

INVERSIÓN PARA EL DESARROLLO EN CENTROAMÉRICA

Estudio línea base sobre filantropía e inversión social

PANAMÁ



INVERSIÓN PARA EL DESARROLLO EN CENTROAMÉRICA

Estudio línea base sobre filantropía e inversión social

Este Estudio ha sido desarrollado por la Red INTEGRARSE en Centroamérica con el financiamiento y en coordinación con la Seattle International Foundation y con el apoyo de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) en Panamá. El Estudio no hubiera sido posible sin la colaboración de las organizaciones que forman parte de la Red INTEGRARSE; AED en Costa Rica, Centrarse en Guatemala, Fundahrse en Honduras, Fundemás en El Salvador, Unirse en Nicaragua y Sumarse en Panamá.

EQUIPO TÉCNICO:

Consultor regional: Imre Petry

Consultores por país:

Costa Rica: Leyla Solano Pacheco

Guatemala: Diego Sebastián Mendoza Marroquín

Honduras: Eugenio Sánchez

El Salvador: Mario López

Nicaragua: Hania Miranda Castillo

Panamá: Carolina Freire

Arquitectura de la Información, Diseño y Diagramación:

TON!C Estrategias Responsables de Negocio



PRÓLOGO

INVERSIÓN SOCIAL EN PANAMÁ

Con el apoyo de la Seattle Foundation, el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF), la Agencia de Cooperación Española (AECID), y la Red INTEGRARSE, Sumarse realizó en Panamá el “Estudio Línea de base sobre Filantropía e Inversión Social” con el objetivo de conocer, comprender y analizar las acciones que en términos de filantropía e inversión social realiza el sector privado en el país, así como su alcance y magnitud.

El Estudio permitió identificar a las 10 principales empresas que asignan recursos en estos rubros y a las 10 principales Organizaciones No Gubernamentales (ONG) que ejecutan estos presupuestos.

Para la realización del Estudio se aplicaron diversas herramientas de investigación de fuentes primarias y secundarias, cuantitativas y cualitativas en las que participaron empresas y ONG.

Además el Estudio en Panamá incluyó un análisis específico sobre la inversión social en educación que obedece al interés de UNICEF de generar un mapeo de los principales stakeholders o actores en materia de educación y determinar las características específicas y alcances de la inversión en este rubro, así como las oportunidades y retos para su canalización e impacto.

Los resultados de la investigación evidencian el crecimiento y la consolidación de la inversión social como herramienta central de las estrategias de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y sostenibilidad entre el sector privado.

A pesar de que la inversión social es una práctica emergente en Panamá, se pueden identificar dos factores principales que la motivan y que permiten su crecimiento. Por un lado, está la necesidad de mantener el legado filantrópico del fundador

de la organización, y por otro, ejecutar las políticas de sostenibilidad de la empresa.

El Estudio demuestra que el sector privado es un poderoso aliado para el desarrollo que opta por ejecutar proyectos propios de inversión social y canaliza recursos a través de ONG en igual medida. Cuando recurre a la segunda opción, las ONG aliadas se seleccionan en función de su credibilidad, la alineación de sus proyectos con la estrategia de RSE de la empresa y su capacidad de ejecución.

En promedio, en los últimos 3 años, las empresas participantes en el Estudio han invertido 29.5 millones de dólares anuales¹ en el sector social.

Además de los recursos económicos y en especie, la mayoría de las empresas involucran a sus colaboradores en iniciativas sociales a través de programas de volun-

¹ De las 117 empresas invitadas a participar en el Estudio, un total de 27 compartieron los montos específicos que destinan en su inversión social.

tariado corporativo para establecer y reforzar los vínculos con la comunidad.

Las empresas destinan recursos en dos líneas principales: para mitigar el impacto de sus operaciones en las comunidades de influencia, y para abordar algunos de los principales retos sociales y económicos del país. Las principales beneficiarias de estos proyectos son las comunidades de impacto directo de la empresa, seguidas por la niñez y la juventud.

Dentro de los temas de inversión social corporativa en el país la educación es, sin duda, el principal, abordado tanto desde la mejora en la infraestructura y el equipamiento educativo, como en la calidad de la enseñanza. Para las empresas, la calidad de la educación afecta directamente al recurso humano, lo que, desde su perspectiva, compromete su productividad y por ende la competitividad del

sector y del país. Muchas empresas están ejecutando proyectos de educación en sus áreas de influencia de manera directa (becas académicas para los hijos de sus colaboradores y/o para beneficiarios de su área de operación) o a través de alianzas con ONG como estrategia de superación de la pobreza y para mejorar la calidad de la mano de obra que eventualmente pueda ingresar a la fuerza laboral de la empresa y del país.

Respecto a cómo es la ejecución de los proyectos y programas de inversión social y filantropía, el Estudio muestra que la mayoría de las empresas reconocen la necesidad de gestionarlas como parte de la estrategia y estructura corporativa, apoyándose de las unidades de RSE / Sostenibilidad o de fundaciones empresariales.

Por último los resultados del Estudio evidencian que, a medida que crecen la inver-

sión social y la filantropía, también surgen desafíos relacionados con su conceptualización y ejecución. Por un lado, se debe madurar de una visión meramente caritativa hacia una visión estratégica ligada al negocio de la empresa y su estrategia de sostenibilidad. Por otro lado, las empresas requieren fortalecer sus sistemas de monitoreo y evaluación a fin de medir el impacto de su inversión social, a la vez que colaboran con sus aliados en el sector no gubernamental para fortalecer su capacidad de implementación y monitoreo.

El documento a continuación presenta más detalladamente los principales hallazgos del Estudio, contextualizándolos en el contexto de desarrollo del país. Si bien estos resultados no son representativos de todo el sector corporativo, se pueden tomar como línea de base que contempla una muestra de empresas y ONG nacionales.



ÍNDICE

P.04 PRÓLOGO

P.08 I. INTRODUCCIÓN

- P.08 1.1 EL CONTEXTO DE DESARROLLO
- P.10 1.2 LA INVERSIÓN SOCIAL Y FILANTROPÍA
- P.12 1.3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO
- P.13 1.4 METODOLOGÍA
- P.15 1.5 LA CONTRIBUCIÓN DEL ESTUDIO

P.18 II. LA INVERSIÓN SOCIAL Y LA FILANTROPÍA EN PANAMÁ

- P.18 2.1 LOS ACTORES CONSULTADOS
- P.20 2.2 FOCO Y DESTINOS DE LA INVERSIÓN SOCIAL
- P.22 2.3 PRINCIPALES HALLAZGOS
- P.30 2.4 RECURSOS PARA LA INVERSIÓN SOCIAL

P.32 III. INVERSIÓN SOCIAL EN EDUCACIÓN

- P.32 3.1 MOTIVACIONES
- P.32 3.2 CATEGORÍAS DE INVERSIÓN
- P.33 3.3 PROGRAMAS DE INVERSIÓN SOCIAL EN EDUCACIÓN
- P.33 3.4 MEDICIÓN
- P.34 3.5 CAMBIOS EN POLÍTICAS
- P.34 3.6 RECURSOS
- P.34 3.7 ALIANZAS
- P.34 3.8 OPORTUNIDADES

P.36 IV. LOS RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LA INVERSIÓN SOCIAL EN PANAMÁ

P.38 ANEXOS

- P.38 ANEXO 1. HERRAMIENTA: ENCUESTA A EMPRESAS
- P.40 ANEXO 2. HERRAMIENTA: ENCUESTA A ONG
- P.42 ANEXO 3. HERRAMIENTA: GUÍA DE ENTREVISTA A EMPRESAS
- P.44 ANEXO 4. HERRAMIENTA: GUÍA DE ENTREVISTA A ONG
- P.45 ANEXO 5. HERRAMIENTA: GUÍA PARA GRUPO FOCAL

1. INTRODUCCIÓN

1.1 EL CONTEXTO DE DESARROLLO

Conocer el contexto de desarrollo del país es particularmente importante para comprender la situación económica y social dentro de la cual se enmarcan las inversiones sociales.

Panamá es un país de ingreso medio que en la última década ha experimentado uno de los ritmos de crecimiento económico más acelerados de América Latina y el Caribe.

Entre 2010 y 2014, la tasa promedio de crecimiento anual porcentual del PIB fue de 6.2%. El Índice de Desarrollo Humano (IDH), que refleja el crecimiento del PIB per cápita y los avances del país en materia de salud y educación de los últimos años, alcanzó en 2014 la cifra de 0.765, lo que ubica al país en la posición número 65 entre 187 países del mundo. Según el IDH, el ingreso bruto per cápita en 2014 se mantenía en \$16,379, el más alto de Centroamérica. El mismo Índice revela

que la esperanza de vida al nacer se ubicaba en 77.6 años 2014 y la tasa combinada de matrícula escolar en 9.4 años.

Este crecimiento económico contribuyó a una reducción significativa en los niveles de pobreza. Según datos del Ministerio de Economía y Finanzas, la pobreza general y la pobreza extrema se redujeron de 29.8% a 25.8% y de 12.2% a 11%, respectivamente, entre 2010 y 2014.

Si bien la pobreza en Panamá ha disminuido de forma sostenida en los últimos años, aún persisten desafíos relacionados con la desigualdad en la distribución de las oportunidades y el acceso a servicios críticos para la formación del capital humano.

Uno de los principales desafíos nacionales es el alto nivel de desigualdad expresado en el índice de Gini que mide, en una escala de 0 a 100, la variación de la

distribución del ingreso entre individuos u hogares en una economía respecto de la distribución igualitaria. Al 2012, dicho coeficiente medido por el Banco Mundial era de 51.9.

Esta desigualdad se expresa en las amplias brechas entre la población urbana y la población rural e indígena, donde se concentra principalmente la pobreza. Mientras que al 2014 la pobreza en áreas urbanas era de 13.8%, en las áreas rurales abarcó a la mitad de la población (49.7%).

Las comarcas indígenas de Guna Yala, Ngäbe Buglé y Emberá Wounaan así como sus provincias limítrofes; principalmente Darién, Bocas del Toro y Veraguas, registran los más altos índices de pobreza. La Comarca Ngäbe Buglé es la región más pobre del país con una proporción de personas en pobreza que asciende a 89.2%.

En las comarcas de Kuna Yala y Emberá Wounaan, es de 80.7% y 70.9% respectivamente. La desigualdad también se ve expresada en las brechas de calidad y cobertura de los servicios básicos como la educación, la salud, el agua y saneamiento, entre otros.

EDUCACIÓN

En educación, Panamá ha tenido importantes avances en las últimas décadas, especialmente en el acceso y la cobertura en todos los niveles de enseñanza. Entre los logros más significativos se incluyen la cobertura universal en primaria, la reducción de la deserción escolar, una mayor permanencia de niños y niñas en el sistema, el inicio de la atención y educación en la primera infancia, así como mejoras en la paridad entre los géneros en la enseñanza primaria. Además se han aumentado los niveles de alfabetización, los años promedio de educación y la cantidad de docentes con educación superior. Sin embargo, persisten brechas que se expresan en la cobertura y la calidad de la oferta, lo que afecta principalmente a las comarcas indígenas y áreas rurales.

Las comarcas indígenas y provincias de alta dispersión geográfica como Darién, por ejemplo, alcanzan apenas 3.5 años y 5.5 años en promedio de escolaridad, respectivamente.

La falta de educación primaria completa coloca a estas áreas en una situación de mayor vulnerabilidad de pobreza y exclusión, ya que durante los cuatro o cinco años de primaria se adquieren los conocimientos en lectura, escritura y cálculos. El número de años aprobados está muy por debajo del requerido para superar el umbral de la pobreza, que ha estimado la CEPAL en 13 años en el caso de Panamá.

Otro de los desafíos principales de la educación panameña es la calidad. Este desafío se evidencia con los resultados

del país en diversas pruebas de aprendizaje como PISA y TERCE.

Aunque Panamá mantiene la posición número 40 en el Índice Global de Competitividad publicado por el Foro Económico Mundial (2013–2014), el organismo destaca que la calidad de la educación es uno de los principales retos del país frente a la competitividad. De hecho, la posición de Panamá en este ranking desciende de la posición 75 al evaluarse su sistema educativo, a la posición 114 al evaluarse la calidad de la enseñanza en ciencia y matemáticas.

SALUD Y NUTRICIÓN

A pesar de que los indicadores de salud promedio del país reflejan avances importantes, las brechas respecto al acceso, la cobertura y la calidad de la misma persisten especialmente en áreas rurales e indígenas.

Estas brechas se reflejan en el estancamiento, e incluso retroceso, de los indicadores de mortalidad materna y mortalidad infantil, los cuales el país se comprometió a reducir al 2015, como parte de los compromisos de la Cumbre del Milenio del 2000.

Otro de los principales desafíos en materia de salud pública y desarrollo humano que enfrentamos es la malnutrición infantil. La Encuesta de Niveles de Vida elaborada por el Ministerio de Economía y Finanzas en el 2008 revela que el 19% de los niños y niñas panameños menores de 5 años tiene desnutrición crónica, es decir, una baja talla para su edad.

Para hacer frente a estos desafíos, la inversión social pública ha crecido de manera sostenida en los últimos años. El IV Informe de País de los Objetivos de Desarrollo del Milenio publicado por el Sistema de Naciones Unidas y la Secretaría Técnica del Gabinete Social en 2014 indi-

ca que el Gasto Público Social se elevó a 8,568.5 millones de dólares en el 2013, lo que representa un incremento de 17.8% respecto al 2012. Esta cifra supone el 47.2% del gasto total del sector público y el 20.1% del PIB a precios corrientes.

Como respuesta a esta situación, el Gobierno Nacional impulsa una serie de políticas, programas e iniciativas dirigidas hacia las poblaciones en situación de pobreza y vulnerabilidad social entre los que se encuentran los Programas de Transferencia Monetaria Condicionada (PTMC) como la Red de Oportunidades, el Ángel Guardián, 120 a los 65 y la Beca Universal. Además, se ofrecen becas académicas, bonos de vivienda y construcción de viviendas de interés social, e incentivos a la empleabilidad juvenil, entre otros.

1.2 LA INVERSIÓN SOCIAL Y FILANTROPÍA

Para el presente Estudio se tomó como base la definición de inversión social que presenta la norma internacional ISO 26000 de Responsabilidad Social. Este marco nos permite enfocar las acciones de filantropía e inversión social desde una perspectiva global como parte de la sostenibilidad de una organización y/o institución.

