



UNIVERSITAT
POLITÈCNICA
DE VALÈNCIA

VICERECTORAT D'OCCUPACIÓ
I ACCIÓ SOCIAL

VOLUNTARIADO CORPORATIVO
EN LA UNIVERSIDAD POLITÉCNICA DE VALENCIA.
JUSTIFICACIÓN TEÓRICA.

VICERRECTORADO DE EMPLEO Y ACCIÓN SOCIAL

voas@upv.es

Elaborado por:

Unidad de Igualdad

Contacto:

M^a Rosa Cerdá Hernández

Técnica de Igualdad

Ext. 71063



Contenido

1-	PRESENTACIÓN.....	3
2-	VOLUNTARIADO CORPORATIVO: SIGNIFICADO	4
3-	OBJETIVOS Y FINES	6
4-	NIVELES DE PARTICIPACIÓN	7
5-	CONCLUSIÓN	10



1- PRESENTACIÓN

El Vicerrectorado de Empleo y Acción Social es el órgano responsable de las estrategias para la mejor inserción laboral de su alumnado y egresados desarrollando las políticas sociales de la Universidad en el marco de la Responsabilidad Social Universitaria.

Es la Responsabilidad Social Universitaria el motor de todo cambio en la Universidad como comunidad integrada sosteniblemente en su entorno.

La comunidad universitaria UPV desarrolla su actividad generando una serie de impactos en su entorno no siempre positivos que se intentan paliar mediante la aplicación del principio de RSU. Se trata de filtrar dichos impactos negativos, ejemplo de ellos pueden ser los causados al medioambiente o la no detección de desigualdades más allá de la propia Universidad, bajo el prisma del principio de Igualdad de Oportunidades.

Y en esta visión integradora de la actividad propia de la Universidad, como servicio de Educación Superior e Investigación, en el entorno social en el que se inserta lleva a tomar las medidas necesarias que favorezcan la participación activa de su comunidad en la mejora social.

Se impulsa, así, desde el Vicerrectorado de Empleo y Acción Social las medidas necesarias para la implementación y consolidación de nuestro Voluntariado Corporativo como medio de la participación activa de la comunidad universitaria en la mejora del conjunto global de nuestra sociedad a través de una mayor eficiencia en el uso y disposición de nuestros recursos colectivos e individuales.



2- VOLUNTARIADO CORPORATIVO: SIGNIFICADO

El Voluntariado Corporativo es la máxima expresión del compromiso solidario de una organización hacia las necesidades de la Sociedad en la que se integra.

Dicho compromiso institucional se configura por la suma de los compromisos individuales de cada uno de sus miembros mostrando así el potencial de talento y capacidades de sus recursos humanos, de las personas que componen la organización marco.

El Voluntariado Corporativo queda definido, en nuestro ámbito, por la intersección del ya consolidado voluntariado social con la estrategia de inversión social de la UPV. Esta inversión social no es otra que la consciencia sobre el impacto que su actividad puede ocasionar en la Sociedad.

De esta manera, la UPV como organización ejerce su responsabilidad social a través de acciones de voluntariado diseñadas para facilitar la participación constructiva, creativa y solidaria de su comunidad a favor de la Sociedad.

Las actividades realizadas al amparo del Voluntariado Corporativo no dan lugar a ningún tipo de remuneración para sus participantes siendo coordinadas por la organización que las impulsa y dirigidas para el beneficio del resto de la Sociedad.

Así configurado, el Voluntariado Corporativo es una estrategia de gestión de las organizaciones públicas y privadas que contribuye directamente a la comunidad como parte su cometido de ser socialmente responsable.

La participación activa de los miembros UPV en los proyectos y acciones de Voluntariado Corporativo permite la realización de la responsabilidad social universitaria.

Cada persona participante es protagonista de unas acciones dirigidas a unos objetivos y fines predefinidos desde la organización marco, en la UPV a través de su VOAS, a quien corresponde la decisión de la puesta en marcha de una acción que



organiza y planifica dotándola de los recursos necesarios y cuyas fases supervisa comunicando los resultados al conjunto de la comunidad voluntaria.

Se integran, de este modo, los proyectos de Voluntariado Corporativo a su estrategia de acción social.

La participación activa de la comunidad universitaria como estrategia de acción social de la UPV a través de su VOAS queda vinculada a proyectos predefinidos y que, en la mayoría de los casos, supondrán la coordinación con alguna organización no lucrativa implicada en la causa social elegida.

