

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:

TONIC Estrategias Responsables de Negocio



PRÓLOGO

INVERSIÓN SOCIAL EN PANAMÁ

Con el apoyo de 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 Inversión Social y Filantropía” con el objetivo caracterizar y analizar el alcance y magnitud de la filantropía y la inversión social que realiza el sector privado en el país.

Uno de los aspectos más relevantes y novedosos que arrojó el Estudio fue conocer las 10 principales empresas y las 10 principales organizaciones no gubernamentales (ONGs) que asignan recursos en materia de filantropía e inversión social en los países.

Para la realización del estudio se aplicaron diversas herramientas de investigación cuantitativas y cualitativas de las que fueron partícipes tanto empresas como ONGs.

En una primera instancia se aplicó una encuesta virtual a empresas y a ONGs en la que se exploraron temáticas relacionadas con la relevancia de la inversión social en la estrategia corporativa, la magnitud de dicha inversión y sus tipologías, las temáticas y poblaciones beneficiarias, y las estructuras institucionales para su ejecución, entre otros temas.

Posteriormente, se realizó una selección de 20 empresas y 20 ONGs a las cuales se entrevistó en profundidad sobre los aspectos más relevantes de la inversión social como: el origen de las iniciativas, la estructura y canales de aportes, los recursos aportados, los mecanismos de ejecución de los proyectos, el monitoreo y evaluación, las alianzas estratégicas y las estrategias de sostenibilidad de los proyectos de inversión social.

Finalmente, en una tercera etapa, se realizó un grupo focal con un grupo reducido de empresas y ONGs en el que se presentaron y validaron los principales resultados del estudio y se aportaron nuevos elementos para su análisis.

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

Los hallazgos evidencian el crecimiento y la consolidación de la inversión social entre el sector corporativo como herramienta central de las estrategias de responsabilidad social empresarial y/o sostenibilidad.

La inversión social es una práctica emergente y en crecimiento en Panamá. Dos principales factores la motivan: (i) mantener el legado filantrópico del fundador; (ii) ejecutar las políticas de sostenibilidad de la empresa.

El estudio demuestra que el sector privado ejecuta sus propios proyectos de inversión social y también canaliza recursos a través de organizaciones no gubernamentales, constituyéndose en un poderoso aliado para el desarrollo. La selección de las ONGs aliadas se basa en 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 anuales en el sector social. Cabe destacar que de las 117 empresas invitadas a

participar en el estudio, un total de 27 compartieron los montos específicos de su inversión social.

Además de los recursos en especie y en dinero, la mayoría de las empresas involucran a sus colaboradores en las iniciativas sociales que auspician a través de programas de voluntariado corporativo que además buscan establecer y reforzar los vínculos de la empresa con la comunidad.

Los recursos que aportan las empresas están ligados principalmente a dos temas: i) mitigar el impacto de las operaciones de la empresa en sus comunidades de influencia; y ii) abordar algunos de los principales retos sociales y económicos del país, especialmente la educación. En ese sentido, las comunidades de impacto directo de la empresa son las principales beneficiarias de la inversión social, seguidas por la niñez y la juventud.

La educación es, sin duda, el principal tema hacia el cual se destinan los fondos corporativos de inversión social, principalmente hacia el mejoramiento de infraestructura y equipamiento, pero también hacia la calidad de la enseñanza.

Para las empresas, la baja calidad de la educación en Panamá está afectando y seguirá afectando la calidad del recurso humano. Desde su perspectiva, esto compromete la productividad de las empresas y por ende, la competitividad del sector y del país. Muchas empresas están ejecutando sus propios proyectos de educación en sus áreas de influencia o están estableciendo alianzas con ONGs para la implementación de dichos proyectos. Una característica común entre la mayoría de las empresas es la inversión en becas académicas para los hijos de sus colaboradores y/o para beneficiarios de su área de operación,

como estrategia de superación de la pobreza y también como estrategia para mejorar la calidad de la mano de obra que eventualmente pueda ingresar a la fuerza laboral de la empresa y del país.

