor para la empresa y la sociedad.
2. Conocer los principales **conceptos, metodologías y KPI** para la medición y evaluación del impacto de los programas de voluntariado corporativo.
3. Comprender la **metodología de valor total** y su aplicación práctica para la medición del impacto del voluntariado corporativo.

**“Lo que no se puede medir, no se
puede gestionar”**

— *Peter F. DRUCKER*
Padre del management moderno



1. Bienvenida e introducción



*Somos una ONG de cooperación al desarrollo. Desde 1985, acompañamos a millones de personas en su camino hacia la prosperidad, ayudándolas a **romper el ciclo de pobreza extrema** en comunidades rurales de todo el mundo.*

*Colaboramos estrechamente con los sectores público y privado para desarrollar **soluciones innovadoras que potencien el talento y la capacidad de las personas**, permitiéndoles ser protagonistas de su propio desarrollo y salir de la pobreza extrema. A lo largo de los años, hemos acompañado a millones de personas en su **camino hacia la prosperidad**, demostrando que el acceso a un empleo no solo transforma vidas, sino que también genera un impacto positivo y duradero en la sociedad.*



1. Bienvenida e introducción



Somos un grupo de empresas y fundaciones empresariales comprometidas con el crecimiento inclusivo.

Promovemos el liderazgo del sector privado, con el objetivo de generar una economía que sea sostenible para las empresas y que beneficie a toda la sociedad.

3 líneas de actuación:

INVESTIGACIÓN

ACCIÓN

*MEDICIÓN DEL
IMPACTO SOCIAL*

PROSPER
4ALL



1. Bienvenida e introducción

PROSPER 4ALL

Prosper4ALL es una herramienta de medición del impacto social y la contribución de la empresa a generar un crecimiento inclusivo.

Desarrollada por CODESPA con el apoyo de BCG, IESE y otras organizaciones líderes.

A través de los datos que la empresa introduce en la plataforma, P4ALL cuantifica, compara y comunica el impacto social y les aporta:

- KPI de crecimiento inclusivo
- KPI por grupos de interés
- Informe de resultados: buenas prácticas y recomendaciones.

Qué mide P4ALL

P4ALL evalúa el desempeño social de cada empresa desde tres ámbitos en relación con los grupos de interés y según los ESRS.



ÁMBITO INTERNO

Empleados
(ESRS 1)



ÁMBITO EXTERNO INMEDIATO

Proveedores, Clientes y/o
Consumidores
(ESRS 2 y ESRS 4)



ÁMBITO EXTERNO MÁS AMPLIO

Comunidad y Sociedad
(ESRS 3)

2. Metodologías y principales KPIS para la medición del VC

¿Qué podemos medir de los programas de VC?

EMPRESA

Imagen y Reputación Corporativa

Variables de RR.HH:

Orgullo de pertenencia

Atracción y/o retención del talento

Absentismo

Clima laboral

EMPLEADO

Competencias

Compromiso – Engagement

Satisfacción

Salud emocional

Desarrollo de habilidades

Otros aprendizajes



VARIABLES DE NEGOCIO

Productividad

Innovación

*Resultados empresariales *Clave: haber definido objetivos y un enfoque de Voluntariado Corporativo relevante para la empresa.*

Apalancamiento de la RSE

SOCIEDAD

Medición del impacto en la comunidad o población beneficiada.

Las variables a medir dependen del tipo de actividad que desarrollen los voluntarios

En ocasiones, se mide el impacto en la ENTIDAD/ONG apoyada

2. Metodologías y principales KPIS para la medición del VC

Diseñar y clasificar correctamente los indicadores de voluntariado corporativo:

ACTIVIDADES	EFFECTOS (OUTPUTS)	RESULTADOS	IMPACTO
<i>Ejemplos:</i>			
A1. Formación y mentoring a jóvenes	- Registro de participaciones voluntarias	- Satisfacción de voluntarios/empleados	- 50% mantienen su trabajo tras 2 años (A1)
A2. Asesoría legal (probono)	- Registro de horas	- Desarrollo de habilidades de voluntarios/empleados	- 80 personas se mantienen como socios al cabo de los 3 años (A4)
A3. Diseño de un plan de negocio para cooperativa	- Voluntarios únicos (versus participaciones voluntarias)	- 85% incorporación de jóvenes en las empresas (A1)	
A4. Diseño de campaña de comunicación para incrementar socios de una ONG	- 150.000 han reaccionado a la campaña de comunicación (A4)	- 100 personas se han hecho socios (A4)	
A5. Plantación de árboles			

