

# INVERSIÓN PARA EL DESARROLLO EN CENTROAMÉRICA

Estudio línea base sobre filantropía e inversión social



---

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

---

**EQUIPO TÉCNICO:**

Consultor regional: Imre Petry

Consultores por país:

Costa Rica: Leyla Solano Pacheco

Guatemala: Diego Sebastián Mendoza Marroquín

Honduras: Eugenio Sánchez

El Salvador: Mario López

Nicaragua: Hania Miranda Castillo

Panamá: Carolina Freire

Arquitectura de la Información, Diseño y Diagramación:

TON!C Estrategias Responsables de Negocio



**INVERSIÓN PARA EL DESARROLLO  
EN CENTROAMÉRICA**  
Estudio línea base sobre filantropía e inversión social



# RESUMEN EJECUTIVO

El presente documento resume los resultados del Estudio sobre Fondos para la Inversión Social y Filantropía en Centroamérica, de carácter exploratorio y realizado entre julio y diciembre del 2015.

Este resumen recoge los principales hallazgos y conclusiones regionales que se extraen de los seis Estudios nacionales; Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá. Para consultar en profundidad los resultados nacionales, se recomienda al lector acudir a cada uno de los informes por país que complementan y son parte del presente estudio.

En la primera se diseñó y envió a más de 780 empresas y 500 ONG, una encuesta general sobre los temas, poblaciones y montos de la inversión social. La siguiente fase consistió en una entrevista personal con las empresas y ONG seleccionadas en la cual se profundizó en temas específicos. Finalmente, como tercera etapa se realizó un grupo focal con una muestra de las empresas y de las ONG.

Como principales hallazgos del estudio cabe destacar:

**1** Los temas hacia los cuales las empresas dirigen su inversión social son en primer lugar educación, y le sigue en importancia medio ambiente, salud, empleo y desarrollo económico de la comunidad.

**2** En cuanto a poblaciones atendidas, la población meta de las empresas son las comunidades de impacto directo de la empresa, seguido por personas en condición de pobreza y niñez. Las principales poblaciones atendidas por las ONG son las personas en condición de pobreza, y le sigue en importancia, la niñez, adolescencia y juventud.

**3** Los recursos para la inversión social por parte del sector privado, tiene una procedencia mayoritaria nacional; en el caso de las ONG, sus recursos provienen principalmente de la cooperación internacional y, en menor grado, de la ejecución de recursos públicos.

4 En la región Centroamericana 130 empresas – mayoritariamente nacionales – han invertido en los últimos tres años un promedio de US\$ 134,7 millones anualmente en proyectos y programas de inversión social y filantropía.

5 En muchos casos los proyectos y programas de inversión social de las empresas no solamente están alineados al giro de los negocios de las mismas y sus públicos de interés, sino que también están alineados a los principales retos de desarrollo de la región.

6 La mayoría de las empresas implementan programas de largo plazo, a excepción de aquellas que apoyan proyectos de inversión en infraestructura, cuyos proyectos tienen que ver en su mayoría con la donación de materiales y equipos.

7 La mayoría de las empresas y ONG mantienen alianzas con otras organizaciones e instituciones. Sin embargo, las alianzas son en su gran mayoría para la implementación de proyectos concretos de inversión social y no necesariamente implican una alianza estratégica de mediano y largo plazo. Son aisladas las experiencias de incidencia en políticas públicas por parte de las organizaciones involucradas en proyectos de inversión social.

8 Se observa una gran debilidad en el monitoreo, seguimiento y evaluación de impacto de las actividades de inversión social. Pocas empresas y ONG miden los resultados e impactos de sus proyectos.

9 La comunicación interna de la empresa es generalizada y las empresas le prestan mucha atención a este tema. La comunicación externa no es algo que les interese a la mayoría, no se cuenta con presupuestos de comunicación e incluso algunas manifiestan abiertamente que prefieren invertir esos fondos en otras áreas y no en comunicación.

