



Guía de indicadores para la medición del Voluntariado Corporativo



Índice

Preámbulo	3
Introducción.....	6
Indicadores para la medición de acciones de Voluntariado Corporativo.....	11
Indicadores para la medición de la contribución económica social en Voluntariado Corporativo	25
Indicadores de medición impacto en los RRHH	31
Glosario de términos	35

Preámbulo

La idea de crear un guía de indicadores para la medición del Voluntariado Corporativo surge a propuesta de la Red **Voluntare**, y de sus socios, con el objetivo de crear unas métricas comunes y compartidas que pudieran servir de referencia para el sector.

Para la realización del proyecto se ha solicitado la colaboración de la consultora **MAS Business** por su experiencia y dirección del modelo de medición de la Acción Social Empresarial del *London Benchmarking Group* en España; de **Fundación Hazloposible**, entidad social referente en Voluntariado Corporativo a nivel nacional y de los expertos de **Voluntare**.

Desde el principio, el proyecto ha querido construirse de una forma participativa y colaborativa, y ha contado en su primera fase con el valioso apoyo de más de **30 profesionales de 24 organizaciones (empresas y entidades sociales)** que han participado en la identificación del listado de indicadores sobre el cuál los expertos de las tres entidades han trabajado para desarrollar la propuesta de guía que ha sido revisada y validada por el grupo de trabajo.

Entidades promotoras

Voluntare



Voluntare (www.voluntare.org), es una red global de Voluntariado Corporativo. Es un lugar de encuentro participativo y útil para todas aquellas organizaciones y personas interesadas en el Voluntariado Corporativo.

En Voluntare se puede encontrar información, documentación y materiales para la reflexión y el debate en torno a esta materia. Asimismo, se pueden obtener recursos y herramientas de valor añadido que faciliten y/o mejoren las iniciativas de Voluntariado Corporativo. Como red, Voluntare se plantea como un espacio donde poder contactar con otras organizaciones y personas que están interesadas en el Voluntariado Corporativo.

Voluntare, como espacio independiente, dinámico y participativo en el que caben todos los puntos de vista, es un instrumento de ámbito internacional, creado por y para empresas y organizaciones sin ánimo de lucro, con el fin de impulsar este fenómeno. En Voluntare ya participan personas y organizaciones de todo tipo y de los cinco continentes.

Managing A Sustainable Business, S.L.



MAS Business, es una empresa de servicios, dedicada a facilitar la aplicación de la Responsabilidad Social en entidades que desean mejorar su desempeño tanto económico, como social y ambiental. Una de sus áreas de actuación es la medición de la Acción Social y su

impacto, tanto en las empresas como en las organizaciones sin ánimo de lucro. MAS Business es coordinador del grupo LBG España www.lbg.es y promotor y coordinador de ONLBG www.onlbg.com

Fundación Hazloposible

Fundación



Fundación Hazloposible (www.hazloposible.org) es una entidad sin ánimo de lucro creada en 1999 para fomentar la participación de la sociedad en causas solidarias a través de las Nuevas Tecnologías.

Entre sus proyectos se encuentran la web de referencia en voluntariado en España, Hacesfalta.org, y el programa de Voluntariado Corporativo, Talento Que Impacta, a través del cual se trata de fomentar el conocimiento del

sector del Voluntariado Corporativo y la participación de empresas y sus empleados en las necesidades sociales. Actualmente forman parte 22 empresas que representan el 50% de la capitalización bursátil del Ibex 35 y que suman más de 300.000 empleados.

Entidades colaboradoras



Introducción

La colaboración empresarial en proyectos sociales aporta múltiples impactos en la Comunidad beneficiando a personas, organizaciones del tercer sector y medioambiente.

Dentro de esta práctica de Acción Social empresarial, se encuentra el Voluntariado Corporativo que está cobrando cada vez más relevancia en las acciones de responsabilidad social llevadas a cabo por grandes empresas.

Las empresas necesitan demostrar que las acciones sociales que realizan sus empleados tienen un valor y en este desafío buscan indicadores para la evaluación de estas actividades.

Uno de los principales estándares de medición de acción social empresarial, que contempla el Voluntariado Corporativo es el modelo LBG. Éste se ha tomado como base para la realización de esta Guía.

El trabajo realizado ha consistido en una recopilación participativa de indicadores, involucrando empresas y entidades sociales expertas en Voluntariado Corporativo, y a continuación de una selección y definición de los mismos en función de los siguientes criterios:

- Interés del indicador para el análisis y el *reporting* del Voluntariado
- Distinción de sub-indicadores para identificar de forma clara e unívoca el objeto del indicador, persiguiendo la comparabilidad de los mismos entre empresas y la posibilidad de análisis avanzados sobre los distintos programas de Voluntariado Corporativo
- Sencillez en el *reporting* y acceso del dato.