Según ISO 26000,

Además, la norma presenta una serie de expectativas relacionadas con la inversión social como:

1. Alineamiento estratégico: enmarcar las inversiones sociales en una estrategia de sostenibilidad de la organización;
2. Alineamiento de la inversión social con las necesidades y prioridades de las comunidades;
3. Alineamiento de la inversión social con las prioridades establecidas en las políticas locales y nacionales;
4. Participación activa de las comunidades en todo el ciclo de los proyectos de inversión social;
5. Empoderamiento y sostenibilidad: "...evitar acciones que perpetúen la dependencia de la comunidad..."³;
6. Enfoque de mejora continua, lo que implica medir resultados y buscar mayor eficiencia y eficacia de las inversiones sociales;
7. Alianzas estratégicas hacia un impacto colectivo; y
8. Enfoque en las poblaciones de mayor vulnerabilidad. Cada iniciativa de inversión social y filantropía presentará mayores o menores niveles de cumplimiento con las expectativas antes mencionadas.

"...la inversión social aparece cuando las organizaciones invierten sus recursos en iniciativas y programas orientados a mejorar aspectos sociales de la vida en comunidad. Los tipos de inversiones sociales podrían incluir proyectos relacionados con educación, formación, cultura, cuidado de la salud, generación de ingresos, desarrollo de infraestructuras, mejora del acceso a la información o cualquier otra actividad que promueva el desarrollo económico y social."

"La inversión social no excluye la filantropía (por ejemplo, subsidios, voluntariado y donaciones)."²

² ISO 26000, Materia fundamental: Participación activa y desarrollo de la comunidad (6.8); Asunto 7 sobre la participación activa y desarrollo de la comunidad: inversión social (6.8.9).

³ Ibid.

Tabla 1. Inversión social y expectativas según ISO 26000

	EN MAYOR GRADO	EN MENOR GRADO
1. ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO	SE REALIZAN INVERSIONES SOCIALES COMO PARTE DE UNA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD DE LA ORGANIZACIÓN Y, POR ENDE, SE ENFOCAN EN TEMAS MATERIALES PARA LA SOSTENIBILIDAD	LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL NO SE ENMARCAN EN UNA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD Y, POR ENDE, NO NECESARIAMENTE ATIENDEN A LOS TEMAS MATERIALES DE SOSTENIBILIDAD
2. ALINEAMIENTO CON NECESIDADES LOCALES	LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL ESTÁN ENFOCADOS EN LOS TEMAS PRIORITARIOS PARA EL DESARROLLO DE LA COMUNIDAD; SON PERTINENTES	LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL NO PARTEN DE LOS PRINCIPALES RETOS DE DESARROLLO LOCAL; NO SON NECESARIAMENTE PERTINENTES
3. ALINEAMIENTO CON POLÍTICAS PÚBLICAS	LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL ESTÁN EN CONCORDANCIA CON LAS PRIORIDADES Y RECURSOS DEFINIDOS EN POLÍTICAS PÚBLICAS	LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL NO FUERON DISEÑADOS CONTEMPLANDO LAS POLÍTICAS PÚBLICAS (LOCALES Y NACIONAL)
4. PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LA COMUNIDAD	LA COMUNIDAD LOCAL (PARTE INTERESADA) PARTICIPA ACTIVAMENTE EN TODO EL CICLO DEL PROYECTO DE INVERSIÓN SOCIAL	NO HAY PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LA COMUNIDAD, PRINCIPALMENTE EN LA ETAPA DE DISEÑO DEL PROYECTO DE INVERSIÓN SOCIAL
5. EMPODERAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD	EL PROYECTO DE INVERSIÓN SOCIAL ESTÁ DISEÑADO PARA SER AUTO-SOSTENIBLE DESPUÉS DE UN DEBIDO TIEMPO	EL PROYECTO DE INVERSIÓN SOCIAL REQUIERE UN FLUJO PERMANENTE DE RECURSOS EXTERNOS PARA MANTENERSE
6. MEJORA CONTINUA: MEDICIÓN Y EFICACIA	LA EJECUCIÓN DE PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL INCLUYE COMPONENTES DE MEDICIÓN DE RESULTADOS E IMPACTOS	NO SE MIDEN LOS RESULTADOS E IMPACTOS DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL
7. ALIANZAS ESTRATÉGICAS	LA INVERSIÓN SOCIAL SE ENMARCA EN UNA SERIE DE ALIANZAS OPERATIVAS Y ESTRATÉGICAS; SE BUSCAN SINERGIAS EN LAS INVERSIONES POR MEDIO DE ALIANZA CON ENTES PÚBLICOS Y PRIVADOS	LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL NO CONTEMPLAN ALIANZAS ESTRATÉGICAS; SON PROYECTOS AISLADOS DE OTRAS INICIATIVAS PÚBLICAS Y/O PRIVADAS; NO HAY SINERGIAS
8. POBLACIONES DE MAYOR VULNERABILIDAD	LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL BUSCAN LA REDUCCIÓN DE VULNERABILIDADES DE POBLACIONES ESPECÍFICAS	LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN NO ESTÁN DIRIGIDOS A LAS POBLACIONES DE MAYOR VULNERABILIDAD

1.3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El objetivo central del presente estudio exploratorio es definir una línea base en materia de inversión social en Centroamérica y especialmente en Panamá, identificando los recursos que aporta el sector privado nacional o extranjero para iniciativas de inversión social y filantropía, así como el destino de estos recursos, ya sean aportados directamente y/o sean canalizados mediante ONG que operan en Centroamérica.

Los objetivos específicos del estudio son los siguientes:

1 Identificar las principales empresas u organizaciones empresariales que aportan recursos para la inversión social y filantropía en seis países de la región.

2 Identificar los principales temas abordados por las empresas y ONG's ejecutoras de proyectos de inversión social y cómo estos se alinean con los retos para el desarrollo regional y la estrategia de sostenibilidad de la empresa.

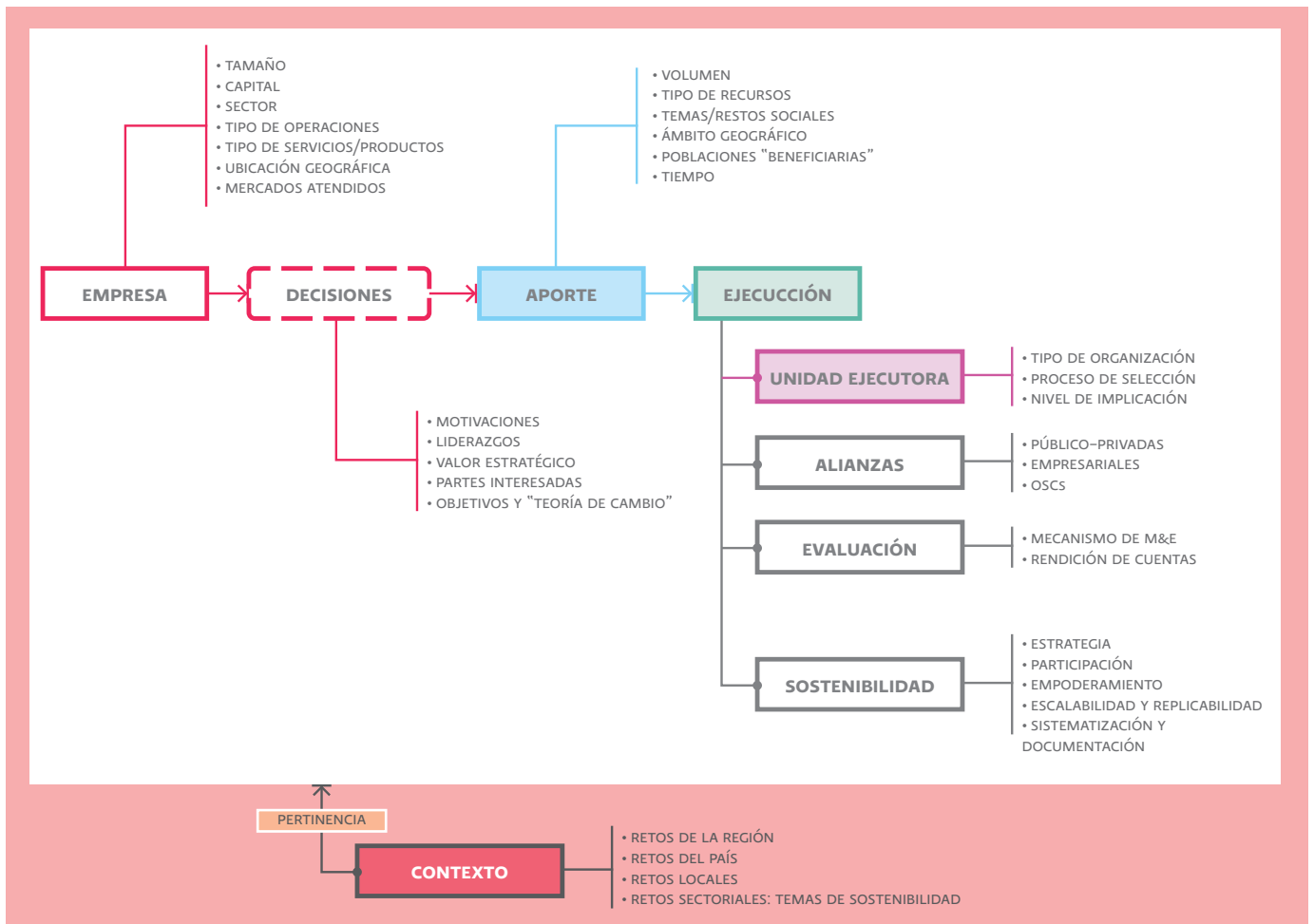
3 Identificar los mecanismos y lógicas de intervención, considerando: (a) los focos y destinos de la inversión social, (b) los mecanismos de ejecución, (c) el monitoreo y seguimiento, (d) la comunicación y (e) la sostenibilidad.

4 Identificar los retos y oportunidades para la inversión social en la región, desde una perspectiva de eficacia de los proyectos, generación de capacidades institucionales e incidencia en políticas públicas.

1.4 METODOLOGÍA

La investigación fue planteada desde un marco de estudio exploratorio, buscando dar respuesta a las diferentes dimensiones de la inversión social en seis países de la región.

Figura 1. Esquema de información recopilada



La recolección y y sistematización de la información se llevó a cabo en tres etapas:

Primera etapa:

Consistió en la aplicación de una encuesta a empresas y una encuesta a ONG, con la finalidad de contar con la información de línea base en cuanto a:

- Información básica de las empresas: sector de actividad económica, número de colaboradores/as (permanentes y temporales) y procedencia del capital;
- Temas y poblaciones atendidas con los proyectos de inversión social;
- Existencia de alianzas estratégicas y/u operativas;
- Motivaciones para la inversión social;
- Recursos invertidos; y
- Voluntariado.

En el caso de las encuestas dirigidas a la ONG, los temas abordados fueron:

- Información general de la organización: número de colaboradores/as (permanentes y temporales);
- Temas y poblaciones atendidas con los proyectos de inversión social;
- Existencia de alianzas estratégicas y/u operativas;
- Principales comunidades atendidas; y
- Fuentes de financiamiento, recursos provenientes del sector privado y presupuesto anual.

Segunda etapa:

En esta fase se realizaron entrevistas en profundidad a los líderes de las empresas y ONG elegidas, para profundizar en la investigación de temas específicos como:

- El foco y destino de la inversión social;
- La estructura y los canales de aporte: liderazgo y canales de ejecución;
- Los recursos invertidos: tipo de recursos, factores que influyen y monto anual promedio;
- La ejecución de proyectos: propia y por terceros;
- El monitoreo y la evaluación;
- Alianzas estratégicas y desarrollo institucional; y
- Sostenibilidad.

En el caso de las entrevistas a ONG, se propusieron los siguientes temas:

- Los temas de inversión y abordajes;
- El recurso humano y financiero: captación de recursos y profesionalización del recurso humano;
- La organización: planificación estratégica, alianzas, evaluación y rendición de cuentas; y
- El presupuesto anual.

Tercera etapa:

Finalmente se llevó a cabo un taller para realizar un grupo focal con las empresas y ONG elegidas con el objetivo de compartir los principales hallazgos, sistematizar, discutir y profundizar sobre los temas

críticos para la inversión social, específicamente:

1. Retos y oportunidades para la inversión social,
2. Alianzas estratégicas para el desarrollo sostenible y
3. Monitoreo y evaluación de proyectos y programas de inversión social.

En los Anexos 1-5 se adjuntan las herramientas utilizadas en el proceso de recopilación de la información.

1.5 LA CONTRIBUCIÓN DEL ESTUDIO

El “Estudio Línea de base sobre Inversión Social y Filantropía” contribuye a enriquecer el conocimiento que se ha venido construyendo en Panamá y la región centroamericana sobre RSE en los últimos años.

Si bien la RSE —y por consiguiente la inversión social— se ha ido afincando en las políticas y prácticas corporativas, aún queda espacio para conocer a mayor profundidad las características y tendencias de la misma.

En virtud de lo anterior, el Estudio contribuye a:

- Generar una mayor comprensión de la visión de la RSE y/o estrategias de sostenibilidad que tienen las empresas que operan en Panamá.
- Comprender los factores que motivan a las empresas a canalizar parte de sus ganancias hacia la materialización de objetivos sociales y ambientales.
- Tipificar la inversión social, en términos de los instrumentos que utilizan las empresas para su implementación.
- Dimensionar el alcance de la inversión social entre el sector corporativo, es decir, los montos específicos que destinan las empresas hacia fines sociales. Este tipo de estudio es inédito en el país y la región, lo que se constituye en una contribución innovadora al análisis del sector nacional y regional.
- Comprender las áreas temáticas y poblaciones hacia las cua-

les se dirige la inversión social corporativa.

- Conocer los modelos y estructuras de gobernanza al interior de las empresas a partir de los cuales se toman las decisiones sobre inversión social y se ejecutan las mismas.
- Entender los mecanismos de monitoreo y evaluación utilizados para medir los resultados y evaluar el impacto.
- Comprender los criterios que utilizan las empresas para la selección de socios para la implementación, especialmente las ONG.
- Entender la utilización de alianzas estratégicas para la potenciación de impactos sobre el desarrollo.
- Comprender los desafíos que identifican las empresas para la inversión social en el país, a fin de que este insumo sea útil para informar la toma de decisiones, generar debates y buscar soluciones.

