

# Las 7 diferencias del voluntariado corporativo en Latinoamérica y España

SEP - OCT 2011

Es algo conocido la importancia estratégica y los grandes intereses que muchas empresas españolas tienen hoy en día en América Latina. Se trata de un continente con cerca de 600 millones de habitantes, repartidos en 33 países en continuo proceso de cambio cultural, político y económico y con una profunda influencia ibérica (cultural y económica).

Estas características hacen que este continente sea especial en todos sus ámbitos, también en la manera de entender y desarrollar el voluntariado corporativo, desde que las multinacionales anglosajonas comenzaron a desarrollar actividades de voluntariado, hace casi veinte años. En este artículo se dan unas pinceladas de los principales elementos diferenciadores entre el voluntariado corporativo en España y en América Latina, para tener en cuenta especialmente por las empresas con presencia e intereses a ambos lados del Atlántico.

La situación socioeconómica del continente latinoamericano, hace por ejemplo, que las necesidades sociales sean diferentes, lo que afecta a la tipología de los beneficiarios de los programas de voluntariado; pero esta es solo una muestra de las diferencias (también similitudes) que se pueden encontrar entre programas de voluntariado en empresas de América Latina y empresas en España e incluso, entre actividades de voluntariado de empresas españolas a uno y otro lado del charco, que deberían tener en cuenta estas diferencias a la hora de programar actividades de voluntariado desde España hacia países latinoamericanos.

Así lo reflejan los datos desprendidos de los informes “Voluntariado corporativo en España y Latinoamérica: rasgos comunes y distintivos”, editado por Fórum Empresa y Fundar en 2010, y “Global companies volunteer globally”, de Global Corporate Volunteer Council.

**1 y 2. Temática y beneficiarios.** Las principales diferencias identificadas entre prácticas de voluntariado corporativo en América Latina y España se centran fundamentalmente en las temáticas de actuación y sus beneficiarios.

En América Latina destaca el interés por trabajar con segmentos con menor acceso a la educación, tanto escolar como profesional, focalizándose en las nuevas generaciones como los principales beneficiarios (el programa de voluntariado tipo en América Latina es un programa en el cual los voluntarios de una empresa se involucran en la educación de niños y jóvenes de barrios desfavorecidos, e incluso, en la construcción y mejora de escuelas).

En cambio, en España, el voluntariado corporativo no tiene un solo destinatario, sino que se enfoca hacia grupos en desventaja social como tercera edad, vecindarios problemáticos y discapacitados, en programas medioambientales o bien en programas de voluntariado de cooperación, siendo muy escasos estos dos últimos tipos de programas en América Latina.

**3. Relación entre RSE y voluntariado:** Las empresas en América Latina y España comparten una concepción común acerca de cómo se relaciona el voluntariado corporativo con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y la sustentabilidad en base a dos ideas principales: el voluntariado corporativo colabora con el desarrollo económico y social de las comunidades y, a su vez, permite incrementar las habilidades profesionales y personales de los colaboradores.

Prácticamente en todas las experiencias analizadas en el anteriormente citado informe “Voluntariado corporativo en España y Latinoamérica: rasgos comunes y distintivos” se observa que el voluntariado corporativo permite a las empresas desarrollar el sentido de orgullo y pertenencia a la compañía por medio de actividades que van en beneficio de la comunidad.

**4. Objetivos:** El fin último del voluntariado corporativo es distinto; así en los casos latinoamericanos prima la concepción del voluntariado corporativo como una herramienta de RSE que aporta al desarrollo de las comunidades en las que se asienta la empresa, mientras que en España, el enfoque está más orientado hacia la gestión de recursos humanos, lo que supone, especialmente en los últimos años, que se preste mucha atención a cumplir objetivos propios de departamentos de RRHH, mediante programas de voluntariado corporativo (motivación, retención del talento, desarrollo de competencias y habilidades, etc.).

Algo relativamente habitual en España es la involucración de los empleados en el proceso de decisión acerca de en qué ámbitos de actuación se va a centrar el programa de voluntariado de una empresa, algo que se da en una medida significativamente menor en América Latina. Estas diferencias se vinculan principalmente con los distintos niveles de desarrollo socioeconómico de ambas regiones.

**5. Actores implicados:** Un aspecto diferente entre ambos continentes, es la mayor presencia de organizaciones intermedias y ONG en España. Las entidades intermedias prestan un apoyo central al sector privado al participar en actividades de voluntariado con ONG, aportando eficiencia en las acciones y niveles de satisfacción más elevados de los colaboradores que participan en los programas. En América Latina, en cambio, es bastante habitual encontrar programas de voluntariado corporativo gestionado directamente por grandes empresas, sin contar, o haciéndolo de forma residual, con esas entidades intermedias y, en numerosas ocasiones, sin las propias ONG.

**6. Implicación del Gobierno:** Otro rasgo a tener en cuenta, es que en el contexto latinoamericano se dan situaciones en las cuales el sector público invita al sector privado a colaborar conjuntamente en la resolución de problemas básicos y urgentes, por ejemplo, luchar contra la extrema pobreza, asegurar la educación de los más jóvenes y garantizar el acceso a infraestructuras elementales, como se pudo observar por ejemplo, en el gran terremoto de Chile del año 2010.

En España es poco habitual que exista una relación directa entre una compañía y el sector público a la hora de desarrollar voluntariado corporativo y, en todo caso, lo que se suele encontrar cada vez más es un sector público que anima e impulsa este tipo de involucración de las empresas en su entorno.

**7. Planificación y estrategias:** En lo que respecta al diseño de planes y estrategias de voluntariado corporativo, se observan tres tipos de gestión internacional para estos programas: programas locales, globales y programas “glocales”. Una consecuencia del desarrollo de programas globales de voluntariado corporativo es la transferencia hacia Latinoamérica de prácticas concebidas principalmente en España, que permite el enriquecimiento y fortalecimiento de prácticas locales pero, a la vez, crea un riesgo de unilateralidad donde la transferencia prima sobre el intercambio.

En el otro extremo, los programas locales permiten la mayor adaptación al contexto específico, pero pueden tener un menor alineamiento y padecer de la ausencia de un enfoque común con los distintos programas de la empresa. Además, pueden darse importantes disparidades en la calidad e impacto de las prácticas. A la hora de expandir un programa de voluntariado corporativo en otros ámbitos geográficos, la que ofrece mayor garantía de éxito es la opción “glocal”, que consiste en definir directrices globales que son adaptadas a la realidad local del país.

Por tanto, resulta de gran interés seguir de cerca cómo están gestionando sus programas de voluntariado corporativo empresas latinoamericanas, porque, debido en buena medida a los mayores problemas sociales, a la proximidad de estos problemas a los empleados de cualquier empresa y, en parte, a la menor cantidad de recursos con los que cuentan, ha hecho que los empleados se involucren de forma muy especial y con mucha imaginación.

No es nada extraño encontrarse con grandes empresas españolas gratamente sorprendidas por cómo sus filiales latinoamericanas han puesto en marcha un programa de voluntariado casi de niveles de involucración y resultados mucho mejores que los de sus colegas españoles. Es otra magnífica oportunidad para girar un poco la cabeza hacia ese gran continente.

**Por Juan Ángel Poyatos**