El estudio demuestra que las empresas mantienen estructuras formales ya sea a través de unidades de RSE/Sostenibilidad o fundaciones empresariales encargadas de seleccionar, gestionar y dar seguimiento a sus inversiones sociales. Aunque las estructuras varían, se evidencia la formalización de esta función dentro de la empresa y se reconoce la necesidad de gestionar la inversión social como parte de la estrategia y estructura corporativa.

Entre los resultados del Estudio se evidencia que, en la medida en que crece la inversión social, también surgen desafíos relacionados con su conceptualización y ejecución.

Por un lado, la filantropía aún 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 sus inversiones sociales, 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 resume la metodología del estudio, ofrece un breve contexto del desarrollo del país, y presenta los principales hallazgos de la inversión social y filantropía en Panamá. Cabe destacar que los resultados del estudio presentados a continuación no son representativos de todo el sector corporativo y son un reflejo solamente de la muestra de empresas y ONGs participantes.



ÍNDICE

P.08 1. 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 2. LA INVERSIÓN SOCIAL Y LA FILANTROPÍA EN PANAMÁ

- P.18 2.1 LOS ACTORES CONSULTADOS
- P.21 2.2 FOCO Y DESTINOS DE LA INVERSIÓN SOCIAL
- P.24 2.3 PRINCIPALES HALLAZGOS
- P.34 2.4 RECURSOS PARA LA INVERSIÓN SOCIAL

P.36 3. 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 ONGs
- P.42 ANEXO 3. HERRAMIENTA: GUÍA DE ENTREVISTA A EMPRESAS
- P.44 ANEXO 4. HERRAMIENTA: GUÍA DE ENTREVISTA A ONGs
- P.45 ANEXO 5. HERRAMIENTA: GUÍA PARA GRUPO FOCAL

1. INTRODUCCIÓN

1.1 EL CONTEXTO DE DESARROLLO

En esta sección se ofrece un resumen del contexto del desarrollo de Panamá en el que se enmarca el “Estudio Línea de base sobre Inversión Social y Filantropía”. El contexto de desarrollo es particularmente importante para tener un mejor comprensión de la situación económica y social del país, contexto 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) al 2014 alcanzó 0.765, lo que ubica al país en la posición número 65 entre 187 países del mundo. El IDH refleja el crecimiento del PIB

per cápita y los avances del país en materia de salud y educación de los últimos años. Según el IDH, el ingreso bruto per cápita al 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.

“Panamá experimentó uno de los ritmos de crecimiento económico más acelerado de América Latina y el Caribe en la última década.”

El 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 manera sostenida en los últimos años, 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.

La 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. La proporción de personas en pobreza en esta zona asciende a 89,2%, mientras que en las comarcas de Kuna Yala y Emberá Wounaan, es de 80,7 y 70,9 por ciento, respectivamente.

La desigualdad se ve expresada también en las brechas de calidad y cobertura de los servicios básicos como la educación, la salud, el agua y saneamiento, entre otros.

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 primera infancia, así como mejoras en la paridad entre los géneros en la enseñanza primaria. 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 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, evidenciado a través de 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 a la posición 75 al evaluarse su sistema educativo, a la posición 114 al evaluarse la calidad de la enseñanza de ciencia y matemáticas.

De igual manera, persisten barreras en el acceso a la salud. A pesar de que los indicadores de salud promedio reflejan avances importantes, persisten brechas de cobertura y calidad que inciden negativamente en el acceso y calidad de la atención que recibe la población que habita en áreas rurales e indígenas. Las brechas de salud se reflejan en el virtual

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

Uno de los principales desafíos en materia de salud pública y desarrollo humano que enfrenta Panamá 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 indica 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 representa el 47,2% del gasto total del sector público y el 20,1% del PIB a precios corrientes.

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, incentivos a la empleabilidad juvenil, entre otros.

1.2 LA INVERSIÓN SOCIAL Y FILANTROPIA

Para el Estudio se tomó como base la definición de inversión social que presenta la norma internacional ISO26000 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 ISO26000,

“...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).”