“El Estudio contribuye a dimensionar el alcance y montos específicos de la inversión social que fluye del sector corporativo hacia el sector social, lo que se constituye en una contribución innovadora al análisis nacional y regional.”

- Identificar áreas de trabajo para las organizaciones que forman parte de la Red INTEGRARSE (ARSE) en cada país. A partir de los hallazgos, las ARSE pueden desarrollar herramientas, metodologías, e inversiones que ayuden tanto a las

empresas como a las ONG a mejorar y potenciar la inversión social en la región.

- Identificar áreas comunes de trabajo o temáticas que sirvan para el intercambio de experiencias entre las ARSE a partir de las similitudes o características encontradas entre los diferentes países.

Desde la perspectiva de las ONG, el Estudio también es un insumo valioso ya que contribuye a una mayor comprensión sobre:

- Las principales temáticas hacia las cuales están dirigidos los esfuerzos de las ONG.
- Las principales poblaciones beneficiarias de la labor de las ONG en el país.
- Los mecanismos utilizados por el sector para la recaudación de fondos y las principales fuentes de los mismos.
- Sus perspectivas frente a la recaudación de fondos en el futuro.
- Su visión frente a la construcción y gestión de alianzas estratégicas con el sector privado, gubernamental y no gubernamental.
- Las potenciales áreas de mayor colaboración entre empresas y ONG.
- Los elementos que buscan las empresas en las ONG al momento de seleccionar socios para la ejecución de proyectos.
- Las áreas en las que las ONG requieren fortalecerse, lo cual puede servir de insumo para el desarrollo de herramientas y metodologías para las ARSE de la región.

“El Estudio contribuye a dimensionar el alcance y montos específicos de la inversión social que fluye del sector corporativo hacia el sector social, lo que se constituye en una contribución innovadora al análisis nacional y regional.”

Finalmente, el Estudio es una base comparativa de las características y tendencias de la inversión social entre países de Centroamérica.

Al ser aplicado en 6 países bajo los mismos parámetros y con la misma metodología, contribuye a generar elementos de comparación que alimentan el análisis, permiten contrastar elementos, y verificar la existencia de similitudes.

Para las ARSE, el Estudio aporta elementos para la construcción de una agenda común de trabajo en la región centroamericana, tanto para apoyar a las empresas a generar mayor impacto social a partir de sus inversiones, como para fortalecer a las ONG como socias del sector privado en esta tarea.

2. LA INVERSIÓN SOCIAL Y LA FILANTROPÍA EN PANAMÁ

2.1 LOS ACTORES CONSULTADOS

La primera fase del Estudio consistió en la aplicación de una encuesta virtual a empresas y ONG. La principal fuente de información para elaborar la lista de empresas consultadas fue la membresía de Sumarse, que fue además complementada con información documental de otras empresas que mantienen programas de RSE en el país.

La lista de ONG se derivó también de la membresía de Sumarse así como del directorio virtual de ONG que mantiene la plataforma Ponteenalگو.com, centro virtual de voluntariado del país, y la lista de integrantes de la Red Nacional de Derechos Humanos.

En total 117 empresas fueron contactadas e invitadas a participar de la encuesta. De ellas, finalmente 33 contestaron la encuesta, lo que representa el 28%.

guros, S.A; Banco General; Banistmo; Bayer, S.A.; Cable Onda; Casa de las Baterías; CEMEX Panamá; Cervecería Nacional; Cervecería Panamá; COPA Airlines; Constructora Meco; Do It Center; Empresas Bern, S.A.; Felipe Motta, S.A.; Grupo Corporativo Pérez; Grupo Wisa, S.A.; Grupo Melo; Morgan & Morgan; Mossack Fonseca & Co., S.A.; Nestlé; Northbay International, Inc.; Odebrecht; Petroterminal de Panamá, S.A.; Procter and Gamble; Productos Toledano; Proyectos Mar Azul, S.A.; Samsung Electronics Latinoamérica; Supermercado Super Xtra; Tecnoserve International S.A.; Telefónica Móviles Panamá; y Varela Hermanos.

De las 136 ONG a quienes les fue remitida la encuesta, un total de 42 contestaron el cuestionario, lo que equivale a un tercio del universo.

A continuación se presenta una lista, en orden alfabético, de las organizaciones que contestaron la encuesta:

- AFS Programas Interculturales
- Aid for Aids Panamá
- Alianza Ciudadana Pro Justicia
- Asociación Amigos de la Tierra
- Asociación Amistad Argentino-Panameña
- Asociación Luz y Vida
- Asociación Nacional contra el Cáncer
- Asociación Nacional para la Conservación de la Naturaleza
- Asociación Panameña de Apoyo al Niño Quemado
- Asociación Pro Juventud de San Felipe

- Asociación Pro Niñez Panameña
- Centro de Desarrollo y Pesca Sustentable
- Centro Regional RAMSAR
- Club Kiwanis de Panamá
- Club Rotaract Panamá Nordeste
- Explora Centro de Ciencias y Arte
- FUDESSOS
- Fundación Amaneceres
- Fundación Avifauna
- Fundación Carmen Conte Lombardo
- Fundación Jesús Luz de Oportunidades
- Fundación Infantil Ronald McDonald
- Fundación Laboral de Jóvenes y Adultos con Discapacidad
- Fundación Mar Viva
- Fundación Niños de Cristal
- Fundación para la Protección de Mar
- Fundación San Francisco de Asís
- Fundación Soy Capaz
- Fundación Suiza de Cooperación para el Desarrollo
- Fundación Voluntarios de Panamá
- Instituto Panameño de Derecho y Nuevas Tecnologías
- Make a Wish
- Movimiento Nueva Generación
- Olimpiadas Especiales
- Organización de Ayuda Integral para el Desarrollo (ODAID)
- Panama Green Building Council
- Patronato Gimnasio Kiwanis
- Patronato Luz del Ciego
- Red Nacional de Apoyo a la Niñez y Adolescencia
- United Way Panamá
- Vicariato Apostólico de Darién
- Felipe Motta, S.A.
- Grupo Corporativo Pérez
- Grupo Melo
- Grupo Wisa
- Manzanillo International Terminal
- Morgan & Morgan
- Motta Internacional
- Odebrecht
- Samsung Latinoamérica

La segunda fase del Estudio consistió en entrevistas a profundidad a una selección de 20 empresas y 20 ONG. Las empresas fueron seleccionadas según los siguientes criterios: (i) que participasen en la primera fase del estudio (respuesta a encuesta virtual); (ii) que registrasen los montos de inversión social más elevados; y (iii) que representasen una diversidad de los sectores económicos de las empresas participantes de la encuesta virtual. En total se realizaron 14 entrevistas a profundidad a las siguientes empresas:

Respecto a las ONG, hubo 7 participantes en este proceso de entrevistas en profundidad: ANCON, Avifauna, Fundación Pro Ed, Fundación Valórate, Jesús Luz de Oportunidades, Olimpiadas Especiales y Techo Panamá.

La tercera fase del Estudio consistió en la realización de un grupo focal a una selección de empresas y ONG para la presentación y validación de los resultados del estudio. Las empresas participantes fueron: Argos, CEMEX, Copa Airlines y Morgan & Morgan. Las ONG participantes fueron: ANCON, Fundación Valórate y Casa Esperanza.

“117 empresas y 136 ONG fueron invitadas por Sumarse a participar en el estudio a través de una encuesta virtual”.

2.2 FOCO Y DESTINOS DE LA INVERSIÓN SOCIAL

La inversión social en Panamá se dirige a diversas causas y organizaciones. Sin embargo, como ya se mencionó anteriormente, la educación es la principal temática hacia la cual tanto empresas como ONG en país asignan recursos.

ONG

El 78% de las ONG encuestadas dirigen sus esfuerzos de inversión social a la mejora de la educación, situando el tema en el principal foco de inversión de estas organizaciones.

En segundo lugar, calificado como “otras” por las ONG, se incluye la inversión social hacia la población con discapacidad, el fortalecimiento institucional, el voluntariado, las enfermedades de alto riesgo, el acceso a la justicia y la defensa de los derechos humanos, la tecnología y la pesca sustentable.

En tercer lugar se ubica el medio ambiente. En cuarto y quinto lugar están las inversiones en juventud y cultura y deporte, respectivamente.

En la tabla a continuación se presentan las principales temáticas hacia las cuales las ONG dirigen sus esfuerzos:

Tabla 2. Cinco principales temas hacia los cuales se dirige la inversión de las ONG (% de ONG encuestadas)

Temáticas	Porcentaje
Educación	73.6%
Otro	44.7%
Medio Ambiente	36.84%
Juventud	28.95%
Cultura y Deporte	28.95%

Fuente: Datos aportados a través de la aplicación de la Encuesta de Inversión Social a Empresas y ONG

Las principales poblaciones atendidas por las ONG en Panamá son, en orden de importancia: adolescentes, niños, juventud, personas en condición de pobreza, personas con discapacidad, comunidades indígenas, mujeres, adultos mayores y migrantes. La población infantil y adolescente del país emerge como la principal beneficiaria de la inversión social canalizada a través de las ONG.

En el renglón de “otros” beneficiarios, se menciona a la población en general que es sujeto de las campañas y actividades que realizan las organizaciones, así como las propias ONG que se benefician de actividades de fortalecimiento institucional. Esta inversión se hace tanto en áreas urbanas como en zonas rurales.

EMPRESAS

La educación también es el tema principal de inversión social en los últimos tres años de las empresas encuestadas; 83.3% de ellas respondió que la educación forma parte de su inversión social, orientada principalmente a escuelas públicas y en segundo lugar a ONG que trabajan en la temática.

La inversión social en educación se destina principalmente a los siguientes rubros, listados de mayor a menor relevancia:

- Infraestructura física (instalaciones, equipamiento)
- Becas
- Formación para la vida y liderazgo estudiantil
- Formación docente
- Calidad académica
- Dotación de equipo tecnológico
- Información y comunicación
- Gestión administrativa

La educación es valorada por las empresas como un instrumento o herramienta para la superación de la pobreza, la movilidad social y la formación de capital humano a largo plazo.

“La educación es el principal tema hacia el cual se dirige la inversión social en Panamá, tanto de las empresas como de las ONG.”

Las empresas consideran la educación como prioridad, además porque muchas señalan que es el problema más grave que enfrenta el país. Algunas empresas manifestaron que su preocupación por la educación, y por ende motivación para invertir en mejorarla, obedece a la calidad del recurso humano que se está integrando al sector laboral, que no reúne necesariamente las calificaciones ni perfil requeridos para ser competitivos en un mundo corporativo cada vez más complejo e interconectado.

Los principales motivos enumerados por la empresas para escoger la educación como principal foco de la inversión social son: (i) el desafío de la calidad de la educación que se hace evidente en la cualificación del recurso humano; (ii) su potencial para impactar sobre la movilidad social y la reducción de la pobreza del país, las comunidades de incidencia de la empresa y de las familias de los colaboradores; y (iii) el desarrollo de las habilidades y competencias de futuros colaboradores. Respecto de este último punto, muchas empresas invierten de manera sostenida en programas de becas y en las escuelas públicas ubicadas en las áreas donde operan a fin de contribuir a la educación de los hijos de los colaboradores que residen en dichas áreas, y también contribuir al desarrollo de futuros profesionales que opten por laborar en la empresa.

El medio ambiente es el segundo tema de mayor inversión social (79.2%). Al igual que la educación, la inversión dirigida hacia la protección del medio ambiente destaca como una temática común entre la mayoría de las empresas que han incorporado prácticas de sostenibilidad a sus operaciones, particularmente por la huella ambiental que generan las mismas.

“Al igual que la educación, la inversión dirigida hacia la protección del medio ambiente destaca como una temática común entre la mayoría de las empresas que han incorporado prácticas de sostenibilidad a sus operaciones”

Otros temas de inversión social por orden de relevancia son: la cultura y el deporte (66.7%), la salud (54.2%), el desarrollo económico en la comunidad (37.5%), la juventud (33.3%), la generación de empleo y empleabilidad (33.3%), el acceso a servicios básicos (29.2%), la prevención de la violencia y la rehabilitación (29.2%), la nutrición y la primera infancia (29.2%), la igualdad de género (25%), los derechos de la niñez (20.8%), y la vivienda (20.8%).

Tabla 3. Cinco principales temas hacia los cuales se dirige inversión social del sector privado (% de empresas encuestadas)

Temática	Porcentaje
Educación	83.3 %
Medio ambiente	79.2 %
Cultura y Deporte	66.7 %
Salud	54.2 %
Desarrollo económico de la comunidad	37.5 %

Fuente: Datos aportados a través de la aplicación de la Encuesta de Inversión Social a Empresas y ONG

Las personas en situación de pobreza son las principales beneficiarias de los proyectos de inversión social de las empresas que operan en Panamá. El 77% de las empresas declararon dirigir sus proyectos de inversión social hacia esta población.

“Conjuntamente entre las empresas participantes en el estudio, la inversión social beneficia a un aproximado 97 mil 403 de personas.”

Le siguen, en orden de importancia, la niñez (68.2%), la juventud (59.1%), las comunidades de impacto directo de la empresa (54.4%), la adolescencia (40.9%), las personas con discapacidad (31.8%), los adultos mayores (22.7%), las mujeres (22.7%) y las comunidades indígenas (13.6%).

Conjuntamente entre las empresas participantes en el estudio, la inversión social beneficia a un aproximado 97 mil 403 de personas. Al menos 7 empresas declararon no contar con la información por diferentes motivos; entre ellos están el inicio reciente de las actividades de inversión social, que a la fecha no se había

realizado un ejercicio de cuantificación de beneficiarios y/o la dificultad en precisar el cálculo.

“Las ONG son las principales destinatarias de la inversión social de las empresas.”

Gran parte de las empresas participantes ejecutan sus propios proyectos, pero también destinan su inversión social a instituciones públicas, gobiernos locales y juntas comunales, instituciones académicas y organizaciones de base comunitaria. Sin embargo, las ONG son las principales destinatarias de la inversión social de las empresas.

