COMILLAS
UNIVERSIDAD PONTIFICIA
ICAI

GRADO EN INGENIERÍA EN TECNOLOGÍAS INDUSTRIALES

TRABAJO FIN DE GRADO

PLAN DE NEGOCIO EMPRESA DE NUEVA CREACIÓN

Autor: Patricia Seitl Castillo

Director: Carlos Fuertes Kronberg

Madrid

Julio de 2025

Declaro, bajo mi responsabilidad, que el Proyecto presentado con el título

Plan de negocio empresa de nueva creación

en la ETS de Ingeniería - ICAI de la Universidad Pontificia Comillas en el

curso académico 2024/2025 es de mi autoría, original e inédito y

no ha sido presentado con anterioridad a otros efectos.

El Proyecto no es plagio de otro, ni total ni parcialmente y la información que ha sido

tomada de otros documentos está debidamente referenciada.

Fdo.: Patricia Seitl Castillo Fecha: 15/07/2025

Autorizada la entrega del proyecto

EL DIRECTOR DEL PROYECTO

Fdo.: Nombre del Director Fecha: ……/ ……/ ……

GRADO EN INGENIERÍA EN TECNOLOGÍAS INDUSTRIALES

TRABAJO FIN DE GRADO

PLAN DE NEGOCIO EMPRESA DE NUEVA CREACIÓN

Autor: Patricia Seitl Castillo

Director: Carlos Fuertes Kronberg

Madrid

Julio de 2025

Agradecimientos

Quiero agradecer, en primer lugar, a mi tutor Carlos por su acompañamiento y su criterio claro. Su guía ha sido fundamental para dar forma y rigor a este trabajo.

También quiero dar las gracias a mi familia y a mis amigos, por los valores que me han inculcado y su apoyo incondicional. Gracias por recordarme siempre que merece la pena construir con sentido.

Y, por último, a tantas personas emprendedoras del ámbito social, que me han inspirado a lo largo del camino. Este proyecto está profundamente influido por su compromiso, su creatividad y su forma de hacer las cosas con propósito.

PLAN DE NEGOCIO EMPRESA DE NUEVA CREACIÓN

Autor: Seitl Castillo, Patricia.
Director: Fuertes Kronberg, Carlos.
Entidad Colaboradora: ICAI – Universidad Pontificia Comillas

RESUMEN DEL PROYECTO

Este trabajo tiene como objetivo principal desarrollar el diseño estratégico y operativo de *Add Your Drop*, una consultora especializada en responsabilidad social corporativo y cuya meta es aprovechar la capacidad técnica de los empleados de distintas compañías para causas sociales. El proyecto parte de una necesidad detectada en el entorno actual: muchas organizaciones necesitan apoyo especializado en ámbitos como la ingeniería, la sostenibilidad o la digitalización, mientras que otras muchas empresas cuentan con profesionales altamente cualificados. Add Your Drop nace precisamente para conectar estos dos mundos, facilitando colaboraciones estructuradas y medibles entre empresas y entidades del tercer sector.

A lo largo del trabajo se analiza el contexto externo gracias a un enfoque PESTEL, se define el público objetivo y se elabora una propuesta de valor diferencial basada en la profesionalización del voluntariado. Se plantea un modo de operación claro, basado en una cadena de valor propia, que permite adaptar el modelo a distintos sectores y niveles de recursos. También se identifican los retos y posibles carencias asociados a la fase inicial de lanzamiento del proyecto y se proponen varias medidas para garantizar su viabilidad, como pueden ser una estructura organizativa ligera, alianzas estratégicas y un enfoque gradual en la captación de clientes.

El resultado es un modelo escalable, realista y además, está alineado con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, que busca generar un impacto tangible tanto en las entidades sociales como en el entorno empresarial. El proyecto demuestra que es posible crear valor compartido cuando se estructura adecuadamente la colaboración entre actores con capacidades complementarias.

Palabras clave: Voluntariado técnico, responsabilidad social empresarial, tercer sector, colaboración empresa-ONG, impacto social, innovación social, impacto social.

1. Introducción

En los últimos años, el vínculo entre el sector empresarial y el ámbito social ha evolucionado de forma significativa. Las empresas ya no se limitan a cumplir con criterios de responsabilidad social corporativa como elemento decorativo o reputacional; cada vez más, integran el impacto social y medioambiental dentro de su estrategia de negocio (CEOE23). Paralelamente, el tercer sector – el formado por ONGs, fundaciones y asociaciones— continúa enfrentándose a retos que limitan su capacidad de acción, especialmente en lo que respecta a todo el acceso a conocimiento técnico especializado.

En este contexto emerge una oportunidad clara: canalizar las competencias técnicas del capital humano empresarial hacia necesidades reales del tercer sector. La idea de que el voluntariado puede ir más allá de actividades asistenciales para convertirse en una herramienta estratégica de transformación social que está ganando terreno. Sin embargo, se ha visto que esta fórmula todavía está poco explorada, y muchas iniciativas carecen de estructura, medición o continuidad. El reto, por tanto, no es solo conectar a empresas y entidades sociales, sino hacerlo de forma profesionalizada, sostenible y con impacto tangible.

Add Your Drop nace con esa misión. Este proyecto propone la creación de una consultora especializada en voluntariado técnico, capaz de diseñar, implementar y acompañar programas personalizados que conecten los recursos humanos de las empresas con los retos técnicos de las organizaciones sociales. El modelo parte de una premisa sencilla pero potente: muchas de las habilidades que las empresas utilizan internamente pueden tener un enorme valor transformador si se aplican en el lugar adecuado.

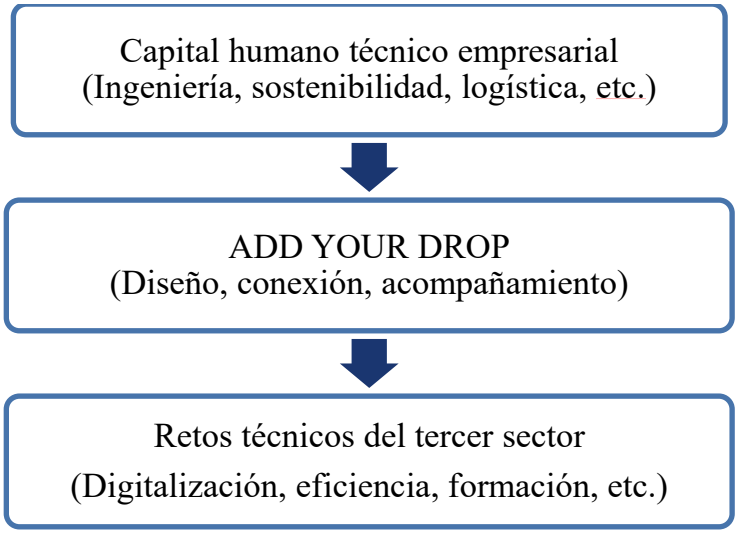

Figura 1: Esquema general Add Your Drop

2. Definición del proyecto

Add Your Drop es una consultora de nueva creación especializada en voluntariado técnico. Su finalidad es estructurar colaboraciones estratégicas entre empresas del sector privado (especialmente aquellas con perfiles técnicos en sus plantillas) y organizaciones del tercer sector que enfrentan retos complejos que requieren apoyo cualificado.

El proyecto se basa en una doble premisa: por un lado, las empresas necesitan desarrollar estrategias de sostenibilidad y compromiso social que sean creíbles, alineadas con sus valores y medibles en impacto; por otro, muchas ONGs, asociaciones y fundaciones carecen de los recursos o el conocimiento técnico necesarios para abordar ciertos desafíos operativos, como la digitalización, la eficiencia energética o la planificación de infraestructuras.

Add Your Drop actúa como intermediario experto entre ambas realidades, diseñando programas de voluntariado técnico a medida que transforman las competencias profesionales de los empleados en soluciones reales a problemas sociales concretos. A diferencia de otras iniciativas de RSC más asistenciales o genéricas, esta propuesta se centra en crear valor compartido, a través de una metodología estructurada y orientada a resultados.

El modelo está especialmente pensado para fases iniciales de implantación, con una estructura operativa ligera y un enfoque flexible. El objetivo es validar el modelo a pequeña escala, ajustarlo progresivamente e ir consolidando alianzas estratégicas que permitan escalar sin comprometer la calidad del servicio ni la coherencia del propósito.

Dimensión	*Descripción*
Propósito social	Profesionalizar el voluntariado corporativo y canalizar talento técnico hacia retos sociales.
Propuesta de valor	Programas personalizados, medibles y alineados con los ODS.
Target empresarial	Empresas medianas y grandes con plantillas técnicas (ingeniería, sostenibilidad, digitalización).
Target social	ONGs con necesidades estructurales no cubiertas por falta de recursos técnicos.
Modelo de negocio	Servicios de consultoría, diseño y acompañamiento de programas de voluntariado técnico.
Diferencial competitivo	Enfoque técnico, diseño a medida, medición de impacto y estructura ligera en fases iniciales.

Tabla 1: Elementos clave del proyecto Add Your Drop

Add Your Drop no se presenta como una acción solidaria puntual, sino como una herramienta estratégica para que las empresas integren su compromiso social de manera coherente y eficaz, al tiempo que se fortalece la capacidad técnica del tercer sector. El proyecto se alinea con la Agenda 2030, en especial con los ODS 4 (educación de calidad), 10 (reducción de desigualdades) y 17 (alianzas para lograr objetivos), posicionándose como una propuesta innovadora, factible y con alto potencial de impacto.

3. Descripción del modelo

El modelo de Add Your Drop se articula como una herramienta de conexión estructurada entre el sector empresarial y el tercer sector, con el objetivo de transformar las competencias técnicas de los empleados en soluciones aplicadas a retos sociales concretos. Su funcionamiento se basa en un proceso en cinco fases que componen una cadena de valor propia y replicable.

A diferencia de otras iniciativas más genéricas o eventuales, este sistema está diseñado para aportar rigor, trazabilidad y coherencia, tanto desde el punto de vista técnico como social. A continuación se detalla el funcionamiento del modelo:

Fases del modelo operativo

1. Diagnóstico de competencias. Se analiza el perfil técnico de la empresa (por áreas, departamentos o personas voluntarias) para identificar qué capacidades están disponibles: por ejemplo, conocimientos en programación, diseño industrial, análisis de datos o energías renovables.
2. Detección de necesidades sociales. En paralelo, se identifican ONGs, asociaciones o entidades que presenten retos específicos donde ese conocimiento puede suponer un salto de calidad en su funcionamiento. Este proceso se realiza con entrevistas, formularios y trabajo de campo.
3. Diseño del programa de voluntariado técnico. Una vez que se han emparejado las capacidades con las necesidades, se elabora una propuesta totalmente a medida: actividades, cronograma, formación previa, criterios de éxito e indicadores de impacto.
4. Implementación y acompañamiento. Durante la ejecución, Add Your Drop se encarga de coordinar la relación, gestionar incidencias y acompañar tanto a la empresa como a la entidad colaboradora para asegurar una experiencia significativa y efectiva.
5. Evaluación y mejora continua. Una vez finalizado el programa, se recopilan datos cualitativos y cuantitativos sobre el impacto que se ha generado y se elabora un informe. Esta información sirve tanto para los informes de sostenibilidad de la empresa como para mejorar futuras intervenciones.

4. Resultados

A lo largo del desarrollo del proyecto se han obtenido una serie de resultados que permiten considerar viable la creación de Add Your Drop, tanto desde un punto de vista estratégico como operativo. En primer lugar, el análisis del entorno ha confirmado que existe un espacio real para una consultora especializada en RSC, con una demanda creciente tanto por parte de empresas como de organizaciones sociales. Herramientas de análisis estratégico como el análisis PESTEL, la matriz DAFO y el modelo de Porter han permitido identificar las

condiciones que hacen posible este tipo de iniciativas, así como los riesgos que deben ser gestionados.

En segundo lugar, se ha definido un modelo de intervención. La cadena de valor que se propone está compuesta por cinco fases clave (diagnóstico, detección de necesidades, diseño, implementación y evaluación), y ha sido estructurada de manera que permita escalar el proyecto sin comprometer la calidad del servicio ni la coherencia con el propósito social. Este modelo ha sido reforzado con herramientas de medición del impacto que permitirán a las empresas justificar sus acciones y a las ONGs valorar el apoyo recibido.

Además, se ha dimensionado el mercado objetivo y se han planteado escenarios realistas de crecimiento. Captar un 1 % de las empresas potencialmente compatibles supondría trabajar con unas 300 compañías; alcanzar un 0,1 % del tercer sector estructurado implicaría colaborar con entre 25 y 36 organizaciones sociales. Estas cifras permiten validar el potencial del modelo sin necesidad de asumir objetivos inalcanzables en las fases iniciales.

También se ha construido una estructura organizativa realista para los primeros años, basada en un equipo reducido, el uso de colaboradores externos y una metodología de trabajo ágil. Esta elección permite optimizar recursos, responder con flexibilidad y reducir los costes fijos iniciales.

En conjunto, el proyecto ha permitido demostrar que es posible diseñar una iniciativa que combina impacto social, profesionalización del voluntariado y sostenibilidad operativa. Aunque no se han implementado casos reales todavía, el diseño estratégico, el análisis del entorno y la coherencia interna del modelo permiten plantear su ejecución futura con fundamentos sólidos.

5. Conclusiones

El desarrollo de Add Your Drop demuestra que es posible construir un modelo de negocio que combine rigor técnico, impacto social y sostenibilidad económica desde una perspectiva realista. En un contexto empresarial cada vez más orientado al propósito, y ante un tercer sector que sigue enfrentando retos estructurales, la propuesta responde a una necesidad concreta: facilitar que el talento técnico de las empresas pueda generar valor social, de forma estructurada, medible y profesionalizada.

El proyecto ofrece una solución innovadora al integrar voluntariado técnico con un enfoque estratégico, superando la lógica de la acción puntual o simbólica que aún predomina en muchas iniciativas de RSC. Además, la propuesta tiene potencial de crecimiento: puede adaptarse a distintas tipologías de empresa, escalar en complejidad operativa y, con el tiempo, digitalizar parte de sus procesos sin perder su esencia.

A nivel metodológico, el trabajo ha permitido aplicar herramientas de análisis empresarial a un modelo social, explorando la viabilidad de un puente entre dos mundos que muchas veces operan de forma aislada. Se ha diseñado un sistema que, sin haber sido todavía implementado, muestra consistencia interna, coherencia con el contexto y una hoja de ruta clara para su puesta en marcha.

La conclusión principal es que *Add Your Drop* no solo tiene sentido como idea, sino que cuenta con los fundamentos estratégicos y operativos necesarios para convertirse en una iniciativa real. El reto, a partir de ahora, será llevarlo al terreno práctico, validar el modelo con casos reales y consolidar una red de colaboraciones que permita sostener y escalar el impacto deseado.

6. Referencias

[CEOE23] CEOE, *La sostenibilidad como palanca estratégica en la empresa española*, Confederación Española de Organizaciones Empresariales, 2023.

[FORE24] Forética, *Directiva CSRD y el nuevo marco europeo de reporte no financiero*, 2024.

[NACI15a] Naciones Unidas, *Objetivos de Desarrollo Sostenible*, 2015.

[FUND22] Fundación Hazloposible, *Tendencias en voluntariado corporativo en España*, 2022.

[NACI15b] Naciones Unidas, *ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos*, 2015.

BUSINESS PLAN FOR A NEW COMPANY

Author: Seitl Castillo, Patricia.

Director: Fuertes Kronberg, Carlos.

Collaborating Entity: ICAI – Comillas Pontifical University

PROJECT ABSTRACT

The main objective of this project is to develop the strategic and operational design of Add Your Drop, a consulting firm specializing in corporate social responsibility whose goal is to leverage the technical skills of employees from different companies for social causes. The project stems from a need identified in the current environment: many organizations require specialized support in areas such as engineering, sustainability, and digitalization, while many other companies have highly qualified professionals. Add Your Drop was created precisely to connect these two worlds, facilitating structured and measurable collaborations between companies and third sector entities.

Throughout the project, the external context is analyzed using a PESTEL approach, the target audience is defined, and a unique value proposition based on the professionalization of volunteering is developed. A clear mode of operation is proposed, based on a proprietary value chain, which allows the model to be adapted to different sectors and levels of resources. The challenges and possible shortcomings associated with the initial launch phase of the project are also identified, and several measures are proposed to ensure its viability, such as a lean organizational structure, strategic alliances, and a gradual approach to customer acquisition.

The result is a scalable, realistic model that is also aligned with the Sustainable Development Goals, which seeks to generate a tangible impact on both social entities and the business environment. The project demonstrates that it is possible to create shared value when collaboration between actors with complementary capabilities is properly structured.

Key words: Technical volunteering, corporate social responsibility, third sector, business-NGO collaboration, social impact, social innovation, social impact.

1. Introduction

In recent years, the link between the business sector and the social sphere has evolved significantly. Companies no longer limit themselves to complying with corporate social responsibility criteria as a decorative or reputational element; increasingly, they are integrating social and environmental impact into their business strategy (CEOE23). At the same time, the third sector—made up of NGOs, foundations, and associations—continues to face challenges that limit its capacity for action, especially with regard to access to specialized technical knowledge.

In this context, a clear opportunity emerges: channeling the technical skills of business human capital toward the real needs of the third sector. The idea that volunteering can go beyond welfare activities to become a strategic tool for social transformation is gaining ground. However, it has been seen that this formula is still largely unexplored, and many initiatives lack structure, measurement, or continuity. The challenge, therefore, is not only to connect companies and social entities, but to do so in a professional, sustainable way with tangible impact.

Add Your Drop was created with this mission in mind. This project proposes the creation of a consulting firm specializing in technical volunteering, capable of designing, implementing, and supporting customized programs that connect companies' human resources with the technical challenges of social organizations. The model is based on a simple but powerful premise: many of the skills that companies use internally can have enormous transformative value if applied in the right place.