Los indicadores se han organizado en tres grandes bloques donde se distinguen Indicadores globales y sus sub-indicadores:

BLOQUE	INDICADORES GLOBALES	SUB INDICADORES
A. Indicadores para la medición del Voluntariado Corporativo	1. Número de Voluntarios Únicos	1.1. Número de voluntarios empleados 1.2. Número de voluntarios proveedores 1.3. Número de voluntarios clientes
	2. Número de horas de voluntariado	
	3. Número de beneficiarios	3.1. Número de organizaciones beneficiarias 3.2. Número de personas beneficiarias
	4. Número de acciones	
B. Indicadores para la medición de la inversión económica social en Voluntariado Corporativo	5. Inversión en las acciones de Voluntariado Corporativo	5.1. Contribución monetaria de la empresa 5.2. Contribución de la empresa en horas de trabajo 5.3. Contribución de la empresa en especie
C. Indicadores de medición impacto en los RRHH	6. Número de empleados voluntarios que mejora sus habilidades 7. Número de empleados voluntarios que mejora su percepción de la empresa	

Objetivo de la Guía

El objetivo de esta Guía es ofrecer una **descripción consensuada y unificada de los principales indicadores que las empresas están siguiendo en lo referente a la medición y evaluación de sus actividades de Voluntariado Corporativo.**

El presente documento propone un esquema orientativo para ayudar a las empresas a conocer cuáles son los indicadores relevantes que los actores de referencia están siguiendo y en particular se ha desarrollado una definición para cada indicador con el **objetivo de que los resultados de los indicadores de esta Guía sean comparables y homogéneos.**

En el caso de las empresas miembro de LBG, esta Guía será de utilidad para que sus departamentos de RRHH informen internamente de la inversión y resultados de sus actividades de Voluntariado Corporativo. Para este fin, al final de cada indicador se pone información relevante para LBG.



El Modelo LBG

El modelo LBG para la medición de la Acción Social empresarial, es el único estándar utilizado internacionalmente y recomendado por el DJSI. El grupo LBG en España cuenta actualmente con 21 empresas miembro. www.lbg.es

El modelo LBG ha sido adaptado a las necesidades de medición del tercer sector con el nombre de ONLBG www.onlbg.com, y actualmente está siendo aplicado por varias organizaciones sin ánimo de lucro en España e internacionalmente.

LBG mide toda la Acción Social que una empresa realiza en la comunidad, más allá de su negocio. Dentro de la medición total de la Acción Social Empresarial, también se incluye la dedicación de los empleados a iniciativas sociales tanto en tiempo remunerado como propio.

Los indicadores propuestos en esta Guía están contemplados en el modelo LBG, con la única salvedad de la consideración de tiempo de empleados que habitualmente interviene en la organización de acciones sociales.

Nota

Se advierte que la medición de un proyecto de acuerdo al modelo LBG va más allá de la aplicación de estos indicadores de tiempo de empleados y sus resultados.

En ningún caso la aplicación de esta Guía da derecho al uso del logo LBG, que únicamente puede ser utilizado por las empresas miembro de LBG, en sus comunicaciones de Acción Social.

Metodología

La metodología de trabajo, como se ha expuesto en el preámbulo ha sido altamente participativa y ha requerido un trabajo en distintas fases:

Fase 1: identificación de las métricas en uso y deseadas.

En mayo de 2015, se realizaron dos jornadas en las que se mostró a los participantes los indicadores que el modelo LBG utiliza para la medición de la dedicación de los empleados a actividades sociales en tiempo remunerado y propio.

De estas jornadas surgieron tres grupos de trabajo que, teniendo en cuenta la propuesta de LBG y su experiencia, propusieron indicadores para la medición del Voluntariado Corporativo:

- **Grupo de Recursos Humanos** que se enfocó en determinar indicadores relativos a los logros e impactos producidos en los empleados como consecuencia de la participación de personal de la empresa en actividades de Voluntariado Corporativo
- **Grupo de RSE y Reputación** que se centró en los indicadores relativos a los impactos producidos en la RSE de la empresa y su reputación, teniendo en cuenta la percepción obtenida por los grupos de interés, como consecuencia de las actividades de Voluntariado Corporativo.
- **Grupo Social y Medioambiente** que se centró en la enumeración de los posibles impactos que pueden producirse en las personas, organizaciones beneficiarias y medioambiente, como consecuencia de a las actividades de Voluntariado Corporativo.

La batería de indicadores propuesta por estos grupos fue registrada y organizada por el grupo promotor: Voluntare, MAS Business y Fundación Hazlo posible para ser remitida posteriormente a todos los participantes a fin de conocer su conformidad con las conclusiones reflejadas en un primer documento **"Análisis de indicadores para la medición del Voluntariado Corporativo"** disponible en la web de Voluntare: www.voluntare.org.

Fase 2: selección de indicadores compartidos y definición

El grupo promotor, ha considerado de interés desarrollar y profundizar en el **"Análisis de indicadores para la medición del Voluntariado Corporativo"** con el fin de facilitar la estandarización de indicadores y el uso práctico de los mismos.

Se han realizado una serie de jornadas de trabajo individuales y grupales entre los expertos de las tres organizaciones: Voluntare, MAS Business, y Fundación Hazlo posible con el objetivo de seleccionar los indicadores considerados fundamentales y sobre todo definirlos y justificarlos para crear indicadores unívocos, comparables y de fácil aplicación por parte de las empresas y entidades sociales.

Indicadores para la medición de acciones de Voluntariado Corporativo

1. Indicador Global | Número de Voluntarios Únicos

El Número de Voluntarios Únicos es uno de los indicadores básicos que se ha de considerar a la hora de llevar a cabo el seguimiento de un Programa de Voluntariado Corporativo y conocer su evolución a lo largo del tiempo.