Esta necesaria coordinación supone la eficiencia en el uso de los recursos y la eficacia en el alcance sus objetivos: la UPV pone la voluntad aunada de su comunidad y la organización no lucrativa externa canaliza los resultados al fin prediseñado.

El Voluntariado Corporativo como estrategia de acción social reporta a la UPV el beneficio no contable pero tangible del liderazgo social en su entorno dando cumplimiento al ejercicio responsable de su actividad global como organización.

La instrumentalización del Voluntariado Corporativo como estrategia de acción social implica sostener el compromiso institucional a largo plazo.

El Voluntariado Corporativo es el modelo adecuado de estrategia de inversión social más allá de la mera filantropía institucional de carácter caritativo y escaso impacto social.

Se trata de un modelo diseñado para implicar al conjunto de la comunidad basado en el rigor y coherencia de sus planteamientos por lo que debe crear valor tanto para la UPV como para sus interlocutores –organizaciones no lucrativas- a la vez que responde a sus demandas sin que ello sustituya o interfiera en las responsabilidades fundamentales de nuestra organización siendo coherente con nuestras actuaciones institucionales en el marco de la Responsabilidad Social Universitaria.



3- OBJETIVOS Y FINES

Los **objetivos y fines** del Voluntariado Corporativo de la UPV quedan encuadrados en la actividad de la propia institución, en su estrategia social.

Los objetivos del Voluntariado Corporativo en la UPV se enmarcan, pues, en los criterios de Responsabilidad Social Universitaria. De nuevo se retoma como criterio de sostenibilidad en cuanto a igualdad de oportunidades la implicación efectiva y eficaz de la UPV en su entorno social.

La instrumentalización del Voluntariado Corporativo como estrategia social implica no sólo el compromiso institucional con la Responsabilidad Social sino que necesita de la aceptación de dicho compromiso por cada persona de la comunidad universitaria.

Toda persona implicada activamente en el Voluntariado Corporativo de la UPV aporta un valor a la propia institución a la vez que aquella se enriquece en experiencia personal y profesional.

La gestión del Voluntariado por el VOAS conlleva un **triple objetivo**:

- **Impulsar** del Voluntariado Corporativo con implicación de la comunidad universitaria
- **Promocionar** el voluntariado en las acciones diseñadas con la inclusión de las redes sociofamiliares de cada voluntario
- **Fomentar** el voluntariado profesional como aquel que aporta su experiencia profesional a su participación activa sin interferir en las competencias y funciones de su puesto de trabajo

La UPV, a través del VOAS, perfila como **objetivos de su Voluntariado Corporativo**:

-**Favorecer** la participación voluntaria de la comunidad universitaria en los proyectos de RSU.

-**Impulsar** los valores sociales y medioambientales de su comunidad.



- Comunicar** a su comunidad universitaria los proyectos de RSU que se diseñen incrementando la visibilidad de estas acciones.
- Facilitar** la adquisición de nuevas competencias a través de la participación en actividades sociales y medioambientales.
- Aplicar** estrategias de resolución de conflictos interpersonales que puedan ser asimilados en la práctica profesional diaria.
- Reforzar** el trabajo en equipo así como el sentimiento de pertenencia a una organización responsable.
- Integrar** las relaciones de los diferentes grupos de interés o colectivos de la comunidad universitaria.
- Conseguir** mayor implicación y eficiencia de la comunidad universitaria a través de logros visibles por la participación activa de su conjunto.

Estos objetivos quedan referidos a los siguientes **finés**:

- Protección del medio ambiente
- Protección del patrimonio cultural
- Asistencia social
- Integración sociolaboral y empleabilidad
- Educación y formación
- Cooperación al desarrollo
- Emergencia humanitaria

4- NIVELES DE PARTICIPACIÓN

Si el núcleo central de todo voluntariado es la figura misma de la persona comprometida con un fin determinado, en el Voluntariado Corporativo se pueden establecer **diferentes niveles de participación** que tienen como finalidad favorecer la implicación de una extensa red social.



Atendiendo al **criterio de la capacitación exigida según la actividad y a la implicación individual** se pueden establecer **tres niveles** caracterizados por su complementariedad e inclusión en la actividad global.