Entre las instituciones públicas hacia las cuales se destina la inversión social se encuentran los Ministerios de Salud, Desarrollo Social y Educación, así como la Secretaría Nacional de Ciencia y Tecnología (SENACYT) y el Patronato de Panamá Viejo. Las entidades territoriales a las que se destinan recursos incluyen escuelas públicas, Juntas Comunales, y clubes locales deportivos.

2.3 PRINCIPALES HALLAZGOS

En este apartado converge la información de las empresas y las ONG, obtenida a través de las diferentes fases de la investigación, en cuanto a diferentes temas como: la visión de las empresas frente a su rol social, el proceso de ejecución de la inversión social, el seguimiento y la evaluación de estas iniciativas, la comunicación, las alianzas estratégicas y el desarrollo institucional, las capacidades de las ONG (recurso humano, financiero y planificación) y la sostenibilidad.

“Las empresas coinciden en señalar que tienen un rol destacado que jugar en los países donde operan.”

EMPRESAS

Las actividades económicas de las empresas que participaron en el Estudio fueron, en primer lugar, el comercio al por mayor y al por menor (24%). Le siguen la construcción (17%), las industrias de tecnología, información y comunicación (14%), industrias manufactureras (14%), intermediación financiera (10%), y agricultura, ganadería, caza y silvicultura (7%).

Respecto al tamaño de las empresas, el 27% de ellas tiene entre 101 y 500 colaboradores permanentes; el 17% tiene entre 2 mil y 3 mil colaboradores; el 13% entre 501 y mil colaboradores; el 6% entre mil y 2 mil colaboradores; el 6% entre 3 mil y 5 mil colaboradores; el 3% entre 11 y 50 colaboradores; y el 3%

entre 50 y 100 colaboradores. El total de colaboradores permanentes de las empresas participantes suma 29,688.

Respecto de la procedencia del capital, el 41.4% las empresas encuestadas son de capital exclusivamente nacional. En el caso del 20.7% de las empresas, el capital es mixto, mientras que el 17.2% de las empresas son de capital mayoritariamente extranjero. En menor proporción, 10.3%, el capital es mayoritariamente nacional y el 10.3% es exclusivamente extranjero.

Comprender esta caracterización permite establecer un contexto para la presentación e interpretación de los principales hallazgos.

Rol social de la empresa

Las empresas coinciden en señalar que tienen un rol social destacado que jugar en los países y en las comunidades donde operan. Por un lado, los entrevistados manifiestan que las empresas no pueden operar de forma aislada al resto de la sociedad o de espaldas a los desafíos económicos, sociales y ambientales que el país enfrenta. Muy por el contrario, los entrevistados consideran que el desarrollo y bienestar del país y su población depende no sólo del Gobierno sino de todos los sectores, entre ellos el privado.

Cónsono con ese papel, las empresas consultadas consideran que deben contribuir al desarrollo desde las fortalezas de su cadena de valor, poniendo al servicio del país su conocimiento, recursos, capacidades y tecnología.

Aunque la inversión social es reconocida como una responsabilidad corporativa, la práctica aún no es generalizada en el país. La mayoría de los entrevistados coinciden en que es una práctica emergente o en desarrollo que está más

consolidada entre el sector de las empresas multinacionales y/o empresas nacionales de gran tamaño.

“Las empresas consultadas consideran que deben contribuir al desarrollo desde las fortalezas de su cadena de valor, poniendo al servicio del país su conocimiento, recursos, capacidades y tecnología.”

No obstante, Panamá atraviesa un momento importante en el proceso de incorporación por parte del sector privado de la RSE y la inversión social en las estrategias corporativas, por lo que la tendencia está en crecimiento. Muestra de ello es el hecho de que hoy más de 140 entidades nacionales han suscrito el compromiso de conducir sus prácticas de negocio y/o operaciones en alineación con los principios del Pacto Global.

Uno de los hallazgos a destacar es la percepción favorable de las empresas respecto de Sumarse, organismo que reconocen como un catalizador y motor para el desarrollo de la inversión social, a partir de la difusión y asesoría que brinda al sector privado en la incorporación de la RSE al negocio.

Cabe destacar que una proporción importante de los entrevistados consideran que en Panamá aún existen

empresas que entienden o interpretan la RSE como filantropía o caridad sin reconocer ni poner en práctica los principios éticos, ambientales, y de derechos laborales que la sustentan.

Algunas empresas señalaron que la inversión social aún es concebida como una actividad “puntual, ni continúa ni estratégica” que más se asemeja a las donaciones, otorgando recursos de inversión, sin que necesariamente estos respondan a una estrategia cuyo impacto es medido y monitoreado.

“Las empresas de forma generalizada están comprendiendo el paradigma de la RSE y ajustando sus prácticas de inversión social más allá de las donaciones y la filantropía.”

Al mismo tiempo los entrevistados destacan que, progresivamente, las empresas de forma generalizada están comprendiendo el paradigma de la RSE y ajustando sus prácticas de inversión social más allá de las donaciones y la filantropía.

Motivaciones

La inversión social de las empresas, según la encuesta, es motivada por diversos factores. En mayor medida contribuye la apertura de nuevos mercados, en segundo lugar porque es la única manera de ser sostenibles y en tercer lugar por solidaridad con quienes

tienen menos. Adicionalmente, manifestaron estar motivados por agregar valor y productividad a la empresa, por el interés de generar capacidades, por mejorar el entorno en el que se desarrolla la empresa y por ser parte de la estrategia de sostenibilidad.

En las entrevistas a profundidad, surgieron motivaciones que van desde la tradición familiar, hasta el alineamiento con los objetivos estratégicos del negocio. Por un lado, las empresas familiares declaran practicar la inversión social como una expresión de la visión solidaria de sus fundadores. Por otro lado, las empresas de carácter multinacional destacaron que la inversión social forma parte de la estrategia global de la empresa. En este segundo caso, la inversión social está incorporada a las políticas de la empresa y se constituye en un mandato que emana de las sedes corporativas y debe cumplirse en base a estándares y políticas.

“Las empresas familiares practican la inversión social como una expresión de la visión solidaria de sus fundadores. Las empresas de carácter multinacional destacaron que la inversión social forma parte de la estrategia global de la empresa.”

Mecanismos de ejecución

Las empresas utilizan diferentes esquemas organizacionales para ejecutar su inversión social. Los tres principales esquemas son a través del departamen-

to de RSE o Sostenibilidad, a través de una fundación empresarial, y mediante un modelo descentralizado.

Casi la totalidad de las empresas consultadas cuentan con una oficina, dirección, departamento, o vicepresidencia encargada de la gestión de la RSE. Dichas oficinas tienen un liderazgo formal y visible en lo que respecta a la planificación, gestión y seguimiento de la inversión social que realiza la empresa.

Existen, sin embargo, diferencias respecto de la unidad de la cual dependen o la que responden. En algunos casos, son unidades de negocio que dependen directamente de la Gerencia General. Esto en el caso de departamentos de Sostenibilidad o RSE. En otros casos, esta función forma parte de los departamentos o direcciones de mercadeo, comunicaciones y relaciones públicas, o de recursos humanos y bienestar laboral, que a su vez reportan a la gerencia.

Las decisiones sobre la inversión social son gestionadas por estos departamentos u oficinas con el apoyo de una instancia de coordinación que usualmente se denomina “Comité de RSE” o “Comité Estratégico”. Dicho Comité usualmente está compuesto por el responsable de la oficina de RSE, la gerencia general o presidencia de la empresa, y representantes de diversas unidades de negocio a través de un ejecutivo de alto nivel.

“Otras empresas, además de contar con unidades de RSE en su estructura corporativa, canalizan los fondos de su inversión social a través de fundaciones empresariales.”

Otras empresas, además de contar con unidades de RSE en su estructura corporativa, canalizan los fondos de su inversión social a través de fundaciones empresariales. Dichas fundaciones se administran con una Junta Directiva en la que usualmente tiene un puesto el Gerente General o Presidente de la empresa y la persona responsable de la estrategia de RSE o Sostenibilidad junto con otros integrantes de la alta dirección.

Un tercer esquema de organización a través del cual se ejecuta la inversión social es de forma descentralizada. Esto se materializa a través de unidades de negocio que toman las decisiones sobre los temas, y poblaciones hacia los cuales se dirigirá la inversión. En este caso, las unidades de RSE inciden poco en la toma de decisiones y se limitan a monitorear el avance de las actividades y sistematizar los resultados de la gestión.

Tabla 4. Esquemas organizacionales utilizados por las empresas para la ejecución de la inversión social

Esquema	Características
Departamento de RSE	<ul style="list-style-type: none"> • Unidad formal de negocio dentro de la estructura administrativa de la empresa. • Mantiene un Comité de RSE de alto nivel para la planificación y seguimiento de la inversión social.
Fundación corporativa	<ul style="list-style-type: none"> • Entidad privada sin fines de lucro asociada a la empresa a través de la cual se realizan las donaciones a organizaciones sociales.
Descentralizado	<ul style="list-style-type: none"> • Unidades de negocio que programan y ejecutan las inversiones sociales de manera independiente. • Reportan resultados a departamento de RSE para sistematización.

Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de la Encuesta de Inversión Social a Empresas y ONG

Las empresas participantes en el estudio emplean dos mecanismos principales para ejecutar la inversión social: ejecución propia y ejecución a través de terceros.

Muchas de las empresas ejecutan sus propios proyectos, especialmente aquellos relacionados con la educación ya que, por lo general, invierten recursos en la infraestructura y equipamiento de escuelas públicas (centros educativos e institutos técnicos) y de programas orientados a elevar la calidad educativa.

Entre las empresas que ejecutan sus propios proyectos hay dos formas de ejecución; la ejecución y supervisión centralizada en la unidad de RSE, Sostenibilidad o Ciudadanía Corporativa o la fundación empresarial; y la ejecución y supervisión descentralizada a través de unidades de negocio específicas. En el caso de que la ejecución esté centralizada en las unidades de RSE, Sostenibilidad o Ciudadanía Corporativa, esta instancia reporta los avances de las actividades y resultados a su ente jerárquico superior, que puede ser un comité de RSE, la gerencia general, o la junta directiva de la fundación empresarial.

En las inversiones de ejecución propia, las empresas también diseñan los proyectos con base en las necesidades de la comunidad, y en alianza con actores locales, elaboran sus presupuestos, los ejecutan de manera directa mediante la contratación de servicios y obras, y establecen mecanismos internos de supervisión.

“La duración de los proyectos de inversión social varía. Hay proyectos que tienen una duración anual y otros que se planifican para sostener una inversión durante 5, 10 o hasta 15 años.”

La duración de los proyectos de inversión social varía. Hay proyectos que se planean con una duración anual y otros que se planifican para sostener una inversión durante 5, 10 o hasta 15 años. Sin embargo, la mayoría de las empresas manifiestan invertir en proyectos de más largo plazo, especialmente en lo que respecta a educación, con metas definidas por sobre proyectos coyunturales, puntuales o patrocinios.

“El segundo mecanismo para la ejecución de la inversión social es a través de terceros, principalmente las ONG.”

El segundo mecanismo para la ejecución de la inversión social es a través de terceros, principalmente las ONG.

Si bien las empresas entrevistadas no cuentan con parámetros o criterios previamente establecidos para la selección de ONG a las cuales donarán recursos o serán beneficiarias de su inversión social, coinciden en señalar que los seleccionan en base a su credibilidad, trayectoria, capacidad de ejecución, monitoreo y seguimiento.

En algunos casos, cuando la inversión social se canaliza a través de una ONG, la empresa invierte en los programas ya establecidos por la organización que mayormente se alinean con su estrategia de RSE o donde pueda agregar mayor valor. Típicamente, las ONG se acercan a las empresas a presentar sus proyectos, los cuales son sometidos a una evaluación interna antes de aprobar la inversión.

“Las comunidades beneficiarias participan escasamente en la toma de decisiones sobre la inversión social, sin embargo, participan en la ejecución de los proyectos, sobre todo, en lo relacionado con la educación.”

Cabe destacar que las comunidades beneficiarias participan escasamente en la toma de decisiones sobre la inversión social, sin embargo, participan en la ejecución de los proyectos, sobre todo, en lo relacionado con la educación y la inversión en centros educativos públicos.

Alianzas estratégicas

Las empresas reconocen la importancia de alianzas estratégicas y las cultivan con diversos sectores.

De la encuesta virtual se desprende que la mayoría de las empresas (arriba del 70%), mantiene alianzas tanto con instituciones públicas como con otras organizaciones del sector privado, entre ellas organizaciones gremiales, empresas, fundaciones empresariales, entre otras. El 62.5% de las empresas declararon mantener alianzas estratégicas con el sector académico y la mitad las mantiene con organizaciones de la sociedad civil. Solamente el 29.2% mantiene relaciones con organismos de cooperación internacional.

Tabla 5. Tipos de alianzas estratégicas que mantiene el sector privado (% de empresas)

Sector	Porcentaje
Instituciones públicas	70%
Otras organizaciones del sector privado	70%
Sector académico	50%
Sector civil	50%
Organismos de cooperación internacional	29.2%

Fuente: Elaboración propia a partir de resultados de la Encuesta de Inversión Social a Empresas y ONG

En el caso de los gremios empresariales y de Sumarse, las empresas explicaron que estas alianzas sirven para la articulación de iniciativas y el intercambio de información y buenas prácticas. En ese sentido, varias empresas destacaron el valor de su alianza con Sumarse como foro y espacio para el mutuo aprendizaje del sector privado en materia de inversión social y RSE.

Con respecto a las alianzas con el sector público, la mayoría de ellas se establecen con instituciones públicas relacionadas a la inversión social como son los Ministerios de Educación, Salud y Desarrollo Social. Las empresas que desarrollan programas educativos dirigidos a la juventud o que contienen un componente de inserción laboral, también mantienen relaciones con instituciones como el Instituto Nacional para el Desarrollo Humano (INADEH).

“Las instituciones públicas no juegan un papel preponderante en la ejecución de los proyectos sino más bien marginal. Su rol principal se destaca como ente para la aprobación y acompañamiento, sin necesariamente jugar un papel en la ejecución o la medición de resultados.”