La suma de los asistentes a todas las acciones y proyectos organizados en el marco del Programa de Voluntariado Corporativo no siempre tiene por qué resultar en el número total de voluntarios, ya que se pueden dar casos en los que los voluntarios repitan en varias ocasiones. Dado ese caso, se estarían contabilizando a los participantes varias veces. Por lo tanto, si se desea conocer el **Número de Voluntarios Únicos** que han participado en el Programa de Voluntariado Corporativo, es necesario conocer los listados de asistentes con nombres y apellidos para no contabilizar a una misma persona que ha participado en más de una ocasión.

Se trata de un indicador que ofrece al Gestor de Voluntariado Corporativo de la empresa una visión sobre en qué medida las acciones ofrecidas en el marco del Programa son mejor o peor acogidas entre el público objetivo.

Si bien el principal público objetivo de los Programas de Voluntariado Corporativo son los empleados en activo, se dan casos de Programas de Voluntariado Corporativo en los que determinadas acciones también están abiertas a otros grupos de interés externos (prejubilados y jubilados, familiares y amigos, clientes y proveedores, etc.). En este sentido, el Número de Voluntarios Únicos debería distinguir aquellos que son profesionales de la empresa y voluntarios externos a la empresa creando distintos indicadores: Voluntarios Únicos empleados en activo; Voluntarios Únicos familiares, Voluntarios Únicos jubilados y prejubilados etc...

Dependiendo de la configuración del Programa de Voluntariado Corporativo, dentro del indicador Número de Voluntarios puede ser interesante conocer el tipo o categoría de empleados que participan como voluntarios. Así, dentro de este indicador global se sugieren distintos sub-indicadores para aquellos casos en los que sea especialmente interesante hacer una distinción entre las tipologías de voluntarios que toman parte del Programa de Voluntariado Corporativo, como por ejemplo los Directivos.

También, es importante tener un seguimiento del número de actividades a las cuales participa a lo largo del año cada Voluntario Único para evaluar su fidelización y compromiso con el programa, y por otro lado poder calcular el número de voluntarios total movilizados (suma de participantes de todas las acciones realizadas, sin distinguir voluntarios únicos) a lo largo del año o por el programa, y determinar el volumen de participación global del programa.

Finalmente, es recomendable que el Número de Voluntarios se enmarque respecto al número total del universo al que se quiere llegar. Es decir, si el público objetivo de nuestro Programa son los empleados de la empresa, se tendría que comparar el número de voluntarios respecto al total de la plantilla, de cara a extraer el porcentaje de participación.

Por ejemplo, si una empresa reporta que cuenta con 250 empleados voluntarios, no es posible tener una referencia de si el Programa está o no teniendo éxito respecto al nivel de participación de su plantilla. Sin embargo, sí que aporta información reportar que el 15 por cien de la plantilla (150 empleados de un total de 1.000) participa en el Programa de Voluntariado Corporativo.

Con todo ello, dentro de este indicador global se propone una serie de sub-indicadores para obtener un análisis de mayor riqueza:

- Número de voluntarios empleados
- Número de voluntarios clientes
- Número de voluntarios proveedores

Estos sub-indicadores no pretenden ser exhaustivos, ya que hay muchas otras distinciones que las empresas pueden considerar. Recomendamos a las empresas que definan sus sub-indicadores en función del público objetivo de sus programas de Voluntariado Corporativo y de los objetivos estratégicos del mismo.

Objetivo

El objetivo del Indicador ***Número de Voluntarios Únicos*** es conocer y medir el número de personas voluntarias movilizadas por la empresa.

Definición

El Número Voluntarios se refiere a todas aquellas personas que participan de forma voluntaria en la acción o acciones de voluntariado promovida/s por la empresa.

No se consideran voluntarios las personas encargadas de la gestión del Programa de Voluntariado Corporativo si su presencia y participación en las acciones se atribuye a las funciones del desempeño de su trabajo.

Fuente

La principal fuente que recoge la información sobre el Número de Voluntarios es el listado de asistentes de cada acción. Por lo general, dicho listado puede ser aportado por la entidad social con la que se colabora, por uno de los voluntarios participantes o por el propio gestor del Programa de Voluntariado Corporativo.

Tal y como se ha mencionado anteriormente, de cara a conocer el Número de individuos voluntarios de una acción, bastaría con conocer el sumatorio del listado de asistentes a la acción concreta.

Para extrapolar este dato a nivel de proyecto (que puede integrar varias acciones)¹ o Programa (que integraría todos los proyectos y acciones), el dato no se extraería del sumatorio de los listados de asistentes a las acciones, ya que probablemente se den casos en los que una o varias personas participen en más de una acción, por lo que se estaría contabilizando a una misma persona varias veces. Por tanto, es necesario conocer la identidad de los participantes para evitar contabilizar a una misma persona en más de una ocasión.

Información



En el modelo LBG, se cuentan las personas concretas que han contribuido a la acción, en horas remuneradas por la empresa, con independencia de si es esa o no su labor habitual. Por otra parte, en el **Efecto Multiplicador** se suman las horas dedicadas a la acción por personas en horas de su propio tiempo, tanto si estas son empleados de la empresa o no.