10 Es necesario fortalecer la relación y entendimiento mutuo entre el sector empresarial y las ONG. Por un lado, se requiere una mayor apertura por parte de las ONG en cuanto a conocer mejor las empresas, sus líneas de negocios, sus temas y sus poblaciones meta, así como un mayor empeño en adoptar mecanismos de gobernanza, transparencia y rendición de cuentas que resulten confiables para las empresas. Por su parte, las empresas deben hacer un esfuerzo por entender los tiempos que se requieren para producir cambios sociales e incidencias políticas de impacto, más que llevar a cabo acciones de poco valor y alianzas enfocadas más al nivel operativo.



# ÍNDICE

## **P.10 1. INTRODUCCIÓN**

- P.10 1.1 LA INVERSIÓN SOCIAL Y FILANTROPÍA
- P.12 1.2 OBJETIVOS DEL ESTUDIO
- P.13 1.3 METODOLOGÍA
- P.15 1.4 LA CONTRIBUCIÓN DEL ESTUDIO

## **P.16 2. LA INVERSIÓN SOCIAL Y LA FILANTROPÍA EN CENTROAMÉRICA**

- P.16 2.1 FOCO Y DESTINOS DE LA INVERSIÓN SOCIAL
- P.20 2.2 PRINCIPALES HALLAZGOS
- P.28 2.3 RECURSOS PARA LA INVERSIÓN SOCIAL

## **P.30 3. RESÚMENES DE LOS PAÍSES**

- P.30 3.1 COSTA RICA
- P.32 3.2 EL SALVADOR
- P.34 3.3 GUATEMALA
- P.36 3.4 HONDURAS
- P.38 3.5 NICARAGUA
- P.40 3.6 PANAMÁ

## **P.42 4. LOS RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LA INVERSIÓN SOCIAL EN CENTROAMÉRICA**

## **P.44 ANEXOS**

- P.44 ANEXO 1. GLOSARIO DE TÉRMINOS

# PRÓLOGO

*Con el apoyo de la Seattle International Foundation, la Agencia de Cooperación Española (AECID), el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y la Red INTEGRARSE, se realizó el Estudio Línea de base sobre Inversión Social y Filantropía con el objetivo caracterizar y analizar la inversión social y la filantropía que realiza el sector privado en la región Centroamericana.*

Los hallazgos del estudio demuestran que, si bien existe una gran disposición de parte de las empresas a construir alianzas, es necesario fortalecer sus capacidades para identificar la materialidad en la inversión social, qué hace sentido a su negocio y cuáles áreas pueden aportar más a la sociedad.

Se requiere que las ONGs brinden un valor agregado en su accionar, que tengan capacidad técnica que las diferencie y vayan abandonando las metodologías de recaudación de fondos para solamente mantener su estructura.

Es imperativo que las organizaciones conozcan a las empresas, sus líneas de negocio, cuáles temas son materiales para su inversión social y puedan responder a ello, a la vez que fortalezcan sus mecanismos de gobernanza, transparencia y rendición de cuentas para que resulten confiables para sus aliados.

Este desarrollo sostenible que buscamos, debe estar dirigido por una

política pública clara, que brinde el marco de referencia para la acción y que dialogue con todos los sectores e incluya su visión y necesidades.

En general, nos hemos dado cuenta que es urgente definir y fortalecer los mecanismos de articulación, de comunicación, de rendición de cuentas y de medición de impacto, entre el Estado, las empresas y las ONG.

Siendo así el escenario, las organizaciones empresariales que conforman la Red Integrarse, tienen una gran oportunidad para servir como esos articuladores que potencian las alianzas que definan objetivos comunes en los cuales todos pueden aportar desde su competencia para lograr el impacto colectivo que necesitamos para mejorar la calidad de vida en nuestras sociedades.

Un agradecimiento especial a todas las personas, empresas y ONG que aceptaron ser parte de este estudio y que de manera tan generosa han compartido sus conocimientos y sus experiencias.

# 1. INTRODUCCIÓN

El estudio de línea de Base sobre Filantropía e Inversión Social en Centroamérica fue elaborado por la Red INTEGRARSE, con el apoyo de la Seattle Foundation, la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECID) y el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF). Este estudio tiene el objetivo de mapear, analizar y comprender cuáles son los montos que se asignan por parte del sector privado centroamericano para proyectos o programas de filantropía e inversión social.

El estudio se llevó a cabo con empresas y ONGs en seis países de la región:

Costa Rica, Nicaragua, El Salvador, Guatemala, Honduras y Panamá.