Cabe destacar que las instituciones públicas no juegan un papel preponderante en la ejecución de los proyectos sino más bien marginal. Su rol principal se destaca como ente para la aprobación y acompañamiento, sin necesariamente jugar un papel en la ejecución o la medición de resultados. Algunas empresas manifiestan que, por su baja capa-

cidad de ejecución y variabilidad constante en los programas, se dificulta el trabajo en alianza con los gobiernos.

En el caso de las alianzas con ONG, la mayoría son para la co-ejecución de proyectos de inversión social o como destino de los fondos para lograr impacto social en las comunidades de interés. Las empresas manifestaron sostener una relación de alta confianza con las ONG socias con las que trabajan en la selección e implementación de iniciativas de inversión social.

Un área de gran potencial para el fomento de alianzas estratégicas es la construcción de capacidades de las ONG. El desarrollo institucional se puede convertir en un elemento poderoso para contribuir a la sostenibilidad de los proyectos de inversión social. Potenciando las capacidades de ONG ejecutoras o de instancias comunitarias, las empresas pueden propiciar una mayor transformación social y dejar una huella con impacto más allá de la filantropía.

“El desarrollo institucional se puede convertir en un elemento poderoso para contribuir a la sostenibilidad de los proyectos de inversión social.”

Sin embargo, el Estudio revela que pocas empresas dedican recursos de manera organizada y sostenida al desarrollo institucional, ya sea de ONG ejecutoras, o de instancias comunitarias. Algunas mencionan realizar “capacitaciones” a instancias locales y fomentar programas de liderazgo.

Un caso que vale la pena destacar es el de una empresa local que dedica anualmente un presupuesto, en alianza con otras organizaciones, a fortalecer las habilidades y competencias de sus socios estratégicos en administración, presupuesto, gestión financiera, voluntariado, entre otros, a través de un Diplomado de Gerencia en ONG. Esta misma empresa destacó como ejemplo la inversión en herramientas o software para optimizar la eficiencia y gestión de las ONG con las que trabajan, para dejar capacidades instaladas de manera que sus ONG aliadas puedan hacer de manera más eficiente su trabajo y escalar su impacto en la comunidad.

“Invertir en el fortalecimiento de las capacidades de las ONG es una gran área de oportunidad que incluso mejoraría la ejecución de los proyectos.”

Algunas empresas manifestaron que invertir en el fortalecimiento de las capacidades de las ONG es una gran área de oportunidad que incluso mejoraría la ejecución de los proyectos.

Seguimiento y evaluación

El monitoreo de la inversión social se limita a dar seguimiento al cumplimiento de las actividades relacionadas con la ejecución de los proyectos y la contabilización de indicadores de producto.

Las empresas dan seguimiento a las actividades relacionadas con inversión social

de manera cercana y permanente para asegurar la ejecución de los proyectos. Los departamentos de RSE o Sostenibilidad son, en su mayoría, los encargados de ejercer la labor de supervisión.

En el caso de los proyectos de ejecución directa, las mediciones son internas y están ligadas a la contabilización de indicadores de producto como, por ejemplo, la cantidad de población beneficiaria, horas de capacitación, número de aulas remodeladas, entre otros, sin estos estar ligados necesariamente a indicadores de impacto. Respecto de la frecuencia de estas mediciones, pueden ser trimestrales, semestrales o anuales.

En el caso de los proyectos ejecutados por terceros, las empresas manifiestan dar seguimiento a las actividades a través de los reportes periódicos que exigen a las organizaciones. Dichos informes tienden a incluir información sobre los avances en la ejecución de los proyectos y de la ejecución del presupuesto. Igual que en mecanismos anteriores, algunos de estos informes son trimestrales, otros semestrales, y otros son anuales.

“Las empresas expresan interés en contar con mediciones de impacto a fin de comprobar de manera rigurosa si sus inversiones están rindiendo los efectos deseados sobre la población beneficiaria o tema de enfoque.”

En el caso de los proyectos y programas educativos, el 43% de las empresas que invierten en este rubro manifiestan mantener sistemas para la medición de resultados, mientras que el 26% no tiene ningún sistema de seguimiento y un tercio no sabe o no responde. El tipo de resultados que se miden son indicadores como el número de beneficiarios y el desempeño académico de los estudiantes.

Sin excepción, las empresas expresan interés en contar con mediciones de impacto a fin de comprobar de manera rigurosa si sus inversiones están rindiendo los efectos deseados sobre la población beneficiaria o tema de enfoque. Al mismo tiempo, todas reconocen que una de las principales debilidades de sus programas de inversión social es precisamente la carencia de dichas evaluaciones, por lo que manifiestan interés en realizarlas y orientación acerca de cómo llevarlas a cabo.

Además de producir informes periódicos propios de las actividades y avances de los proyectos, la gran mayoría de las empresas producen un informe anual que resume sus iniciativas de inversión social. Los informes mencionados por las empresas con mayor frecuencia fueron GRI y Pacto Global, en el caso de las empresas firmantes.

Sostenibilidad

La aplicación de estrategias para garantizar la sostenibilidad de las iniciativas de inversión social es limitada. A modo general, las estrategias de sostenibilidad de las inversiones sociales son aún secundarias dentro de la planificación de la inversión social.

Algunas empresas manifiestan que si dejaran de invertir, la sostenibilidad de los proyectos estaría en alto riesgo o simplemente cesarían de existir, lo cual es definitivamente una debilidad que requiere ser mejorada.

“Las estrategias de sostenibilidad que mantienen las empresas son aún secundarias dentro de la planificación de las inversiones sociales.”

Gran parte de las empresas manifestaron que la mayoría de sus iniciativas de inversión social son de largo plazo o recurrentes, con una variabilidad en su tiempo de ejecución que va de entre 2 y 3 años a 5 años. En el caso de los proyectos de ejecución propia, las empresas dijeron planificar el acompañamiento permanente sin tener necesariamente una fecha de culminación ni una estrategia de salida. Es decir que la sostenibilidad se basa en el compromiso de largo plazo de la empresa. En algunos casos específicos, el apoyo a centros educativos supera los 10 o 15 años.

Entre las empresas que sí aplican estrategias de sostenibilidad, las más empleadas son:

- Empoderamiento de la comunidad: identificar a los actores comunitarios o institucionales que tienen un rol en el proyecto, y empoderarlos muy temprano a través de capacitación, herramientas y liderazgo para que se apropien de los proyectos y les den continuidad. En el caso de educación, las empresas manifiestan trabajar con toda la comunidad educativa (docentes, administrativos, estu-

diantes, padres de familia) como mecanismo para lograr mayor eficiencia y éxito en la ejecución de los proyectos y garantizar la sostenibilidad a largo plazo de las inversiones realizadas.

- Fortalecimiento de la capacidad de las ONG u organizaciones de base: en el caso de ejecución de terceros, específicamente ONG, algunas empresas procuran invertir en el fortalecimiento de las habilidades gerenciales y administrativas de las mismas o de organizaciones de base comunitaria.

A pesar de que muchas empresas trabajan en alianza con los gobiernos en varios proyectos, especialmente los de educación, ninguna mencionó a las instituciones estatales como potencial aliado para la sostenibilidad o continuidad de los proyectos.

En el caso particular de la alianza con el Ministerio de Educación, la gran mayoría de las empresas que invierten en el sector manifestaron que existe mayor involucramiento y coordinación con las autoridades educativas a nivel local y regional. Pocas empresas mantienen una alianza formal con el MEDUCA a través de la firma de un convenio de colaboración.

Comunicación

Las empresas comunican los avances y resultados de sus inversiones sociales a públicos internos y externos. Entre los públicos internos están los propios colaboradores, la alta dirección de la empresa, la Junta Directiva de la fundación empresarial (en los casos donde hay) y los accionistas. Los mecanismos de comunicación con el público interno incluyen boletines electrónicos o impresos que son distribuidos periódicamente, murales, e informes anuales de RSE.

“Las empresas comunican los avances y resultados de sus inversiones sociales a públicos internos y externos.”

Los públicos externos —clientes y proveedores— también son receptores de la información sobre la inversión social realizada, principalmente a través de los sitios web de la empresa y/o los informes anuales de RSE. Algunas empresas utilizan medios impresos y radiofónicos como parte de la estrategia de comunicación hacia audiencias externas.

Ninguna de las empresas manifestó tener conocimiento exacto del monto del presupuesto de inversión social destinado a comunicar los resultados o avances de la inversión social.

ONG: mirada desde los agentes receptores de la inversión social

A continuación se ofrece una descripción de algunas de las características de las ONG participantes en todo el proceso del Estudio a fin de comprender el perfil y los hallazgos para lograr una mejor interpretación de la información.

De las ONG participantes en la encuesta, el 68% mantiene entre 1 y 10 colaboradores permanentes, mientras que el 56% mantiene colaboradores temporales.

La mayoría (57%) de las ONG participantes cuentan con más de 10 años de operación en su área de desempeño mientras que apenas el 15% tiene menos de 6 años de operar.

Con respecto a la cantidad de beneficiarios de las organizaciones participantes, el total alcanza a unas 191,991 personas a nivel nacional al año 2014.

Producto de las entrevistas a profundidad a un conjunto de ONG se elaboró un perfil sobre las formas y niveles de trabajo, el recurso humano y financiero, la organización y planificación estratégica, las alianzas estratégicas y la evaluación.

Recurso humano y financiero

Las principales fuentes de financiamiento de las ONG son, en orden de relevancia, los aportes del sector privado, fondos públicos, y recursos de la cooperación internacional. Las ONG también reciben aportes de donantes individuales y de su auto gestión.

El 73% de las ONG encuestadas citaron los fondos de la empresa privada como la fuente más importante de financiamiento, en comparación con solo 13% y 33% que citó los fondos públicos y de organismos de cooperación, respectivamente, como los más importantes.

“Los aportes del sector privado constituyen la principal fuente de financiamiento de las ONG participantes en el estudio.”

Las organizaciones también señalaron otras fuentes de financiamiento relevantes para sus operaciones, destacándose entre ellas los aportes de individuos, la generación propia de ingresos a través de la venta de bienes y servicios (auto gestión), y actividades de recaudación de fondos como bingos, tómbolas, rifas, colectas, subastas, entre otras.

Entre el proceso de encuestas y entrevistas, un total de 42 ONG dieron a conocer los rangos de su recurso financiero. El 30% de las ONG tienen un presupuesto anual promedio de menos de US\$100,000 mientras que el

28% tiene un presupuesto anual de entre US\$100,001 y \$500,000. Una menor proporción (11%) mantiene un presupuesto entre US\$500,001 y US\$1,000,000.

Sólo el 7% tiene un presupuesto entre 1 y 2 millones de dólares, 4.6% tiene un presupuesto que supera los dos millones de dólares y 4.6% supera los 5 millones de dólares.

Las ONG participantes manifestaron emplear diferentes estrategias para la recaudación de fondos. Entre los mecanismos se citan: la postulación a fondos concursables nacionales e internacionales, la formulación de propuestas a potenciales donantes, el desarrollo de planes empresariales, la venta de artículos promocionales, las alcancías y los eventos de recaudación de fondos, entre otros.

Con respecto al recurso humano, las ONG participantes cuentan con personal multidisciplinario cuyo perfil depende de la misión de la organización. A modo general, cuentan con personal administrativo y operativo. Dependiendo de la labor que realizan, cuentan además con profesionales y técnicos de diferentes ramas. Sólo una de las organizaciones participantes de la entrevista mencionó tener personal a tiempo completo dedicado a la recaudación de fondos.

Organización

Las ONG participantes en el Estudio manifestaron realizar procesos de planificación estratégica cada año que son desarrollados y/o aprobados por la Junta Directiva. Las organizaciones manifiestan utilizar estos planes y metas para informar su proceso de elaboración de presupuesto y ajustar sus planes de recaudación de fondos.

Respecto a la incorporación de elementos como las políticas públicas, estudios

independientes y diagnósticos en su proceso de planificación, la mayoría de las ONG dijeron alinear sus planes a las políticas del país, a fin de maximizar potenciales alianzas, y basan su trabajo en informes y diagnósticos producidos por las entidades públicas y organismos internacionales.

Alianzas estratégicas

De la encuesta se desprende que prácticamente todas las ONG mantienen algún tipo de alianza estratégica, ya sea con otras organizaciones de la sociedad civil, con instituciones públicas, con organizaciones del sector privado, instituciones académicas y/o organismos de cooperación internacional.

La tabla permite apreciar que los tres principales sectores en los que se registra la conformación de alianzas es con sus pares en la sociedad civil (73%), el gobierno (71%) y la empresa privada (65%).

Tabla 6. Alianzas estratégicas que mantienen las ONG por tipo (Porcentaje)

Tipos de Alianzas	Porcentaje
Sí, con organizaciones de la sociedad civil	73.68%
Sí, con instituciones públicas	71.05%
Sí, con organizaciones del sector privado (empresas, organizaciones gremiales, fundaciones empresariales).	65.79%
Sí, con el sector académico	50%
Sí, con organismos de cooperación internacional	47.37%
No, no cuenta con alianzas estratégicas	2.63%
TOTAL DE ENCUESTADOS	100%

Fuente: Datos aportados a través de la aplicación de la Encuesta de Inversión Social a Empresas y ONG

Las ONG participantes en las entrevistas destacaron la importancia de sus alianzas con el sector gubernamental para el beneficio de la población destinataria de sus programas. Las alianzas con las instituciones públicas dependen del área temática o la población beneficiaria de los proyectos.

Evaluación

Las ONG participantes en la entrevista a profundidad manifestaron mantener indicadores de resultados a los cuales dan seguimiento mediante diarios de campo, informes técnicos, bases de datos, entre otros mecanismos de verificación. Los resultados de los diferentes proyectos de inversión social son comunicados internamente a la Junta Directiva de la organización y externamente a los donantes y aliados de la organización por medio de presentaciones e informes periódicos.

Resumen de hallazgos

Los principales hallazgos a destacar en el caso de las empresas son:

- La inversión social es una práctica emergente y en crecimiento, pero aún falta consolidarla. La práctica está más establecida entre empresas nacionales grandes y empresas multinacionales.
- La inversión social es motivada por dos principales factores; para mantener el legado filantrópico del fundador y para ejecutar las políticas de sostenibilidad de la empresa.
- La educación es el principal tema al que se destina la inversión social.
- Las principales beneficiarias de esta inversión son las comunidades de impacto directo de la empresa. La niñez y la juventud son también de gran relevancia como foco para la inversión social corporativa.