¹ Véase capítulo: Definición de términos

1.1 Sub-indicador | Número de Voluntarios Empleados

El Número de Voluntarios Empleados está referido a aquellos voluntarios que son profesionales de la empresa. Dentro de este sub-indicador, la empresa puede distinguir, según considere, distintos tipos de voluntarios empleados según su categoría profesional o cargo que ostentan dentro de la organización (alta dirección, mandos intermedios, etc.).

Tipificar o clasificar a los voluntarios empleados puede ser interesante de cara a conocer el apoyo real de la dirección y la implicación de los voluntarios empleados según los distintos niveles jerárquicos que hay dentro de la organización con el Programa de Voluntariado Corporativo. Contar con este dato permite además establecer porcentajes y ratios de participación según categorías profesionales.

Asimismo, realizar esta distinción resulta fundamental para los casos en los que se desee conocer la inversión de la empresa respecto al valor de las horas de voluntariado realizadas por los voluntarios según su categoría profesional.

Objetivo

El objetivo del Indicador 'Número de Voluntarios Empleados' es valorar el apoyo y la participación de la plantilla de la empresa en el Voluntariado Corporativo.

Definición

El 'Número Empleados Voluntarios' se refiere al número de empleados de la empresa en activo que participan de forma voluntaria en la acción/las acciones/el programa de voluntariado promovido/a por la empresa.

Fuente

Tal y como ocurre en el caso del indicador global 'Número de voluntarios', la principal fuente que recoge la información sobre este sub-indicador es el listado de asistentes de cada una de las acciones que se llevan a cabo en el marco del Programa de Voluntariado Corporativo.

Este mismo listado puede integrar una columna o casilla adicional en el que se pueda integrar información respecto al cargo o rango de cada voluntario. Se recomienda por tanto insertar el cargo en la ficha de inscripción a la acción o en el perfil del Voluntario.

Información



En el modelo LBG, se hace distinción de los distintos cargos, solo para hacer el cálculo de la inversión de la empresa en tiempo de empleados.

1.2 Sub-indicador | Número de voluntarios Clientes

Las tendencias en materia de Voluntariado Corporativo indican una apertura de los programas a los grupos de interés de la empresa para reforzar y fidelizar las relaciones. Entre ellos, se destaca el grupo de los clientes de la empresa, ya sean otras empresas que compran el producto o servicio y/o personas individuales consumidores del mismo.

De hecho, el Informe de Voluntariado Corporativo en Iberoamérica 2015² muestra que el 12% de las empresas realizan acciones de Voluntariado Corporativo con sus clientes.

Para aquellos casos en los que el Programa de Voluntariado Corporativo tiene objetivos claros de posicionamiento o participación de sus clientes, este indicador es clave de cara a conocer cuántos de ellos se están vinculando al Programa.

Objetivo

El objetivo del Indicador Número de Voluntarios clientes es por un lado conocer el compromiso de los clientes con la empresa y con su Programa de Voluntariado Corporativo y por otro evaluar la capacidad de la empresa de involucrar sus grupos de interés en su acción social.

Definición

Número de personas que son clientes o provienen de empresas clientes y participan de forma voluntaria a la acción de voluntariado promovida por la compañía.

Fuente

La fuente de recolección del dato podría ser el listado de asistentes a la acción y la ficha de inscripción a la acción o perfil del Voluntario dónde se haya solicitado ese criterio identificativo.

Información



En el modelo LBG el número de horas invertidas por los clientes se cuantifica en "Efecto multiplicador".

² OBSERVATORIO DE VOLUNTARIADO CORPORATIVO, Cooperación Internacional ONG e Iberdrola. *Informe de Voluntariado Corporativo en Iberoamérica 2015* [www.observatoriovc.org]

1.3 Sub-indicador | Número de voluntarios Proveedores

Al igual que en el caso del sub-indicador anterior, el conocer el 'Número de Voluntarios Proveedores' tendrá sentido siempre y cuando el Programa de Voluntariado Corporativo tenga entre sus objetivos estratégicos el implicar a este grupo de interés o mejorar su imagen ante el mismo.

También el Informe de Voluntariado Corporativo 2015 muestra que sí existen programas que ya integran a sus proveedores como colectivos meta. Concretamente, el 13 por ciento de las empresas de España y América Latina que han participado en el estudio afirma que los proveedores se encuentran entre los grupos de interés de sus Programas de Voluntariado Corporativo.

En estos casos, conocer el número y porcentaje de voluntarios procedentes de los proveedores que están participando en el Programa de Voluntariado Corporativo es un indicador de análisis interesante.

Objetivo

El objetivo del Indicador Número de Voluntarios Proveedores es por un lado conocer el compromiso de los proveedores con la empresa y con su Programa de Voluntariado Corporativo y por otro, evaluar la capacidad de la empresa de involucrar a sus grupos de interés en su acción social.

Definición

Número de personas que son proveedores o provienen de empresas proveedoras que participan de forma voluntaria en la acción de voluntariado promovida por la compañía.

Fuente

La fuente de recolección del dato podría ser el listado de asistentes a la acción y la ficha de inscripción a la acción o perfil del Voluntario dónde se haya solicitado ese criterio identificativo

Información



En el modelo LBG el número de horas invertidas por los clientes se cuantifica en "**Efecto multiplicador**"

2. Indicador Global | Número de horas dedicadas a Voluntariado Corporativo

El número de horas dedicadas al Voluntariado Corporativo se trata de uno de los indicadores más comunes a la hora de reportar sobre Voluntariado Corporativo. Contribuye a conocer el valor de la inversión de tiempo de los Voluntarios que han participado en las acciones de Voluntariado Corporativo promovidas por la empresa. En este sentido, se ha de distinguir el Número de Horas dedicadas por los empleados de las dedicadas por los grupos de interés externos (ej. Proveedores, clientes, etc.).