## 1.1 LA INVERSIÓN SOCIAL Y LA 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.”*

<sup>1</sup> 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).

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..."<sup>2</sup>;
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.

Tabla 1. Inversión social y expectativas según ISO26000

	EN MAYOR GRADO	EN MENOR GRADO
<b>1. ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO</b>	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
<b>2. ALINEAMIENTO CON NECESIDADES LOCALES</b>	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
<b>3. ALINEAMIENTO CON POLÍTICAS PÚBLICAS</b>	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)
<b>4. PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LA COMUNIDAD</b>	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
<b>5. EMPODERAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD</b>	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
<b>6. MEJORA CONTINUA: MEDICIÓN Y EFICACIA</b>	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
<b>7. ALIANZAS ESTRATÉGICAS</b>	LA INVERSIÓN SOCIAL SE ENMARCA EN UNA SERIE DE ALIANZAS OPERATIVAS Y ESTRATÉGICAS; SE BUSCAN SINERGIAS EN LAS INVERSIONES POR MEDIO DE ALIANZA CON ENTES PÚBLICOS Y PRIVADOS	LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL NO CONTEMPLAN ALIANZAS ESTRATÉGICAS; SON PROYECTOS AISLADOS DE OTRAS INICIATIVAS PÚBLICAS Y/O PRIVADAS; NO HAY SINERGIAS
<b>8. POBLACIONES DE MAYOR VULNERABILIDAD</b>	LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL BUSCAN LA REDUCCIÓN DE VULNERABILIDADES DE POBLACIONES ESPECÍFICAS	LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN NO ESTÁN DIRIGIDOS A LAS POBLACIONES DE MAYOR VULNERABILIDAD

<sup>2</sup> Ibid.

## 1.2 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.

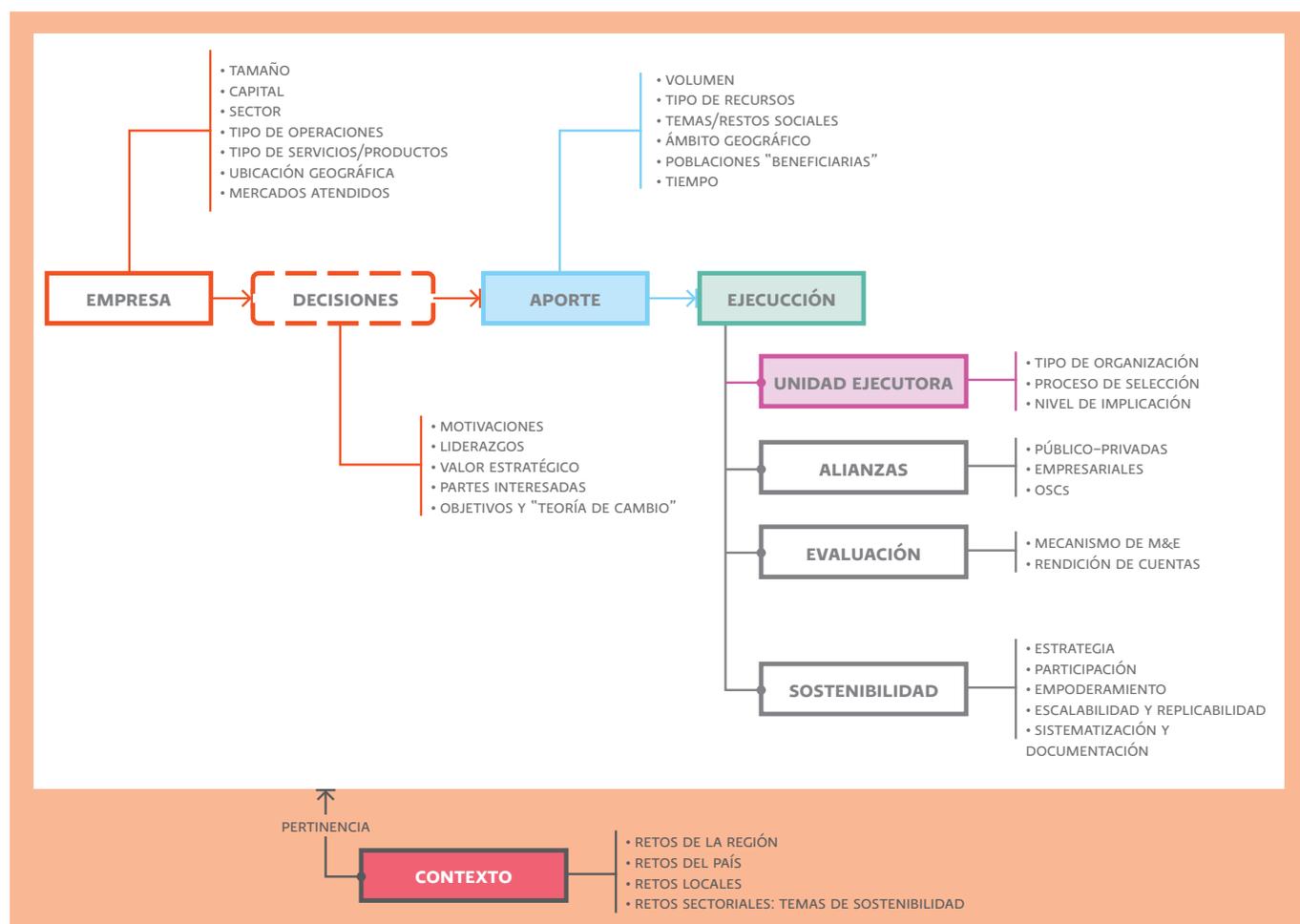
**3** Identificar los mecanismos y lógicas de intervención, considerando: (a) los focos y destinos de la inversión social, (b) los mecanismos de ejecución, (c) el monitoreo y seguimiento, (d) la comunicación y (e) la sostenibilidad.