- Las decisiones sobre inversión social se toman a un alto nivel dentro de la empresa. La Gerencia General tiene un papel importante ocupando puestos ya sea en la Junta Directiva de las fundaciones empresariales o en los Comités de RSE de las empresas.
- Las comunidades beneficiarias participan escasamente en la toma de decisiones sobre la inversión social, sin embargo participan en la ejecución de los proyectos, sobre todo en los relacionados con la educación y la inversión en centros educativos públicos.
- Las empresas mantienen estructuras formales ya sea a través de unidades de RSE/Sostenibilidad o fundaciones empresariales para la selección, gestión y seguimiento de sus inversiones sociales.
- Los montos de inversión social de las empresas se establecen de dos maneras: a través de un porcentaje determinado de las ganancias o ventas anuales de la empresa, o según la planificación anual de proyectos de inversión.
- Las empresas canalizan su inversión social a través de la ejecución propia de proyectos y a través de las donaciones a ONG, las cuales se seleccionan en base a su credibilidad, la alineación de sus proyectos con la estrategia de RSE de la empresa y su capacidad de ejecución.
- Las empresas reconocen la importancia de alianzas estratégicas y las cultivan con diversos sectores. En sus alianzas con el Gobierno, especialmente con el Ministerio de Educación, la participación de la contraparte gubernamental es escasa y poco estratégica.
- El monitoreo de la inversión social se limita a dar seguimiento al cumpli-

miento de actividades relacionadas a la ejecución de los proyectos y la contabilización de indicadores de producto.

- Las estrategias de sostenibilidad para los proyectos de inversión social son aún secundarias dentro de la planificación de los mismos. Sin embargo, muchas empresas privilegian las inversiones a largo plazo especialmente en educación.
- El papel de entidades como Sumarse son importantes para fomentar la comprensión e incorporación de la inversión social en las estrategias de negocio. También juegan un papel importante en generar conocimiento, facilitar el intercambio de información entre empresas y fomentar la conformación de alianzas con otros sectores o dentro del propio sector privado.

En el caso de las ONG, algunos de los principales hallazgos son:

- El sector privado es el principal benefactor de las ONG en Panamá.
- Las ONG emplean mecanismos diversos para la recaudación de fondos, entre ellos la postulación a fondos concursables nacionales e internacionales, la presentación de propuestas de proyectos a aliados corporativos, la realización de eventos de recaudación de fondos, las donaciones individuales, la auto gestión y ofrecimiento de servicios, entre otros.
- La educación es el tema principal al que se dirige la inversión social de las ONG participantes en el Estudio. La niñez y la juventud son la principal población beneficiaria.
- Para las ONG, las alianzas estratégicas con diversos sectores, incluyendo el público y privado, son clave en la realización de su misión.

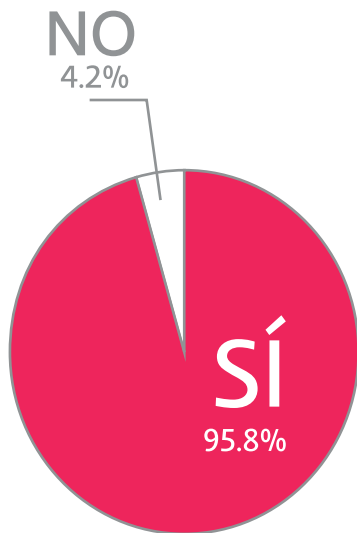
2.4 RECURSOS PARA LA INVERSIÓN SOCIAL

Uno de los objetivos del presente Estudio fue determinar el alcance y monto de la inversión social que realiza el sector privado. En ese sentido, se indagó acerca del tipo y monto de los recursos invertidos por las empresas en Panamá hacia el sector social.

“Las empresas declaran que la mayoría de los recursos de inversión social provienen de sus ganancias.”

De las 33 empresas que respondieron la encuesta, el 95.8% declara que ejecuta proyectos de inversión social en comunidades y solamente un 4% de las empresas respondieron negativamente esta pregunta

Figura 2. Porcentaje de empresas con inversión social en comunidades



Fuente: Datos aportados a través de la aplicación de la Encuesta de Inversión Social a Empresas y ONG

Las empresas, en su mayoría, nombraron tres tipos de inversión: en especie, en dinero y tiempo y habilidades de sus colaboradores a través del voluntariado.

El monto de las inversiones sociales se define de diferentes maneras entre las empresas, destacándose entre ellos dos principales:

- Un porcentaje determinado de las utilidades netas, ventas o ganancias de la empresa.
- Según los proyectos que apruebe la empresa o fundación corporativa para el año.

En algunos casos, aunque muy pocos, los montos a invertir por la organización son determinados por la gerencia de manera discrecional.

Todas las empresas entrevistadas, a excepción de una, declaran que la mayoría de los recursos de inversión social provienen de sus ganancias. En al menos tres de ellas, esta inversión se complementa con aportes mensuales realizados por los colaboradores a United Way Panamá para la ejecución de proyectos y programas sociales. En algunos casos, los voluntarios corporativos organizan actividades de recaudación de fondos para ampliar el alcance de los programas de inversión social o para desarrollar un proyecto o iniciativa en particular. En al menos uno de los casos, los colaboradores recaudan el 100% de la inversión que desean destinar a proyectos de inversión social y la empresa brinda “matching funds” para la realización de las obras.

“Entre las 27 empresas que dieron a conocer sus montos de inversión social suman, en promedio anual, más de 29.5 millones de dólares.” ganancias.”

El estudio consultó a las empresas cuál había sido el monto promedio anual de la inversión social realizada en los últimos tres años.

Si bien la encuesta fue enviada a 117 empresas, de ellas solamente 27 compartieron la información acerca de los montos de su inversión social. En una primera fase, durante la encuesta virtual, las empresas respondieron otorgando rangos de inversión social. En la segunda fase del estudio, durante las entrevistas a profundidad, se validaron los rangos otorgados y se precisaron los montos de inversión.

Entre las 27 empresas que dieron a conocer los montos, la inversión social promedio anual de los últimos tres años suma USD \$29,537,500.00.

Las diez empresas con mayor inversión social entre las que ofrecieron la información son, en orden de mayor a menor inversión:

Tabla 7. Empresas con mayor inversión social en Panamá

Top 10 de inversión social corporativa
Odebrecht
Banco General
Grupo Corporativo Pérez, S.A
Morgan & Morgan
Petroterminal de Panamá S.A.
Telefónica Móviles Panamá, S.A.
Anónimo
Cervecería Nacional
Copa Airlines
Cervecería Barú
Manzanillo International Terminal

Fuente: Elaboración propia a partir de Encuesta de Inversión Social a Empresas y ONG y Entrevistas a Profundidad

La empresa Odebrecht, de capital extranjero, encabeza la lista de empresas con mayor inversión social. Le sigue el Banco General de capital nacional, y el Grupo Corporativo Pérez, también de capital nacional.

A través de la encuesta se pudo constatar que el voluntariado corporativo está relativamente extendido como y es reconocido como un mecanismo valioso para canalizar la inversión social. Al menos 77% de las que participaron en la encuesta manifestaron contar con programas de voluntariado, mientras que el 22% manifestó que no. De las empresas que contabilizaron las horas de voluntariado, estas totalizaron 13,086 horas.

3. INVERSIÓN SOCIAL EN EDUCACIÓN

3.1 MOTIVACIONES

Como se mencionó anteriormente, la educación es el principal tema hacia el cual se dirige la inversión social del sector privado. Las empresas priorizan la educación porque la visualizan como un área de retos y a la vez de oportunidades para el país.

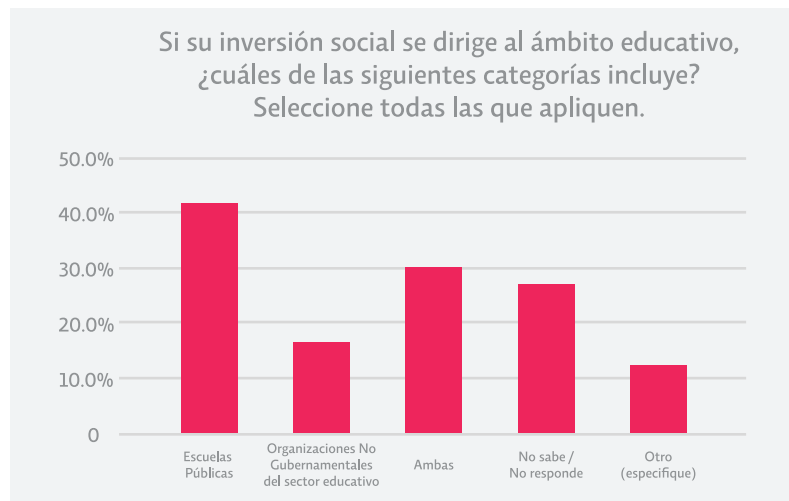
“El 84% de las empresas que participaron en la encuesta declararon haber invertido en la educación en los últimos 3 años.”

Primero, porque es un instrumento para la superación de la pobreza, la movilidad social y la formación de capital humano a largo plazo. En segundo lugar, porque abona al desarrollo de las habilidades y competencias de futuros colaboradores y en ese sentido contribuye a la competitividad nacional.

3.2 CATEGORÍAS DE INVERSIÓN

Las empresas invierten en la educación de dos formas principalmente: directamente en las escuelas públicas (45%), o exclusivamente a través de ONG (17%). El 30% lo hace de manera híbrida.

Figura 3. Categorías de inversión en educación

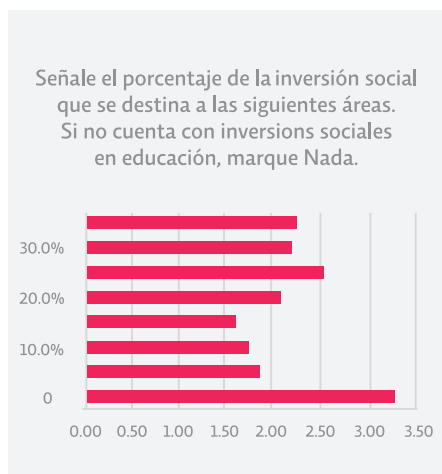


Fuente: Datos aportados a través de la aplicación de la Encuesta de Inversión Social a Empresas y ONG

La inversión social en educación se destina principalmente a la infraestructura; específicamente la reparación y/o mejoramiento de instalaciones y equipamiento. El 63% de las empresas que participaron en la encuesta invierten en infraestructura y un 47% invierte en becas para hijos de colaboradores, para integrantes de la comunidad de impacto o de convocatoria abierta para estudiantes de excelencia a nivel nacional.

Le siguen, en orden de mayor a menor, inversiones en programas o iniciativas relacionados a la formación de habilidades para la vida, la formación docente, la calidad académica, la información y la comunicación, la dotación de equipo tecnológico, y la gestión y administración educativa.

Figura 4. Áreas de inversión en educación



Fuente: Datos aportados a través de la aplicación de la Encuesta de Inversión Social a Empresas y ONG

3.3 PROGRAMAS DE INVERSIÓN SOCIAL EN EDUCACIÓN

Las empresas que invierten en educación mantienen una serie de programas para los cuales no solamente aportan recursos económicos, sino metodologías y contenidos.

En el caso de las empresas que aportan fondos en infraestructura, al menos dos mencionaron participar del programa

“Mi Escuela Primero”, creado por el Gobierno Nacional para fomentar alianzas con el sector privado a fin de mejorar la calidad de la infraestructura y el equipamiento educativo a nivel nacional.

“Las empresas que invierten en educación no solamente aportan recursos económicos, sino metodologías y contenidos.”

En el caso de las empresas que ofrecen becas, estas pueden ser para estudiantes de secundaria o de nivel universitario, así como para hijos de colaboradores o para estudiantes de excelencia académica a nivel nacional.

Otras empresas que invierten en formación de habilidades para la vida desarrollan programas para fomentar la construcción de ciudadanía, la formación de relaciones sanas y el manejo de conflictos, el desarrollo de la autoestima y el liderazgo y la prevención de conductas de riesgo.

Los programas de formación docente incluyen el desarrollo de competencias técnicas y digitales entre los profesores.

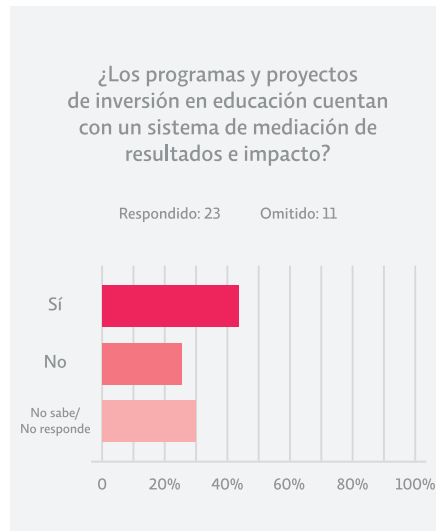
Respecto a la calidad académica, las empresas desarrollan programas que incluyen contenidos para fomentar el emprendimiento juvenil y también brindar oportunidades para la realización de prácticas profesionales y la adquisición de mayores capacidades técnicas.

3.4 MEDICIÓN

En general, las empresas que invierten en educación carecen de mecanismos rigurosos para determinar el impacto de sus intervenciones.

Como se aprecia en la figura 5, el 43% dijo contar con un sistema para la medición de resultados y de impacto, mientras que 26% no lo tiene y un tercio desconoce esta información.

Figura 5. Medición de resultados e impacto de inversión social en educación



Fuente: Datos aportados a través de la aplicación de la Encuesta de Inversión Social a Empresas y ONG

“Las empresas carecen de mecanismos rigurosos para determinar el impacto de sus intervenciones.”

Entre las empresas que realizan mediciones, las mismas se limitan a recopilar información relacionada a indicadores de resultado. Para recopilar la información y realizar el monitoreo de los programas, utilizan una variedad de instrumentos, entre ellos encuestas, registros administrativos y visitas de campo.

Solamente una de las empresas manifestó contar con indicadores de impacto que le permite establecer en qué medida su programa contribuye al logro de los indicadores del programa.