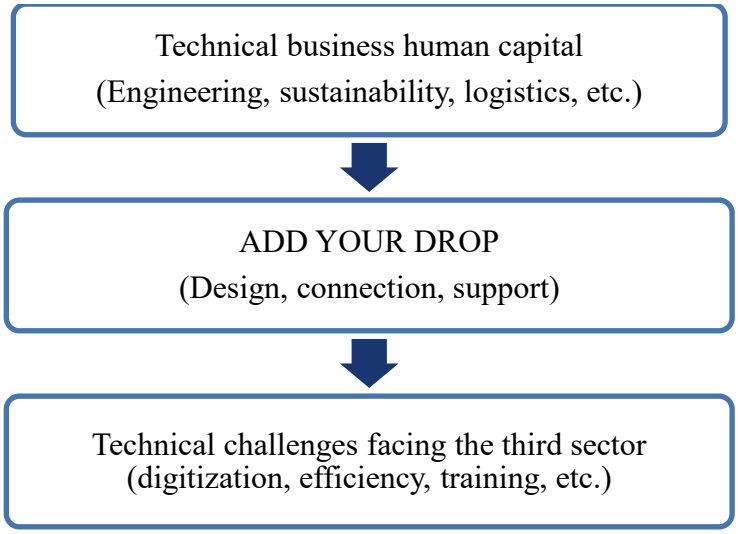

Illustration 1: General diagram Add Your Drop

2. Project definition

Add Your Drop is a newly created consulting firm specializing in technical volunteering. Its purpose is to structure strategic collaborations between private sector companies (especially those with technical profiles in their workforce) and third sector organizations facing complex challenges that require qualified support.

The project is based on a twofold premise: on the one hand, companies need to develop sustainability and social commitment strategies that are credible, aligned with their values, and measurable in terms of impact; on the other hand, many NGOs, associations, and foundations lack the resources or technical knowledge necessary to address certain operational challenges, such as digitization, energy efficiency, or infrastructure planning.

Add Your Drop acts as an expert intermediary between the two, designing tailor-made technical volunteer programs that transform employees' professional skills into real solutions to specific social problems. Unlike other more welfare-oriented or generic CSR initiatives, this proposal focuses on creating shared value through a structured, results-oriented methodology.

The model is specially designed for the initial stages of implementation, with a lean operational structure and a flexible approach. The aim is to validate the model on a small scale, adjust it progressively, and consolidate strategic alliances that allow for scaling up without compromising service quality or consistency of purpose.

Dimension	*Description*
Social purpose	Professionalize corporate volunteering and channel technical talent toward social challenges.
Value proposition	Customized, measurable programs aligned with the SDGs.
Business target	Medium-sized and large companies with technical staff (engineering, sustainability, digitization).
Social target	NGOs with structural needs that are not met due to a lack of technical resources.
Business model	Consulting, design, and support services for technical volunteer programs.
Competitive advantage	Technical approach, custom design, impact measurement, and lightweight structure in the initial phases.

Table 1: Key elements of the Add Your Drop project

Add Your Drop is not presented as a one-off charitable initiative, but rather as a strategic tool for companies to integrate their social commitment in a coherent and effective manner, while strengthening the technical capacity of the third sector. The project is aligned with the 2030 Agenda, particularly SDGs 4 (quality education), 10 (reduced inequalities), and 17 (partnerships for the goals), positioning itself as an innovative, feasible proposal with high potential for impact.

3. Description of the model

The Add Your Drop model is structured as a tool for connecting the business sector and the third sector, with the aim of transforming employees' technical skills into solutions applied to specific social challenges. It operates on the basis of a five-phase process that forms a unique and replicable value chain.

Unlike other more generic or temporary initiatives, this system is designed to provide rigor, traceability, and consistency, both from a technical and social point of view. The model works as follows:

Phases of the operating model

1. Skills assessment. The technical profile of the company (by area, department, or volunteer) is analyzed to identify what skills are available: for example, knowledge of programming, industrial design, data analysis, or renewable energy.
2. Identification of social needs. At the same time, NGOs, associations, or entities with specific challenges are identified where this knowledge could represent a leap in quality in their operations. This process is carried out through interviews, forms, and fieldwork.
3. Design of the technical volunteer program. Once the skills have been matched with the needs, a tailor-made proposal is drawn up: activities, schedule, prior training, success criteria, and impact indicators.
4. Implementation and support. During implementation, Add Your Drop acts as a facilitator: it coordinates the relationship, manages incidents, and supports both the company and the collaborating entity to ensure a meaningful and effective experience.
5. Evaluation and continuous improvement. At the end of the program, qualitative and quantitative data on the impact generated is collected and a report is prepared. This information is used both for the company's sustainability reports and to improve future interventions.

4. Results

Throughout the development of the project, a series of results have been obtained that make the creation of Add Your Drop viable and relevant, both from a strategic and operational point of view. First, the analysis of the environment has confirmed that there is real space for a consulting firm specializing in technical volunteering, with growing demand from both companies and social organizations. Tools such as PESTEL analysis, the SWOT matrix, and Porter's model have made it possible to identify the conditions that make this type of initiative possible, as well as the risks that must be managed.

Second, a clear, replicable, and adaptable intervention model has been defined. The proposed value chain, consisting of five key phases (diagnosis, needs assessment, design,

implementation, and evaluation), has been structured in such a way as to allow the project to be scaled up without compromising the quality of service or consistency with the social purpose. This model has been reinforced with impact measurement tools that will allow companies to justify their actions and NGOs to assess the support received.

In addition, the target market has been sized and realistic growth scenarios have been proposed. Capturing 1% of potentially compatible companies would mean working with around 300 companies; reaching 0.1% of the structured third sector would involve collaborating with between 25 and 36 social organizations. These figures validate the model's potential without the need to set unattainable goals in the initial phases.

A realistic organizational structure has also been built for the first few years, based on a small team, the use of external collaborators, and an agile working methodology. This choice allows for the optimization of resources, flexibility in response, and a reduction in initial fixed costs.

Overall, the project has demonstrated that it is possible to design an initiative that combines social impact, professionalization of volunteering, and operational sustainability. Although no real cases have been implemented yet, the strategic design, environmental analysis, and internal consistency of the model provide a solid foundation for its future implementation.

5. Conclusions

The development of Add Your Drop demonstrates that it is possible to build a business model that combines technical rigor, social impact, and economic sustainability from a realistic perspective. In an increasingly purpose-driven business environment, and in the face of a third sector that continues to face structural challenges, the proposal responds to a specific need: to enable the technical talent of companies to generate social value in a structured, measurable, and professionalized way.

The project offers an innovative solution by integrating technical volunteering with a strategic approach, overcoming the logic of one-off or symbolic action that still prevails in many CSR initiatives. In addition, the proposal has growth potential: it can be adapted to different types of companies, scaled up in operational complexity and, over time, digitized in part without losing its essence.

At the methodological level, the work has made it possible to apply business analysis tools to a social model, exploring the feasibility of a bridge between two worlds that often operate in isolation. A system has been designed which, although not yet implemented, shows internal consistency, coherence with the context, and a clear roadmap for its implementation.

The main conclusion is that Add Your Drop not only makes sense as an idea, but also has the strategic and operational foundations necessary to become a real initiative. The challenge, from now on, will be to put it into practice, validate the model with real cases, and consolidate a network of collaborations that will sustain and scale the desired impact.

6. References

[CEOE23] CEOE, *La sostenibilidad como palanca estratégica en la empresa española*, Confederación Española de Organizaciones Empresariales, 2023.

[FORE24] Forética, *Directiva CSRD y el nuevo marco europeo de reporte no financiero*, 2024.

[NACI15a] Naciones Unidas, *Objetivos de Desarrollo Sostenible*, 2015.

[FUND22] Fundación Hazloposible, *Tendencias en voluntariado corporativo en España*, 2022.

[NACI15b] Naciones Unidas, *ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos*, 2015.

Índice de la memoria

Capítulo 1. Introducción y planteamiento del proyecto 7

1.1 Origen de la idea y motivación del proyecto 7
1.2 Justificación y relevancia del proyecto 8
1.3 Objetivos generales y específicos 9
1.4 Alcance del trabajo 10
1.5 Metodología de trabajo 10
1.6 Estructura de la memoria 12

Capítulo 2. Estado de la técnica 15

2.1 Evolución de la RSC y el voluntariado corporativo 15
2.2 El papel de la tecnología en la acción social 16
2.3 Casos de referencia y benchmarking 17
2.4 Brechas actuales y oportunidad detectada 19
2.5 Alineación con los ODS 20

Capítulo 3. Diseño del modelo de negocio 21

3.1 Misión, visión y valores 21
3.2 Propuesta de valor de Add Your Drop 22
3.3 Servicios ofrecidos 23
3.4 Análisis del entorno 24
3.4.1 Análisis PESTEL 24
3.4.2 Análisis de las Cinco Fuerzas de Porter 28
3.5 Matriz DAFO 30
3.6 Público objetivo 34
3.7 Modelo de ingresos y canales 36

Capítulo 4. Modelo operativo 39

4.1 Estructura organizativa 39
4.1.1 Cadena de valor de Add Your Drop 40
4.2 Procesos clave y fases de implantación 41
4.3 Recursos necesarios 46
4.4 Cronograma del primer año (Diagrama de Gantt) 47

4.5 Indicadores de desempeño e impacto 48
4.6 Identidad visual del proyecto: nombre, logo y elementos visuales 51
4.6.1 Nombre del proyecto 51
4.6.2 Logotipo 52
4.6.3 Paleta de colores y significado 53
4.6.4 Tipografía 53

Capítulo 5. Estudio económico 55
5.1 Producto mínimo viable 55
5.2 Estimación de costes iniciales 57
5.3 Proyección de ingresos (3 años) 62
5.4 Análisis de viabilidad económica 63
5.5 Consideraciones sobre financiación o escalabilidad 64
5.6 Matriz de riesgos del proyecto 66

Capítulo 6. Implicaciones éticas 71
6.1 Profesionalización del voluntariado 71
6.2 Riesgo de instrumentalización 72
6.3 Medición del impacto y transparencia 73
6.4 Compromiso ético de Add Your Drop 74

Capítulo 7. Conclusiones 77
7.1 Aportación del proyecto 77
7.2 Limitaciones y riesgos 78
7.3 Futuros desarrollos 79
7.4 Valoración personal 80

Capítulo 8. Bibliografía 83

Índice de figuras

Figura 1: Esquema general Add Your Drop 10
Figura 2: Roadmap de implantación del proyecto Add Your Drop (Fases 1–4) 44
Figura 3: Esquema visual del ciclo de un proyecto de voluntariado (desde diagnóstico hasta evaluación) 45
Figura 4: Diagrama de Gantt 48
Figura 5: Logotipo Add Your Drop 52

Índice de tablas

Tabla 1: Elementos clave del proyecto Add Your Drop 11
Tabla 2: Análisis PESTEL 28
Tabla 3: Matriz DAFO 33
Tabla 4: Comparativa entre perfiles de empresas y ONGs objetivo 36
Tabla 5: Indicadores de desempeño e impacto 51
Tabla 6: Paleta de colores de la marca 53
Tabla 7: KPIs para evaluar el Producto Mínimo Viable de Add Your Drop 57
Tabla 8: Estimación detallada de costes iniciales para Add Your Drop 61
Tabla 9: Fuentes de financiación 65
Tabla 10: Matriz de riesgos para la fase inicial de Add Your Drop 69

Capítulo 1. INTRODUCCIÓN Y PLANTEAMIENTO DEL PROYECTO

1.1 ORIGEN DE LA IDEA Y MOTIVACIÓN DEL PROYECTO

Desde muy pequeña, he tenido la suerte de descubrir la grandeza que esconde dedicar tiempo y corazón a aquellos que sufren. Este valor siempre ha estado profundamente arraigado en mi educación (tanto por parte de mi familia, como por parte de mi colegio) y ha influido directamente en mi desarrollo personal y profesional. Durante toda mi etapa escolar participé en actividades de voluntariado. Estas experiencias no se sentían como "ayuda", sino que había algo que iba más allá. El dolor, las injusticias y el sufrimiento me impulsaban a salir de mí misma y a ponerme en busca de soluciones.

Durante mis años en la universidad, esta inquietud ha seguido creciendo. Además, he tenido la suerte de participar en iniciativas en distintos países como México, Brasil y Tánger, así como en algunos pueblos de España, lo que me ha permitido entrar en contacto con realidades muy distintas a la mía. El voluntariado se ha ido convirtiendo en un eje central en mi vida, donde he descubierto la belleza de simplemente compartir la vida con personas que sufren, aprendiendo de su sencillez y de su inocencia.

Santa Teresa de Calcuta dijo una vez: "a veces sentimos que lo que hacemos es tan solo una gota en el océano, pero el mar sería menos si le faltara una gota". Esta frase me abrió los ojos y gracias a ella entendí que cada acción, por pequeña que parezca, tiene un impacto significativo. Todo esto ha sido la semilla para emprender algo propio en la búsqueda de alinear mi propósito personal con mi formación en ingeniería y gestión empresarial.

Las empresas experimentan una creciente exigencia para incorporar la responsabilidad social empresarial en sus estrategias, sin embargo, muchas de ellas carecen de las herramientas y experiencia necesarias para poder poner en marcha programas eficientes y sostenibles. Add

Your Drop (AYD) surge para cubrir esta necesidad, fusionando mi conocimiento técnico con mi inquietud social, con el objetivo de vincular a las empresas con causas sociales mediante programas de voluntariado que utilicen las habilidades técnicas de sus trabajadores.

AYD no solo busca generar impacto positivo, sino también transformar la cultura organizacional de las mismas, fortaleciendo los valores de las empresas. La motivación detrás de AYD es construir un puente entre el sector empresarial y las comunidades que más lo necesitan, demostrando que cada acción, por pequeña que sea, suma a un cambio significativo y duradero.

1.2 JUSTIFICACIÓN Y RELEVANCIA DEL PROYECTO

En el contexto empresarial actual, nos encontramos ante una creciente tendencia y preocupación hacia el impacto social y ambiental: las empresas buscan diferenciarse, impactar y posicionarse como agentes de cambio positivo en el mundo, además de querer convertir esta actitud en un sello de identidad de la compañía.

¿Por qué surge esta tendencia? ¿Cuáles son los factores que la dirigen? Se abre un abanico completo de factores económicos, estratégicos, regulatorios y sociales para dar respuesta a estas preguntas, y tratarán de ser respondidas a lo largo de este trabajo. En todo este escenario, surge la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), que ha surgido como una herramienta clave para general valor e impacto social, además de fortalecer la cultura empresarial.

En paralelo a esta observación, es evidente que los avances tecnológicos están revolucionando el panorama empresarial, algo que, sin duda, también afecta al ámbito de las organizaciones sin ánimo de lucro y fundaciones. Medios como soluciones digitales, herramientas para analizar datos, procesos industriales sostenibles, entre otros, abren nuevas vías para que el impacto social sea medible y tangible. Sin embargo, muchas ONGs todavía

carecen de los recursos y la experiencia necesarias para diseñar y aplicar estas iniciativas de forma estratégica.

Este trabajo nace de todas estas observaciones. El objetivo es la creación de una consultora especializada en Responsabilidad Social Corporativa capaz de actuar como puente entre empresas y causas sociales, a las que llegan distintas ONGs y fundaciones, a través del diseño de programas de voluntariado técnico que permiten el aprovechamiento de los conocimientos de los empleados en necesidades concretas.

El presente trabajo tiene una relevancia práctica evidente, así como una conexión directa con la ingeniería industrial, dado que requiere el uso de herramientas de análisis estratégico, gestión, planificación operativa y evaluación de la viabilidad. Al mismo tiempo, responde a una inquietud muy personal por querer alinear la dimensión técnica de la profesión con el impacto social y la transformación del mundo en un lugar mejor.

1.3 OBJETIVOS GENERALES Y ESPECÍFICOS

Los siguientes tres puntos recogen los objetivos que trata de conseguir el presente trabajo:

1. Diseñar un puente estratégico entre empresas y ONGs a través de alianzas estratégicas. Aprovechar las competencias técnicas de los empleados para que los programas de voluntariado corporativo resuelvan desafíos reales, fomentando así la colaboración entre organizaciones del sector privado y el tercer sector. Este objetivo busca optimizar los recursos disponibles, generar redes de apoyo y convertir las habilidades técnicas en soluciones tangibles.

2. Diseñar programas de voluntariado que integren el desarrollo personal y organizacional. Proponer dinámicas que no solo respondan a necesidades sociales externas, sino que también estén pensadas para reforzar la cohesión interna, los valores y el compromiso de los empleados dentro de las empresas que colaboran.

3. Proveer herramientas para medir y comunicar el impacto social. Permitir a las empresas evaluar y medir el impacto de sus acciones de RSC a través de la implementación de sistemas de análisis

1.4 ALCANCE DEL TRABAJO

El alcance del trabajo abarca el desarrollo teórico y estratégico del plan de negocio de Add Your Drop. Para ello, se realizará un análisis del entorno, una definición clara de la propuesta de valor, el diseño de los servicios ofrecidos, la identificación del público objetivo y de los actores clave, así como una estructura operativa básica. Se abordarán también aspectos relacionados con la viabilidad económica, la planificación de la implantación inicial y el desarrollo de indicadores que permitan medir el impacto generado por la actividad de la empresa. Se establecerán las bases para la futura ejecución e implementación del proyecto.

Fuera del alcance de este trabajo se quedan el desarrollo tecnológico de plataformas digitales, la contratación de personal real y la ejecución práctica de proyectos de voluntariado, que se plantean como fases posteriores una vez validado el modelo propuesto.

1.5 METODOLOGÍA DE TRABAJO

La metodología empleada para la elaboración de este TFG está diseñada para garantizar, por un lado, alcanzar los estándares académicos, así como que los resultados obtenidos se puedan aplicar a la práctica. Este proceso está formado por varias fases que aseguran que el trabajo final sea coherente y de calidad.