**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.

### 1.3 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 la 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:

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

## 1.4 LA CONTRIBUCIÓN DEL ESTUDIO

Los resultados del estudio permiten analizar y definir una línea de base sobre cómo se lleva a cabo la inversión social y la filantropía en Centroamérica, así como comprender los objetivos que persiguen las empresas y ONGs a la hora de realizar proyectos y programas de inversión social.

En Centroamérica se carece de investigaciones o estudios aplicados al sector empresarial realizados desde una perspectiva inter y multi sectorial. El presente ejercicio logra incorporar las perspectivas de políticas públicas y retos para el desarrollo, la perspectiva de inversión social empresarial y la perspectiva de las ONGs que operan en los distintos ámbitos del desarrollo social para integrar y regionalizar el conocimiento en diferentes ámbitos.

En este sentido, el estudio puede ser considerado como un punto de partida para una discusión y análisis de las fortalezas y las debilidades que existen en el proceso de inversión social por parte de los distintos actores en Centroamérica. Además permitirá encontrar los vacíos existentes en las alianzas inter e intra-sectoriales para contribuir a mejorar el intercambio de información y el establecimiento de metas comunes y, eventualmente, la incidencia en políticas públicas desde una perspectiva de impacto colectivo.

Finalmente, 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.

## 2. LA INVERSIÓN SOCIAL Y LA FILANTROPÍA EN CENTROAMÉRICA

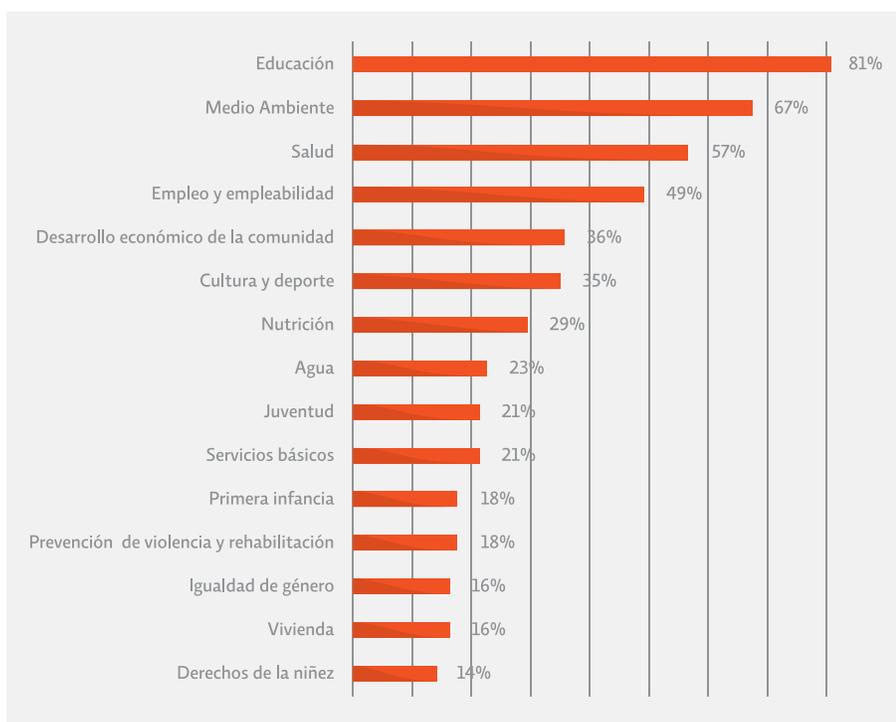


Gráfico 1. Principales temas de inversión social en la región

### 2.1 FOCOS Y DESTINOS DE LA INVERSIÓN SOCIAL

A continuación, se discutirán los principales temas y las poblaciones meta de los proyectos y programas de inversión social por parte del sector privado centroamericano.

#### TEMAS

Los principales temas de inversión social en la región son: educación, medio ambiente, salud y empleo y empleabilidad. En el siguiente gráfico se presentan los resultados regionales de la encuesta.

En el siguiente gráfico se presentan algunas variaciones con respecto a los temas priorizados en cada país de la región.

	Costa Rica	El Salvador	Guatemala	Honduras	Nicaragua	Panamá
1	Educación	Educación	Educación	Educación	Educación	Educación
2	Medio ambiente	Salud	Salud	Medio ambiente	Medio ambiente	Medio ambiente