Un **primer nivel** quedaría integrado por el voluntariado de base que realiza actividades de soporte o de acción básica. No se necesita una capacitación específica y su actividad la define la propia voluntad de participar con una acción que no implica un coste para la persona voluntaria.

En este primer nivel o voluntariado de base se incluyen aquellas actividades que suponen la integración de un hábito en la rutina personal: clasificación de residuos, reutilización de material desechable, colaboración para la visibilización de determinadas campañas (vestir de rosa como apoyo al día cáncer de mama, por ejemplo) o aportaciones de apoyo administrativo puntual.

Un **segundo nivel** se define por la necesidad de aplicar unos conocimientos profesionales para el desarrollo del voluntariado. Es exigida una capacitación profesional por la propia actividad.

Este segundo nivel supone la implicación directa de la organización como tal. La repercusión de un voluntariado de segundo nivel supone la asunción por parte de la organización de un coste.

En este ámbito, la UPV puede optar bien por la gratuidad de su participación, por su realización pro-bono o cuantía simbólica o bien por un coste reducido.

De una u otra forma supone una implicación de mayor calado al tener que aportar una actividad con carga económica.

Así la cesión de horas laborales de su personal para la realización de actividades de voluntariado redunda en un coste que puede ser o no asumible financieramente.

El trabajo que se realiza en este segundo nivel queda caracterizado por su exigida capacitación profesional directamente vinculada a la desarrollada por la persona implicada en su puesto de trabajo habitual. Toda aquella actividad que se realice en función de esa capacitación tiene un coste para la organización que deberá asumirlo desde la interiorización de la RSU como criterio de gestión eficiente de los recursos colectivos.



Por último, el **tercer nivel** se corresponde con el de más alto compromiso individual y organizacional. La implicación en este tercer nivel implica una formación específica vinculada a la actividad a desarrollar. Dicha formación técnica específica es exigida desde la obligada eficiencia en el proyecto que se tenga que desarrollar.

En este tercer nivel, del mismo modo que en el anterior, la organización como tal mantiene una presencia más visible que exige mayor implicación con los objetivos y fines a alcanzar.

La **participación desde cualquiera de los tres niveles**, con las salvedades de implicación que caracteriza a cada uno, se puede **realizar bajo las siguientes figuras**:

- **Microdonaciones** de la comunidad universitaria: cesión de los céntimos de redondeo de las nóminas, por ejemplo. Este tipo de donación supone una carga en la gestión financiera que puede ser asumida por la organización.
- **Donaciones o matching giving**: aportaciones de cantidades de cuantía superior a 1 € que se dirigen a campañas concretas (por ejemplo, recaudación Día Internacional de la Mujer y ONG seleccionada)
- **Matching individual**: inclusión de iniciativas de ONG a través de personas de la comunidad universitaria implicadas en las mismas. Exige la colaboración base del VOAS pero no hay una necesidad de gestión extra más allá de la coordinación de las actividades.
- **Microvoluntariado virtual**: se trata de un voluntariado de primer nivel consistente en la cesión de los equipos y canales de comunicación virtual de la organización para la realización de una acción concreta. Puede implicar también la cesión de tiempo laboral
- **Campañas**: en las que se implican los tres niveles y que responden a acciones repetidas en el tiempo e integradas en la programación de inversión social de la UPV. Así la campaña del juguete o la de recogida de alimentos por Navidad



- **Bancos de tiempo:** implica, de nuevo, a los tres niveles y supone la cesión de tiempo para la realización de actividades de voluntariado. La organización marca los límites y supervisa el correcto empleo de dicha cesión para los fines señalados así como la obtención de los resultados
- **Outdoor solidario:** mediante la organización de actividades lúdicas que impliquen una acción solidaria se refuerza el sentimiento de pertenencia a la institución permitiendo la participación de los tres niveles y alcanzando los fines que se señalen. Ejemplo de ello puede ser la semana del Deporte a favor de la actividad de una ONG (recaudación por inscripción: cantidad no inferior a 1€)
- **Voluntariado profesional:** corresponde tanto al segundo como al tercer nivel. La implicación de la comunidad universitaria en este voluntariado profesional puede realizarse sin coste, con un coste simbólico o pro-bono y coste ajustado.

En este caso la UPV asume un coste contable bien por la cesión de horas laborales, bien por cesión de espacios o recursos materiales.