En primer lugar, se realizará una búsqueda bibliográfica en fuentes variadas y un análisis de todo el contexto para establecer una base sólida. Será fundamental profundizar en conceptos de RSC, ONGs, voluntariado corporativo, además de gestión y dirección empresarial. Se consultará de literatura académica, informes y casos prácticos relevantes. Entre las fuentes principales se encuentran bases de datos académicas como Google Scholar. Este paso será

muy clave para identificar dentro del sector las tendencias que predominan y los desafíos que se enfrentan.

A continuación, se definirá el marco teórico y conceptual, donde se establecerán los conceptos clave que servirán como la base del trabajo. Estos conceptos clave son: la integración de la tecnología en la RSE, la conexión estratégica entre empresas y ONGs, y la alineación de las actividades propuestas con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS). Todo este marco teórico será la base para estructurar el plan de negocio y garantizar que las propuestas estén alineadas con las necesidades reales del mercado y las causas sociales objetivo. Posteriormente, se diseñará el plan de negocio, el núcleo de todo el TFG. Este proceso implicará el desarrollo de las secciones clave del plan, como el análisis de mercado, la propuesta de valor, el modelo operativo y financiero, y las estrategias de implementación. Para ello, se utilizarán herramientas como la matriz DAFO y el análisis de las cinco fuerzas de Porter, entre otras, con el objetivo de identificar oportunidades y desafíos que puedan influir en la viabilidad del proyecto.

En las etapas finales, se realizará una revisión y validación del trabajo. Gracias a estas revisiones, se podrán hacerlos ajustes necesarios para mejorar el contenido y la presentación.

Paralelamente, se desarrollarán recursos visuales y metodológicos, que harán más fácil la comprensión y presentación de los resultados obtenidos. Se crearán gráficos, tablas y diagramas. Para ello se emplearán herramientas digitales como Excel, Canva y PowerPoint, ante todo, se buscará la claridad y la profesionalidad.

Finalmente, se procederá a la redacción del documento final, donde todas las secciones del trabajo quedarán integradas. Además, se elaborará la presentación final.

Con este TFG, no se busca solo cumplir son los estándares académicos, con lo mínimo exigido, sino también aportar soluciones prácticas y objetivas en el ámbito del voluntariado corporativo y la RSC.

1.6 ESTRUCTURA DE LA MEMORIA

Este Trabajo de Fin de Grado se estructura en ocho capítulos que desarrollan de forma progresiva la propuesta del proyecto, desde su planteamiento inicial hasta su viabilidad operativa, económica y ética.

El capítulo uno ofrece una introducción general al trabajo. En él se recoge el origen de la idea, las motivaciones personales que han impulsado el desarrollo del proyecto, así como su justificación, los objetivos perseguidos, el alcance planteado y la metodología seguida. También se explica cómo se estructura la memoria.

El capítulo dos está dedicado al estado de la técnica. En este apartado se revisan las principales referencias y tendencias en materia de responsabilidad social corporativa, voluntariado corporativo y uso de tecnología con fines sociales. Asimismo, se analizan algunos casos de referencia y se identifican brechas existentes en el contexto actual, lo que permite justificar la oportunidad que representa el proyecto.

En el capítulo tres se presenta el diseño del modelo de negocio de Add Your Drop. Se define su misión, visión y valores, así como la propuesta de valor, los servicios que ofrece, el análisis del entorno y del mercado objetivo, y los principales elementos estratégicos que sustentan la iniciativa.

El capítulo cuatro se centra en el modelo operativo. Se describen la estructura organizativa, la cadena de valor, los procesos clave de implantación, los recursos necesarios, el cronograma del primer año y los indicadores que se utilizarán para evaluar el desempeño. También se incluye un apartado sobre la identidad visual del proyecto, que forma parte de su posicionamiento estratégico.

El capítulo cinco aborda el estudio económico y la viabilidad del proyecto. Se detallan el producto mínimo viable, los costes iniciales previstos, la proyección de ingresos, el análisis de sostenibilidad económica, las posibilidades de financiación y escalabilidad, y una matriz de riesgos que recoge los principales retos asociados a la implantación.

El capítulo seis desarrolla una reflexión sobre las implicaciones éticas y sociales del modelo. Se ha considerado un punto necesario en un tema tan controvertido como es la acción social, y se considera relevante en este sentido. Se tratan temas como la profesionalización del voluntariado, el riesgo de instrumentalización por parte de las empresas, la importancia de medir el impacto de forma rigurosa y el compromiso ético asumido por la propia consultora.

En el capítulo siete se presentan las conclusiones del trabajo, una valoración crítica de su desarrollo, las principales aportaciones del proyecto y algunas líneas de mejora.

Finalmente, el capítulo ocho recoge la bibliografía utilizada a lo largo del trabajo, según los criterios académicos establecidos.

Esta estructura permite abordar el proyecto de forma ordenada y completa, combinando el análisis teórico con la aplicación práctica, y ofreciendo al lector una visión sólida de su coherencia, viabilidad e impacto potencial.

Capítulo 2. ESTADO DE LA TÉCNICA

2.1 EVOLUCIÓN DE LA RSC Y EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO

En los últimos años, la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) o Responsabilidad Social Empresarial (RSE) ha evolucionado. Lo que al principio se entendía como una actividad voluntaria y altruista, pero como una especie de añadido a la actividad principal que realizaba la empresa, ha pasado a convertirse en un elemento estratégico que se integra en el plan de negocio y en la identidad de la propia empresa.

En sus orígenes, muchas acciones de RSC se centraban en donaciones económicas puntuales, patrocinios o colaboraciones con entidades sociales esporádicas y sin un enfoque estructurado. Sin embargo, a medida que ha ido creciendo la sensibilidad social y ambiental —por parte tanto de los consumidores y receptores de los servicios como de los propios empleados—, las empresas han comenzado a asumir un papel más activo en la generación de impacto positivo. Esta transformación se ha visto también impulsada por nuevas normativas y marcos de referencia internacionales, como son los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de Naciones Unidas (y a los que se dedicará un apartado de este trabajo), que sirven de guía para alinear la actividad empresarial con retos sociales y medioambientales globales.

Dentro de esta evolución, el voluntariado corporativo ha ido ganando especial relevancia. Lo que comenzó siendo una forma de mejorar la imagen pública de la empresa, se ha ido consolidando como una herramienta poderosa para fortalecer la cultura organizacional y fomentar el sentido de pertenencia. Cada vez son más las empresas que incluyen programas de voluntariado dentro de sus planes estratégicos de sostenibilidad o de recursos humanos.

Además, se observa que el voluntariado ha dejado de ser una actividad únicamente presencial. En los últimos años, y especialmente después de la pandemia, han surgido nuevas formas de voluntariado: virtual, técnico o basado en habilidades profesionales, lo que ha

ampliado las posibilidades de implicación de los empleados y el valor que pueden aportar a las entidades sociales con las que colaboran.

En este contexto, se hace evidente que la RSE y el voluntariado corporativo no son elementos aislados que no tienen relación alguna entre sí, sino parte de una estrategia mucho más amplia de creación de valor compartido, en la que la empresa, sus empleados y la sociedad pueden beneficiarse entre sí. Este cambio de paradigma es precisamente el punto de partida del proyecto que aquí se presenta.

2.2 EL PAPEL DE LA TECNOLOGÍA EN LA ACCIÓN SOCIAL

Son numerosas las iniciativas que han surgido en los últimos años, y que demuestran cómo la innovación tecnológica se puede utilizar para mejorar la calidad de vida de las personas, reducir desigualdades y aumentar la eficiencia de las organizaciones que trabajan en el ámbito social. El uso de herramientas digitales ha permitido a las ONG y fundaciones optimizar procesos y ampliar su alcance. Estas herramientas se refieren a plataformas de gestión de voluntariado, aplicaciones para realizar donaciones, coordinar campañas o incluso ofrecer formación online, etcétera. La tecnología ha abierto nuevas posibilidades para actuar de forma mucho más eficaz y sostenible.

Además, en los últimos años ha tomado fuerza un enfoque que vincula directamente las competencias técnicas de los empleados con causas sociales. Este enfoque se refiere al voluntariado profesional, en el que los aquellos que participan aplican sus conocimientos —por ejemplo, en ingeniería, análisis de datos, logística o desarrollo de software— para resolver retos específicos en ONGs o proyectos sociales. Esto no solo incrementa el valor aportado, sino que también permite aprovechar al máximo el potencial transformador de la tecnología.

En este contexto, una iniciativa como Add Your Drop cobra pleno sentido, al proponer una estructura que no solo conecta sectores, sino que lo hace desde el conocimiento técnico y con herramientas que permiten profesionalizar la acción social. La tecnología no se ve

como como un fin, sino como un medio para facilitar procesos, escalar soluciones y, sobre todo, generar un impacto más profundo y duradero en las comunidades.

2.3 CASOS DE REFERENCIA Y BENCHMARKING

Antes de desarrollar una propuesta como Add Your Drop, resulta imprescindible observar qué están haciendo otras organizaciones, de una forma u otra, en el ámbito social. Esta comparación no busca copiar modelos existentes, sino identificar acciones que ya han tenido éxito, analizar cómo funcionan en la práctica y extraer aprendizajes que puedan adaptarse y mejorarse. A este proceso se le conoce como *benchmarking* y es una técnica ampliamente utilizada en la gestión estratégica que consiste en localizar e investigar de forma estructurada aquellas prácticas que han demostrado ser eficaces en otros sectores o entidades, con el objetivo de incorporarlas, adaptarlas y perfeccionarlas para optimizar el propio desempeño organizativo (MCSH95).

Uno de los referentes más consolidados es el de Telefónica, que ha desarrollado a lo largo de los años un programa de voluntariado corporativo muy estructurado a través de su Fundación. Sus empleados participan de forma activa en proyectos de voluntariado en el ámbito social, educativo, medioambiental y cultural, tanto dentro como fuera de España. Telefónica apuesta por el impacto sostenido y continuado, no se limita a la acción puntual. Este tipo de programas, además de impactar en la sociedad, refuerzan el sentimiento de pertenencia y el compromiso de los empleados con los valores de la compañía (FUNDsf).

Otro caso destacado es el de Iberdrola, especialmente a través de su iniciativa anual “Semana Internacional del Voluntariado”. La empresa colabora con entidades como la Fundación Hazloposible y organiza más de cien de actividades centradas en la educación, el cuidado del medio ambiente o la inclusión social. Esta acción demuestra que las grandes compañías pueden generar impacto real si coordinan bien sus recursos humanos y sociales.

También resulta especialmente relevante el compromiso de Galletas Gullón, una empresa familiar que ha hecho de la inclusión laboral una de sus prioridades en materia de RSE. En

colaboración con Cruz Roja Palencia, ha puesto en marcha programas de formación y acompañamiento para colectivos en situación de vulnerabilidad. Esta acción responde a una necesidad concreta del entorno en el que la empresa opera. Es un buen ejemplo de cómo una empresa de tamaño medio puede tener un papel activo en la transformación de su entorno sin necesidad de grandes campañas, sino con acciones continuadas y coherentes (CADE25a).

El caso de Mercadona refleja cómo la responsabilidad social puede integrarse directamente en el funcionamiento diario de una empresa a través de su política de donaciones alimentarias. Colabora con cientos de entidades sociales en toda España y Portugal, con el objetivo de combatir el desperdicio de alimento. En el último año, ha donado más de 25.000 toneladas de productos de primera necesidad (CADE 25b).

Otro ejemplo inspirador es el de Carpintería Castellar. Esta empresa fue reconocida en 2025 con el Premio Empresa más inclusiva por su compromiso con la inserción laboral de personas con discapacidad. A través de políticas de contratación y acompañamiento, y en colaboración con fundaciones especializadas en el tema, esta carpintería ha logrado crear un entorno de trabajo accesible, diverso y comprometido (CADE25c).

Por último, resulta muy representativo el caso de Titania, que en 2024 puso en marcha el programa *12 Compromisos Sociales*, una iniciativa que apuesta por la implicación directa de los empleados en la acción social de la empresa. Cada mes, son los propios trabajadores quienes proponen y votan a qué organización social local irá destinada una donación de la empresa. En 2025, Titania reforzó su compromiso con esta iniciativa y amplió el presupuesto destinado a este programa. Este modelo no solo canaliza el impacto social, sino que también fortalece la cultura interna y refuerza el sentido de identidad dentro de la organización (CADE25d).

Estos ejemplos permiten observar distintos y demuestran que la RSC puede abordarse desde muchos ángulos. El modelo de Add Your Drop se inspira en esta visión, con la particularidad de poner el foco en el talento técnico como eje de transformación social, a través de una estructura profesional que facilite la conexión entre empresas y entidades sociales.

2.4 BRECHAS ACTUALES Y OPORTUNIDAD DETECTADA

Pese a que hay un avance significativo en la integración de la RSE dentro de las estrategias empresariales, aún hay varias brechas que limitan el gran potencial transformador que pueden llegar a tener estas iniciativas. Por un lado, muchas empresas cuentan con programas de voluntariado con muy buena intención, pero de carácter genérico, por lo que están desvinculados de las capacidades reales de sus equipos. Por otro lado, muchas ONGs carecen de los recursos técnicos necesarios para abordar sus desafíos con la eficiencia y profundidad que requieren, especialmente en áreas como digitalización, sostenibilidad o mejora de procesos.

Una de las principales carencias detectadas es la dificultad para hacer coincidir el talento profesional, particularmente el talento técnico, con proyectos sociales concretos. Esto se debe a que no existe una figura intermediaria capaz de realizar esta tarea.

Además, muchas empresas no disponen de mecanismos para medir el impacto social de sus acciones de forma rigurosa. Esto provoca que iniciativas con mucho valor e impacto se perciban como campañas puntuales, con escaso seguimiento o continuidad. Esta falta de evaluación también hace difícil que los proyectos se mantengan a medio-largo plazo o escalen a otras áreas de la empresa.

Por último, en un momento en el que tanto los consumidores como los mismos empleados piden coherencia y compromiso por parte de las organizaciones, existe una oportunidad clara para diseñar modelos que sean capaces de conectar el propósito de la compañía con la acción social de forma estratégica, estructurada y medible.

Es precisamente en este punto donde se enmarca la propuesta de Add Your Drop: una consultora pensada para cubrir esa brecha entre el sector privado y el tercer sector, aportando profesionalización, estructura y enfoque técnico al voluntariado corporativo. Más que una iniciativa solidaria, se plantea como una herramienta de valor compartido que permite a las empresas generar impacto social alineado con su identidad, mientras que las ONGs reciben el apoyo cualificado que muchas veces no tienen a su alcance.

2.5 ALINEACIÓN CON LOS ODS

Add Your Drop (AYD) se alinea con varios Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), integrando en la actividad de la empresa los principios de sostenibilidad, inclusión y desarrollo. A continuación, se indican los ODS más relevantes y cómo se contribuye a cada uno de ellos:

ODS 4: Educación de calidad. Los programas de voluntariado diseñados por AYD fomentan que los conocimientos y habilidades técnicas d ellos empleados sean transmitidos al tercer sector, así como a personas que no tienen acceso a este tipo de conocimientos. Esto contribuye a que mejore la calidad de la educación y se reduzcan las desigualdades en el acceso al conocimiento.

ODS 10: Reducción de las desigualdades. A través del voluntariado corporativo, AYD contribuye buscar la justicia en la sociedad. AYD promueve un acceso más equitativo a recursos, oportunidades y conocimientos técnicos.

ODS 17: Alianzas para lograr los objetivos. Este ODS inspira y da forma a la misión de AYD. Tal y como se ha mencionado anteriormente, AYD es un puente estratégico entre empresas y ONGs, facilitando colaboraciones que multiplican el impacto social. Estas alianzas fortalecen la cooperación entre los diferentes sectores.

Capítulo 3. DISEÑO DEL MODELO DE NEGOCIO

3.1 MISIÓN, VISIÓN Y VALORES

La vocación con la que nace Add Your Drop está clara: conectar el mundo empresarial con el tercer sector a través de proyectos que generen un impacto real, tangible y duradero. El principal objetivo de AYD es ofrecer una respuesta estructurada y profesional, en un contexto donde las empresas asumen un papel cada vez más activo en los retos sociales. AYD busca no solo beneficiar a las comunidades, sino también aportar valor a nivel interno en las organizaciones.

La **misión** de Add Your Drop es **acompañar a las empresas en la definición e implementación de estrategias de responsabilidad social que estén alineadas con sus valores y competencias.** A través de programas de voluntariado técnico, campañas solidarias y consultoría especializada, se busca canalizar el talento de las organizaciones hacia causas sociales relevantes, creando puentes de colaboración con entidades sociales.

La **visión** es **consolidarse como un referente en el ámbito del voluntariado corporativo especializado y la consultoría en impacto social**. AYD aspira a ser reconocida por su capacidad de transformar el compromiso social de las empresas en acciones concretas que beneficien tanto a las personas como al entorno. La idea no es solo ayudar, sino hacerlo bien: con rigor, con estrategia y con propósito.

Los **valores** que guían la actividad de Add Your Drop son el **compromiso**, la **transparencia**, la **pasión**, la **excelencia** y la **resiliencia**. Cada uno de estos principios está presente en la forma de trabajar, en la relación con clientes y colaboradores, y en la manera de afrontar los desafíos del día a día. Son valores que no se proclaman de forma superficial, sino que se aplican en cada fase del proyecto y que conforman la base ética sobre la que se sustenta la empresa.

3.2 PROPUESTA DE VALOR DE ADD YOUR DROP

Add Your Drop nace con la vocación de ser un puente entre dos mundos que, a pesar de compartir un deseo de transformar el mundo en un lugar mejor, no siempre encuentran la manera de colaborar de forma estructurada: las empresas y las organizaciones del tercer sector.

La propuesta de valor del proyecto se basa en un concepto sencillo: poner el talento técnico de los empleados al servicio de causas sociales concretas. Es decir, aprovechar las competencias reales que tantos trabajadores tienen (especialmente en áreas como ingeniería, sostenibilidad, digitalización o logística) para dar respuesta a necesidades específicas de ONGs y fundaciones. Así se consigue ir un paso más allá del voluntariado clásico generalista que se centra en tareas exclusivamente asistenciales, y se pasa a uno profesionalizado, donde lo que cada persona sabe hacer se convierte en el principal valor que aporta.