Asimismo, dentro de las horas dedicadas por el colectivo de empleados, se ha de diferenciar entre las horas que se han dedicado en jornada laboral y las que se han dedicado fuera del horario laboral. De este modo, se puede discernir entre lo que aporta la empresa dentro de su inversión social de lo que aporta la persona en su tiempo libre, que no debería ser considerado como una contribución directa de la empresa. En estos casos, se podría considerar una contribución indirecta o 'Efecto Multiplicador' (ver destacado Más información LBG).

Objetivo

El objetivo del Indicador Número de Horas de Voluntariado Corporativo es Conocer la inversión de tiempo de la plantilla en acciones que se promueven desde la empresa, ya sea dentro o fuera de su jornada laboral. Es un indicador básico que se recoge en todas las empresas, pero el objetivo de incluirlo en la presente guía es uniformar su definición para crear indicadores comparables.

Definición

Número de horas dedicadas a la acción de voluntariado promovida por la empresa. Las horas incluyen la dedicación de los voluntarios a la organización y preparación de las acciones, transporte, ejecución, reporte y comunicación de las mismas.

No se consideran las horas de dedicación de las personas encargadas de la gestión del Voluntariado si su presencia se atribuye a las funciones del desempeño de su trabajo.

Fuente

Para el caso de aquellas acciones que se realicen en horario laboral, la fuente de recogida del dato más fiable sería el *Time Report* que se realice en cada caso particular de cada empresa.

Mientras, para aquellas actividades que se desarrollan fuera del horario laboral, es necesario contar con el reporte de horas dedicadas de los voluntarios. Éstas pueden ser aportadas por los propios voluntarios, por la organización social con la que se haya llevado a cabo la acción de voluntariado o por el propio gestor de Voluntariado Corporativo de la empresa, en caso de que lleve en control exhaustivo de horas de asistencia a las actividades.

Información



En el modelo LBG el número de horas invertidas en una acción social se cuantifican separando las abonadas por la empresa, que serán consideradas como **Contribución**, y las realizadas en tiempo propio de empleados, clientes, etc., que se considerarán **"Efecto multiplicador"**

3. Indicador Global | Número de beneficiarios

En este indicador global se contempla dos tipos de beneficiarios: organizaciones y personas. En ambos casos, este indicador se refiere a los beneficiarios directos, tal y como se detalla más adelante.

3.1. Indicador Global | Número de organizaciones beneficiarias

Existe una gran diversidad respecto a la forma de implementar las acciones de Voluntariado Corporativo. Así, se dan casos en los que las acciones están organizadas por la empresa o su fundación empresarial, y los empleados hacen voluntariado directamente con un colectivo o entorno beneficiario. Sin embargo, el modelo más extendido es aquel en el que la empresa y/o su fundación empresarial colaboran con un actor externo (entidad social, colegio, residencia, centro de voluntariado, etc.) que trabaja de forma constante con un colectivo beneficiario.

Para los casos en los que se establecen este tipo de colaboraciones, es interesante conocer el número de organizaciones e instituciones con las que se ha establecido una alianza para llevar a cabo acciones de Voluntariado Corporativo.

Este indicador, además de aportar información sobre el volumen de organizaciones a las que se apoya y se está beneficiando gracias al Programa de Voluntariado Corporativo, ofrece información sobre el potencial del Programa para consolidar o establecer nuevas relaciones con grupos de interés de la empresa a los que sería difícil conectar de otro modo.

Objetivo

El objetivo de este indicador es conocer el número de organizaciones a las que se beneficia gracias a la acción de Voluntariado Corporativo.

Definición

El número de organizaciones beneficiarias directas se refiere al número de entidades sociales o instituciones beneficiarias con las que se ha colaborado en la acción de Voluntariado Corporativo.

Fuente

La fuente de extracción del indicador sería la ficha del proyecto dónde se detallan las entidades sociales beneficiarias de la acción concreta.

Información



Este indicador es válido en el modelo LBG, que cuantifica el número de entidades beneficiadas por la actividad y además identifica una serie de beneficios concretos percibidos por las organizaciones apoyadas.

3.2. Indicador Global | Número de personas beneficiarias

Entre los indicadores de medición más extendidos del Voluntariado Corporativo se encuentra el número de beneficiarios directos. Éste aporta una visión sobre el volumen de personas a las que se está apoyando de forma directa gracias a la acción o acciones de Voluntariado Corporativo.

En este caso, el indicador se refiere a las personas con las que se tiene contacto directo a la hora de implementar una acción de Voluntariado Corporativo (ej. asistentes a una formación, asistentes a una jornada de ocio, etc.).

En el marco de esta Guía, no se está contemplando el número de beneficiarios indirectos dado que no existe una metodología unívoca para su cálculo y en la práctica es un dato muy subjetivo.