2. Metodologías y principales KPIS para la medición del VC

La medición del impacto del voluntariado corporativo

- Todavía **no hay un estándar compartido de medición de voluntariado corporativo**. No se cuenta con herramientas ni metodologías estandarizadas. Además, hay diferentes aproximaciones sobre qué medir en cada uno de los ejes de impacto.
- **Existe consenso en que se genera Valor compartido**: valor social + valor empresarial y los ejes de impacto : empresa, empleado y sociedad. Algunas añaden ONG/entidad.
- En 2022, **Voluntare publicó una guía de indicadores**, fruto de un trabajo colaborativo, para promover la medición homogénea de resultados

2. Metodologías y principales KPIS para la medición del VC

Claves para medir el impacto social del voluntariado corporativo

1. Acordar los **KPI y la metodología** de medición con las entidades sociales involucradas en el momento de diseñar/definir el proyecto.

- Claves:
 - Establecer qué tipo de indicadores son (efectos, resultados, impacto)
 - Balancear: lenguaje de la empresa para posicionamiento interno y KPI de impacto del proyecto de la ONG ya acordados

2. Más que hablar de ATRIBUCIÓN, se puede medir (y hablar de) **CONTRIBUCIÓN**.

3. La medición requiere esfuerzos y recursos. **Cuantificar y valorar conjuntamente cómo se financian.**

Importante también introducir una evaluación cualitativa, a través de testimonios y de la narración de historias, a la vez que disminuye la importancia del “# de voluntarios” como KPI, para favorecer un KPI más relacionados con el impacto.

4. Posibilidad de **certificar los resultados**



Desde Volies se certificaron los resultados para un proceso más riguroso y auditable.

Reflexión grupal:

¿Qué otras claves consideraréis importantes a la hora de medir el impacto del voluntariado corporativo?



3. La metodología de valor total

La Metodología del Valor Total del VC desarrollada por Jorge Mayer, se basa en el modelo Haldane para el voluntariado en UK (2014) así como en modelos de medición de la Organización Internacional del Trabajo (OIT).

Qué aporta:

- Específico para Programas de Voluntariado Corporativo
- Más amplio, creando una mejor imagen del valor generado por el VC.
- Responde a la pregunta ¿Qué valor genera el Voluntariado corporativo?

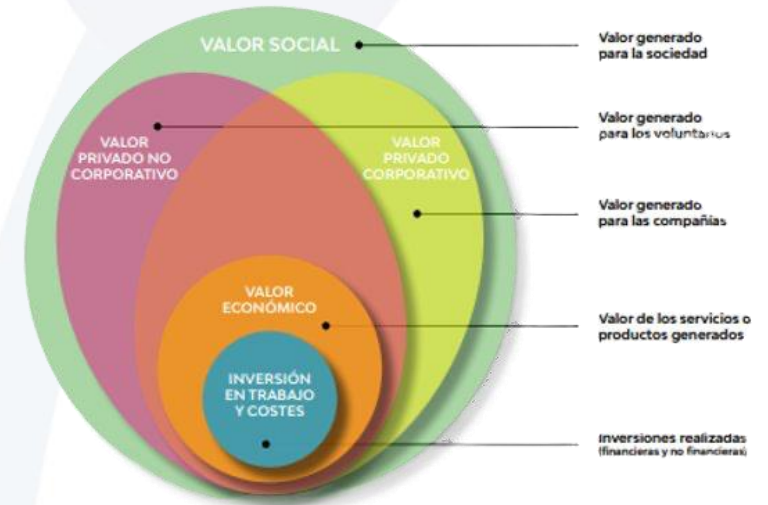
Responde a la pregunta: ¿Qué valor genera el Voluntariado Corporativo?