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...”²;
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.

² ISO26000, 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).

Tabla 1. Inversión social y expectativas según ISO26000

	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

² Ibid.

1.3 OBJETIVOS DEL ESTUDIO

El objetivo central del presente estudio exploratorio es definir una línea base en materia de inversión social en Centroamérica, 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 ONGs 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 ONGs 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.

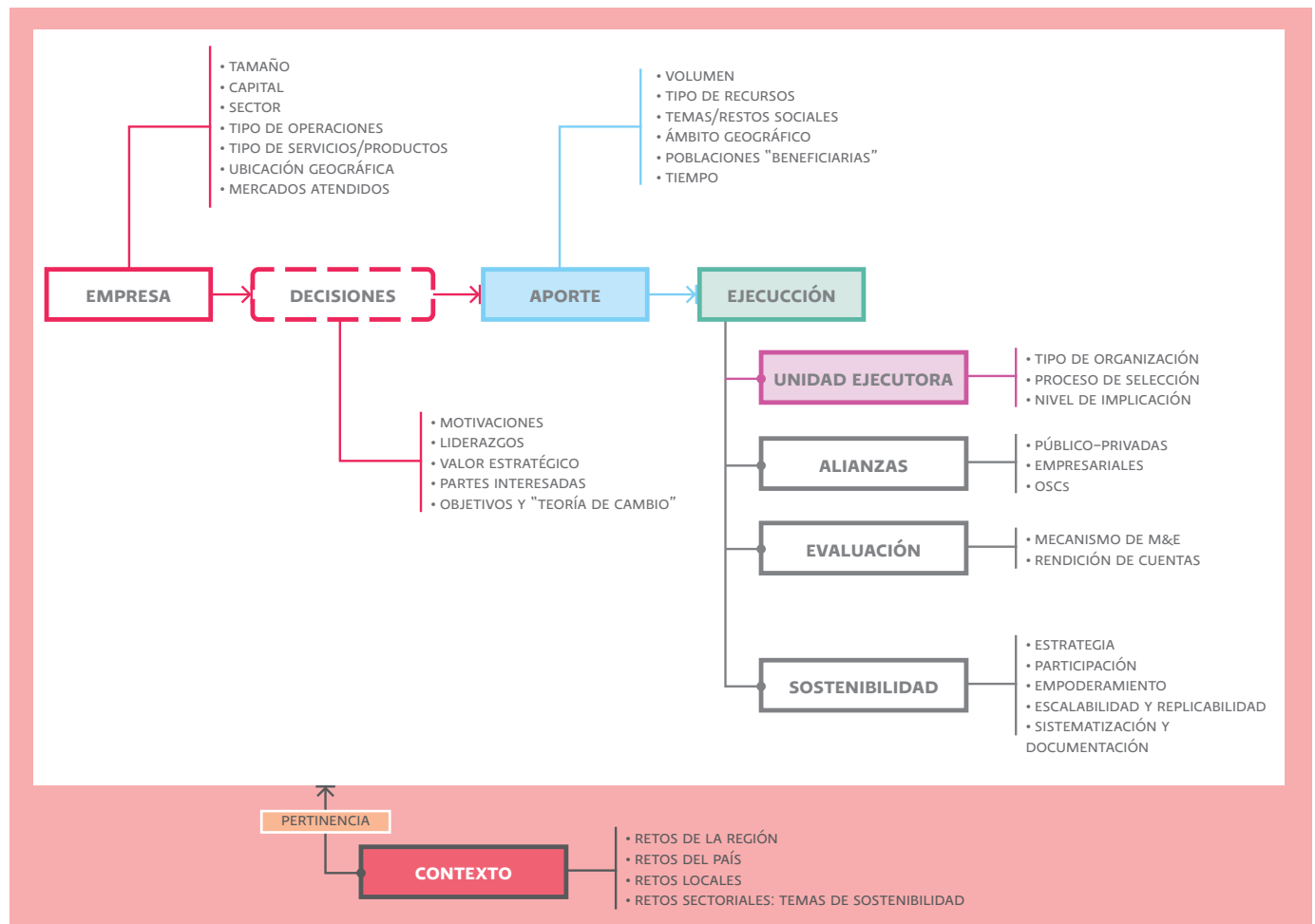
3. Identificar los mecanismos y lógicas de intervención, considerando: (a) los focos y destinos de la inversión social, (b) los mecanismos de ejecución, (c) el monitoreo y seguimiento, (d) la comunicación y (e) la sostenibilidad.