3.5 CAMBIOS EN POLÍTICAS

El estudio consultó a las empresas si sus programas habían propiciado cambios o reformas en políticas públicas, procedimientos o procesos del Ministerio de Educación. La pregunta responde a conocer cómo las innovaciones o prácticas introducidas por los programas externos que resulten efectivas pueden ser catalizadores para mejoras en el sistema educativo.

Como se ilustra en la figura 6, sólo una de las empresas dijo que su intervención había incidido en dichos procesos a través de la validación adopción por parte de MEDUCA de contenidos de formación utilizados en el programa.

Figura 6. Programas y proyectos que han generado cambios en legislación o políticas del MEDUCA



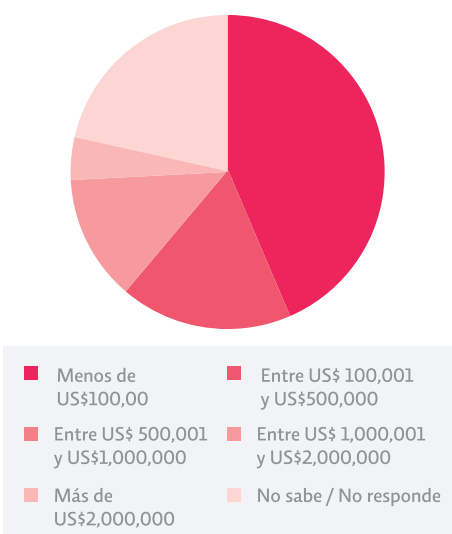
Fuente: Datos aportados a través de la aplicación de la Encuesta de Inversión Social a Empresas y ONG

3.6 RECURSOS

A fin de conocer el alcance de las inversiones que realiza el sector privado en educación, se consultó el monto que las empresas invierten en el sector. De las 23 empresas que contestaron esta pregunta, el grueso (43%) invierte menos

de \$100 mil dólares anuales, mientras que el 17% invierte entre \$100,001 y medio millón de dólares. El 13% invierte entre \$1 y 2 millones de dólares, y solamente 4% invierte arriba de \$2 millones de dólares.

Figura 7. Monto aproximado de inversión en educación por sector privado



Fuente: Datos aportados a través de la aplicación de la Encuesta de Inversión Social a Empresas y ONG

3.7 ALIANZAS

Las principales alianzas de las empresas para su inversión en el sector educativo son con organizaciones sociales y el Ministerio de Educación.

Respecto de su relación con el Ministerio, la gran mayoría de las empresas interactúan en sus proyectos con las autoridades a nivel local, es decir a nivel de centro educativo.

En menor medida, interactúan con el nivel regional y manifiestan que existe poco involucramiento del nivel nacional. Pocas empresas mantienen una alianza formal con el MEDUCA a través de la firma de un convenio de colaboración.

3.8 OPORTUNIDADES

A partir de los resultados obtenidos en el Estudio, se pueden identificar varias áreas de oportunidad para fortalecer la sinergia entre el sector privado y las autoridades educativas, así como el impacto de las inversiones.

“El Estado carece de un ente articulador de las inversiones privadas en educación que permita dirigir, focalizar o gestionar de manera más estratégicas las inversiones.”

En primer lugar, se evidencia la necesidad de un mayor direccionamiento estratégico por parte del Ministerio de Educación de las inversiones privadas de las cuales se beneficia el sistema educativo.

El Estado carece de un ente articulador de las inversiones privadas en educación que permita dirigir, focalizar o gestionar de manera más estratégicas las inversiones. El MEDUCA tiene la oportunidad de fortalecer su relación con el sector privado, de manera que pueda alinear estos fondos con sus prioridades programáticas o metas educativas nacionales, logrando apalancar mejor los recursos de ésta y otras fuentes.

En segundo lugar, para garantizar la sostenibilidad de las inversiones en educación que realiza el sector privado, el MEDUCA tiene la oportunidad de gestionar proactivamente las alianzas con este sector. Una manera de hacerlo es establecer una Oficina de Alianzas Estratégicas dentro del MEDUCA que sistematice

la información de las intervenciones e inversiones del sector privado, les brinde el seguimiento necesario, facilite el relacionamiento con el nivel local, recopile buenas prácticas, y acompañe el proceso de construcción de capacidades.

“El MEDUCA tiene una enorme oportunidad de sumar estratégicamente al sector privado como aliado en la tarea de brindar una educación integral de mayor calidad.”

El Estudio da cuenta de que existe la oportunidad de generar impacto colectivo a mayor escala en la esfera de la educación.

Hoy, cada empresa invierte en el sector educativo según área temática o geográfica de interés. Se carece de una visión integral de las diversas intervenciones que realiza el sector privado y de sus resultados. Sin embargo, esto demuestra que existe el potencial de generar alianzas que maximicen el impacto que cada actor está teniendo en su área de influencia, los resultados de la inversión y que beneficien a una mayor cantidad de comunidades y personas.

El Ministerio de Educación también tiene la oportunidad de rescatar importantes herramientas, instrumentos y lecciones derivadas de las intervenciones que realiza el sector privado, entre ellas nuevas metodologías, programas, o sistemas que puede llevar a escala.

Resulta evidente que el MEDUCA tiene una enorme oportunidad de sumar estratégicamente al sector privado como aliado en la tarea de brindar una educación integral de mayor calidad.

4. LOS RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LA INVERSIÓN SOCIAL EN PANAMÁ

A partir del lanzamiento del Pacto Global de las Naciones Unidas en el año 2000, la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) se ha instalado de manera creciente y progresiva en Panamá. El Pacto Global ha servido de referente, guía y motor para la adopción por parte del sector privado y no gubernamental de prácticas éticas y responsables con el medio ambiente, la comunidad, y los derechos y normas laborales.

“Hoy, más de 140 entidades en Panamá han suscrito el compromiso de conducir sus prácticas de negocio y/o operaciones en alineación con los principios del Pacto Global.”

Sumarse, organización dedicada a difundir, conducir y asesorar al sector privado y no gubernamental en la incorporación de los principios de la RSE ha sido clave en este proceso. Hoy, más de 140 entidades nacionales han suscrito el compromiso de conducir sus prácticas de negocio y/o operaciones en alineación con los principios del Pacto Global.

Cónsono con los principios del Pacto Global, las estrategias de RSE adoptadas por las empresas tienen, entre sus ejes principales la atención, los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente.

Específicamente, las empresas desarrollan políticas y procesos que contribuyen al desarrollo político, económico y social de las comunidades que están dentro de su esfera de influencia.

Si bien esta tendencia se ha reflejado en el crecimiento de los flujos de inversión por parte del sector privado hacia áreas de impacto social, aún persisten desafíos y áreas de oportunidad para impulsar y fortalecer la inversión social en Panamá.

OPORTUNIDADES

Del análisis de las diferentes herramientas aplicadas en la investigación se han identificado varias áreas de oportunidad para potenciar el alcance e impacto de la inversión social que realiza el sector privado en nuestro país.

Una de ellas son las alianzas estratégicas. La gran mayoría de las empresas declaran mantener alianzas estratégicas con el sector privado, público, académico y no gubernamental. Estas alianzas se materializan principalmente para el intercambio de información y buenas prácticas, así como la ejecución de proyectos.

No obstante, muchas alianzas son de forma, y no necesariamente aprovechan todo el potencial y recursos que cada socio trae a la alianza.

Existe entonces la oportunidad de brindar un sentido más “estratégico” a las alianzas, formulándolas con objetivos, metas e indicadores que permitan establecer impacto colectivo y supervisar el avance de las actividades y resultados.

Dentro de las alianzas, emerge como un área de oportunidad la inversión por parte de las empresas en el fortalecimiento de las capacidades de las ONG en gestión y seguimiento de proyectos. En la medida en que las ONG estén fortalecidas en la planificación, administración, monitoreo y seguimiento de proyectos sociales, mejor rendimiento e impacto se logrará de las inversiones que canaliza la empresa privada a través de ellas. Esto constituye un ganar-ganar para la mejora de la inversión social.

Otra posible área de oportunidad identificada para mejorar la inversión social es la consolidación de los conceptos de RSE y Sostenibilidad dentro del sector corporativo. A partir de una mejor comprensión y apropiación conceptual, las empresas deben tener mayor disponibilidad y apertura para la formalización de alianzas y para la estructuración de sus programas de RSE, lo que se debe reflejar en un crecimiento de la inversión social.

“Existe una gran oportunidad en el campo de la inversión social a través del impacto colectivo.”

Actualmente, cada empresa realiza sus propias aportaciones en determinadas áreas temáticas y poblaciones, principalmente en sus áreas de impacto. Existe poca colaboración entre las empresas para el intercambio de modelos, buenas prácticas, lecciones aprendidas y apalancamiento de recursos económicos. En el caso de la educación, por ejemplo, se abren muchas posibilidades de articular alianzas con el sector privado, y coordinar acciones que permitan alcanzar mayor impacto.

“La madurez de los conceptos de RSE entre las empresas es un área de oportunidad para el crecimiento de la inversión social.”

RETOS

El monitoreo y la evaluación del impacto de la inversión social es un reto. Hoy las empresas principalmente miden el avance de las actividades de sus proyectos de inversión social y su ejecución financiera. En los casos de ejecución a través de un tercero, solicitan informes financieros y de gestión de forma periódica, realizan visitas en los sitios y cumplen con presentar información a sus juntas directivas, gerencias o stakeholders. No obstante, las empresas carecen de estudios de impacto que permitan conocer con mayor precisión la repercusión de sus intervenciones.

La mayoría de las empresas participantes en el Estudio afirmaron su interés en fortalecer la medición de impacto más allá de indicadores de proceso y de resultado.

A la vez que es un reto, el monitoreo y la evaluación de proyectos son un área de oportunidad para mejorar la gestión y medir el impacto de la inversión social, lo que

daría mayor visibilidad y credibilidad a los esfuerzos que realiza la empresa privada a beneficio del desarrollo social del país.

Las ONG también señalaron el monitoreo y evaluación como un desafío de su gestión. Estas se enfocan principalmente medir el avance de actividades pero carecen de esquemas de seguimiento y evaluación formales, a la vez que no disponen de instrumentos para presentar informes de evaluación de impacto rigurosos a los donantes.

Otro desafío que se presenta por parte de las ONG es la dispersión de esfuerzos, que hace la captación de fondos más difícil y competitiva.

Dado que Panamá es un país relativamente pequeño en términos de población y territorio, comparado con otros países de Centroamérica, existen limitaciones en cuanto al número de donantes.

En ese sentido, se señaló que las ONG pueden también realizar focus group, encuestas de satisfacción a sus usuarios o beneficiarios; y a la vez conducirse con mayor transparencia, dando a conocer sus estados financieros y los resultados de sus programas.

ANEXOS

ANEXO 1. HERRAMIENTA: ENCUESTA A EMPRESAS

I. CONTACTO

1. Nombre de la empresa:
2. Persona de contacto:
3. Cargo dentro de la empresa:
4. Email:

II. DATOS GENERALES

5. ¿Cuál es la actividad económica de la empresa?
 - Agricultura, ganadería, caza y silvicultura
 - Pesca
 - Explotación de minas y canteras
 - Industrias manufactureras
 - Suministro de electricidad, gas y agua
 - Construcción
 - Comercio al por mayor y al por menor
 - Hoteles y restaurantes
 - Transporte y almacenamiento
 - Información, comunicación y tecnologías de la información y de las comunicaciones (TIC)
 - Intermediación financiera
 - Actividades inmobiliarias, empresariales y de alquiler
 - Administración pública y defensa; planes de seguridad social de afiliación obligatoria
 - Enseñanza
 - Servicios sociales y de salud
 - Otras actividades de servicios comunitarios, sociales y personales
 - Actividades de hogares privados como empleadores y actividades no diferenciadas de hogares privados como productores
 - Otra
6. ¿Cuál es el número de colaboradores permanentes con los que cuenta la empresa?
 - Número
7. ¿Cuál es el número de colaboradores temporales con los que cuenta la empresa?
 - Número
8. ¿Cuál es la procedencia del capital de la empresa?
 - Exclusivamente Nacional
 - Mayoritariamente Nacional
 - Mixto (aprox. 50% Nacional y 50% Extranjero)
 - Mayoritariamente Extranjero
 - Exclusivamente Extranjero

III. APORTES DE LA EMPRESA A LA COMUNIDAD: INVERSIÓN SOCIAL

Según la ISO 26000, "La inversión social aparece cuando las organizaciones invierten sus recursos en iniciativas y programas orientados a mejorar aspectos sociales de la vida en comunidad. Los tipos de inversiones sociales podrían incluir proyectos relacionados con educación, formación, cultura, cuidado de la salud, generación de ingresos, desarrollo de infraestructuras, mejora del acceso a la información o cualquier otra actividad que promueva el desarrollo económico y social."

9. ¿La empresa cuenta con proyectos de inversión social en comunidades?
 - Si / No
10. ¿En cuáles temas ha invertido la empresa en los últimos 3 años?
 - Educación
 - Salud
 - Vivienda
 - Acceso a servicios básicos
 - Prevención de violencia y rehabilitación
 - Nutrición
 - Agua
 - Primera infancia
 - Derechos de la niñez
 - Juventud
 - Cultura y deporte
 - Igualdad de género
 - Medio ambiente
 - Generación de empleo y empleabilidad
 - Desarrollo económico en la comunidad
 - Otro; especifique:
11. ¿Desde cuándo mantiene la empresa proyectos de inversión social en la comunidad?
 - Año
12. ¿Cuenta la empresa con alianzas estratégicas con otros entes? ¿Cuáles?
 - Instituciones públicas
 - Sector académico
 - Organizaciones de la Sociedad Civil
 - Organizaciones del sector privado (empresas, organizaciones gremiales, fundaciones empresariales)
 - Organismos de cooperación internacional

13. De las organizaciones que apoyan, ¿cuáles son las cinco principales y en qué temas trabajan?

- Nombres y temas

14. ¿Qué motiva a su empresa para apoyar estos proyectos? (rango 1-6)

- Agrega valor y productividad a mi empresa
- Por solidaridad con los que tienen menos
- Para mejorar el entorno donde opera mi empresa
- Porque es la única manera de ser sostenible
- Porque me permite acceder a nuevos mercados
- Otras razones; especifique:

15. ¿Cuáles son las principales poblaciones meta de los proyectos?