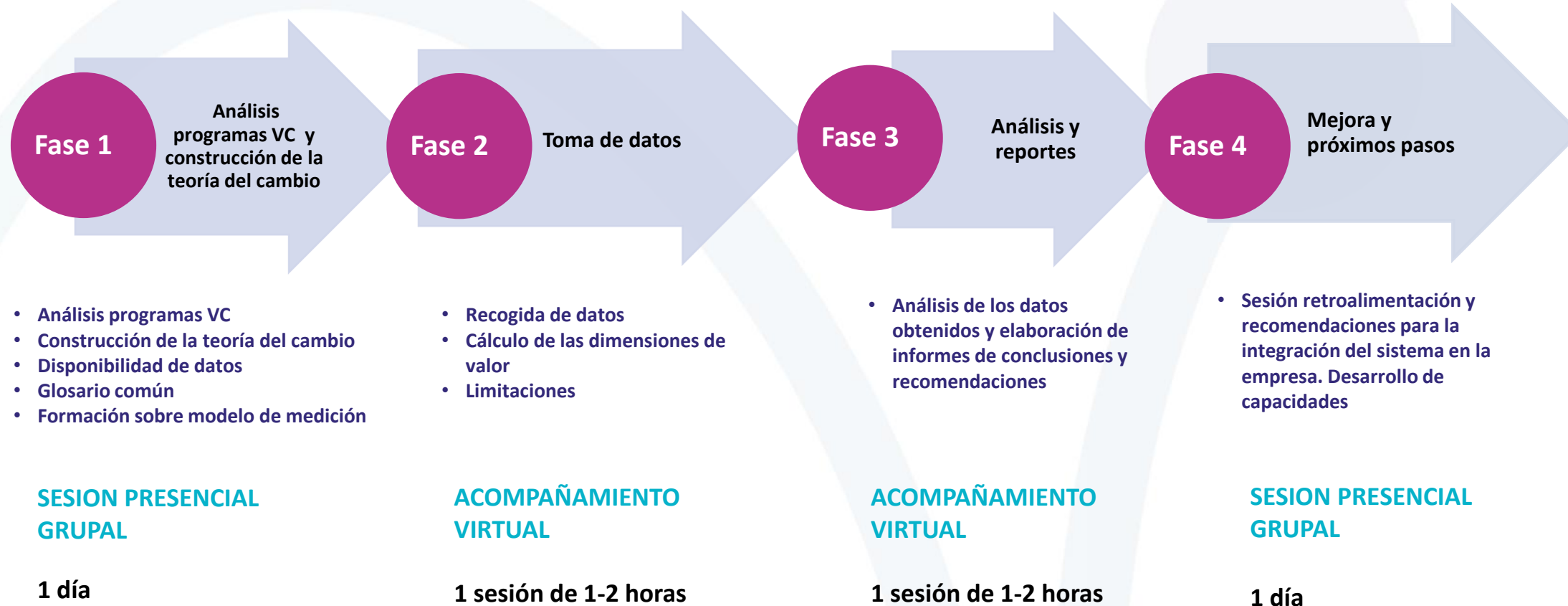
3. La metodología de valor total

- **Valor social o valor para la sociedad:** conjunto de bienes públicos que son generados por las acciones de voluntariado
- **Valor privado:** distingue entre valor generado para las empresas y para los empleados. Se obtiene por la suma de varias dimensiones de valor diferente.
- **Valor económico:** Valor de los productos y servicios generados.
- **Inversión en trabajo y costes:** las horas de trabajo voluntario y el número de voluntarios