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 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 ONGs, 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.
- El monitoreo y la evaluación;
- Alianzas estratégicas y desarrollo institucional; y
- Sostenibilidad.

En el caso de las encuestas dirigidas a las ONGs, 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 ONGs 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;

En el caso de las entrevistas a ONGs, 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 ONGs 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 sobre la responsabilidad social empresarial se ha venido construyendo en Panamá y la región centroamericana 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 responsabilidad social empresarial 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 no se ha realizado en el país con anterioridad, lo que se constituye en una contribución innovadora al análisis del sector.

- Comprender las áreas temáticas y poblaciones hacia las cuales se dirige la inversión social corporativa.
- Establecer 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 ONGs.
- 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.”

- Identificar áreas de trabajo para las ARSE en cada país. A partir de los hallazgos, las ARSE pueden desarrollar herramientas, metodologías, y nuevas investigaciones que ayuden tanto a las empresas como a las ONGs a mejorar y a 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 ONGs, 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 ONGs.
- Las principales poblaciones beneficiarias de la labor de las ONGs 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 ONGs.
- Los elementos que buscan las empresas en las ONGs al momento de seleccionar socios para la ejecución de proyectos.
- Las áreas en las que las ONGs requieren fortalecerse, lo cual puede servir de insumo para el desarrollo de herramientas y metodologías para las ARSE de la región.

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 comparar y 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 ONGs como socias del sector privado en esta tarea.

“El Estudio contribuye a una mejor comprensión de los elementos o criterios que aplican las empresas al momento de seleccionar socios en el sector no gubernamental para la inversión social.”

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 ONGs. La principal fuente de información para elaborar la lista de empresas consultadas fue la membresía de Sumarse, la cual fue complementada con información documental de otras empresas que mantienen programas de responsabilidad social empresarial (RSE) en el país.

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

Un total de 117 empresas fueron contactadas e invitadas a participar de la encuesta. De ellas, un total de 33 contestaron la encuesta, lo que representa al 28%.

Las empresas que contestaron la encuesta virtual son: Argos; Assa Compañía de Seguros, 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.; Melo; Morgan y 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 ONGs 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 MarViva
- 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

La segunda fase del estudio consistió en entrevistas a profundidad a una selección de 20 empresas y 20 ONGs. Las empresas fueron seleccionadas según los siguientes criterios: (i) que hayan participado en la primera fase del estudio (respuesta a encuesta virtual); (ii) que registren los montos de inversión social más elevados; y (iii) que representen 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:

- Argos
- Banco General
- Cervecería Barú
- Copa Airlines
- Empresas Bern
- Felipe Motta, S.A.
- Grupo Corporativo Pérez
- Grupo Melo
- Grupo Wisa
- Manzanillo International Terminal
- Morgan & Morgan
- Motta Internacional
- Odebrecht
- Samsung Latinoamérica

Respecto de las ONGs, hubo 7 participantes en el proceso de entrevistas a profundidad, a saber: 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 ONGs para la presentación y validación de los resultados del estudio. Las empresas participantes fueron: Argos, CEMEX, Copa Airlines y Morgan y Morgan. Las ONGs participantes fueron: ANCON, Fundación Valórate y Casa Esperanza.

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

2.2 FOCO Y DESTINOS DE LA INVERSIÓN SOCIAL

La inversión social en Panamá se dirige a una multiplicidad de causas y organizaciones. Sin embargo, la educación es la principal temática hacia la cual se asignan los recursos tanto de empresas como de ONGs en el país.