Si por la naturaleza de la acción, no hay personas beneficiarias directas entre los participantes de la acción (ej. recogidas de alimentos, juguetes, etc.), se podría reportar en base al indicador anterior: Número de organizaciones beneficiarias directas.

Idealmente, el número de beneficiarios tendría que estar categorizado según el tipo de colectivo al que corresponden (ej. niños, jóvenes, personas mayores, personas con discapacidad, etc.). En caso de que un colectivo o colectivos se correspondan con varios tipos no se contabilizarían por duplicado, sino que simplemente se categorizarían bajo dos tipologías.

Objetivo

El objetivo de este indicador es conocer el número de personas a las que se beneficia gracias a la acción de Voluntariado Corporativo.

Definición

El número de beneficiarios directos se refiere al número personas con las que se ha colaborado en la acción de Voluntariado Corporativo.

Fuente

La extracción del dato vendría del listado de beneficiarios asistentes a la acción y ficha del proyecto dónde se detallan las entidades sociales beneficiarias.

Información



En el modelo LBG se consideran beneficiarios directos a las personas sobre las que ha recaído la acción y su número será considerado un **Logro**

4. Indicador Global | Número de Acciones

El **Número de Acciones de Voluntariado Corporativo** es un indicador que permite el análisis cualitativo y cuantitativo de un proyecto y programa de Voluntariado.

Se entiende como Acción de Voluntariado Corporativo cada una de las actividades e iniciativas que se realizan. Estas Acciones pueden ser independientes y/o puntuales o bien pueden estar integradas bajo un marco común que denominaríamos "Proyecto". Así, el conjunto de proyectos y acciones integrarían el Programa de Voluntariado Corporativo.

Por ejemplo, una empresa que cuenta con un Programa de Voluntariado Corporativo puede integrar dos proyectos distintos: el primero de ellos orientado a la educación e infancia y el segundo al medioambiente. Y prosiguiendo con este orden, dentro del Proyecto puede implementar una amplia diversidad de acciones; por ejemplo, en el caso del proyecto de medioambiente puede organizar 5 acciones de reforestación en 5 ciudades diferentes.

El indicador se puede organizar por proyectos, programa, localidades, meses y/o trimestre.

Objetivo

El objetivo de medir el número de acciones realizadas es, por un lado, valorar el volumen de actividades que se posibilitan a los voluntarios y, por el otro, medir la continuidad o la capilaridad de los proyectos.

Definición

Total de acciones de Voluntariado Corporativo realizadas.

Fuente

Informe de seguimiento actividades de Voluntariado Corporativo.

Información



En el modelo LBG se puede evaluar una acción o un proyecto o un programa, siempre y cuando no se produzcan duplicidades en la agregación de los datos.

Indicadores para la medición de la contribución económica social en Voluntariado Corporativo

5. Indicador Global | Contribución en las acciones de Voluntariado Corporativo

Un correcto cuadro de costes es muy importante para que una empresa evalúe su funcionamiento, y el voluntariado, al igual que las otras inversiones empresariales tiene que poder medir sus costes y sus beneficios.

El presente indicador es el responsable de la primera parte: la cuantificación económica de los costes imputables al programa de Voluntariado Corporativo, en todo el ciclo del proyecto.

Se han creado los siguientes sub-indicadores para incluir las distintas aportaciones en el indicador total:

- Contribución de la empresa en horas de trabajo
- Contribución monetaria de la empresa
- Contribución de la empresa en especie

Objetivo

El objetivo del presente indicador es atribuir un valor económico total a las contribuciones de la empresa a través de su Voluntariado Corporativo, para poder cuantificar su inversión social total y su aportación a la sociedad.

Definición

Valoración económica de donaciones monetarias, donaciones en especie, inversión en tiempo de trabajo, coste de la acción y de su gestión.

Fuente

El presente indicador se calcula como suma de los siguientes sub-indicadores, calculados por el mismo periodo de tiempo:

- Contribución de la empresa en horas de trabajo
- Contribución monetaria de la empresa
- Contribución de la empresa en especie

Información



Este indicador ha surgido de la suma de indicadores contemplados en el modelo LBG en el área de "**Contribuciones**": dinero, tiempo de empleados, especie y costes de gestión. Para implementarlo en el modelo será necesario hacerlo por separado: dinero, tiempo, y Especie.

5.1. Sub-indicador | Contribución monetaria de la empresa

Hay que computar al programa de Voluntariado Corporativo todos los donativos, gastos u otras aportaciones monetarias que las empresas realizan en el marco de los mismos.

En este apartado no se computa los donativos que hacen los empleados o el dinero recaudado por los mismos, sino solo las aportaciones monetarias de la empresa.

Objetivo

El objetivo del presente indicador es cuantificar las contribuciones monetarias a las acciones de Voluntariado Corporativo.

Definición

Aportaciones monetarias abonadas por de la empresa para costear las actividades de Voluntariado Corporativo, tanto en donativos como facturas de productos o servicios. Se incluye el eventual coste de gestión subcontratado a una tercera empresa; camisetas u otro *merchandising*, transporte, fotos, cualquier servicio contratado imputable al Voluntariado Corporativo.

Fuente

La contabilidad de la empresa que refleja los costes incurridos del programa de Voluntariado Corporativo: facturas, certificados de donación, justificantes de gastos de la empresa, etc.