Gráfico Las dimensiones de valor del Modelo de Valor Total



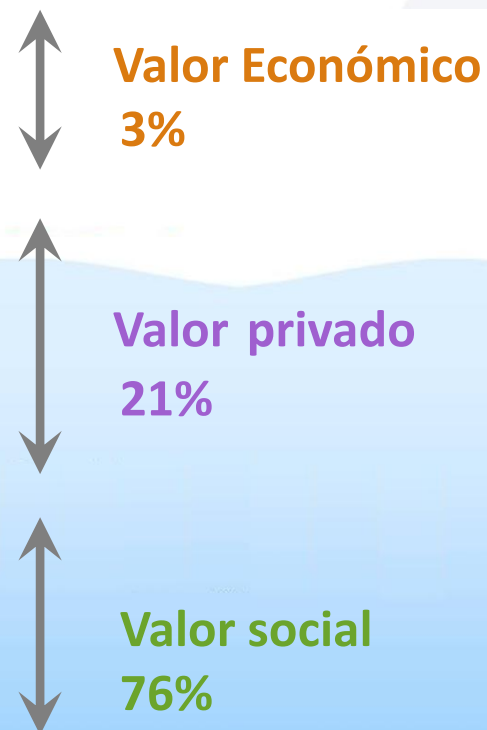
3. La metodología de valor total



3. La metodología de valor total

Valor Total

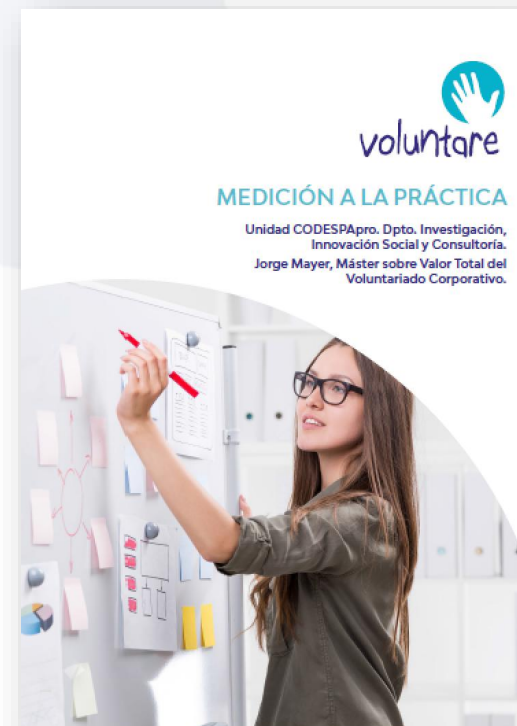
El valor económico es lo que normalmente se suele medir con la metodología OIT. Pero es solo la punta del iceberg. Adicionalmente hay un valor privado y valor social que se queda sin incorporar en la medición del retorno.



3. La metodología de valor total

Valor añadido:

- Esta metodología contribuye a posicionar el VC como una **herramienta eficaz en el desarrollo de competencias**.
- Es un **modelo flexible**, capaz de adaptarse al nivel de detalle y de complejidad de variables que la empresa quiera analizar
- El modelo de Valor Total es **conservador en sus cálculos**, lo que aporta mayor rigurosidad a sus resultados.
- Contribuye a la **definición de estrategia de los programas de voluntariado corporativo**, evidenciando los proyectos con más valor añadido
- La medición permite **conocer mejor los programas de VC y permite posicionarlos** de una manera más eficiente tanto a nivel interno como externo.
- Es una herramienta muy eficaz de **comunicación**.



3. La metodología de valor total

Algunas limitaciones:

- **Superposición de ciertas dimensiones de valor:** beneficios comunes tanto para las empresas y para empleados (ej. desarrollo de competencias)
- **Multiplicadores para determinar el valor social.** Recurre a proxies o multiplicadores disponibles en la literatura existente, más convencionales para contar con una mayor seguridad en los resultados de aplicar la MVT.
- **Potencial a desarrollar nuevas áreas de impacto y beneficios*** para el valor privado (ej. empleabilidad, aumento de productividad, mayor compromiso o atracción de personal).