En el caso de las ONGs, el 78% de ellas dirigen sus esfuerzos hacia la inversión social en educación. La segunda área de inversión, calificada como "otras" por las ONGs, incluye inversiones 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 de prioridad 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 ONGs dirigen sus esfuerzos:

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

Las principales poblaciones atendidas por las ONGs 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 ONGs.

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 organizaciones que se benefician de actividades de fortalecimiento institucional.

Tanto la población en áreas urbanas como de zonas rurales se beneficia de la inversión social realizada por las ONGs.

La educación es el principal tema hacia el cual se ha dirigido la inversión social en los últimos tres años de las empresas encuestadas. De hecho, el 83.3% de ellas respondió que la educación forma parte de su inversión social. Las inversiones en educación se dirigen principalmente a escuelas públicas y en segundo lugar a ONGs que trabajan en la temática de educación.

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

- 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. Las empresas consideran la educación como prioridad, además porque muchas consideran 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 las 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 calidad 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 sus colaboradores quienes 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 producida por sus operaciones.

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

Los demás temas de mayor inversión social 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%).

Las personas en situación de pobreza son las principales beneficiarias de los proyectos de inversión social de las empresas panameñas. El 77% de las empresas declararon dirigir sus proyectos de inversión social hacia esta población. 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%). Cabe destacar que, entre estas poblaciones, son las que están en el área de influencia de la empresa que son priorizadas.

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: i) el inicio

reciente de las actividades de inversión social; ii) a la fecha no se había realizado un ejercicio de cuantificación de beneficiarios; y/o iii) la dificultad en realizar el cálculo.

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. Las ONGs son, sin embargo, las principales destinatarias de la inversión social de las empresas.

Algunas de las principales ONGs hacia las cuales se canaliza la inversión social del sector corporativo participante en este Estudio son:

- Asociación Pro Niñez
- Patronato del Servicio Nacional de Nutrición
- Fe y Alegría
- Probidsida
- Down Panamá
- Fondo Unido de Panamá
- Funda Ayuda
- Feria Yo Reciclo
- Teletón 20-30
- Las Claras (Voces Vitales)
- Banco de Alimentos
- Fundalcom
- Jesús Luz de Oportunidades
- Aldeas Infantiles SOS
- Fundación Pro Ed
- Fundación Pro Integración
- Religiosos Mercedarios
- Fundación Tortuguías
- Movimiento Nueva Generación
- Junior Achievement
- Fundacáncer
- Techo
- Biomuseo
- Ancón
- Nutre Hogar
- Casa Esperanza
- Fundación Valórate
- FANLYC
- Operación Sonrisa
- Fundación Gabriel Lewis Galindo

Entre las instituciones públicas hacia las cuales se destina la inversión social se encuentran el Ministerio de Salud, Desarrollo Social y Educación, así como 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

Esta sección describe los principales hallazgos del Estudio, combinando los resultados de las diferentes fuentes de información que se han desarrollado en el marco del estudio: encuestas a empresas y ONGs, entrevistas a empresas y ONGs, y grupo focal.

En este apartado converge la información de las empresas y de las ONGs en cuanto a: la visión de las empresas frente a su rol social; el proceso de ejecución; el seguimiento y la evaluación; la comunicación; las alianzas estratégicas y el desarrollo institucional; las capacidades de las ONGs (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

En primer lugar, se brinda una caracterización de las empresas participantes en el Estudio a fin de establecer un contexto para la presentación de los principales hallazgos.

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.

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.

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 por parte de las empresas, 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.

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

Motivaciones

La inversión social por parte de las empresas, según la encuesta, es motivada por diversos factores: en mayor medida por 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 ese sentido, 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.

Proceso de ejecución

Existen varios modelos de gestión para canalizar y gestionar las inversiones sociales dentro de las empresas. Los tres principales modelos son i) oficina de RSE o Sostenibilidad; ii) fundación empresarial; y iii) modelo descentralizado.