- Comunidades de impacto directo de la empresa
- Personas en condición de pobreza
- Personas con discapacidad
- Personas adultas mayores
- Niñez
- Adolescencia
- Juventud
- Migrantes
- Mujeres
- Comunidades indígenas
- Otras; especifique:

16. Durante el último año (2014), ¿cuántas personas se beneficiaron de los programas de inversión social de la empresa?

- Número de personas

17. En general, indique el monto total aproximado de todos los aportes que realizó su empresa en los últimos tres años (incluye aportes en dinero, en especie y tiempo de los colaboradores).

- Monto en US\$

18. ¿Cuenta la empresa con un programa de voluntariado?

- Si/no

19. ¿Cuántos voluntarios y voluntarias han movilizado en 2014?

- Número de voluntarios

20. ¿La empresa lleva un registro de horas de voluntariado ejecutados?

- Si/no

21. En el caso que la empresa lleva un registro, ¿cuántas horas de voluntariado han brindado los colaboradores de la empresa en el último año (2014)?

- Número de horas

ANEXO 2. HERRAMIENTA: ENCUESTA A ONG

I. CONTACTO

1. Nombre de la organización:
2. Persona de contacto:
3. Cargo dentro de la organización:
4. Email:

II. DATOS GENERALES

5. ¿Cuál es el número de colaboradores permanentes con los que cuenta la organización?
 - Número
6. ¿Cuál es el número de colaboradores temporales con los que cuenta la organización?
 - Número

III. PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL

Según la ISO 26.000, "La inversión social aparece cuando las organizaciones invierten sus recursos en iniciativas y programas orientados a mejorar aspectos sociales de la vida en comunidad. Los tipos de inversiones sociales podrían incluir proyectos relacionados con educación, formación, cultura, cuidado de la salud, generación de ingresos, desarrollo de infraestructuras, mejora del acceso a la información o cualquier otra actividad que promueva el desarrollo económico y social."

7. ¿En cuáles temas trabaja la organización?
 - Educación
 - Salud
 - Vivienda
 - Acceso a servicios básicos
 - Prevención de violencia y rehabilitación
 - Nutrición
 - Agua
 - Primera infancia
 - Derechos de la niñez
 - Juventud
 - Cultura y deporte
 - Igualdad de género
 - Medio ambiente
 - Generación de empleo y empleabilidad
 - Desarrollo económico en la comunidad
 - Otros; especifique:
8. ¿Desde cuándo?
 - Año
9. ¿Cuenta la organización con alianzas estratégicas con otros entes? ¿Cuáles?

- Instituciones públicas
- Sector académico
- Organizaciones de la Sociedad Civil
- Organizaciones del sector privado (empresas, organizaciones gremiales, fundaciones empresariales)
- Organismos de cooperación internacional

10. ¿Cuáles son las poblaciones a las que dirigen principalmente sus esfuerzos?

- Comunidades de impacto directo de la empresa
- Personas en condición de pobreza
- Personas con discapacidad
- Personas adultas mayores
- Niñez
- Adolescencia
- Juventud
- Migrantes
- Mujeres
- Comunidades indígenas
- Otras; especifique:

11. Durante el último año (2014), ¿cuántas personas se beneficiaron de los programas de inversión social de la organización?

- Número de personas

12. Las principales comunidades en las que actualmente trabajan son:

- Urbanas, rurales, ambas

IV. FINANCIAMIENTO

13. ¿Cuáles son las principales fuentes de financiamiento de la organización y sus proyectos?

- Recursos públicos
- Recursos de la cooperación multinacional o binacional
- Recursos del sector privado
- Otras fuentes. Especifique:

14. ¿Qué porcentaje de sus recursos provienen del sector empresarial (empresas y fundaciones empresariales)?

- Porcentaje

15. ¿Cuál es el monto total en US\$ del presupuesto anual de la organización? Por favor indicar el promedio de los últimos 3 años.

- Menos de US\$ 100.000
- Entre US\$ 100.001 y US\$ 500.000
- Entre US\$ 500.001 y US\$ 1.000.000
- Entre US\$ 1.000.001 y US\$ 2.000.000
- Más de US\$ 2.000.000

V. PERSPECTIVAS

16. ¿Considera que en los próximos dos años las operaciones de su organización crecerán, se mantendrán similar a la actual o disminuirán?

- Crecerán, Se mantendrán similar a la actual, Disminuirán

ANEXO 3. HERRAMIENTA: GUÍA DE ENTREVISTA A EMPRESAS

1. FOCO DE DESTINO DE LOS APORTES

1.1 Motivaciones

1. ¿Por qué razones realiza la empresa aportes sociales? ¿Cuáles son las motivaciones?

1.2 Rol social de la empresa y del empresariado

2. ¿Cuál considera usted que es el rol social del sector empresarial?

3. ¿Cuán generalizada es la práctica de realizar aportes sociales por parte del empresariado en el país?

1.3 Temas y poblaciones

4. ¿Cuáles son los principales focos o temas de destino de los aportes de la empresa?

5. ¿Cuáles son las principales poblaciones atendidas?

1.4 Origen de las iniciativas

6. ¿Por qué se han seleccionado estos temas de inversión y/o poblaciones beneficiarias?

7. ¿Cómo ha sido el proceso de selección?

8. ¿Quiénes de la empresa han participado en el proceso de selección de los temas y/o poblaciones atendidas?

9. ¿Quién o qué instancia de la empresa toma las decisiones sobre inversión social?

10. ¿Se ha consultado a las comunidades acerca de los proyectos de inversión social?

2. ESTRUCTURA Y CANALES DE APORTES

2.1 Liderazgo

11. ¿Qué área o áreas de la empresa están a cargo de manejar las contribuciones y los proyectos de inversión social? ¿A quién reportan? ¿Cómo reportan?

2.2 Canales

12. ¿Cuál es la forma habitual de canalizar los aportes? ¿Por qué? ¿De qué o quién depende?

3. RECURSOS

3.1 Tipo de recurso

13. ¿Qué tipo de recursos invierte la empresa?

3.2 Factores que influyen y fuentes de recursos

14. ¿Qué influye en la definición del monto de las inversiones sociales?

15. ¿De dónde provienen los recursos?

16. ¿Hay aportes de colaboradores/as (económicos, tiempo de voluntariado, etc.)?

3.3 Monto

17. ¿Cuál es el monto anual promedio que ha destinado la empresa a aportes sociales los últimos tres años?

4. EJECUCIÓN

4.1 Propia

18. ¿Qué área o áreas de la empresa están a cargo de ejecutar los proyectos de inversión social? ¿A quién reportan?

19. En promedio, ¿cuál es la duración de los proyectos de inversión social? ¿De qué depende?

4.2 Terceros

20. ¿Cómo ha sido el proceso de selección de las organizaciones a cargo de la ejecución de los proyectos de inversión social?

21. ¿Cómo ha sido el proceso de diseño de los proyectos de inversión social? ¿Quiénes han participado en la

definición de los proyectos?

22. ¿Cuál es su opinión respecto del nivel profesional que tienen las organizaciones sociales sin fines de lucro en el país?

5. MONITOREO Y EVALUACIÓN

5.1 Niveles de seguimiento

23. Al realizar aportes sociales, ¿ha solicitado estudios que midan el impacto del proyecto (ejecución directa) o institución beneficiada (ejecución por terceros)?

24. ¿Qué tipo de seguimiento brindan y/o exigen a los proyectos ejecutados por terceros? ¿Qué tipo de acciones?

25. ¿Se comunican los resultados? ¿Cómo se comunican los resultados? ¿A quiénes?

6. ALIANZAS ESTRATÉGICAS Y DESARROLLO INSTITUCIONAL

6.1 Desarrollo institucional

26. Por lo general, ¿los proyectos de inversión social contemplan componentes de fortalecimiento de las organizaciones beneficiarias/ejecutoras? ¿Cómo?

6.2 Alianzas estratégicas

27. ¿Mantiene la empresa alianzas estratégicas con el fin de maximizar sinergias y hacer uso de recursos, conocimiento y habilidades complementarias? ¿Con quiénes?

28. ¿Cómo se concretan estas alianzas estratégicas (coordinación, articulación, intercambio de información, acciones conjuntas, etc.)?

7. SOSTENIBILIDAD

7.1 Sostenibilidad

29. ¿Qué pasa con los proyectos una vez que la empresa deja de invertir recursos?

30. ¿Cómo garantiza la empresa la sostenibilidad de las iniciativas de inversión social?

ANEXO 4. HERRAMIENTA: GUÍA DE ENTREVISTA A ONG

1. TEMAS Y ABORDAJES

- Temas de trabajo
 - o ¿En qué temas y con cuáles poblaciones meta trabaja la organización? ¿Desde cuándo?
- Formas y niveles de trabajo
 - o ¿Cómo trabaja la organización? ¿En qué niveles se ve involucrada la organización?
 - o ¿De qué depende el nivel de involucramiento de la organización?

2. RECURSOS: HUMANO Y FINANCIERO

- Captación de recursos financieros
 - o ¿De dónde provienen los recursos financieros de la organización? ¿Son compromisos de corto, mediano o largo plazo?
 - o ¿Incide la fuente de financiamiento en el trabajo (temas, poblaciones meta, nivel de involucramiento, cobertura, metodologías, etc.) de la organización? ¿Cómo?
 - o ¿Realiza la organización un proceso de captación de recursos? ¿Cómo?
- Recurso humano: perfiles y profesionalización
 - o ¿Cómo describiría usted el perfil de las personas colaboradoras de la organización? ¿Ha cambiado el perfil en los últimos años? ¿Cómo? ¿A qué se debe?

3. ORGANIZACIÓN: PLANIFICACIÓN ESTRATÉGICA, ALIANZAS ESTRATÉGICAS, EVALUACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

- Planificación estratégica
 - o ¿Realiza la organización procesos de planificación estratégica? ¿Quiénes participan? ¿Participan entes externos?
 - o ¿Contempla la organización elementos externos (políticas públicas, estudios independientes, retos de desarrollo, etc.) a la hora de realizar la planificación estratégica?
- Alianzas estratégicas
 - o ¿Mantiene la organización alianzas con otros entes privados y/o públicos? ¿Con quiénes y a qué nivel?
- Evaluación y rendición de cuentas
 - o ¿Mide la organización los resultados de sus proyectos y/o programas? ¿Cómo?
 - o ¿Incide la fuente de financiamiento en el tipo de

monitoreo y evaluación?

o ¿Cómo se comunican los resultados de las evaluaciones? ¿A quiénes?

4. PRESUPUESTO ANUAL

- ¿En los últimos tres (3) años cuál ha sido el presupuesto anual promedio?

ANEXO 5. HERRAMIENTA: GUÍA PARA GRUPO FOCAL

TEMAS PARA LOS GRUPOS FOCALES:

1. Tema introductorio general: oportunidades y retos para la inversión social
 - Incentivos fiscales y políticas públicas existentes
 - Tradiciones filantrópicas (de la empresa nacional) y políticas corporativas de responsabilidad social (de las empresas multinacionales y/o nacionales)
 - Experticia de las ONG en temas y/o poblaciones específicas y que se reflejan en una mayor inversión social por parte de empresas
 - Etc.
2. Tema central: alianzas estratégicas para el desarrollo
 - Existencia de alianzas ad hoc de tipo operativo y de duración limitada
 - Oportunidades y retos para el desarrollo de alianzas estratégicas
 - o Incidencia en políticas públicas
 - o Oportunidades para el desarrollo institucional: instituciones públicas, ONG y/u organizaciones comunitarias

DINÁMICA Y PREGUNTAS GUÍA

1. Presentación de las personas participantes
2. Presentación de la metodología del grupo focal
3. Presentación de los principales hallazgos de la investigación
 - Empresas y ONG consultadas
 - Principales temas de inversión social
 - Principales poblaciones atendidas
 - Principales retos: alianzas, medición de impacto, etc.
4. Primera dinámica: retos y oportunidades para la inversión social
 - Preguntas generadoras: Desde sus experiencias y conocimiento, ¿cuáles son las principales oportunidades para ampliar o para “mejorar” la inversión social por parte del sector privado? ¿Cuáles son los principales obstáculos para la inversión social? ¿En qué deben / pueden aportar las ONG para fomentar la inversión social por parte del sector privado?
 - Observación 1: “mejorar la inversión social” se refiere a las dimensiones de eficiencia y eficacia de los proyectos de inversión social; de lograr mayor impacto con los recursos disponibles.

- Observación 2: la participación de las ONG en este punto es de conocimiento acerca de las inversiones sociales que se realizan y de su propio rol en el fomento de causas y temas para la inversión social. ¿Cómo promueven las ONG la inversión en los temas y causas que trabajan (en el área ambiental, derechos humanos, niñez, etc.)?
5. Segunda dinámica: alianzas estratégicas para el desarrollo sostenible
 - Preguntas generadoras: ¿Mantiene su organización alianzas con otras organizaciones o instituciones? ¿Cómo se concretan estas alianzas?
 - Observación 1: mantener estas preguntas como introductorias del tema; no perder mucho tiempo en este punto; hacer un resumen de la discusión en los ejes (alianzas estratégicas y/o alianzas ad hoc y operativas)
 - Preguntas generadoras: ¿Cuáles son los principales retos y oportunidades para el establecimiento de alianzas estratégicas con otras organizaciones y/o instituciones? ¿Cómo construir alianzas estratégicas y no tanto operativas con el fin de incidir en la generación de políticas públicas en los países?
 6. Tercera dinámica: monitoreo y evaluación
 - Preguntas generadoras: ¿Cómo se realizan las actividades de monitoreo y seguimiento a los proyectos y/o programas de inversión social? ¿A qué nivel se realizan evaluaciones (acciones, resultados, impactos)? ¿Cómo podemos avanzar hacia una medición de impactos de los programas y/o proyectos de inversión social?
 7. Cierre y agradecimiento



INVERSIÓN PARA EL DESARROLLO EN CENTROAMÉRICA

Estudio línea base sobre filantropía e inversión social



INTEGRARSE

SEATTLE
INTERNATIONAL
FOUNDATION



Esta publicación cuenta con la colaboración de la Cooperación Española a través de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo (AECID). El contenido de la misma es responsabilidad exclusiva de la RED Integrarse y no refleja, necesariamente, la postura de la AECID.

/RedIntegrarse



@redintegrarse



Integra Rse



Red Integrarse



www.integrarse.org