Áreas de impacto y beneficios

* En naranja, aspectos que mide el Modelo de valor total

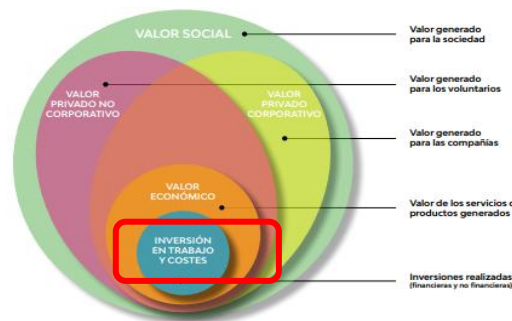


3. La metodología de valor total

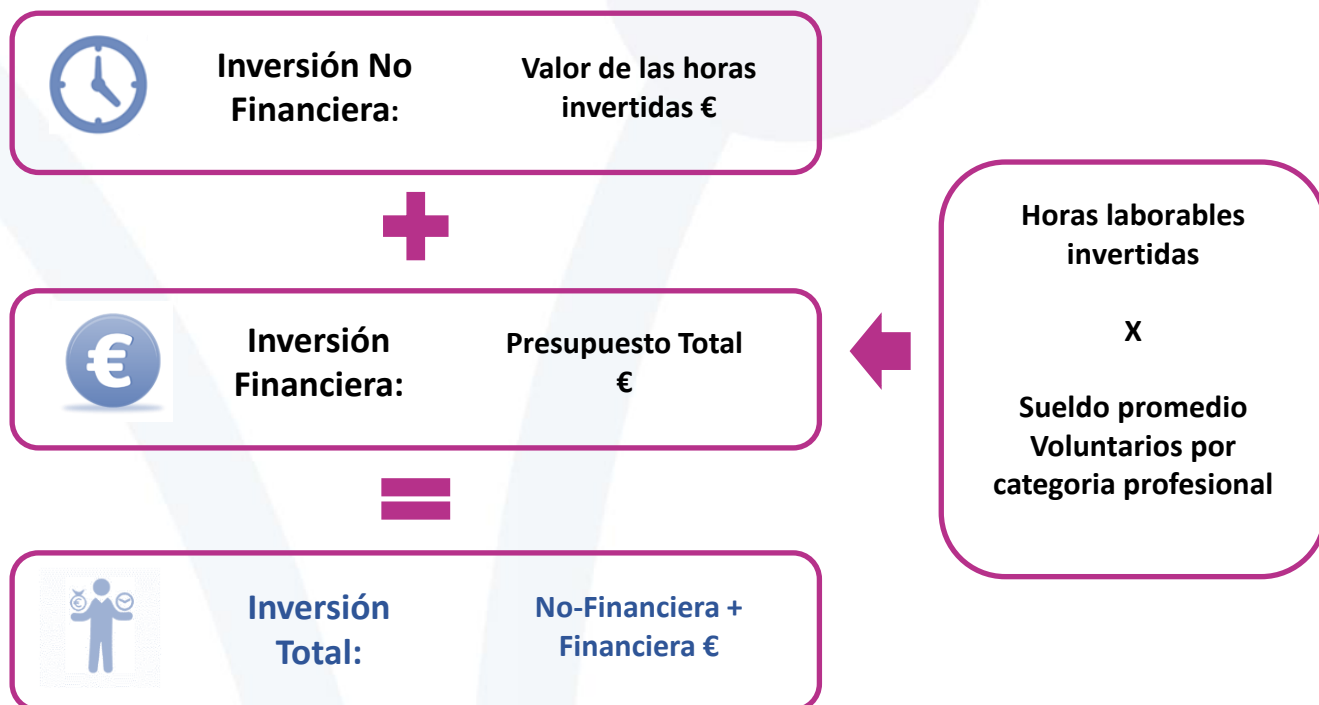
Inversión de Trabajo y Costes

Qué es:

- Inversiones realizadas por la empresa para el programa de voluntariado corporativo. Es decir, **todo lo que cuesta el programa de VC en términos financieros a la empresa**, pensando en aquellos costes que se ahorrarían si el programa de VC finalizara.
- Incluye inversión financiera y no financiera: esta última incluye donaciones en especie y también el valor de las horas de trabajo donadas.



Cómo se calcula:



3. La metodología de valor total

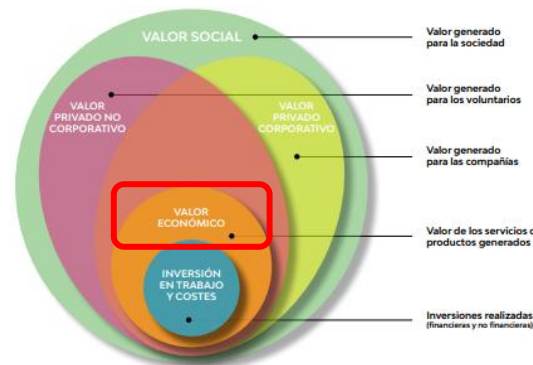
Valor económico

Qué es:

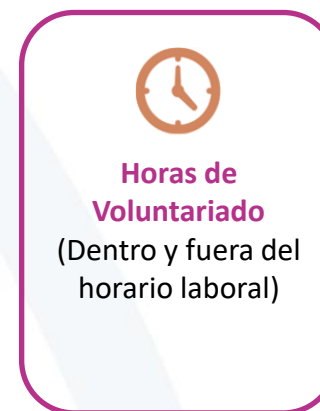
Se trata del valor que el programa de VC supone en términos económicos. Es decir, el valor de los productos y servicios generados.