Esta propuesta no solo beneficia a las organizaciones que reciben la ayuda. También añade valor dentro de la empresa, ya que fomenta el sentido de pertenencia, refuerza la cultura corporativa y mejora el clima laboral en general.

Lo que diferencia a Add Your Drop de otras iniciativas de voluntariado corporativo ya existentes, es precisamente ese enfoque técnico y estratégico. Se trata de una consultora que no se limita a organizar actividades solidarias, sino que diseña programas a medida, detecta oportunidades reales de colaboración, actúa como intermediario y ofrece seguimiento y evaluación del impacto generado. Todo ello con el objetivo de que tanto la empresa como la organización social puedan sacar el máximo partido a la experiencia.

En resumen, Add Your Drop propone un modelo de voluntariado corporativo que combina impacto social, desarrollo profesional y coherencia con los valores de la empresa, convirtiéndose así en una herramienta valiosa para aquellas organizaciones que quieren ir un paso más allá en su compromiso con la sociedad.

3.3 SERVICIOS OFRECIDOS

Uno de los elementos característicos de Add Your Drop es la personalización. Es por ello, que Add Your Drop pretende ser accesible a las empresas en función de aquello que más les convenga para su estrategia.

El primer servicio clave ofrecido es el diseño de programas de voluntariado corporativo a medida. Partiendo de un diagnóstico inicial de las competencias de la plantilla, se identifican posibles áreas de colaboración con entidades sociales. El resultado final es un programa de voluntariado técnico que detalla actividades concretas, objetivos claros y una planificación a medida.

En segundo lugar, AYD ofrece un servicio de consultoría en la creación de fundaciones corporativas o estructuras internas de RSE. En empresas más grandes se ha visto la necesidad de contar con una estructura más estable y organizada que permita desempeñar de manera efectiva la acción social. El enfoque está puesto en la sostenibilidad a largo plazo.

Otro de los servicios es la organización de actividades de team building que más allá de ser un día de entretenimiento fuera de la oficina, tengan un propósito. Dinámicas que por un lado mejoren la cohesión del equipo y por otro tengan un impacto social.

Por último, AYD ofrece la posibilidad de organizar campañas puntuales (por ejemplo, en Navidad, verano, día del voluntario, etc.) que sirvan para recaudar fondos y apoyar causas sociales. Estas campañas además pueden ayudar a ofrecer visibilidad a las empresas. Ejemplos de estas actividades son campañas de Navidad (juguetes, donación de alimentos, etc.), torneos deportivos solidarios cuya recaudación vaya destinada a una ONG y rifas o subastas que también destinen los fondos a un propósito en concreto.

Todos estos servicios pueden combinarse entre sí o contratarse de forma independiente. La flexibilidad y la personalización son la base de una propuesta que busca adaptarse a cada empresa, sin perder de vista la finalidad principal: que el talento profesional pueda convertirse en una herramienta de transformación social.

3.4 ANÁLISIS DEL ENTORNO

Resulta indispensable entender el contexto en el que se plantea la propuesta de este trabajo. Tanto las tendencias externas como las dinámicas internas del sector condicionan las oportunidades que esta empresa pueda tener para su implantación y futuro desarrollo y crecimiento. El modelo PESTEL y las cinco fuerzas de Porter son dos herramientas complementarias a las que se ha recurrido.

3.4.1 ANÁLISIS PESTEL

3.4.1.1 Tamaño del mercado de la RSC: inversión en sostenibilidad e impacto social

El sector de la Responsabilidad Social Corporativa en España se encuentra en una etapa de consolidación y crecimiento. Solo en 2021, las empresas españolas invirtieron aproximadamente 1.533,5 millones de euros en proyectos de RSC, lo que supone un aumento del 3 % respecto al año anterior (SERV22). Estas iniciativas beneficiaron a más de 86 millones de personas y generaron más de 29.000 proyectos sociales, ambientales o educativos a lo largo del país. Del total de la inversión, cerca del 82 % se destinó a proyectos en el ámbito nacional, reflejando el compromiso de las empresas con su entorno más inmediato (SERV22). Esta tendencia se ha mantenido estable desde la pandemia, y ha evolucionado hacia una RSC más estratégica, alineada con los ODS y con los valores corporativos.

Cabe destacar que se está profesionalizando cada vez más el uso de instrumentos financieros sostenibles: en 2021, un 15 % de las empresas ya había emitido bonos o financiaciones vinculadas a criterios ESG (SERV22)

Estas cifras demuestran que la RSC representa una oportunidad real de negocio y de transformación organizacional. Add Your Drop se sitúa precisamente en este cruce entre impacto, estrategia y acción técnica.

3.4.1.2 Análisis PESTEL

El análisis PESTEL permite examinar el contexto político, económico, social, tecnológico, ecológico y legal (tal y como dicen sus siglas) en el que surge Add Your Drop, una consultora especializada en voluntariado técnico. Esta herramienta resulta especialmente útil para comprender las dinámicas externas que afectan a su viabilidad y desarrollo.

Político:

En cuanto al ámbito político, en España existe un entorno favorable para el desarrollo de iniciativas ligadas a la sostenibilidad y la acción social. El compromiso del Estado con la Agenda 2030 y los Objetivos de Desarrollo Sostenible se refleja tanto en los discursos institucionales como en programas concretos de inversión social a través de los fondos europeos Next Generation (ADMI24). Además, se está trabajando en una nueva Estrategia Estatal de Voluntariado, lo que demuestra una intención política de fortalecer el tejido social desde la acción ciudadana (TENE24).

Económico:

A pesar de la incertidumbre económica provocada por la inflación y la crisis energética, las empresas españolas muestran una clara voluntad de mantener o incluso aumentar sus presupuestos de sostenibilidad. En 2022, el 84 % de las empresas planeaba incrementar su inversión en esta área (ACCE22), y el mercado de inversión sostenible bajo gestión alcanzó los 375.000 millones de euros (SOZI22). Aunque puede parecer que la RSC es percibida como un coste, cada vez más se ve como una inversión estratégica: un 79 % de las empresas ya reconoce beneficios competitivos derivados de estas prácticas (PACT23).

Social:

Los ciudadanos y empleados esperan un mayor compromiso social por parte de las empresas. El 93% de los consumidores declara preferir marcas comprometidas con la sostenibilidad (ESTU22). Por otro lado, se estima que un 70% de los empleados voluntarios mejora su motivación y sentido de pertenencia tras participar en estas acciones (ELES23). No obstante, el margen de mejora es amplio: solo el 10 % de las plantillas participa activamente en estos programas, y muchas PYMES siguen sin integrarlos (ELES23).

Tecnológico:

La pandemia aceleró la digitalización de todo el entorno, y también la del voluntariado, permitiendo nuevas modalidades de colaboración remota. Más del 80 % de las empresas adaptaron sus programas de voluntariado al entorno online durante la emergencia sanitaria (RRHH21). Actualmente, herramientas digitales como plataformas, apps o cuadros de mando con métricas ESG permiten medir con mayor precisión el impacto social generado y facilitan la gestión integral de estos programas.

Ecológico:

En 2022, el 83 % de las grandes compañías españolas ya tenía definidos objetivos de emisiones netas cero (ACCE22). El impulso normativo de la Ley de Cambio Climático y la adopción de marcos internacionales como TCFD están propiciando una integración más profunda de la sostenibilidad ambiental en las estrategias corporativas.

Legal:

La Ley 11/2018 sobre información no financiera y diversidad marcó un antes y un después en el compromiso normativo que tenían las empresas españolas con la sostenibilidad. A partir de su entrada en vigor, las grandes empresas están obligadas a elaborar un Estado de Información No Financiera (EINF) en el que se recojan datos relevantes sobre cuestiones sociales, medioambientales, éticas y de gobernanza.

Inicialmente, esta obligación afectaba a unas 1.400 empresas (INFO21). Sin embargo, a partir de 2021 se amplió el ámbito de aplicación, y se incluía también a aquellas sociedades con más de 250 empleados y determinados niveles de facturación o volumen de activos. Como resultado, desde 2024 más de 5.500 empresas en España deben presentar estos informes (FORE24). Además, la nueva directiva europea CSRD ampliará esta cifra a más de 50.000 empresas en Europa.

Este contexto regulatorio está generando una demanda creciente de servicios especializados que no solo ayuden a las empresas a cumplir con los requerimientos de transparencia, sino que también les permitan demostrar de forma rigurosa y creíble su impacto social y

ambiental. En este escenario, Add Your Drop surge como una respuesta directa a esa necesidad.

En conjunto, el análisis PESTEL revela un entorno externo que, aunque desafiante, resulta propicio para el desarrollo de modelos de negocio que ayuden a profesionalizar la RSC. Iniciativas como Add Your Drop no solo responden a una demanda social creciente, sino que ofrecen a las empresas soluciones para adaptarse a una nueva realidad legal, tecnológica y cultural. El siguiente cuadro (Tabla 2) recoge de manera resumida el análisis anteriormente expuesto.

Dimensión	***Resumen***
Político	– Apoyo institucional a la sostenibilidad y acción social (Agenda 2030, ODS). – Fondos europeos Next Generation disponibles. – En desarrollo una nueva Estrategia Estatal de Voluntariado.
Económico	– Inestabilidad económica por inflación y crisis energética. – Alta inversión empresarial en sostenibilidad (84 % aumentó presupuestos en 2022). – La RSC se percibe cada vez más como inversión estratégica (79 % ve beneficios competitivos).
Social	– Alta expectativa social hacia empresas sostenibles (93 % de consumidores lo prefieren). – El voluntariado mejora motivación y pertenencia (70 % de los empleados voluntarios). – Participación aún baja (10 % de empleados) y escasa adopción en PYMES.
Tecnológico	– Digitalización acelerada del voluntariado tras la pandemia.

	– Herramientas digitales (plataformas, apps, métricas ESG) facilitan gestión y medición de impacto.
Ecológico	– Compromisos empresariales con emisiones netas cero (83 % de grandes empresas). – Marco normativo favorable (Ley de Cambio Climático, TCFD).
Legal	– Ley 11/2018 obliga a reportar información no financiera. – Desde 2024, más de 5.500 empresas españolas deben cumplir con esta normativa. – CSRD ampliará la obligación a más de 50.000 empresas en Europa. – Aumenta la demanda de servicios que ayuden a cumplir y comunicar impacto ESG.

Tabla 2: Análisis PESTEL

3.4.2 ANÁLISIS DE LAS CINCO FUERZAS DE PORTER

El modelo de las cinco fuerzas de Porter permite analizar el grado de competencia y rentabilidad esperada en el sector en el que operará Add Your Drop. En este apartado se analizan cada una de las fuerzas que afectan a la consultoría especializada en responsabilidad social corporativa y voluntariado técnico (PORT08).

1. Amenaza de nuevos entrantes

La barrera de entrada en el sector de la consultoría en RSC no es especialmente alta en términos de inversión inicial, aunque sí que es cierto que diferenciarse y consolidarse en un mercado donde la confianza y la credibilidad son fundamentales representa una dificultad considerable. Add Your Drop se enfrenta al reto de ganarse un lugar entre empresas que ya cuentan con departamentos de RSC o colaboran con consultoras generalistas. El modelo propuesto, basado en la especialización técnica y en un enfoque personalizado del

voluntariado, puede actuar como barrera natural frente a competidores menos enfocados. La clave estará en demostrar el impacto real desde las primeras implementaciones y demostrar el valor añadido.

2. Poder de negociación de los clientes (empresas)

Las empresas, como clientes principales del servicio, tienen un alto poder de negociación. Son ellas quienes deciden si externalizar sus programas de RSC, y en muchos casos ya cuentan con departamentos internos que gestionan estas iniciativas. Además, es frecuente que estos presupuestos se recorten, lo que incrementa la presión sobre los proveedores de servicios sociales.

EL valor añadido que ofrece Add Your Drop es difícil de replicar con estructuras internas: un enfoque profesional, técnico y medible. A medio plazo, este valor diferencial puede disminuir la sensibilidad al precio y aumentar la fidelización.

3. Poder de negociación de los proveedores

En este modelo, los principales "proveedores" no son proveedores tradicionales de materia prima o tecnología, sino las propias organizaciones sociales (ONGs, fundaciones, asociaciones). Estas entidades pueden tener exigencias específicas en cuanto a perfiles profesionales, duración del voluntariado o tipo de colaboración.

Aunque esta fuerza no es especialmente determinante, sí exige una buena capacidad de interlocución y flexibilidad. La calidad de la relación con estas entidades será clave para diseñar proyectos que realmente generen valor en ambas direcciones.

4. Amenaza de productos o servicios sustitutivos

Existen varias alternativas que podrían sustituir la propuesta de Add Your Drop. Por ejemplo:

Programas de voluntariado interno organizados directamente por la empresa.

Colaboraciones puntuales con ONGs sin necesidad de intermediarios.

Plataformas tecnológicas que conectan voluntarios con causas sociales de forma automatizada (como Hacesfalta.org o Voluntare).

El modelo de Add Your Drop no compite en volumen, sino en profundidad y alineación estratégica, lo cual limita esta amenaza si se comunica adecuadamente el valor diferencial.

5. Rivalidad entre competidores existentes

El sector de la RSC y el voluntariado corporativo está en crecimiento, pero también en proceso de profesionalización. Aunque el voluntariado técnico es todavía un nicho poco explotado, la competencia no debe subestimarse. Existen fundaciones consolidadas que cuentan con alianzas estratégicas, visibilidad mediática y capacidad operativa muy superior. Además, algunas consultoras generalistas ya integran servicios de RSC en su oferta, lo que puede hacer que las empresas prefieran soluciones integradas antes que recurrir a un proveedor nuevo y especializado. En este contexto, el riesgo de quedar diluidos o percibidos como una opción redundante es real, especialmente si no se logra comunicar con claridad el valor diferencial y generar resultados tangibles desde las primeras colaboraciones.

3.5 MATRIZ DAFO

Con el objetivo de analizar de manera realista la posición inicial de Add Your Drop en su contexto, se ha elaborado una matriz DAFO que permite identificar los principales puntos fuertes y débiles del proyecto, así como las oportunidades y amenazas externas, ya que todos estos factores pueden condicionar su desarrollo.

Fortalezas

La propuesta del proyecto es diferenciadora: el voluntariado alineado con las competencias reales de los empleados. Esto es una fórmula que todavía está poco explotada y tiene un alto potencial de impacto.

La solución que se ofrece es profesionalizada y estructurada, a diferencia de otras iniciativas puntuales de RSC, lo que aporta valor a largo plazo tanto para las empresas como para las ONGs.

El modelo es flexible y se puede adaptar a distintos tamaños y sectores de empresa, lo que facilita su escalabilidad.

El proyecto nace con una clara motivación social, con mucha experiencia en el tercer sector y una base técnica sólida, combinando conocimiento en ingeniería, gestión y acción social.

Debilidades

Como se trata de una iniciativa nueva y sin ningún caso práctico implantado por el momento, es posible que muchas empresas desconfíen.

Dificultad de escalabilidad, sobre todo en fases iniciales, si no se estructura y coordina adecuadamente el plan de negocio.

La necesidad de personalización implica un mayor esfuerzo en cada proyecto, lo que puede limitar la estandarización de los servicios.

La propuesta todavía necesita un sistema robusto de medición del impacto que esté bien definido desde el inicio.

Oportunidades

El contexto actual que rodea la iniciativa es favorable ya que las empresas están cada vez más interesadas en vincular su actividad con un propósito social claro, y el cumplimiento de los ODS se ha convertido en un objetivo estratégico para muchas de ellas.

La normativa reciente en materia de información no financiera y sostenibilidad (como la Ley 11/2018) refuerza la necesidad de que las empresas cuenten con estructuras que les ayuden a cumplir con estos requisitos.

Existe una mayor sensibilización por parte de los empleados, especialmente los más jóvenes.

Las ONGs y entidades del tercer sector necesitan apoyo técnico y estructural para poder profesionalizar su labor, pero muchas no tienen acceso a estos recursos.

Amenazas

Si no se comunica bien y se tiene muy claro el valor añadido, dado que han proliferado muchas nuevas iniciativas en el ámbito de la RSC, se puede generar una cierta saturación y dificultar la diferenciación.

En momentos de inestabilidad económica, las empresas tienden a recortar sus presupuestos destinados a acciones sociales ya que son actividades que no están vinculadas directamente con el negocio.

La falta de una cultura de colaboración estable entre empresa y tercer sector puede ralentizar los procesos de implantación.

Existe el riesgo de que este tipo de acciones se perciban como "lavado de imagen" si no se implementan con coherencia y compromiso real por parte de la dirección de las empresas.

La matriz DAFO permite visualizar con claridad que, aunque existen ciertos retos —típicos en cualquier proyecto que se encuentra en fase inicial—, el contexto actual ofrece una ventana de oportunidad muy favorable para impulsar un modelo como el que plantea Add Your Drop. La clave estará en construir alianzas estratégicas sólidas, demostrar impacto desde las primeras colaboraciones y consolidar una propuesta profesional y coherente.

Dimensión	*Resumen*
Fortalezas	– Propuesta diferenciadora: voluntariado alineado con competencias reales. – Enfoque profesionalizado y estructurado, con valor a largo plazo. – Modelo adaptable a distintos sectores y tamaños.

	– Alta motivación social y experiencia técnica sólida (ingeniería, gestión y acción social).
Debilidades	– Proyecto nuevo sin casos prácticos aún implantados, lo que puede generar desconfianza. – Escalabilidad limitada si no se estructura bien desde el inicio. – Alta personalización dificulta la estandarización. – Falta de un sistema robusto de medición de impacto desde el principio.
Oportunidades	– Entorno favorable: creciente interés empresarial por los ODS y sostenibilidad. – Nuevas normativas obligan a reportar impacto social (Ley 11/2018, CSRD). – Mayor sensibilidad social, especialmente entre jóvenes empleados. • ONGs con necesidad de apoyo técnico profesionalizado.
Amenazas	– Posible saturación del mercado de RSC si no se comunica bien el valor añadido. – Inestabilidad económica puede reducir inversiones en acción social. – Cultura empresarial poco consolidada en colaboración con el tercer sector. • Riesgo de percepción de "greenwashing" si las acciones no son coherentes.