3	Empleo y empleabilidad	Empleo y empleabilidad	Medio ambiente	Salud	Salud	Cultura y deporte
4	Salud	Medio ambiente	Empleo y empleabilidad	Desarrollo económico de la comunidad	Desarrollo económico de la comunidad	Salud
5	Desarrollo económico de la comunidad	Prevención de violencia y rehabilitación	Nutrición	Empleo y empleabilidad	Empleo y empleabilidad	Desarrollo económico de la comunidad

Gráfico 2. Principales temas de inversión social por país

Las empresas encuestadas valoran la educación como un tema fundamental para la superación de la condición de pobreza, la movilidad social y la formación del capital humano a largo plazo. La inversión social en el tema educativo abarca iniciativas como la provisión y la mejora de la infraestructura de centros educativos; la provisión de equipos técnicos y tecnológicos; la capacitación y la formación del personal docente; el desarrollo del currículo escolar; y la provisión de becas para estudiantes de escasos recursos.

El medio ambiente es el segundo tema de importancia en Centroamérica. Muchas empresas invierten en este ámbito como mecanismo de mitigación y/o compensación de los impactos de sus operaciones. El reciclaje, la protección del recurso hídrico, la limpieza de ríos y playas, la siembra de bosques, los proyectos de protección de la vida silvestre, etc. son algunos ejemplos de las iniciativas que se desarrollan en los países de la región. Además, hay una creciente tendencia de relacionar el tema ambiental con estrategias locales de prevención de riesgos y adaptación al cambio climático.

El tema de la salud es abarcado desde diferentes perspectivas como la provisión de servicios básicos de atención (brigadas médicas), el desarrollo de infraestructura de atención médica (clínicas comunitarias), las campañas para la erradicación de focos de Dengue, las acciones en salud sexual y reproductiva (campañas de sensibilización), etc.

En algunos casos la salud está íntimamente relacionada la nutrición y el acceso a fuentes de agua potable. En otros casos se observa una complementariedad del tema educativo con la nutrición de niños y niñas en los propios centros educativos.

Las iniciativas que promueven el empleo, la empleabilidad y el desarrollo económico de la comunidad están enfocadas en el desarrollo de capacidades individuales y comunitarias para la generación de ingresos. En el caso de las inversiones en la empleabilidad, lo que se busca es desarrollar las capacidades individuales para que estas personas puedan ser contratadas por la propia empresa (workforce development).