Esta parte se basa principalmente en la metodología OIT, que consiste en un método de los costos de reemplazo. Es decir, cuánto a nivel de precio de mercado hubiera costado la acción o el trabajo impulsado por el programa de VC.

La metodología distingue entre voluntariado cualificado y no cualificado



Cómo se calcula:



Para las actividades de voluntariado no cualificado:

Salario Mínimo Español
(1.184 euros brutos al mes en 2025)

X

Para las actividades de voluntariado técnico o cualificado:

X

Valores de la empresa por categoría de empleado
O si no:
Valores de mercado (ej. El coste de un coach)
de forma más conservadora pero supone más detalle por los diferentes tipos de acciones de voluntariado

3. La metodología de valor total

Valor privado

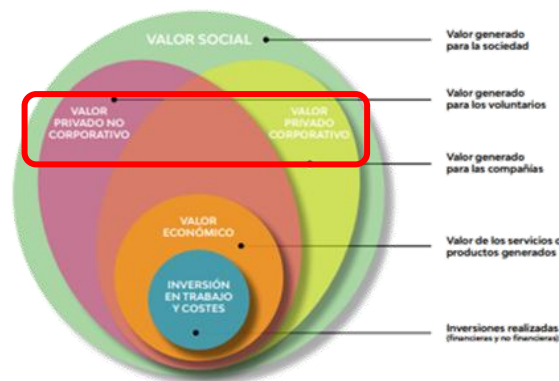
Qué es:

- **Valor generado para la empresa.**
- La metodología mide el bienestar para los empleados, los beneficios para la salud, el desarrollo de competencias y el impacto en reputación. Distribuidos de la siguiente manera*.
- Se compone de:
 - **Valor privado no corporativo:** valor generado para los empleados/voluntarios.
 - **Valor privado corporativo:** valor generado para las empresas

Qué se mide:

Valor privado no corporativo (empleados/voluntarios)	Valor privado corporativo (empresa)
a) Bienestar para los empleados b) Beneficios para la salud	c) Desarrollo de competencias d) Reputación y credibilidad

*Limitación: Superposición de ciertas dimensiones de valor



Documentación Medición hecha sobre el impacto del programa de VC en vuestros empleados(sentimiento corporativo)

3. La metodología de valor total

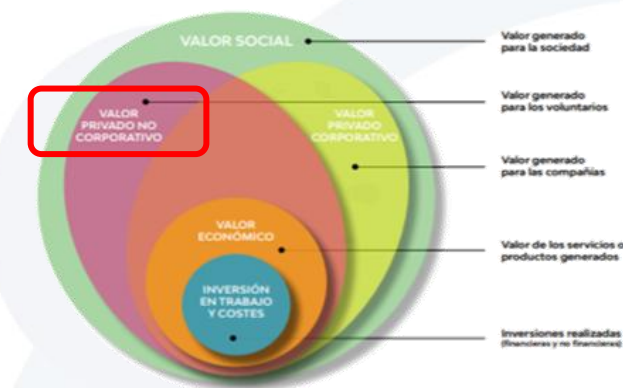
Valor privado Respecto a los empleados

Cómo se calcula:

a) Bienestar para los empleados

Metodología *Enhanced Wellbeing* de UK donde se mide el efecto de Voluntariado en las personas.

Consiste en dar valor de mercado (dinero que las personas estarían dispuestas a pagar por un servicio. En la metodología se incluye el voluntariado, como uno de los criterios que aporta bienestar y satisfacción a las personas. En el caso de VC, el voluntariado tiene un mayor valor para las personas de más edad, dado que pagarían un valor más alto que los jóvenes. Se trata de metodología robusta desarrollada en Inglaterra a través de encuestas a la sociedad en general.