Tabla 3: Matriz DAFO

3.6 PÚBLICO OBJETIVO

Add Your Drop se dirige principalmente a dos segmentos claramente definidos: por un lado, el sector empresarial privado, y por otro, el tercer sector compuesto por ONGs, fundaciones y asociaciones.

En primer lugar, el foco está puesto en empresas medianas y grandes que cuentan con plantillas técnicas, es decir, trabajadores con perfiles en ingeniería, tecnología, sostenibilidad o logística. Este tipo de compañías no solo disponen de un capital humano altamente cualificado, sino que también cuentan habitualmente con los recursos organizativos y económicos necesarios para desarrollar iniciativas de responsabilidad social ambiciosas. Según el Ministerio de Industria, Comercio y Turismo, en España existen alrededor de 2,9 millones de empresas registradas, de las cuales 27.051 son medianas (entre 50 y 249 empleados) y 5.684 son grandes (más de 250 empleados), lo que representa aproximadamente el 1,1 % del total de empresas registradas en el país (INE24).

Este porcentaje, aunque pequeño en volumen relativo, representa una concentración significativa del empleo y del valor añadido en la economía española. A modo de referencia, este nicho objetivo incluiría a unas 32.735 empresas con capacidad potencial para implementar programas de voluntariado técnico estructurado, lo que constituye el mercado primario de Add Your Drop.

En segundo lugar, el proyecto se orienta también a organizaciones del tercer sector: ONGs, fundaciones y asociaciones que trabajan en ámbitos como pueden ser la inclusión digital, la educación, la eficiencia energética o el desarrollo sostenible. Muchas de estas entidades cuentan con necesidades técnicas muy específicas que podrían abordarse mediante la colaboración con profesionales del sector privado, pero carecen de los recursos o las conexiones para generar estas sinergias. En España, se estima que hay entre 250.000 y 360.000 entidades sin ánimo de lucro, aunque solo una parte minoritaria cuenta con la infraestructura suficiente para asumir este tipo de colaboraciones de forma estructurada

(ELPA25). Por ello, el universo objetivo dentro del tercer sector se estima inicialmente entre 10.000 y 20.000 entidades compatibles con el enfoque técnico de AYD.

Desde una perspectiva de planificación estratégica, captar tan solo el 1 % del mercado empresarial supondría acceder a cerca de 300 empresas. En el caso de las ONGs, alcanzar un 0,1 % del segmento más estructurado significaría trabajar con entre 25 y 36 entidades colaboradoras. Estos valores permiten establecer unos objetivos realistas y al mismo tiempo ambiciosos para una primera fase de implantación, ajustados a la capacidad operativa inicial del proyecto.

Dimensión	***Empresas objetivo (oferta de competencias)***	***Entidades sociales objetivo (necesidades detectadas)***
Tamaño	Medianas y grandes (50+ empleados)	ONGs estructuradas con cierta capacidad operativa
Sectores preferentes	Ingeniería, tecnología, sostenibilidad, logística, energía, telecomunicaciones	Educación, inclusión digital, medioambiente, cooperación, empleo
Capital humano disponible	Perfiles técnicos cualificados: ingenieros, programadores, diseñadores, analistas	Necesidad de asistencia técnica especializada en áreas concretas
Recursos internos	Equipos con disponibilidad parcial y apoyo de RSC	Equipos reducidos, alta dedicación operativa, falta de perfiles técnicos
Motivaciones principales	Alinear valores, mejorar clima interno, cumplir ODS y CSRD	Resolver retos estructurales, ganar eficiencia, ampliar impacto

Tipos de colaboración deseables	Proyectos puntuales con retorno medible + alineados con estrategia ESG	Acompañamiento técnico, mejora de procesos, capacitación, soluciones reales
Barreras habituales	Falta de tiempo, desconocimiento del tercer sector	Falta de contactos, dificultad para formular bien el problema técnico
Valor que aporta AYD	Traducción del compromiso social en impacto real con medición clara	Acceso a talento profesional sin coste directo y con acompañamiento continuo

Tabla 4: Comparativa entre perfiles de empresas y ONGs objetivo

3.7 MODELO DE INGRESOS Y CANALES

El modelo de ingresos de Add Your Drop se basa en una estructura de consultoría y servicios personalizados orientada a empresas que deseen implementar programas de responsabilidad social con impacto real. La fuente principal de ingresos proviene de tarifas por proyecto, que se ajustan en función de tres factores: el tipo de servicio prestado, el tamaño de la empresa cliente y la duración del acompañamiento.

Los servicios que generan ingresos incluyen el diseño e implementación de programas de voluntariado corporativo técnico, la organización de actividades solidarias y de team building con propósito, la asesoría para la creación de fundaciones corporativas, así como el seguimiento y medición del impacto. Se prevé la posibilidad de ofrecer una tarifa plana anual para aquellas empresas que deseen establecer una colaboración continua con AYD a lo largo del tiempo.

En una visión más a largo plazo, se contempla un modelo escalable en el futuro a través del desarrollo de productos digitales. Por ejemplo, una plataforma propia que conecte automáticamente a empresas con ONGs según las competencias técnicas disponibles, o

herramientas de autoevaluación del impacto social. Estos recursos podrían generar ingresos a través de suscripciones o licencias.

En cuanto a los canales de distribución y comunicación, el enfoque se basa en una estrategia mixta. Por un lado, el canal directo principal será la venta personalizada B2B, mediante reuniones, presentaciones y propuestas comerciales a departamentos de RSC o de recursos humanos de empresas potencialmente interesadas. Por otro lado, se reforzará la visibilidad y posicionamiento de la marca a través de redes profesionales (LinkedIn), colaboraciones con ONGs y entidades del tercer sector, y participación en eventos relacionados con la sostenibilidad, la innovación social o la gestión del talento.

Capítulo 4. MODELO OPERATIVO

4.1 ESTRUCTURA ORGANIZATIVA

Add Your Drop es una iniciativa que parte del impulso de dos personas con una formación y trayectoria muy complementarias. Ambos son ingenieros de formación y cuentan con una amplia experiencia en la gestión de proyectos sociales, tanto en España como en otros países. Esta combinación de conocimientos técnicos y sensibilidad hacia las realidades del tercer sector constituye uno de los pilares del proyecto, ya que permite abordar los retos desde una perspectiva estratégica, pero con un enfoque profundamente humano.

Durante la primera etapa, la estructura organizativa será reducida, pero diseñada para adaptarse con agilidad a las necesidades reales del proyecto. Las dos personas fundadoras asumirán las funciones principales, repartidas en tres grandes áreas, aunque muchas tareas se abordarán de forma conjunta:

- **Estrategia y operaciones**: incluirá la coordinación general de los proyectos, la relación con las ONGs, la elaboración de propuestas y el seguimiento de resultados. Esta área será liderada por una de las personas fundadoras, que aporta una sólida base en planificación y gestión de equipos.

- **Desarrollo comercial y comunicación**: se centrará en el contacto con empresas, las presentaciones de servicios, la comunicación externa y el posicionamiento del proyecto. El otro cofundador asumirá este ámbito, aprovechando su experiencia en consultoría y en la construcción de alianzas estratégicas.

- **Diseño de programas**: se tratará de una responsabilidad compartida. Este área incluye el análisis de competencias técnicas de los empleados, definir las actividades de voluntariado, el contacto con las entidades sociales y la planificación económica de cada intervención.

Además de este núcleo operativo, se contará con el apoyo de colaboradores externos (*freelancers*) para tareas específicas como diseño gráfico, asesoría legal o necesidades tecnológicas. Esto permitirá mantener un nivel de calidad profesional desde los primeros pasos sin necesidad de ampliar plantilla de forma inmediata.

A medida que el proyecto vaya avanzando y aumente la carga de trabajo, se cintempla incorporar un perfil junior o en prácticas que pueda colaborar en comunicación o apoyo operativo. Más adelante, y en función de la evolución, se prevé consolidar una estructura más amplia y especializada que permita escalar la actividad sin perder la cercanía ni la coherencia del modelo.

Este enfoque busca ser realista y sostenible, manteniendo una estructura ligera en las fases iniciales, pero con capacidad de crecimiento a medio plazo.

4.1.1 CADENA DE VALOR DE ADD YOUR DROP

El modelo operativo de Add Your Drop se construye sobre una cadena de valor que consigue conectar, de forma estructurada, las competencias técnicas del sector empresarial con las necesidades concretas detectadas en el tercer sector. Esta cadena está compuesta por cinco etapas principales:

1. **Diagnóstico de competencias**. Se realiza un análisis de los perfiles disponibles en la plantilla de la empresa colaboradora, identificando habilidades específicas que puedan aportar valor significativo en el ámbito social.

2. **Detección de necesidades sociales**. Del mismo modo, se establece un diálogo con entidades del tercer sector para identificar retos reales en los que una intervención técnica pueda generar impacto.

3. **Diseño de programas personalizados**. Se desarrollan actividades de voluntariado técnico a medida, con objetivos claros, cronograma definido y alineación con los valores y la estrategia de la empresa.

4. **Implementación y acompañamiento**. Se lleva a cabo la coordinación operativa del programa, incluyendo la formación de los voluntarios, el seguimiento de las actividades y la resolución de incidencias.

5. **Evaluación y mejora**. Tras cada actuación, se evalúa el impacto que se ha generado tanto en la entidad social como en la empresa participante.

Esta cadena de valor permite transformar un conocimiento técnico en una acción social concreta, medible y alineada con los Objetivos de Desarrollo Sostenible, generando valor compartido para todos los actores implicados.

4.2 PROCESOS CLAVE Y FASES DE IMPLANTACIÓN

La puesta en marcha de Add Your Drop requiere de una secuencia bien definida de procesos estratégicos y operativos que garanticen su viabilidad inicial, su consolidación en el mercado y su evolución hacia una estructura más robusta. A continuación, se describen los procesos clave y las fases de implantación que estructuran la ejecución del proyecto durante los primeros años.

Procesos clave

Diagnóstico y captación de clientes: consiste en la identificación de empresas interesadas en mejorar su estrategia de responsabilidad social corporativa (RSC) y también aquellas objeto de la Ley 11/2018 sobre información no financiera y diversidad (véase *Análisis PESTEL*) como herramienta de organización y trabajo. Esta fase incluye en primer lugar, la elaboración de una base de datos de potenciales clientes, presentaciones personalizadas, detección de necesidades y elaboración de propuestas iniciales que conecten las competencias internas de la empresa con necesidades sociales concretas.

Diseño de programas personalizados: una vez alcanzado un acuerdo con la empresa, se procede a diseñar el programa de voluntariado o acción social. Este diseño, al ser personalizado, parte de un análisis de competencias técnicas de la plantilla y se complementa

con un estudio de entidades sociales afines. El objetivo es construir un plan de acción a medida, que incluya objetivos, cronograma, roles y metodología de evaluación.

Selección y coordinación con ONGs o entidades sociales: Add Your Drop actúa como intermediario entre las empresas y las ONGs. En esta fase se lleva a cabo un proceso de emparejamiento entre las necesidades reales de las entidades y las capacidades ofrecidas por la empresa, además de establecer los canales de coordinación y comunicación necesarios. Vista la gran necesidad que hay en las ONGs, esta fase debe resultar sencilla y directa.

Ejecución y seguimiento de proyectos: incluye la implementación de las actividades acordadas y el acompañamiento tanto a las empresas como a las entidades receptoras. Es fundamental asegurar que los voluntarios estén correctamente formados, motivados y alineados con los objetivos del programa.

Evaluación de impacto y elaboración de informes: tras la ejecución, se lleva a cabo una evaluación del impacto generado en base a indicadores previamente definidos. Se elabora un informe de resultados que puede ser empleado por la empresa en su comunicación interna y externa.

Mejora continua: se recogerán las lecciones aprendidas y las sugerencias tanto de los empleados como de las entidades colaboradoras. Este *feedback* servirá para rediseñar futuros programas y mejorar la oferta de Add Your Drop. Más adelante se recogen también una serie de KPIs que se utilizarán para la continua mejora y evolución.

Fases de implantación

La implantación de Add Your Drop se plantea en cuatro etapas que permiten ir dando forma al proyecto de manera progresiva y con una raíz sólida. Este enfoque busca que la evolución del modelo sea realista, adaptable y coherente con los recursos y el contexto de cada momento.

En una primera fase, que abarcaría aproximadamente entre los tres y cinco primeros meses, se pondría el foco en terminar de definir el plan de negocio y poner a prueba la idea en un

entorno cercano, como pueden ser empresas familiares o de conocidos. Esta etapa también servirá para construir los primeros modelos de programas de voluntariado y comenzar a contactar con ONGs interesadas en colaborar, con el objetivo de crear un marco de trabajo conjunto. Además serviría con primeros casos de éxito a compartir con potenciales clientes, como manera de tener unas primeras credenciales.

La segunda fase, que se extendería hasta el primer año, supondría el lanzamiento real del proyecto. Aquí el objetivo principal sería captar a los primeros clientes externos, diseñar e implementar los programas iniciales y formalizar algunas alianzas estratégicas clave. Esta etapa también permitirá ajustar el modelo operativo en función de lo que se aprenda con los primeros casos reales.

Una vez superado ese primer año, el proyecto entraría en una fase de consolidación. Esto implicaría empezar a ampliar el equipo, organizar y estandarizar los procesos que han funcionado bien, desarrollar materiales útiles para la formación de voluntarios, y construir una red más estructurada de entidades colaboradoras. Esta fase es clave para sentar las bases de un crecimiento estable.

Finalmente, a partir del tercer año, se abre la posibilidad de escalar el proyecto y diversificar los servicios. Esto podría implicar llegar a nuevos sectores y ampliar el alcance geográfico del proyecto.

Este planteamiento por fases facilita que Add Your Drop crezca con sentido, asentando cada paso antes de avanzar al siguiente y aprovechando al máximo los aprendizajes que se vayan generando por el camino.

Figura 2: Roadmap de implantación del proyecto Add Your Drop (Fases 1–4)

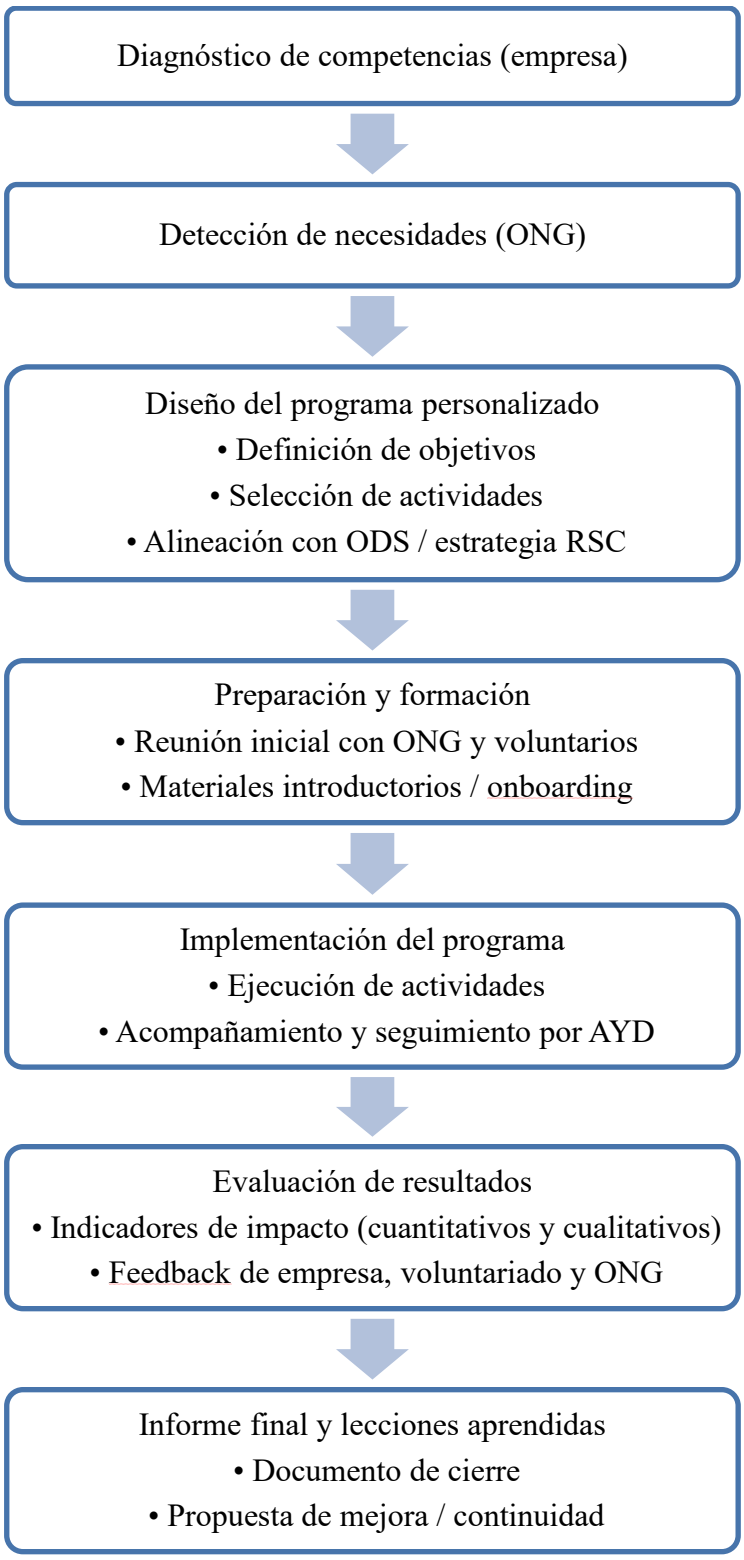

Figura 3: Esquema visual del ciclo de un proyecto de voluntariado (desde diagnóstico hasta evaluación)

4.3 RECURSOS NECESARIOS

Es necesario contar con una serie de recursos bien definidos desde el principio para que Add Your Drop pueda iniciar su actividad y evolucionar según su hoja de ruta. Esto es bastante importante, no solo para poner en marcha los primeros programas, sino que también es clave para garantizar la el crecimiento de manera sostenible del proyecto a medio y largo plazo.