Información



Este indicador está contemplado en LBG en el apartado de **Contribuciones** como **Dinero** y se refiere a la suma de donativos, productos o servicios abonados por la empresa para la acción o proyecto social.

5.2. Sub-indicador | Contribución de la empresa en horas de trabajo

El Voluntariado Corporativo, en la práctica, se desempeña en su mayoría fuera del horario laboral de los voluntarios. Sin embargo, muchas empresas ceden horas laborables para que los empleados puedan participar en actividades de voluntariado.

Estas horas "liberadas" para que los voluntarios puedan participar en actividades que recaen en su horario laboral constituyen una aportación de la empresa, una contribución social que es correcto contabilizar.

A estas horas para ejercer el voluntariado, hay que sumar las horas de los Gestores de Voluntariado Corporativo o profesionales de la empresa que se dedican a gestionar el Voluntariado Corporativo.

Objetivo

El objetivo del presente indicador es atribuir un valor económico a la inversión en tiempo laboral cedido por la empresa en favor de sus programas de Voluntariado Corporativo.

Definición

Valor económico de las horas laborables cedidas por la empresa para la participación u la organización/gestión de sus actividades y programa de Voluntariado Corporativo.

Fuente

Se calcula como la suma del Número de Horas de Voluntariado de cada empleado multiplicado por su coste laboral horario. A este cálculo se le añadiría el coste salarial del gestor o gestores de Voluntariado Corporativo de la empresa.

Las fuentes de obtención de la información pueden ser tanto el registro de seguimiento Voluntariado Corporativo, registro de voluntarios y horas de voluntariado en horario laboral de cada uno; la plantilla responsable de la gestión del Voluntariado en la empresa; o la propia nómina del empleado.

Ese indicador se suele calcular de forma periódica para el conjunto del programa de voluntariado y no por actividad.

Información



El modelo LBG considera una contribución de la empresa todo el tiempo que los empleados dedican a actividades sociales, dentro del horario laboral, con independencia de que este tiempo sea parte de su labor habitual o no, ya que estos importes han sido abonados por la empresa.

5.3. Sub-indicador | Contribución de la empresa en especie

De cara a conocer la contribución total de la empresa (indicador global 5), es necesario valorar las aportaciones en especie por parte de la empresa a los proyectos y programas.

Objetivo

El objetivo del presente indicador es atribuir un valor económico total a las contribuciones de la empresa a través de su Voluntariado Corporativo, a través de la cuantificación de sus aportaciones en especie.

Así, se trata de atribuir un valor económico a los productos que la empresa presta para facilitar una acción social. Es decir, si la empresa cede un espacio, o dona algunos de sus productos, etc., debe ser valorado en base al coste real para la empresa.

Definición

Valoración económica de la inversión en especie según el coste real para la empresa (ej. donaciones de equipos, materiales, cesión de espacios...).

Fuente

Los valores reflejados en la contabilidad de la empresa.

Información



En LBG se valoran los productos, equipos o cesión de instalaciones que la empresa presta para facilitar una acción social. Se valoran en base al coste real para la empresa y no al beneficio obtenido por la organización beneficiaria o valor percibido. El valor de esta contribución se encontrará en los libros contables.

Indicadores de medición impacto en los RRHH

6. Indicador global | Número de empleados que mejora sus habilidades

Justificación/introducción

La mejora o refuerzo de habilidades y competencias se considera como uno de los mayores beneficios del Voluntariado Corporativo.

Si bien hasta el momento no ha sido la prioridad de los Programas de Voluntariado Corporativo, son cada vez más las empresas que integran el desarrollo de competencias concretas entre los objetivos de acciones específicas.

En este caso, el voluntario puede realizar una autoevaluación previa y posterior para conocer si ha logrado o no adquirir las competencias concretas. También se podría proceder a una evaluación interna por parte de los equipos de RRHH de la empresa respecto a si la persona cuenta o no con dichas competencias.

Sin embargo, lo óptimo de cara a obtener una información de calidad sería proceder a través de un sistema de acreditación de competencias de Voluntariado³. Entre ellos, destacan certificaciones como Vol+, Reconoce, o Validvol, entre otros.

Objetivo

Conocer cómo y en qué medida el Voluntariado Corporativo ayuda a la mejora de competencias y habilidades profesionales.

3 VALDERMORO, M. De la Cruz. Fundación Hazloposible. 'Hablemos el mismo idioma. ¿Quién certifica las competencias adquiridas gracias al voluntariado?', 7 de abril de 2016. [www.voluntariadoyempresa.hazloposible.org]

Definición

En base a una habilidad o habilidades concretas que se hayan trabajado durante la formación y ejecución de la acción de Voluntariado Corporativo, el indicador trataría de arrojar información de cara a conocer en qué medida el Programa de Voluntariado Corporativo ha contribuido al desarrollo de dicha habilidad o habilidades.

Fuente

Evaluación de la adquisición de competencias de los voluntariados por parte de las áreas de RRHH, jefes de equipo o mecanismos externos de validación de adquisición de competencias a través del voluntariado

Información



Este es uno de los indicadores contemplados en el modelo LBG y podrá reportarse en el apartado de ***Impactos para la empresa.***

7. Indicador global | Número de empleados voluntarios que mejora su percepción de la empresa

La mejora de la percepción de la empresa por parte de los empleados es uno de los indicadores más mencionados a la hora de enumerar los beneficios del Voluntariado Corporativo.

