



Programa de **VOLUNTARIADO CORPORATIVO**

Factores básicos para su evaluación

Emilio Guerra Díaz*

La presente reflexión forma parte de un estudio más profundo en el cual nos encontramos trabajando y tiene como propósito compartir algunos factores básicos a considerar respecto al proceso de evaluación de un Programa de Voluntariado Corporativo (PVC).

El ejercicio de evaluación puede realizarse desde dos grandes campos metodológicos: por un lado, el que corresponde a las escuelas de *Accountability* que son las más conocidas, seguidas, que han generado mayor literatura y que tienen mayor influencia en las empresas. Pero también desde la práctica de *Self accountability*, que resulta innovadora y muy útil para el análisis de la Evaluación de Impacto Social de dichos programas. Dice la lógica que para evaluar hace falta primero medir y luego valorar, pero ¿qué diferencias hay entre esas escuelas y cómo se manifiestan sus postulados?

Sucede que por diversos factores que no viene al caso señalar, a quienes se les encomienda la responsabilidad de reportar para qué sirvió el PVC y qué trajo de positivo a los propósitos de inversión social de la compañía en el último año, se enfrentan al reto de mostrar las contribuciones sociales, revelar si los objetivos y metas se alcanzaron y cómo fue la participación de los empleados.

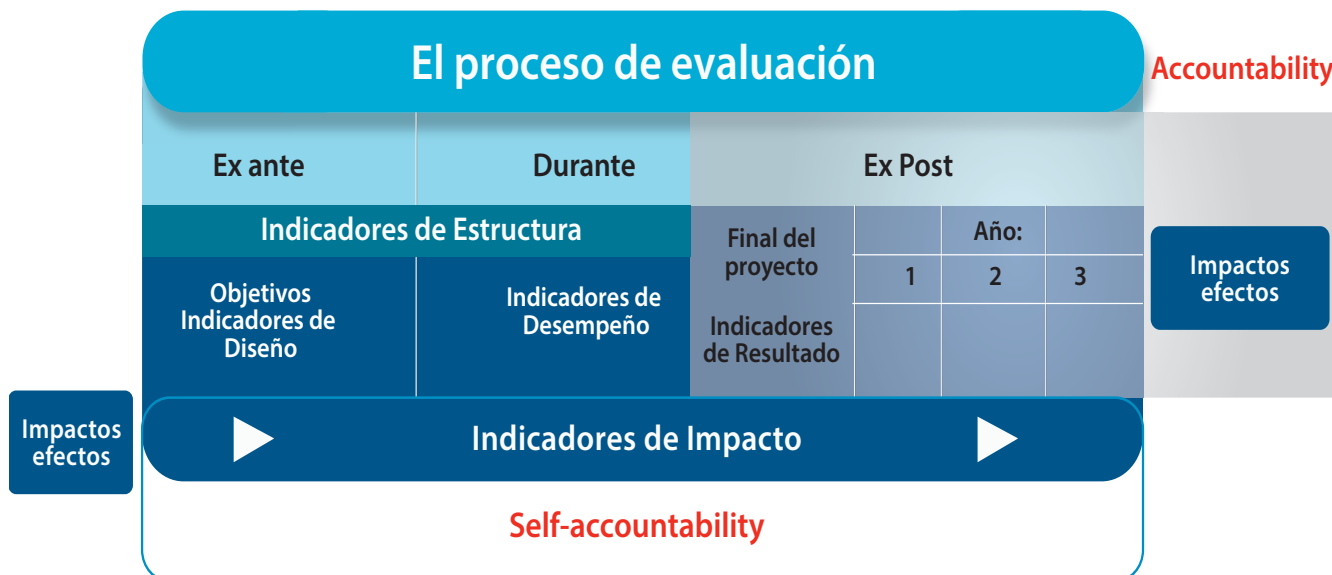
Lo anterior motiva que de manera indistinta se utilicen términos e indicadores de una dimensión para hablar de resultados, así en ocasiones a la medición se le da un atributo como si fuese de evaluación de Impacto Social, o la valoración se truca en la profundidad de su relevancia por no contextualizarla adecuadamente. Esta mezcla termina destacando del PVC la lectura que se hace de indicadores cuantitativos principalmente.