En primer lugar, es imprescindible disponer de recursos humanos comprometidos con la visión del proyecto. Inicialmente, el equipo estará formado por los dos cofundadores (véase *Estructura organizativa*), que asumirán la mayor parte de las tareas estratégicas y operativas. A medida que el proyecto avance, será necesario incorporar perfiles con experiencia en comunicación, gestión de proyectos sociales y relación con clientes. También se valorará la colaboración puntual con profesionales externos (diseño, desarrollo web, etc.) durante las primeras fases.

En lo que respecta a los recursos materiales y tecnológicos, uno de los elementos básicos será contar con una plataforma digital que permita presentar el proyecto de forma clara, gestionar el contacto con clientes potenciales y hacer seguimiento de los programas de voluntariado. En una primera fase, esta herramienta podrá desarrollarse de forma sencilla, utilizando soluciones accesibles y de bajo coste, pero se prevé que evolucione progresivamente a medida que el volumen de actividad crezca y se diversifiquen los servicios.

Además, se hará uso de herramientas ya consolidadas para la gestión del día a día, como Notion, Trello o Google Workspace, que permiten organizar tareas, mantener la documentación ordenada y coordinar reuniones de forma eficiente, especialmente en entornos colaborativos y con estructura ligera.

Desde el punto de vista económico, será necesaria una pequeña inversión inicial destinada a cubrir los gastos básicos: constitución legal, diseño web, creación de la identidad visual, licencias de software y posibles desplazamientos. Para contener estos costes, se priorizarán opciones gratuitas o económicas, y se aprovecharán recursos propios o apoyo puntual del

entorno cercano. Más adelante, una vez validado el modelo, se contempla recurrir a posibles vías de financiación externa, como convocatorias públicas o alianzas estratégicas.

Por último, uno de los recursos más valiosos, aunque menos tangibles, será la red de contactos. Establecer relaciones de confianza tanto con empresas como con entidades sociales será clave para poner en marcha los primeros programas piloto y para empezar a construir un ecosistema que dé sentido y viabilidad al proyecto. Estas primeras alianzas no solo permitirán validar el modelo, sino también generar aprendizajes reales desde el primer momento.

4.4 CRONOGRAMA DEL PRIMER AÑO (DIAGRAMA DE GANTT)

El primer año de actividad de Add Your Drop es un periodo fundamental para poder poner a prueba el modelo de negocio y asentar unas bases sólidas para su futuro desarrollo. Durante este primer año, se pretende validar los servicios en contextos reales, empezar a generar una red de clientes y construir los pilares que permitan crecer de forma estructurada en los siguientes años.

Para ello, se ha elaborado una planificación dividida por etapas, cada una con objetivos específicos y tiempos definidos. Se muestra en el siguiente diagrama de Gantt. Aunque algunas de las tareas se llevarán a cabo simultáneamente, el calendario está pensado para distribuir el esfuerzo de forma equilibrada y permitir un seguimiento continuo del progreso alcanzado.

	FASE	MES											
		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12
1	Definición del plan de negocio y validación del modelo	■											
2	Construcción de marca e identidad visual (logo, web, redes)	■	■										
3	Identficación y contacto con ONGs colaboradoras		■	■									
4	Diseño de programas piloto personalizados			■	■								
5	Pruebas con empresas piloto de confianza				■	■	■						
6	Ajustes y mejoras del modelo operativo					■	■						
7	Captación de clientes externos y alianzas estratégicas							■	■	■			
8	Evaluación de resultados e impacto de los primeros programas									■	■	■	
9	Establecimiento de procesos internos y documentación											■	
10	Planificación del segundo año y estrategia de seguimiento											■	■

Figura 4: Diagrama de Gantt

4.5 INDICADORES DE DESEMPEÑO E IMPACTO

La capacidad para poder medir el impacto real constituye uno de los aspectos más relevantes y diferenciadores de la propuesta que ofrece Add Your Drop. Resulta imprescindible contar con indicadores que permitan evaluar de forma objetiva tanto la eficacia del modelo como los resultados obtenidos por los distintos agentes implicados: empresas, empleados y entidades sociales. Todo esto es útil para los informes no financieros de la empresa, así como para comunicación tanto interna como externa de la misma. Todo esto se recoge en la Tabla 5 al final de este apartado.

En primer lugar, se plantean **indicadores de desempeño** vinculados al funcionamiento interno y a la gestión de los servicios. Entre ellos se encuentran el número de empresas participantes, la cantidad de programas diseñados e implementados, el tiempo medio de ejecución de cada programa o la tasa de repetición de clientes, que servirá para valorar el grado de satisfacción y la solidez de las alianzas establecidas.

En segundo lugar, se considerarán **indicadores centrados en el impacto social generado**, como el número de beneficiarios alcanzados por cada acción, las horas de voluntariado técnico realizadas o el porcentaje de programas que han logrado resolver de forma efectiva el reto planteado por la entidad colaboradora. En este sentido, se valorará especialmente el

grado de adecuación entre las competencias aportadas por los voluntarios y las necesidades reales de la ONG, así como los testimonios cualitativos recogidos tras cada intervención.

Otro eje importante será el **impacto interno en las propias empresas colaboradoras.** Para ello, se podrán utilizar encuestas a los empleados que participen en los programas para medir la mejora percibida en aspectos como la motivación, la cohesión del equipo, el orgullo de pertenencia o el alineamiento con los valores de la organización. También se estudiará la participación por departamentos o perfiles, con el fin de entender mejor cómo influye este tipo de voluntariado en el clima laboral y en el desarrollo de competencias transversales como el liderazgo o la empatía.

Finalmente, se plantean mecanismos de revisión periódica de los indicadores, con el fin de poder ajustar y mejorar los procesos, incorporando aprendizajes y adaptándose a la evolución del contexto. Este sistema de medición y evaluación será clave para garantizar la transparencia, la credibilidad del proyecto y su capacidad para escalar de forma sostenible.

Indicador	*Método de medición*	*Frecuencia de evaluación*	*Tipo de indicador*
Número de programas de voluntariado implementados	Registro interno por proyecto	Trimestral	De desempeño
Número de empresas colaboradoras	Base de datos de clientes activos	Trimestral	De desempeño

Número de ONGs asociadas	Base de datos de entidades colaboradoras	Trimestral	De desempeño
Nivel de satisfacción de las empresas participantes	Encuestas semestrales a empresas	Semestal	De impacto interno
Nivel de satisfacción de los empleados voluntarios	Encuestas post-voluntariado	Tras cada actividad	De impacto interno
Horas de voluntariado técnico realizadas	Registro de horas reportadas	Mensual	De desempeño
Número de beneficiarios directos	Datos proporcionados por las ONGs	Trimestral	De impacto social generado
Proyectos de voluntariado técnico con resultados tangibles	Informe de resultados de proyectos	Semestral	De impacto social generado
Tasa de repetición de empresas en nuevos programas	Porcentaje sobre clientes anteriores	Anual	De desempeño

Mejora percibida en habilidades blandas (empleados)	Autoevaluación antes y después de participar	Semestral	De impacto interno
Impacto percibido por las ONGs (evaluación cualitativa)	Entrevistas semiestructuradas a ONGs	Anual	De impacto social generado
Alineación de los programas con los ODS	Revisión interna de alineación ODS por programa	Anual	De desempeño

Tabla 5: Indicadores de desempeño e impacto

4.6 IDENTIDAD VISUAL DEL PROYECTO: NOMBRE, LOGO Y ELEMENTOS VISUALES

Más allá de la estructura operativa, Add Your Drop ha sido concebido como una marca con una identidad clara y coherente, tanto en lo conceptual como en lo visual. En un proyecto de estas características, donde la credibilidad y la conexión emocional juegan un papel clave, contar con una narrativa visual sólida es fundamental.

4.6.1 NOMBRE DEL PROYECTO

El nombre *Add Your Drop* surge de una metáfora universal: la imagen de una gota de agua que, por pequeña que sea, contribuye a transformar su entorno. La inspiración directa proviene de la frase de la madre Teresa de Calcuta:

"A veces sentimos que lo que hacemos es tan solo una gota en el océano, pero el mar sería menos si le faltara una gota."

Este concepto refuerza el mensaje de que cada persona, cada acción y cada colaboración cuenta. El nombre transmite humildad, propósito y acción: cualquiera puede sumar su gota.

4.6.2 LOGOTIPO

El logotipo de *Add Your Drop* está compuesto por las siglas "AYD" en mayúsculas, acompañadas del nombre completo en una tipografía más fina y clara. La elección de colocar *ADD YOUR DROP* integrado dentro del acrónimo da la posibilidad de que la marca sea reconocida por ambas nomenclaturas.

Visualmente, el uso de formas geométricas sólidas en las letras "AYD" aporta estabilidad, rigor y profesionalidad, mientras que el espaciado limpio y la sencillez del conjunto transmiten orden, transparencia y coherencia. Es un logotipo que puede adaptarse fácilmente a distintos formatos, lo cual facilita su aplicación en presentaciones, informes o materiales de comunicación.

La psicología detrás del color azul empleado (#427D9D) evoca confianza, compromiso y serenidad. Este tono refuerza la identidad del proyecto como un puente entre sectores que operan con lógicas distintas, pero que pueden cooperar si existe una estructura clara que los una.

Figura 5: Logotipo Add Your Drop

4.6.3 PALETA DE COLORES Y SIGNIFICADO

La identidad visual se apoya en tres colores principales, seleccionados no solo por criterios estéticos, sino también por su carga simbólica:

Color	***Código HEX***	***Significado***
Azul agua Azul oscuro	#427D9D #164863	Representan frescura, confianza, dinamismo. Está asociado a la acción desinteresada.
Verde oliva suave	#A7C957	Sugiere sostenibilidad, colaboración, crecimiento.
Gris cálido	#6C757D	Aporta profesionalidad, sobriedad y neutralidad. Refuerza el enfoque técnico del modelo.

Tabla 6: Paleta de colores de la marca

Esta paleta busca transmitir un equilibrio entre energía transformadora y solidez profesional, alineando forma y fondo.

4.6.4 TIPOGRAFÍA

La tipografía elegida es de estilo *sans seriff,* limpia y de fácil lectura, lo que transmite claridad, modernidad y cercanía. En el uso de marca, se prioriza el uso en minúsculas para evitar un tono autoritario y reforzar la idea de acción colaborativa.

Capítulo 5. ESTUDIO ECONÓMICO

5.1 PRODUCTO MÍNIMO VIABLE

Para poner en marcha Add Your Drop de forma realista y controlada, se ha optado por un enfoque de producto mínimo viable (PMV) que permita validar la propuesta de valor sin requerir una estructura compleja ni una inversión inicial excesiva. Este enfoque es coherente con el carácter innovador del proyecto y con los principios de iteración y mejora continua.

El objetivo del PMV es probar en condiciones reales tanto el interés del mercado como la viabilidad operativa de los servicios ofrecidos. En esta primera etapa, se seleccionarán entre una y tres empresas del entorno cercano (preferiblemente familiares o contactos profesionales), con las que se establecerán colaboraciones piloto. Estas permitirán aplicar el modelo de voluntariado técnico en entornos controlados y recoger información de primera mano sobre su funcionamiento, fortalezas y puntos de mejora.

El prototipo de servicio que se ofrecerá durante esta fase consistirá en el diseño de un programa de voluntariado a medida, ajustado a las capacidades técnicas de los empleados de la empresa participante, así como una colaboración concreta con una ONG o entidad social. Además, se proporcionará asesoría básica sobre cómo alinear esta acción con la estrategia de RSC de la empresa y también cómo reflejar la acción enlos informes no financieros de la misma.

La idea es documentar todo el proceso y realizar un seguimiento exhaustivo de los resultados obtenidos, tanto cualitativos como cuantitativos. Esta información será clave para ajustar el modelo antes de su lanzamiento a mayor escala, minimizando los riesgos y mejorando la propuesta final. Así, el PMV se convierte en una herramienta no solo de validación, sino también de aprendizaje continuo.

La Tabla 7 incluye una serie de KPIs que se han estructurado y pensado para dar seguimiento a este producto mínimo viable, y así estudiar su aplicación al mundo real.

Área	***Indicador (KPI)***	***Unidad de medida***	***Objetivo o criterio de éxito***
Participación empresarial	Nº de empresas piloto involucradas	Número absoluto	1 a 3 empresas (entorno cercano)
Participación empresarial	Grado de alineación con objetivos de RSC	Escala de 1 a 5 (autoevaluación de la empresa)	≥ 4 puntos
Participación empresarial	Inclusión de la acción en el informe no financiero	Sí/No	Sí
Voluntariado técnico	Nº de empleados participantes	Número absoluto	Mín. 3 por empresa
Voluntariado técnico	% de empleados que finalizan el programa	Porcentaje (%)	≥ 90 %
Voluntariado técnico	Nivel de satisfacción de los voluntarios	Encuesta (escala de 1 a 5)	≥ 4 puntos promedio
Voluntariado técnico	Percepción de utilidad del voluntariado (según los voluntarios)	Encuesta abierta + puntuación media	≥ 4 puntos + al menos 2 testimonios cualitativos positivos

Impacto en la ONG	Valoración del encaje entre reto y solución técnica recibida	Escala de 1 a 5 (ONG)	≥ 4 puntos
Impacto en la ONG	Nº de mejoras o soluciones concretas implementadas	Número de acciones	≥ 1 por programa
Impacto en la ONG	Nivel de satisfacción general de la entidad receptora	Encuesta o entrevista semiestructurada	Feedback positivo verbalizado o ≥ 4 puntos
Gestión del proceso	Tiempo total desde diagnóstico hasta cierre del piloto	Días naturales	< 60 días
Gestión del proceso	Nº de incidencias operativas durante el piloto	Número absoluto	≤ 1 por piloto (resuelta)
Aprendizaje y mejora	Lecciones aprendidas documentadas al cierre	Número de aprendizajes clave identificados	≥ 3 insights por caso
Aprendizaje y mejora	Cambios aplicados al modelo tras los pilotos	Número de ajustes realizados	≥ 2 ajustes con justificación clara

Tabla 7: KPIs para evaluar el Producto Mínimo Viable de Add Your Drop

5.2 ESTIMACIÓN DE COSTES INICIALES

La puesta en marcha de Add Your Drop requerirá una serie de inversiones iniciales esenciales, que se ajusten al modelo de empresa buscado: ligero, ágil y escalable. Se ha

priorizado una estructura de costes que permita operar con profesionalidad en los primeros meses sin comprometer la calidad del servicio ni la imagen de marca.

Los principales costes se han agrupado en tres bloques: **estructura mínima**, **herramientas tecnológicas** y **comunicación y marketing**. En la Tabla 8 se han desglosado en más categorías para mayor claridad.

En primer lugar, dentro de la estructura mínima, se incluyen los gastos de constitución legal (alta de actividad, trámites notariales y primera asesoría fiscal o jurídica), así como el posible uso puntual de un espacio de trabajo compartido. Se contemplan también algunos gastos operativos como desplazamientos o pequeñas compras de material.

En el bloque de herramientas tecnológicas, se ha presupuestado la adquisición de licencias básicas como Microsoft 365, Canva Pro y el dominio para la web. Además, se contempla el desarrollo de una página web sencilla pero funcional, con una estructura adaptable y un formulario de contacto, idealmente construida con herramientas como WordPress o Webflow. Se opta por soluciones de bajo coste y alto rendimiento, especialmente en esta fase inicial.

Por último, en el área de comunicación y marketing, se recogen los costes de diseño del logotipo y del manual de identidad básica, así como los materiales corporativos (plantillas, dosieres, presentaciones). También se prevé una inversión en una campaña inicial de visibilidad digital en redes sociales profesionales como LinkedIn, y la producción de contenido gráfico y escrito que refuerce el posicionamiento del proyecto desde su lanzamiento.

En conjunto, se estima una inversión inicial total de aproximadamente **2.961 €**, incluyendo una pequeña partida de contingencia para imprevistos. Esta cantidad permitiría cubrir los primeros seis meses de actividad, validar el modelo, documentar los primeros pilotos, y comenzar la captación de clientes con una imagen profesional y una estructura sólida.

Cabe destacar que no se ha incluido la aportación inicial exigida legalmente para constituir una sociedad limitada, la cual asciende a 3.000 €. Esta cantidad, que es obligatoria en España

como capital social mínimo, no se ha incluido dado que no se contempla como un gasto operativo ni de inversión directa, ya que permanece dentro del patrimonio de la empresa y puede destinarse más adelante a cubrir parte de los costes descritos en este apartado o mantenerse como fondo de reserva.

Concepto	***Coste (EUR)***
1. Constitución legal y asesoría	
Alta de actividad (sociedad)	150
Asesoría legal/fiscal inicial (2 sesiones aprox.)	500
2. Licencias de software y herramientas	
Microsoft 365 (1 año)	70
Canva Pro (1 año)	110
Dominio web (.com/.org) + hosting básico	40
Notion Pro / Trello / herramientas gratuitas	0
3. Desarrollo web básico	
Diseño plantilla + estructura (1 landing + 2 subpáginas)	200
Integración formulario, newsletter y analítica	150

4. Branding y logotipo	
Diseño de logotipo profesional + adaptaciones (blanco/negro, vertical, favicon...)	200
Manual básico de marca (colores, fuentes, aplicación en docu)	150
5. Material de comunicación	
Plantillas de presentación (PowerPoint / Google Slides)	100
Dosieres PDF para empresas y ONGs	100
Mockups, recursos gráficos (icons, ilustraciones, etc.)	50
6. Marketing y redes sociales	
Diseño de contenidos iniciales + calendario	0
Publicidad promocional (LinkedIn/Instagram – campañas limitadas)	400
Creación de perfiles y gestión básica (primer mes)	0
7. Producción de contenido	

Redacción de 4-5 posts iniciales + testimonios	0
Infografías y materiales visuales explicativos	100
Grabación/edición de vídeo breve o animación	100
8. Espacio de trabajo y logística	
Bono mensual coworking parcial (2-3 días/semana)	0
Impresiones, tarjetas, papelería	100
9. Transporte y gastos operativos	
Desplazamientos a reuniones (ONGs / empresas piloto)	150
Otros gastos	150
10. Contingencia (aprox. 5 %)	
Reserva para imprevistos o costes no contemplados	141
TOTAL	**2.961 €**

Tabla 8: Estimación detallada de costes iniciales para Add Your Drop

5.3 PROYECCIÓN DE INGRESOS (3 AÑOS)

Durante los tres primeros años de actividad de Add Your Drop, se espera un crecimiento progresivo en los ingresos, acompañado de un aumento gradual en el número de clientes y más servicios ofrecidos. La estimación de ingresos se ha realizado analizando diversos escenarios y el entorno de manera conservadora, basándose también en tarifas estándar de consultoría social y en la evolución esperada de la demanda de servicios de RSC y voluntariado corporativo en el mercado español.