El indicador 'Número de empleados voluntarios que mejora su percepción de la empresa' es un indicador clave para aquellos Programas de Voluntariado Corporativo que integren objetivos de mejora de la imagen interna, aumento del orgullo de pertenencia, incremento del compromiso o impulsar el *engagement* de los empleados, entre otros ejemplos.

Para obtener información que permita al Gestor de Voluntariado Corporativo de la empresas un análisis de calidad, además de contabilizar el número, es interesante realizar la comparativa entre toda la plantilla, diferenciando entre los empleados que sí han participado en las acciones de Voluntariado Corporativo de los que no. De este modo, se podrá tener una apreciación de si las personas que han participado en el Voluntariado Corporativo cuentan o no con una mejor percepción de la empresa.

Objetivo

Conocer en qué medida el Voluntariado Corporativo contribuye a mejorar la percepción sobre la empresa de los empleados voluntarios.

Definición

Número de empleados voluntarios que manifiestan una mejora respecto a la percepción que tienen de la empresa.

Fuente

Análisis comparativo entre empleados voluntarios y no voluntarios en base a las respuestas de encuestas de clima interno o sistemas similares de punto de control de la percepción interna de la empresa. También podría obtenerse información para el análisis a través de la aplicación de encuestas específicas en las que se pregunte a los participantes en la acción o acciones sobre las distintas cuestiones relacionadas con el desarrollo personal que se deseen abordar.

Dado que cada empresa cuenta con diferentes sistemas de valoración de clima interno, este indicador no es comparable entre empresas.

Para su cálculo, se pueden usar distintas opciones. Por ejemplo, ante una encuesta de clima u otro tipo de mecanismo que la empresa use para conocer la percepción interna de la empresa, se puede realizar una comparativa en cuanto al número y porcentaje de empleados voluntarios que mejoran su percepción interna respecto a aquellos empleados que no han participado en el Programa de Voluntariado Corporativo de la empresa.

Información



Este es uno de los indicadores contemplados en el modelo LBG y podrá reportarse en el apartado de ***Impactos para la empresa.***

Glosario de términos

Voluntariado Corporativo

El Voluntario Corporativo es aquel que promueve o facilita una empresa entre sus empleados y, en ocasiones, grupos de interés externos (jubilados, familiares y amigos de empleados, clientes, proveedores, etc.), tanto dentro como fuera del horario laboral (remunerado).

Al igual que cualquier otro tipo de Acción Social, el Voluntario Corporativo ha de tener una finalidad de interés general y de carácter solidario.

La presente guía considera el Voluntariado Corporativo que se realiza en las distintas áreas de actuación como son: educación, salud, medioambiente, inserción socio-laboral, acompañamiento, entre otros.

Probono⁴

Se llaman servicios probono los que realizan algunas empresas de forma gratuita o a precio muy reducido en favor de asociaciones sin ánimo de lucro. Los suelen realizar típicamente despachos de abogados, empresas de consultoría, administradores, gestores, etc. Generalmente (aunque no debería ser exclusivo) se trata de servicios de apoyo administrativo, contable o legal.

No se deben confundir con el Voluntariado Corporativo, con el que a veces tienen mucho en común. En el Voluntariado Corporativo también se pueden ofrecer servicios profesionales a una ONG pero, en este caso, es el empleado voluntario el que ofrece - voluntariamente - su tiempo y conocimientos a la ONG con el apoyo de la empresa.

Por el contrario, los servicios probono son servicios "de catálogo" de la empresa, que los ofrece a la ONG como a cualquier otro cliente, con la diferencia del precio. Los empleados que los realizan no tienen por qué ser voluntarios; ellos realizan el trabajo de una manera estándar, como lo harían para cualquier otro cliente. Simplemente, la empresa no cobra (o cobra muy poco) por ello.

4 Fuente: Hazloposible, Soluciones ONG [www.solucionesong.org]

Beneficiarios directos

De cara a la simplificación y rigor de los resultados, se contemplan únicamente los beneficiarios directos, definidos como personas que se benefician directamente de la actividad de Voluntariado Corporativo (véase Indicador Global 3. Número de Beneficiarios Directos para mayor detalle).

Organizaciones beneficiarias

Se trata de organizaciones sin ánimo de lucro o entidades sociales a las que se contribuye o apoya con la actividad de Voluntariado Corporativo (véase Sub - indicador 3.1 Número de Organizaciones beneficiarias para mayor detalle).

Programa, Proyecto y Acción de Voluntariado Corporativo

Se entiende como Acción de Voluntariado Corporativo cada una de las actividades e iniciativas que se realizan.

Estas Acciones pueden ser independientes y/o puntuales o bien pueden estar integradas bajo un marco común que denominaríamos Proyecto.

Así, el conjunto de proyectos y acciones integrarían el Programa de Voluntariado Corporativo.

Por ejemplo, una empresa que cuenta con un Programa de Voluntariado Corporativo puede integrar dos proyectos distintos; el primero de ellos orientado a la educación e infancia y el segundo al medioambiente. Y prosiguiendo con este orden, dentro del Proyecto puede implementar una amplia diversidad de acciones; por ejemplo, en el caso del proyecto de medioambiente puede organizar 5 acciones de reforestación en 5 ciudades diferentes.