Nº. de voluntarios

X

Fáctor de cálculo de bienestar
(para edad de voluntarios y frecuencia)

2774

X

Paridad del poder adquisitivo
(Ej. España vs Inglaterra)

b) Beneficios para la salud

Estudios Voluntary: efectos del VC en la salud de las personas

3. La metodología de valor total

Valor privado Respecto a las empresas

Cómo se calcula:

C) Desarrollo de competencias

Horas de voluntariado
en horario laboral en habilidades
seleccionadas



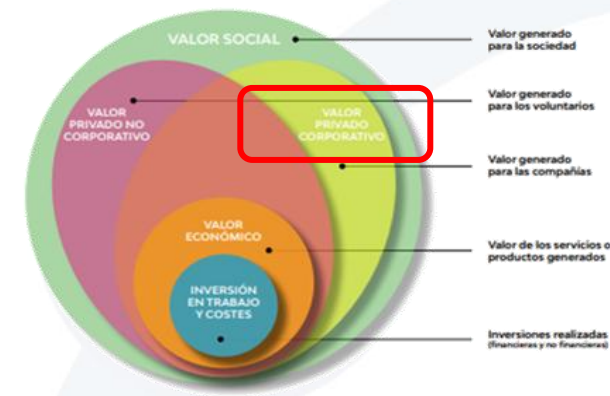
(desarrollo de competencias y no competencias)

X

Media o valor/coste por hora de training
y formación tradicional de desarrollo de habilidades
seleccionadas



(ej. 12 euros / hora)



D) Reputación y credibilidad

Impacto en prensa del Voluntariado Corporativo (apariciones en prensa cuantificadas)

3. La metodología de valor total

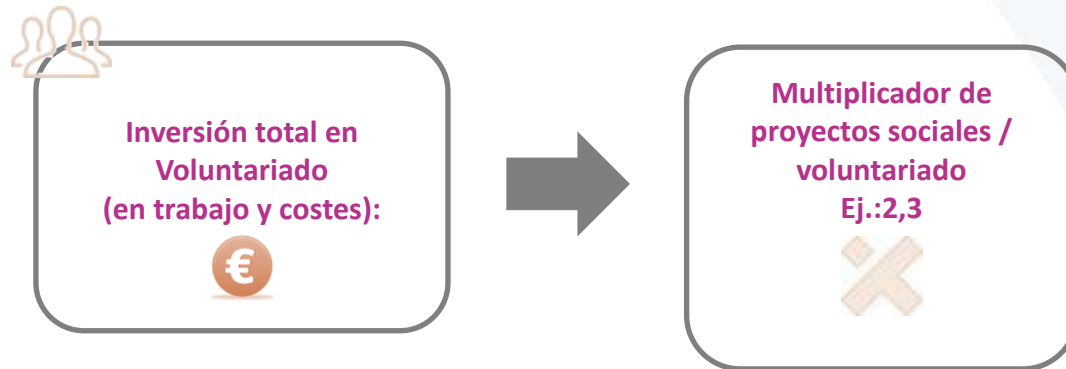
Valor social (o valor para la sociedad)

¿Qué es?

- Valor generado para la sociedad
- Conjunto de bienes públicos que son generados por las acciones de voluntariado.

¿Cómo se calcula?

Valor social estimado =



Lo ideal es encontrar multiplicadores de proyectos de voluntariado, que pueden ser en proyectos propios de la empresa u otras entidades, si los hubiera. Si la empresa tiene algún análisis del SROI de otros proyectos sociales realizados, es interesante realizar la comparación. Sino, se utilizará de otra bibliografía externa.

- Multiplicador de proyectos sociales de voluntariado corporativo
- Multiplicador otros proyectos de la empresa
- Multiplicador por tipo de Proyecto (ej. voluntariado digital)



Pregunta: ¿Habéis desarrollado alguna medición de otros proyectos de Acción social de la empresa? ¿algún SROI?

3. La metodología de valor total

Resultados de aplicación de la metodología

Ejemplo Empresa X

Por el **voluntariado de Empresa X en estos xx años**, ha generado un valor total de XX,XX M de EUR, distribuidos de la siguiente manera:

- Para la empresa, X€ (X,X%) en desarrollo de competencias de su plantilla.
- Para sus empleados, X€ (o un X,X%) de bienestar y satisfacción.
- Un valor económico de X€ (X,X%) por los productos y servicios desarrollados.
- Un valor del XX,XX para la sociedad en general.

Cada hora de voluntariado que Empresa X concedió a su plantilla generó un **valor total de XXXX €** para todas las partes involucradas: voluntarios, empresa y sociedad en general.

El número de horas laborables que Empresa X concede por voluntario es de XX,XX. Y su **inversión por voluntario es de XXXX,XX €**



V Congreso Internacional
de Voluntariado Corporativo