En el primer año, se prevé trabajar con entre 4 y 6 empresas de pequeño o mediano tamaño, empezando por aquellas que pertenecen al entorno cercano o contactadas a través de colaboraciones previas. En esta fase inicial, los servicios más demandados serían el diseño de programas de voluntariado técnico y la organización de campañas solidarias puntuales. Se estima una facturación aproximada de entre 1.000 € y 3.000 €, derivada principalmente de programas piloto y colaboraciones cerradas por proyectos individuales.

A partir del segundo año, el objetivo será escalar el modelo, captar nuevos clientes y consolidar alianzas estratégicas con entidades sociales. Se espera llegar a una cartera de entre 10 y 15 empresas, lo que permitiría generar ingresos anuales cercanos a los 25.000 €. En esta etapa, podrían incorporarse proyectos de mayor envergadura, así como los primeros servicios de consultoría para la creación de estructuras de RSC más sólidas o fundaciones corporativas.

En el tercer año, una vez validado el modelo y establecida una base operativa estable, se estima trabajar con entre 20 y 25 organizaciones, incluyendo tanto pymes como alguna empresa de mayor tamaño. Esto permitiría alcanzar una facturación aproximada de 70.000 €. Este incremento se debe a que, una vez consolidados los servicios ofrecidos, la empresa puede permitirse subir sus tarifas, ya que su valor añadido queda claro entre los clientes.

Este planteamiento se ha elaborado desde la prudencia y en función del tiempo efectivo que puede dedicarse al proyecto en sus fases iniciales. La experiencia acumulada, junto con una

posible inversión en marketing o en estructura comercial, permitiría mejorar estas cifras en escenarios más optimistas.

5.4 ANÁLISIS DE VIABILIDAD ECONÓMICA

El análisis de viabilidad económica de Add Your Drop se basa en una combinar una serie de costes moderados para arrancar, con una estructura flexible de trabajo y una proyección de ingresos en crecimiento durante los tres primeros años. Este equilibrio permite considerar el proyecto económicamente viable en el corto y medio plazo, especialmente teniendo en cuenta que el modelo no requiere inversiones intensivas en infraestructuras físicas o en personal desde su inicio.

Durante el primer año, los costes están limitados principalmente a temas legales y de constitución de la sociedad, licencias de software, servicios de comunicación, diseño gráfico, presencia digital y algunos costes asociados a la validación del producto, como desplazamientos, materiales de presentación o colaboraciones puntuales. Se ha optado por una estructura que permita avanzar en el desarrollo sin comprometer recursos innecesarios.

La previsión de ingresos, aunque conservadora durante los dos primeros años, permite cubrir los costes básicos y generar una primera validación real del modelo. A partir del segundo año, con la captación de más clientes y la mejora de la propuesta comercial, se espera alcanzar el umbral de rentabilidad, cubriendo no solo los costes operativos, sino también permitiendo reinversión en mejoras del servicio, desarrollo de nuevos productos o refuerzo del equipo.

Además, la escalabilidad del modelo permite que, con un crecimiento relativamente lineal del número de clientes, los ingresos crezcan proporcionalmente, sin que ello implique un aumento drástico de los costes. Esto es especialmente importante en un modelo basado en consultoría y en diseño de programas personalizados, donde la experiencia acumulada también permite ganar eficiencia con el tiempo.

Por otro lado, el hecho de que el equipo fundador ya cuente con experiencia previa en gestión de proyectos, acción social y entornos corporativos aporta una ventaja significativa, tanto en la reducción de costes de aprendizaje como en la credibilidad inicial del proyecto.

En definitiva, el modelo de negocio propuesto no solo es viable económicamente en sus primeros años, sino que también cuenta con capacidad de crecimiento sostenible a medida que se afianza en el mercado y diversifica su cartera de servicios y clientes.

5.5 CONSIDERACIONES SOBRE FINANCIACIÓN O ESCALABILIDAD

En el caso de Add Your Drop, se ha optado por una estrategia de arranque basada en la autofinanciación a pequeña escala. Al tratarse de un proyecto con una estructura ágil y sin necesidad de grandes inversiones en infraestructuras o activos fijos, es posible ponerlo en marcha con una inversión inicial moderada asumida por los propios fundadores. Esta decisión no solo permite conservar la autonomía a la hora de tomar decisiones clave, sino también testar el modelo de negocio en condiciones reales sin depender, desde el inicio, de financiación externa.

Pasado el primer año y con un producto mínimo viable ya validado, el objetivo es explorar distintas vías de financiación que permitan dar el siguiente paso en el crecimiento. Entre las opciones que se contemplan están la búsqueda de inversores con enfoque en impacto social, la aplicación a fondos europeos dirigidos al tercer sector o a la digitalización, y la participación en convocatorias de aceleradoras o programas públicos de apoyo al emprendimiento social. Este apoyo externo se destinaría principalmente a fortalecer el equipo, ampliar la capacidad operativa y desarrollar herramientas tecnológicas propias, como una plataforma digital que facilite la conexión entre empresas y entidades sociales.

Desde el punto de vista de la escalabilidad, el modelo de Add Your Drop tiene un diseño que favorece su réplica en diferentes contextos, tanto geográficos como sectoriales. La propuesta se basa en una metodología común, pero suficientemente flexible como para adaptarse a las particularidades de cada cliente sin perder eficacia ni comprometer la calidad

del servicio. A medio plazo, se plantea avanzar en la digitalización de procesos como el diagnóstico de competencias o la medición del impacto social, lo que permitiría crecer sin necesidad de ampliar de forma proporcional el equipo humano.

Además, la posibilidad de colaborar con redes ya existentes de ONGs y fundaciones representa una ventaja clara: permite ampliar el alcance del proyecto sin tener que construir todos los vínculos desde cero. Del mismo modo, establecer alianzas con empresas interesadas en integrar el compromiso social en su cultura corporativa puede abrir la puerta a un crecimiento más orgánico y sostenido.

En definitiva, se trata de un modelo que combina una base financiera sólida en sus inicios con opciones concretas para escalar, sin perder de vista en ningún momento el propósito social que le da sentido.

Fase del Proyecto	***Fuente de financiación propuesta***	***Objetivo de la financiación***
Fase inicial (0-12 meses)	Aportación de los fundadores	Lanzamiento del PMV, primeras pruebas con empresas cercanas
Fase de validación (12-24 meses)	Subvenciones y premios a emprendimiento social	Profesionalización del servicio, primeras contrataciones
Fase de expansión (24-36 meses)	Inversores de impacto social / Aceleradoras	Ampliación de la cartera de clientes, desarrollo de herramientas tecnológicas
Fase de escalado (a partir de 36 meses)	Fondos europeos / Plataformas de financiación colectiva	Escalabilidad nacional/internacional, digitalización del modelo

Tabla 9: Fuentes de financiación

5.6 MATRIZ DE RIESGOS DEL PROYECTO

Como cualquier proyecto que parte de una idea innovadora y que aún no cuenta con una trayectoria consolidada, Add Your Drop se enfrenta a una serie de riesgos que conviene analizar desde el principio. No se trata de anticipar el fracaso, sino de prepararse para gestionar la incertidumbre con realismo y responsabilidad. Ser consciente de los posibles obstáculos y limitaciones permite diseñar estrategias más sólidas y adaptativas, especialmente en un entorno tan dinámico como el de la acción social y la responsabilidad empresarial. Además, muchas veces las start-ups fracasan debido al optimismo en la observación de los escenarios que rodean la creación de la nueva empresa, por lo que este apartado se considera de especial relevancia para no caer en esa tendencia.

La matriz que se presenta a continuación (Tabla 10: Matriz de riesgos para la fase inicial de Add Your Drop) recoge los principales riesgos identificados en esta fase inicial del proyecto, organizados según su probabilidad estimada de ocurrencia y su impacto potencial sobre la viabilidad o la calidad del modelo. Para cada uno de ellos se ha planteado también una estrategia de mitigación, con el objetivo de prevenir o al menos reducir sus efectos negativos en caso de que lleguen a materializarse.

Entre los riesgos más relevantes se encuentra, en primer lugar, la dificultad para captar empresas que quieran participar en los programas. Aunque existe un creciente interés por vincular el talento interno con iniciativas de impacto, muchas compañías todavía no han explorado el voluntariado técnico o no saben cómo incorporarlo dentro de su estrategia de RSC. Por eso, durante la fase inicial, se dará prioridad a empresas del entorno cercano o con las que exista una relación previa, lo que facilitará establecer acuerdos de confianza y generar los primeros casos de éxito que sirvan como referencia para otras.

Otro riesgo importante es que las empresas que se sumen no lo hagan con una implicación real. En ese caso, el peligro no solo sería que los resultados no estuvieran a la altura, sino que se desvirtúe el sentido del modelo y se genere frustración en las entidades sociales implicadas. Para evitar esto, se establecerán filtros éticos desde el principio, dejando claro

que Add Your Drop no es una agencia de reputación social, sino una consultora orientada al impacto, y que la participación implica un compromiso mínimo por parte de todas las partes.

Desde el otro lado, también puede haber dificultades para encontrar ONGs que estén en condiciones de participar en un programa de este tipo. Muchas organizaciones del tercer sector tienen necesidades técnicas muy reales, pero no siempre cuentan con la estructura suficiente para integrar una colaboración externa. En estos casos, será clave realizar una validación previa y un acompañamiento cuidadoso, que ayude a transformar esas necesidades en oportunidades reales de intervención.

Uno de los elementos más imprevisibles es la disponibilidad de tiempo de las personas voluntarias. Incluso con la mejor voluntad, es habitual que los compromisos laborales o personales interfieran en la continuidad de estas acciones. Por eso, los programas se diseñarán con tareas muy concretas, duraciones limitadas y objetivos alcanzables, para que la experiencia resulte satisfactoria tanto para la empresa como para el voluntario y la ONG.

También existe el riesgo —no menor— de que las acciones se perciban como oportunistas o de fachada. En un entorno cada vez más saturado de discursos de sostenibilidad y responsabilidad, resulta fácil que una iniciativa bienintencionada sea confundida con una estrategia más de imagen. Para contrarrestar esto, la transparencia será una de las señas de identidad del proyecto, tanto en la comunicación con las empresas como en la presentación pública de resultados, evitando la autocomplacencia o la exageración.

Otros riesgos están más ligados al crecimiento. El modelo está planteado para funcionar con una estructura ligera, pero eso implica también que el margen de maniobra en cuanto a recursos humanos es limitado. Si el ritmo de demanda aumenta, será necesario reforzar el equipo sin comprometer la calidad ni los valores del proyecto. Esto obliga a pensar desde el principio en modelos de escalabilidad realistas, que no dependan únicamente del tiempo de las personas fundadoras.

Finalmente, la viabilidad económica es un factor transversal. Aunque se ha diseñado una estructura de costes contenida, los ingresos durante el primer año podrían no ser suficientes

para sostener la actividad si no se alcanza un número mínimo de clientes. Por ello, además de una gestión prudente de los recursos, se explorarán vías complementarias de financiación, como subvenciones, fondos sociales o colaboraciones estratégicas.

Todos estos riesgos no invalidan el proyecto, pero sí exigen una actitud crítica y una planificación rigurosa. La matriz que acompaña este texto no pretende cerrar el debate, sino abrirlo: a medida que el modelo se implemente, será necesario actualizarla, incorporar nuevos aprendizajes y mantener siempre una lógica de mejora continua.

Riesgo identificado	***Probabilidad***	***Impacto***	***Estrategia de mitigación***
Dificultad para captar empresas clientes	Media-Alta	Alta	Enfoque inicial en red de confianza, casos piloto sólidos, narrativa diferenciada
Baja implicación real de las empresas participantes	Media	Alta	Establecer filtros éticos de colaboración, reuniones previas y condiciones claras
Dificultad para captar ONGs con perfil adecuado	Media	Media	Curación previa de entidades, validación de necesidades técnicas reales, contacto directo
Escasa disponibilidad de tiempo de los voluntarios	Alta	Media	Programas flexibles, bien definidos y con tareas muy concretas
Percepción de "voluntariado instrumentalizado"	Media	Alta	Comunicación ética, transparencia en objetivos y evaluación conjunta con entidades

Saturación del discurso de RSC en el mercado	Media	Media	Foco en el valor técnico y el impacto medible, diferenciación mediante casos concretos
Recursos humanos limitados para escalar	Alta	Media	Estructura ligera, apoyo de colaboradores externos y crecimiento progresivo
Ingresos insuficientes para sostener el primer año	Media	Alta	Contención de costes, objetivos realistas, diversificación progresiva de servicios

Tabla 10: Matriz de riesgos para la fase inicial de Add Your Drop

Capítulo 6. IMPLICACIONES ÉTICAS

6.1 PROFESIONALIZACIÓN DEL VOLUNTARIADO

Uno de los debates más relevantes que plantea un proyecto como Add Your Drop es cómo profesionalizar el voluntariado sin vaciarlo de su sentido original, sin perder de vista el fin último que no es otro que compartir la vida con aquel que tengo enfrente, mirarle y reconocer su dignidad de persona, y ayudarle a él mismo a reconocerla, ya que tantas veces nos encontramos con muchas personas que han perdido esta idea de vista. A medida que las acciones de voluntariado se integran dentro de estrategias empresariales y se estructuran con metodologías propias de la gestión de proyectos, puede surgir la duda de si se corre el riesgo de convertir una práctica solidaria en una actividad más de cumplimiento, para quedar bien o para dar buena imagen.

La profesionalización del voluntariado técnico no debe entenderse como una pérdida de autenticidad, sino como una forma de hacerlo más útil, más eficiente y más respetuoso con las necesidades reales de las entidades sociales, así como una manera de darlo a conocer y de invitar a más personas a ser partícipes de este tipo de actividades, a salir de sí mismas y dedicar tiempo a personas que sufren. Muchas ONGs no necesitan solo buena voluntad, sino conocimientos específicos que les ayuden a resolver retos estructurales. Canalizar adecuadamente el talento profesional hacia esas necesidades puede tener un impacto mucho más profundo que acciones espontáneas. La finalidad de Add Your Drop no es otra que aportar a la sociedad y al bien común de la mejor manera posible.

Ahora bien, esta profesionalización requiere mantener el equilibrio. Si el voluntariado se convierte en un proceso demasiado rígido, burocrático o alejado del sentido humano que lo sostiene, pierde su potencia transformadora. Por eso, uno de los retos centrales del modelo propuesto por Add Your Drop es cuidar ese equilibrio entre rigor técnico y compromiso personal, entre estructura y vínculo, entre eficiencia y empatía.

En este sentido, es clave garantizar que el proceso de diseño e implementación de los programas incluya espacios de conexión entre las personas voluntarias y las entidades colaboradoras. También es fundamental que quienes participan comprendan no solo el "qué" y el "cómo", sino también el "por qué" de lo que están haciendo. Si desapareciera la parte humana, esta iniciativa carecería de sentido, ya que se habría convertido en un simple instrumento para conseguir una “buena imagen”, totalmente alejado de su misión principal.

Profesionalizar el voluntariado no significa convertirlo en un servicio frío o despersonalizado. Significa dotarlo de herramientas que lo hagan más útil, más justo y más sostenible en el tiempo, sin perder de vista que, en el fondo, sigue siendo un acto de generosidad y corresponsabilidad.

6.2 RIESGO DE INSTRUMENTALIZACIÓN

Tal y como se venía diciendo en el anterior apartado, cando las empresas se implican en acciones sociales, existe siempre el riesgo de que lo hagan más por la imagen que proyectan que por el impacto que generan. Esta tensión es especialmente delicada en proyectos como el que plantea Add Your Drop, donde el voluntariado corporativo se convierte en una herramienta estratégica. El reto consiste en evitar que esa estrategia desplace o diluya el propósito original de la acción social.

El término greenwashing ha sido ampliamente utilizado para describir prácticas empresariales que aparentan sostenibilidad sin un compromiso real detrás. En el ámbito social, aunque menos visibilizado, ocurre algo similar: se promueven acciones solidarias que responden más a intereses reputacionales que a una voluntad transformadora. Esto no solo resta credibilidad a las empresas, sino que también puede generar un daño profundo en las organizaciones sociales, que terminan siendo tratadas como instrumentos de marketing en lugar de como aliadas.

Por eso, uno de los principios fundamentales del modelo de Add Your Drop es garantizar que las colaboraciones entre empresa y tercer sector se construyan desde el respeto mutuo,

la transparencia y la coherencia. No se trata de que las empresas dejen de comunicar lo que hacen, sino de que lo hagan con honestidad, mostrando no solo los logros, sino también los retos, los aprendizajes y las limitaciones. La comunicación responsable es parte del impacto, no un adorno posterior.

Además, es necesario establecer criterios claros sobre qué tipo de colaboraciones se aceptan y en qué condiciones. Si una empresa quiere participar en un programa de voluntariado técnico solo para mejorar su posicionamiento externo, sin comprometerse mínimamente con el proceso, los valores o los resultados, probablemente no sea la empresa adecuada. Este filtro ético es parte de la responsabilidad que asume una consultora como Add Your Drop al actuar como puente entre dos mundos.