Casi la totalidad de las empresas consultadas cuentan con una oficina, dirección, departamento, o vicepresidencia a cargo de Sostenibilidad, Ciudadanía Corporativa o Responsabilidad Social Empresarial, con un liderazgo visible en lo que respecta a la inversión social y que tiene entre sus responsabilidades el manejo de los proyectos sociales.

Existen, sin embargo, diferencias respecto de la unidad de la cual dependen o la que responden. En algunas 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, ya sea de Mercadeo, Comunicaciones y Relaciones Públicas, o de Recursos Humanos y Bienestar Laboral, que a su vez reportan a la Gerencia.

Muchas de las oficinas de RSE/ Sostenibilidad apoyan su proceso de toma de decisiones sobre inversión social sobre una instancia de coordinación que usualmente se denomina "Comité de RSE" o "Comité Estratégico" que compuesto por un representante de la Oficina de RSE/ Sostenibilidad, 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. Dichas fundaciones se

administran con una Junta Directiva en la que 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 de la empresa.

Una tercera alternativa en que se ejecuta la inversión social es de forma descentralizada, lo que se materializa a través de unidades de negocio que toman las decisiones sobre en qué invertir, hacia quién dirigir la inversión, y cuánto se va a invertir, limitándose solamente a reportarle los avances de sus actividades a las unidades de RSE/ Sostenibilidad.

Los canales utilizados por las empresas para desembolsar los recursos de la inversión social son de diversos tipos. Los principales son la ejecución propia y la 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: (i) la ejecución y supervisión centralizada en la unidad de RSE, Sostenibilidad o Ciudadanía Corporativa o la fundación empresarial; y (ii) 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 en base a las necesidades de la comunidad y en alianza con actores locales, elaboran sus presupuestos, ejecutan el presupuesto 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 duración anual hasta proyectos que se planifican para sostener una inversión durante 5, 10 o hasta 15 años. Lo cierto es que 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.

Si bien las empresas entrevistadas no cuentan con parámetros o criterios previamente establecidos para la selección de ONGs a las cuales donarán recursos o serán beneficiarias de su inversión social, coinciden en señalar que los seleccionan en base a su credibilidad, trayectoria, y capacidad de ejecución y 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 ONG que mayormente se alinean con su estrategia de RSE o donde pueda agregar mayor valor. Típicamente, las ONGs se acercan a las empresas a presentar sus proyectos, los cuales son sometidos a una evaluación interna antes de aprobar la inversión.

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 los relacionados con la educación y la inversión en centros educativos públicos.

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 sus inversiones sociales de manera cercana y permanente para asegurar la ejecución de sus inversiones. 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, algunos son trimestrales, otros semestrales, y otros son 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 financiera. Igual que el mecanismo anteriores, algunos de estos informes son trimestrales, otros semestrales, y otros son anuales.

Las empresas manifiestan interés en fortalecer los mecanismos de medición de impacto para valorar el efecto de su inversión social."

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 mantiene ningún sistema de seguimiento y un tercio no sabe o no responde. El tipo de resultados que miden son 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 deficiencias o 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: (i) GRI; y (ii) Pacto Global, en el caso de las empresas firmantes.

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, y los informes anuales de RSE.

Los públicos externos —clientes y proveedores— también son receptores de la información de inversión social principalmente a través de la página web de la empresa e 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.

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 ellas, sobre el 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.

En el caso de las ONGs, la mayoría de las alianzas 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 ONGs socias con las que trabajan mancomunadamente en la selección e implementación de iniciativas de inversión social.

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).

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

Capacidades de las ONGs

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 ONGs ejecutoras o de instancias comunitarias, las empresas pueden propiciar una mayor transformación social y dejar una huella con impacto más allá de la filantropía.

Como hallazgo se destaca que pocas empresas dedican recursos de manera organizada y sostenida al desarrollo institucional, ya sea de ONGs ejecutoras, o de instancias comunitarias. Algunas mencionan realizar "capacitaciones" a instancias locales y fomentar programas de liderazgo.