5- CONCLUSIÓN:

Tal como se ha expuesto más arriba, el Voluntariado Corporativo se configura como herramienta eficaz de generación de valor para todos los implicados tanto la misma organización y su plantilla como las organizaciones sociales no lucrativas. Es decir, la Sociedad en su conjunto.

Dicha generación de valor se enmarca en la gestión de la Responsabilidad Social como criterio en todas sus actuaciones.

Esa inversión social de la organización implica la existencia de diferentes tipos de activos –financieros y no financieros, materiales e inmateriales- que deben ser



puestos a disposición de las causas sociales creando un puente en la organización y la Sociedad.

La eficiencia en la disposición de dichos activos depende de la correcta elaboración del programa de Voluntariado Corporativo para lo cual se parte de los siguientes puntos:

-1- Desarrollar el Plan de Voluntariado Corporativo a partir de la estrategia corporativa de RSU.

Dado que el Voluntariado Corporativo existe en la medida que integra las voluntades individuales de la comunidad universitaria, se deberá combinar una política de acción social estratégica –aquella decidida por los órganos de gobierno: implicación del Vicerrectorado de Empleo y Acción Social- con otra política orgánica –aquella en la que las propuestas nacen de los mismos voluntarios-

-2- Crear una comunidad virtual de personas interesadas en formar parte del programa de Voluntariado Corporativo. Para ello a dicha comunidad virtual se le dotará de herramientas básicas de comunicación en red.

Se refuerza la iniciativa individual dotándola de identidad dentro de la organización. Se facilita la comunicación así como el intercambio de ideas y el impulso de nuevas acciones.

-3- Selección de entidades con identificación de proyectos de interés común plasmados en acuerdos estratégicos de colaboración: convenios UPV – Organización No Lucrativa (ONL)

Se facilita la identificación de objetivos comunes incrementándose el potencial de acción de las partes implicadas. Ciertas acciones –por ejemplo campañas, microdonaciones- se llevaran a cabo más eficientemente si se cuenta con dichos convenios: la UPV facilita la actividad de sus voluntarios para alcanzar un objetivo determinado en el convenio y cuya logística puede ser asumida por una Organización No Lucrativa.



-4- La gestión del programa se realizará por un equipo designado al efecto.

La gestión del programa de voluntariado, según la acción emprendida, puede recaer en el equipo de trabajo del VOAS o bien formar un equipo de gestión integrado tanto por el VOAS como por personas voluntarias.

De uno u otro modo, la gestión del programa se dirigirá y coordinará por el VOAS.

-5- Análisis, selección y desarrollo de propuestas de proyectos y tareas de voluntariado.

Como estrategia de acción social, el Voluntariado Corporativo se retroalimenta de sus propios participantes por lo que deberá contemplar tanto las propuestas de la propia institución como aquellas nacidas de la iniciativa de su personal o planteadas como convenios de colaboración por ONL.

-6- Intercambio de experiencias con empresas afines. Benchmarking.

La observación de los proyectos y planes de voluntariado realizado en otras organizaciones, ya de características similares ya de diferente estructura, mejorará el planteamiento de nuestras propias acciones.

-7- Evaluar, registrar, visibilizar y reconocer.

Tras cada acción se debe realizar la evaluación pertinente para detectar tanto las fortalezas como debilidades y asumir las mejoras necesarias en próximas intervenciones. El registro de cada una de las fases de un proyecto permite la corrección en el momento oportuno.

Del mismo modo la visibilización y el reconocimiento de la participación e implicación de las personas voluntarias favorecen doblemente la continuidad del Voluntariado Corporativo. Por un lado refuerza positivamente el trabajo voluntario de la comunidad implicada y por otro da paso a nuevas iniciativas.

Así el Voluntariado Corporativo, como estrategia social en el marco de la Responsabilidad Social Universitaria, supone la asunción consciente del impacto de nuestra actividad en el conjunto social. Nuestros recursos son los de la misma Sociedad y la legitimidad ética de su disposición no pueden obviar nuestra responsabilidad como Universidad en la gestión de dichos recursos.



El Vicerectorado de Empleo y Acción Social, bajo la figura del Voluntariado Corporativo, asume activa y positivamente el desarrollo del criterio de la Responsabilidad Social Universitaria garantizando, así, el cumplimiento del principio de Igualdad de Oportunidades.