Evitar la instrumentalización no significa rechazar la lógica empresarial, está bien que las empresas busquen el crecimiento económico y la expansión. Sino integrarla de forma honesta y con una orientación clara hacia el impacto real. La reputación de las empresas puede y debe beneficiarse de su acción social, pero siempre como consecuencia de su compromiso, no como su única motivación.

6.3 MEDICIÓN DEL IMPACTO Y TRANSPARENCIA

En un proyecto que conecta el mundo empresarial con el social, la medición del impacto no es una opción ni un añadido, sino una responsabilidad fundamental. Si se quiere evitar que el voluntariado técnico se perciba como un simple gesto o como una acción simbólica, es necesario contar con indicadores claros, objetivos realistas y mecanismos de seguimiento que permitan saber qué está funcionando y qué no en cada momento.

La transparencia empieza por saber medir. No basta con decir que una acción “ha tenido impacto”: hay que poder explicarlo, justificarlo y, cuando sea necesario, corregirlo. Esto implica recoger datos cuantitativos, como el número de horas dedicadas o las mejoras técnicas implementadas (todos estos expuestos en apartados anteriores), pero también prestar

atención a los aspectos cualitativos, como la satisfacción de los participantes, los aprendizajes compartidos o los cambios generados en la entidad social a medio plazo.

Ahora bien, medir no significa *maquillar*. Una evaluación honesta debe incluir también lo que no ha salido bien, las dificultades encontradas o las expectativas que no se han cumplido. Solo así se podrá aprender de cada experiencia y mejorar el modelo. La tentación de medir solo lo que resulta positivo debe evitarse si se quiere construir una cultura de colaboración real entre empresa y tercer sector.

En este sentido, Add Your Drop incorpora desde el inicio una lógica de evaluación que no busca solo justificar el trabajo realizado, sino también fomentar una mejora continua. La transparencia no es únicamente hacia fuera (de cara a la empresa o a la sociedad), sino también hacia dentro, como parte del compromiso ético con la calidad, la utilidad y la coherencia del servicio.

La medición del impacto no debe servir para adornar presentaciones ni para validar decisiones ya tomadas, sino para ayudar a tomar mejores decisiones en el futuro. La transparencia, en este contexto, es tanto una herramienta técnica como una expresión de respeto hacia las personas y entidades que participan en el proceso.

6.4 COMPROMISO ÉTICO DE ADD YOUR DROP

Desde que Add Your Drop ha sido pensada, esta no ha sido solo planteada como una herramienta de conexión entre empresa y tercer sector, sino también como una iniciativa que debe estar a la altura de los valores que promueve. No tendría sentido impulsar programas de voluntariado técnico con enfoque social si la propia consultora no se comprometiera a operar con responsabilidad, transparencia y coherencia interna.

El compromiso ético de Add Your Drop se traduce en varias decisiones concretas. En primer lugar, se seleccionarán cuidadosamente las colaboraciones tanto con empresas como con entidades sociales. No se trata de trabajar con cualquiera que lo solicite, sino con quienes compartan una voluntad real de generar impacto y estén dispuestos a hacerlo desde el respeto

mutuo. Esto implica, por ejemplo, no aceptar proyectos que solo busquen mejorar indicadores reputacionales sin implicación auténtica en los procesos.

Además, Add Your Drop se compromete a actuar con honestidad frente a los resultados. Si un programa no está bien definido, si una ONG no está preparada para una colaboración técnica, o si una empresa necesita reenfocar su motivación, la función de la consultora no será la de complacer, sino la de orientar, acompañar y, si hace falta, frenar una acción mal planteada.

Otro aspecto clave es la confidencialidad y el respeto hacia las organizaciones sociales implicadas. Muchas veces, estas entidades comparten información sensible sobre sus dificultades internas o sobre las limitaciones de su estructura. Proteger esa información y no convertirla en material de marketing encubierto es parte del compromiso ético del proyecto.

Finalmente, Add Your Drop asume el rol de ejemplo. Si la consultora propone a empresas ser más transparentes, más estratégicas y más honestas en su acción social, debe aplicar esos mismos principios en su propia gestión. Desde la forma de presentar los resultados hasta la forma de comunicar públicamente lo que hace, el proyecto se construye sobre una base de responsabilidad compartida.

El rol de la consultora no es solo técnico. Es también ético y pedagógico. Y por eso, su legitimidad no dependerá únicamente de los resultados que obtenga, sino también de la manera en que esos resultados se consiguen.

Capítulo 7. CONCLUSIONES

7.1 APORTACIÓN DEL PROYECTO

Este trabajo aporta una propuesta concreta y estructurada para dar respuesta a una necesidad real detectada tanto en el ámbito empresarial como en el tercer sector. En un momento en el que la sostenibilidad, la responsabilidad social y el cumplimiento de los ODS han pasado a convertirse en prioridades e incluso elementos estratégicos en las empresas, resulta cada vez más importante contar con modelos que permitan conectar capacidades y recursos de forma eficaz.

La principal aportación de Add Your Drop es haber concebido un modelo de voluntariado técnico profesionalizado que va más allá de la acción puntual o simbólica. El proyecto ofrece una metodología clara que permite identificar competencias técnicas dentro de las empresas, detectar necesidades específicas en organizaciones sociales y estructurar programas de colaboración que generen valor mutuo. Esta forma de entender el voluntariado permite que las habilidades profesionales de los empleados se traduzcan en impacto social concreto, lo que representa una evolución significativa respecto a muchas prácticas actuales de RSE que se observan en otras compañías. Además, el proyecto propone un diseño operativa adaptable y escalable, diseñado para funcionar incluso en fases tempranas de desarrollo empresarial. Esto demuestra que es posible construir soluciones sostenibles sin necesidad de estructuras complejas o grandes inversiones iniciales, siempre que exista claridad estratégica y compromiso con el propósito.

Desde un punto de vista académico, el trabajo también aporta una aplicación práctica de herramientas de análisis estratégico (PESTEL, DAFO, Porter), de diseño de modelos de negocio y de evaluación de impacto, todo ello orientado a una problemática social concreta. En este sentido, la propuesta combina el enfoque técnico propio de la ingeniería con una vocación social clara, y traduce esa combinación en una herramienta viable y replicable.

7.2 LIMITACIONES Y RIESGOS

Como todo proyecto en fase inicial, Add Your Drop presenta una serie de limitaciones y riesgos que es necesario reconocer y tener en cuenta para su futura evolución. Este apartado no pretende restar valor a la propuesta, sino más bien anticipar obstáculos y tomar decisiones más informadas en el proceso de implementación.

Una de las principales limitaciones es la falta de casos reales previos. Al tratarse de una empresa de nueva creación, no existen todavía experiencias contrastadas capaces de respaldar el modelo. Esto puede generar cierta desconfianza por parte de los potenciales clientes, especialmente en un sector como el de la consultoría social, donde la credibilidad y la reputación juegan un papel clave. En este sentido, el reto inicial será generar los primeros casos de éxito que sirvan como referencia. Para contrarrestar este obstáculo s eha ideado el producto mínimo viable, expuesto en capítulos anteriores.

Otro aspecto que puede suponer una dificultad es la alta personalización de los servicios. La necesidad de diseñar cada programa de voluntariado técnico de forma específica para cada empresa y ONG implica un esfuerzo considerable en términos de tiempo y dedicación. Esto limita en parte la posibilidad de escalar rápidamente o de estandarizar procesos en una etapa temprana.

También existe una dependencia inicial importante del equipo fundador. Al ser un proyecto con una estructura reducida, gran parte de las tareas estratégicas y operativas recaen sobre dos personas. Aunque esto permite mantener el control y la coherencia del modelo, también representa un riesgo si no se logran incorporar refuerzos conforme crece la actividad.

En cuanto a los riesgos externos, uno de los más relevantes es el contexto económico. En momentos de incertidumbre o crisis, las empresas tienden a recortar presupuestos y aquellos destinados a responsabilidad social son de mayor probabilidad de ser recortados, ya que estos tienden a ser percibidos como prescindibles o secundarios. Además, si el voluntariado técnico no se comunica adecuadamente, existe el riesgo de que se interprete como una acción

superficial o como parte de una estrategia de lavado de imagen (*greenwashing*), lo que podría dañar la percepción del proyecto y de las empresas que participan en él.

Por último, cabe señalar la necesidad de desarrollar desde el principio un sistema sólido de medición de impacto. La propuesta se basa precisamente en la idea de generar resultados tangibles y medibles. Si este aspecto no se estructura bien desde el inicio, se corre el riesgo de perder uno de los elementos que diferencian el modelo.

En conjunto, estas limitaciones y riesgos no invalidan la viabilidad del proyecto, pero sí exigen una planificación cuidadosa, una actitud flexible y una gran capacidad de adaptación para que Add Your Drop pueda consolidarse y crecer con solidez.

7.3 FUTUROS DESARROLLOS

Add Your Drop nace con un modelo sencillo y estructurado, pensado para ser viable desde sus primeras fases. Sin embargo, el propio diseño del proyecto permite imaginar una evolución progresiva, tanto en lo operativo como en lo estratégico, a medida que se consolide en el mercado.

Uno de los desarrollos naturales será la ampliación del equipo. A medida que aumente el número de colaboraciones con empresas y entidades sociales, será necesario incorporar nuevos perfiles que puedan asumir responsabilidades técnicas, comerciales y de coordinación. Esto permitirá profesionalizar aún más los procesos, mejorar los tiempos de respuesta y asegurar la calidad en contextos más exigentes.

Desde el punto de vista del servicio, se prevé que los programas de voluntariado técnico puedan ir evolucionando hacia formatos más complejos. Por ejemplo, podrían incluir intervenciones en las que se fusionen departamentos distintos dentro de las empresas, participación de varias entidades sociales en un mismo proyecto o incluso colaboraciones internacionales. Esta ampliación en el alcance permitiría generar mayor impacto y enriquecer la experiencia para todos los actores implicados.

A medio plazo, también se contempla el desarrollo de herramientas digitales propias. Aunque en una primera etapa se ha optado por utilizar soluciones de bajo coste y alta flexibilidad, el crecimiento del proyecto podría justificar la creación de una plataforma específica para la gestión de programas, la medición del impacto o la conexión automática entre empresas y ONGs según perfiles técnicos y necesidades. Este paso abriría la puerta a un modelo más escalable, con una oferta de servicios digitalizados y una posible fuente adicional de ingresos basada en licencias o suscripciones.

Otro posible eje de desarrollo es la generación de contenido propio: guías prácticas, informes de impacto, materiales formativos o estudios de caso que puedan aportar valor al sector y posicionar a Add Your Drop como un actor de referencia en el ámbito del voluntariado técnico. Este tipo de producción también puede reforzar la estrategia de comunicación y aumentar la visibilidad del proyecto.

Finalmente, a largo plazo, existe la posibilidad de establecer alianzas con otras consultoras, universidades, fundaciones o administraciones públicas para impulsar programas piloto conjuntos o diseñar proyectos que combinen innovación social y tecnología aplicada. Estas colaboraciones permitirían diversificar el impacto del proyecto y extender su alcance territorial.

Todos estos desarrollos están condicionados, lógicamente, a la validación del modelo, al aprendizaje que se genere en las primeras fases y a la capacidad de adaptarse a un entorno en constante cambio. No obstante, el proyecto ha sido concebido con la flexibilidad suficiente como para crecer con sentido y con propósito.

7.4 VALORACIÓN PERSONAL

El desarrollo de este proyecto ha sido, ante todo, una oportunidad para integrar dos dimensiones que forman parte esencial de mi recorrido personal y académico: la técnica y la social. A lo largo de la carrera, he adquirido herramientas de análisis, planificación y gestión propias de la ingeniería; pero paralelamente, he mantenido un compromiso activo con

iniciativas sociales en distintos contextos. Este trabajo ha supuesto la primera vez que ambas vertientes se encuentran en un mismo espacio, de forma estructurada, y con una intención clara de generar valor.

Diseñar Add Your Drop me ha obligado a cuestionar muchas ideas preconcebidas sobre lo que significa emprender, colaborar o generar impacto. He descubierto que construir un modelo sostenible no solo implica tener una propuesta útil, sino también comprender el entorno en profundidad, anticipar riesgos, diseñar con flexibilidad y estar dispuesta a ajustar sobre la marcha. En este proceso, he aprendido a trabajar con más rigor, pero también con más humildad.

A nivel personal, ha sido muy valioso comprobar que es posible desarrollar un proyecto que responda a una necesidad social real, sin renunciar a la viabilidad económica ni a la exigencia técnica, y sobre todo comprobar que dos de mis mayores inquietudes quedan fusionadas en un único proyecto. Poder demostrar, aunque sea en fase teórica, que el talento profesional puede convertirse en motor de transformación si se canaliza bien, ha supuesto una fuente de motivación constante a lo largo del desarrollo de todo este trabajo.

Soy consciente de que queda mucho por recorrer y que el reto real empieza después. Pero haber podido dar forma a esta idea, con el respaldo metodológico y académico que exige un trabajo como este, ya representa para mí un paso importante. Más allá de las cifras, los cuadros o los análisis, me quedo con la certeza de que hay espacio —y necesidad— para propuestas como la que plantea Add Your Drop, y con el deseo de seguir caminando en esa dirección.

Capítulo 8. BIBLIOGRAFÍA

1. [ACCE22] Accenture, “Sostenibilidad como ventaja competitiva”, Newsroom Accenture España, 2022, consultado el 28/05/2025.
2. [ADMI24] Administración General del Estado, “Estrategia Estatal de Voluntariado 2024 borrador)”, www.administracion.gob.es, consultado el 28/05/2025.
3. [CADE25a] Cadena SER, "Galletas Gullón y Cruz Roja Palencia impulsan la inclusión laboral de colectivos vulnerables", Radio Palencia, 19 de mayo de 2025. Disponible en: https://cadenaser.com/castillayleon/2025/05/19/galletas-gullon-y-cruz-roja-palencia-impulsan-la-inclusion-laboral-de-colectivos-vulnerables-radio-palencia/, consultado el 19/05/2025.
4. [CADE25b] Cadena SER, "Mercadona dona 25.200 toneladas de alimentos a las 847 entidades sociales con las que colabora", SER Lanzarote, 5 de febrero de 2025. Disponible en: https://cadenaser.com/canarias/2025/02/05/mercadona-dona-25200-toneladas-de-alimentos-a-las-847-entidades-sociales-con-las-que-colabora-ser-lanzarote/, consultado el 19/05/2025.
5. [CADE25c] Cadena SER, "Carpintería Castellar, Premio Empresa más inclusiva 2025", Radio Huesca, 18 de mayo de 2025. Disponible en: https://cadenaser.com/aragon/2025/05/18/carpinteria-castellar-premio-empresa-mas-inclusiva-2025-radio-huesca/, consultado el 19/05/2025.
6. [CADE25d] Cadena SER, "Titania refuerza su compromiso con la sociedad con el programa '12 Compromisos Sociales'", Radio Jerez, 13 de mayo de 2025. Disponible en: https://cadenaser.com/andalucia/2025/05/13/compromiso-con-la-sociedad-radio-jerez/, consultado el 19/05/2025.
7. [ELES23] El Español, “Los programas de voluntariado corporativo ganan terreno en las grandes empresas”, 2023, consultado el 28/05/2025.
8. [ESTU22] Estudio de Comunicación, “Informe sobre consumidores y sostenibilidad”, Madrid, 2022, consultado el 28/05/2025.

9. [FORE24] Forética, “Directiva CSRD: Implicaciones para las empresas españolas”, Madrid, 2024, consultado el 28/05/2025.
10. [FUNDsf] Fundación Telefónica, Voluntariado corporativo. Cruz Roja Española, sin fecha. Disponible en: https://www2.cruzroja.es/web/ahora/voluntariado-corporativo, consultado el 19/05/2025.
11. [INE24] Instituto Nacional de Estadística (INE), "Directorio Central de Empresas (DIRCE) a 1 de enero de 2024", disponible en: https://www.ine.es/dyngs/Prensa/es/DIRCE2024.htm?utm_source=chatgpt.com, consultado el 10/07/2025.
12. [INFO21] Plataforma Información No Financiera, “Empresas obligadas por la Ley 11/2018”, www.informacionnofinanciera.info, 2021, consultado el 28/05/2025.
13. [ELPA25] El País, "Pilar García-Ceballos-Zúñiga: 'Donde hay una necesidad, hay una fundación; tenemos un radar social inmediato'", El País – Economía / Fundaciones, 25 de junio de 2025. Disponible en: https://elpais.com/economia/branded/fundaciones/2025-06-25/pilar-garcia-ceballos-zuniga-donde-hay-una-necesidad-hay-una-fundacion-tenemos-un-radar-social-inmediato.html, consultado el 10/07/2025.
14. [MCSH95] McShane, B., I. Vallecillo Rubiera, y R.J. Boxwell, Benchmarking para competir con ventaja, McGraw-Hill, Bogotá, 1995. 203 páginas. ISBN: 978-958-600-493-0. Disponible en: https://biblioteca.uazuay.edu.ec/buscar/item/27980, consultado el 05/06/2025.
15. [PACT23] Pacto Mundial Red Española, “Informe de Progreso sobre ODS y empresas españolas”, Madrid, 2023, consultado el 28/05/2025.
16. [PORT08] Porter, M.E., "The Five Competitive Forces That Shape Strategy", en HBR’s 10 Must Reads on Strategy, Harvard Business Press, 2008.
17. [RRHH21] RRHH Digital, “El 80% de las empresas adapta su voluntariado al entorno digital”, 2021, consultado el 28/05/2025.
18. [SERV23] Servimedia, “Empresas y debida diligencia: los retos de la nueva regulación europea”, 2023, consultado el 28/05/2025.

19. [SOZI22] Soziable.es, “Inversión sostenible en España: cifras récord en 2022”, 2022, consultado el 28/05/2025.
20. [TENE24] Tenerife Isla Solidaria, “Los ocho retos sociales clave según Agenda 2030”, mayo 2024, consultado el 28/05/2025.