Un caso interesante 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 ONGs. Esta misma empresa destacó como ejemplo la inversión en herramientas o software para optimizar la eficiencia y gestión de las ONGs con las que trabajan de manera de dejar capacidades instaladas para que dichas ONGs puedan hacer de manera más eficiente su trabajo y escalar su impacto en la comunidad.

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

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 de dichos proyectos 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 en el proyecto 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, estudiantes, 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 ONGs u organizaciones de base: en el caso de ejecución de terceros, específicamente ONGs, algunas empresas procuran invertir en el fortalecimiento de las habilidades gerenciales y administrativas de las ONGs o de organizaciones de base comunitaria.

A pesar de que muchas empresas trabajan en alianza con el Gobierno 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 educación manifestaron que dicho Ministerio mantiene una baja participación a nivel nacional y regional, con mayor involucramiento de las autoridades educativas a nivel local.

Pocas empresas mantienen una alianza formal con el MEDUCA a través de la firma de un convenio de colaboración.

ONGs

Las organizaciones no gubernamentales participaron en la encuesta y las entrevistas a profundidad así como el grupo focal. A continuación se ofrecen una descripción de algunas de las características de las ONGs participantes.

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

La mayoría (57%) de las ONGs 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 ONGs 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 ONGs participantes son, en orden de relevancia: (i) los aportes del sector privado; (ii) fondos públicos; y (iii) recursos de la cooperación internacional. Las ONGs también reciben aportes de donantes individuales y de su auto gestión.

El 73% de las ONGs 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 ONGs participantes en el estudio."

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

Entre el proceso de encuestas y entrevistas, un total de 42 ONGs dieron a conocer los rangos de su recurso financiero. El 30% de las ONGs 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 organizaciones participantes manifestaron emplear diferentes estrategias para la recaudación de fondos. Entre los mecanismos se citan: i) la postulación a fondos concursables nacionales e internacionales; ii) formulación de propuestas a potenciales donantes; iii) desarrollo de planes empresariales; iv) venta de artículos promocionales; v) alcancías; vi) eventos de recaudación de fondos, entre otros.

Con respecto al recurso humano, las ONGs 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 se realiza, 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. Las organizaciones destacan la sensibilidad social.

Organización

Las ONGs participantes en las entrevistas manifestaron realizar procesos de planificación estratégica cada año. Los planes son desarrollados y/o aprobados por la Junta Directiva. Las ONGs también 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 ONGs participantes 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 también organismos internacionales.

Alianzas estratégicas

La importancia de las alianzas estratégicas surge con mucha fuerza entre las ONGs. De la encuesta se desprende que prácticamente todas las organizaciones no gubernamentales 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.

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%

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

Las ONGs participantes en las entrevistas destacaron la importancia de sus alianzas con el sector gubernamental para el beneficio de la población beneficiaria de sus programas. Dependiendo del área temática o población que atiende la ONGs, asimismo son las alianzas estratégicas con instituciones públicas.

Evaluación

Las ONGs 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.

A modo de resumen, los principales hallazgos en el caso de las empresas son:

1. 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.
2. La inversión social es motivada por dos principales factores: (i) mantener el legado filantrópico del fundador; (ii) ejecutar las políticas de sostenibilidad de la empresa.
3. La educación es el principal tema al que se destinan las inversiones sociales.
4. Las comunidades de impacto directo de la empresa son las principales beneficiarias de la inversión social. La niñez y la juventud son también de gran relevancia como foco de la inversión social corporativa.
5. 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.
6. 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.
7. 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.
8. 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.
9. Las empresas canalizan sus inversiones sociales a través de la ejecución propia de proyectos de inversión social y a través de las donaciones a ONGs, las cuales se seleccionan en base a su credibilidad, alineación de sus proyectos con la estrategia de RSE de la empresa y capacidad de ejecución.
10. 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.
11. El monitoreo de la inversión social se limita a dar seguimiento al cumplimiento de actividades relacionadas a la ejecución de los proyectos y la contabilizan de indicadores de producto.
12. Las estrategias de sostenibilidad de las inversiones sociales son aún secundarias dentro de la planificación. Sin embargo, muchas empresas privilegian las inversiones a largo plazo especialmente en educación.
13. El papel de entidades como Sumarse son críticos para seguir fomentando la comprensión e incorporación de 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.