La narrativa de los resultados entonces se apoya en la utilización indistinta del concepto Impacto que en *accountability* puede tener distintos usos y significados. Uno muy común se puede leer en un informe: “el PVC de la compañía impactó a 2,000 personas”, lo que en realidad significa que impacto es sinónimo de cobertura. Otro caso interesante es: “publicitar las acciones de la compañía en materia de voluntariado permitió tener 20 mil impactos”, en este caso impacto es sinónimo de número de vistas o recordaciones publicitarias en la audiencia. En otro escrito se apunta que establecer un vínculo claro entre la estrategia del negocio y el PVC con los objetivos de las organizaciones de la sociedad civil con las que se puede establecer una alianza, permite obtener un “impacto relevante”, aquí el impacto simplemente es resultado.

La utilización de medidores como la que habitualmente se utiliza es el número de Horas/Hombre contabilizadas por el PVC donde se busca traducir en impacto: “impactamos con 20,000 horas en la comunidad”, es decir, aquí impacto significa tiempo movilizado a favor de las jornadas voluntarias, pero no dice lo que con esas horas se transformó en la comunidad. Como se observa, en general el impacto es reducido a una frase pomposa, rimbombante; o bien, a un indicador numérico, frío, un cálculo que no dice la calidad de la transformación de las personas y su comunidad.

*Emilio Guerra es Director de la Red del Pacto Mundial de las Naciones Unidas en México y Consejero de la Alianza Mexicana de Voluntariado.

Sin embargo, al evaluar un PVC no se puede hablar de una sola evaluación pues sucede que dentro de él se pueden analizar distintos factores a saber (ver gráfico): evaluación de diseño del programa, (que también puede referirse a la estructura del mismo), evaluación del desempeño en la gestión que incluye por supuesto, la relación con organizaciones de la sociedad civil cuando las actividades se realizan en conjunto, la efectividad al desarrollar las acciones (logística), la actuación del coordinador(a), de los voluntarios de la empresa, la disponibilidad e interés de los mandos superiores y el financiamiento; la evaluación de resultados obtenidos por el PVC en la comunidad y finalmente, la evaluación de impacto social.



Desde el *Accountability* la evaluación de Resultados y la de Impacto Social suelen considerarse como iguales en la lógica de la elaboración de un reporte. Por otro lado, en estas escuelas ocurre que los resultados son considerados la materia prima de la evaluación de impacto social y ésta se presenta solo al final, después de haber concluido un ciclo de gestión (a partir de pasados el primero, segundo y tercer año) lo que genera un terreno fértil para consultores que proponen evaluar el Impacto Social del Voluntariado Corporativo, un gasto adicional al programa. También existe la tentación de estimar que medir el retorno de inversión, el SROI, permitirá evaluar el Impacto Social de un PVC cuando en realidad aquel es una herramienta para materializar una medición.

En cambio, desde el *Self accountability* los impactos y efectos pueden verse incluso desde el inicio del PVC en su diseño, durante su implementación y desarrollo y hasta el final, incluso pasado un tiempo razonable de la conclusión de las actividades de servicio voluntario. Sus indicadores se seguirán manifestando.

Así, en las prácticas tradicionales de evaluación de Impacto Social, se tiene que volver la vista atrás y recopilar información y opiniones y percepciones que algunas quizá se diluyeron con el tiempo. Indagar información que quizá ya se escapó.

Desde la forma de trabajo de *Self accountability* las transformaciones se van observando, se pueden sistematizar y valorar en el momento mismo en que ocurren, lo que provoca situar a las personas en la relevancia de los cambios sociales positivos generados por la participación voluntaria por encima de los indicadores cuantitativos.

La evaluación del Impacto Social de un PVC desde el *Self accountability* es un ejercicio inspirador, gran motivador y generador de cultura de la donación y participación que influye en las transformaciones de las personas y sus comunidades. En México, la Alianza Mexicana de Voluntariado trabaja con esta metodología. ●