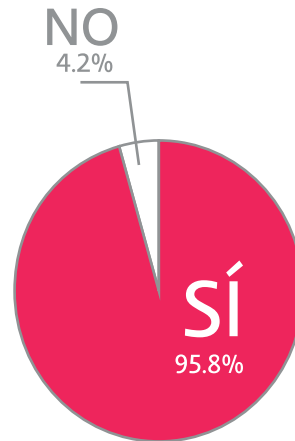
En el caso de las ONGs, algunos de los principales hallazgos son:

1. El sector privado es el principal benefactor de las ONGs en Panamá.
2. Las ONGs 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; auto gestión y ofrecimiento de servicios; entre otros.
3. La educación es el tema principal al que se dirige la inversión social de las ONGs participantes en el estudio. La niñez y la juventud son la principal población beneficiaria de los esfuerzos de las ONGs que colaboraron en el estudio.
4. Para las ONGs, las alianzas estratégicas con diversos sectores, incluyendo el público y privado, son clave para la realización de su misión.

2.4 RECURSOS PARA LA INVERSIÓN SOCIAL

Uno de los objetivos del 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.

De las 33 empresas que respondieron la encuesta, el 95,8% declara que ejecuta proyectos de inversión social en comunidades. Solamente un 4% de las empresas respondieron negativamente esta pregunta.



Gráfica 1. ¿La empresa tiene proyectos de inversión social en comunidades?

Las empresas, en su mayoría, nombraron tres tipos de inversión: i) en especie; ii) en dinero; y (iii) 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 las ganancias de la empresa.

En al menos tres de las empresas entrevistadas, 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.

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

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

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

La empresa Odebrecht, de capital extranjero, encabeza la lista de empresas en relación a la 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 práctica entre las empresas y es reconocido como un mecanismo valioso para canalizar la inversión social de la empresa. Al menos 77% de las empresas que participaron en la encuesta manifestaron contar con programas de voluntariado. El 22% no cuenta con un programa de voluntariado. De las empresas que contabilizaron las horas de voluntariado, estas totalizaron 13,086 horas.

“El monto anual promedio de las 27 empresas que dieron a conocer los montos de su inversión social fue de USD \$29.5 millones.”

3. 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.

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 a 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 estén 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.

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 supervisor el avance de las actividades y resultados.

En las alianzas también existe una oportunidad para que Sumarse actúe como facilitador entre las iniciativas que desarrolla el sector privado, el sector público y la labor que realizan las ONGs.

Sumarse puede tomar ventaja de su posición como intermediario para identificar áreas de inversión, áreas de colaboración y fomentar alianzas que logran mejores resultados y mayor impacto.

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 esta mejor comprensión y apropiación conceptual, las empresas deben tener mayor disponibilidad y apertura para la formalización de alianzas, para la estructuración de sus programas de RSE lo que se debe reflejar en un crecimiento de la inversión social.

“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 el impacto 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 una oportunidad para que entidades como Sumarse puedan asesorar y acompañar a las empresas en este proceso de fortalecimiento que daría mayor visibilidad y credibilidad a los esfuerzos que realiza la empresa privada a beneficio del desarrollo social del país.

Las ONGs también señalaron el monitoreo y evaluación como un desafío de su gestión. Estas se enfocan principalmente en monitorear el avance de actividades pero carecen de esquemas de monitoreo 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 ONGs es la dispersión de esfuerzos, que hace la captación de fondos más difícil y competitiva entre las ONGs.

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 ONGs 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 ISO26.000, "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."

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 ONGs

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 ONGs

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 ONGs 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 cuño 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, ONGs 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 ONGs 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 ONGs 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 ONGs 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 ONGs 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



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