El desarrollo económico de la comunidad busca implementar iniciativas empresariales en las comunidades de impacto inmediato de las operaciones de la empresa para promover encadenamientos locales y, por ende, ampliar el impacto económico de la empresa su entorno local.

Por lo general, las empresas seleccionan las temáticas hacia las cuales enfocan su inversión social en función de las fortalezas del negocio y/o de las características particulares de su operación. En este sentido, las empresas buscan mitigar y/o compensar sus impactos negativos, maximizar sus aportes a la sociedad, o una combinación de las dos estrategias. Así, una empresa con un alto consumo de agua busca compensar esta huella con programas y proyectos de recuperación de cuencas hidrográficas y otros temas ambientales que refuerzan la disponibilidad de este recurso natural. Otras empresas, con habilidades, competencias o productos particulares invierten en aquellos temas que les permiten desarrollar al máximo su aporte a la sociedad, por ejemplo las empresas del sector farmacéutico tienden a invertir temas de salud pública.

En el caso de las ONGs consultadas, los principales temas o focos de inversión social son muy parecidos a los temas priorizados por las empresas: educación, salud, juventud y niñez. Además, aparecen fuertemente los temas de desarrollo económico local, acceso a servicios básicos y empleo y empleabilidad.

**POBLACIONES META**

Las principales poblaciones atendidas por los proyectos y programas de inversión social en la región son las comunidades de impacto directo de la empresa, la niñez, las personas en condición de pobreza, la juventud y adolescencia y las mujeres.

las empresas a las comunidades de impacto directo de sus operaciones, principalmente en los sectores de manufactura, minería, energía, petróleo, agricultura y turismo. Sin embargo, también los sectores de comercio y construcción orientan su inversión social para atender las necesidades de sus poblaciones vecinas.

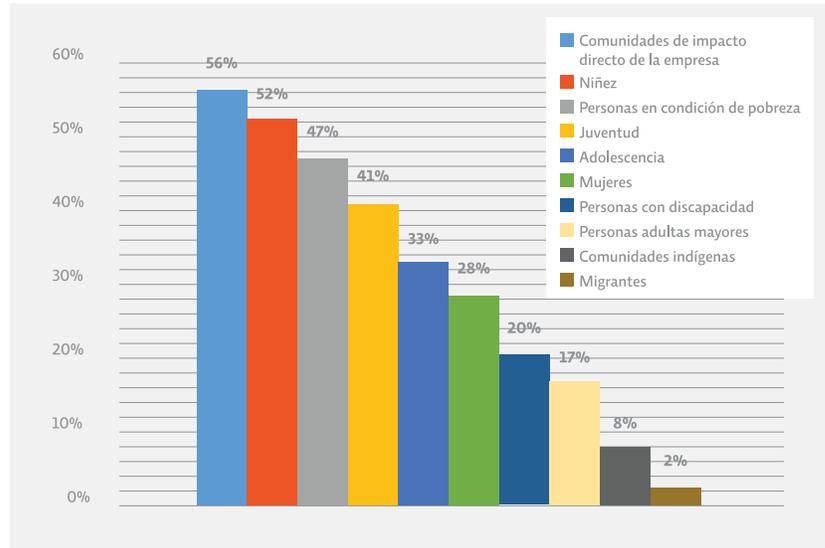


Gráfico 3. Principales poblaciones atendidas: regional

*“Atendemos las colonias más necesitadas aledañas a nuestras instalaciones”.*

*Empresario industrial de El Salvador*

*“Nos enfocamos en personas jóvenes que provienen de estratos con bajo nivel educativo o con limitaciones económicas, principalmente de zonas rurales”*

*Empresario del sector de servicios de El Salvador*

Las principales razones que las empresas dan para que suceda este fenómeno son la gestión de los impactos (ambientales) locales, la mejora del entorno de operación y la licencia social para operar.

Adicionalmente, la niñez, la adolescencia y juventud, así como la condición de pobreza, constituyen enfoques complementarios para la orientación de las inversiones sociales por parte del sector empresarial.

En ambos casos, la inversión social tanto de empresas como de ONGs está alineada en gran parte a los temas prioritarios para el desarrollo de los países de la región.

Las variaciones por país se presentan en la Tabla 2. Las poblaciones beneficiarias de los esfuerzos de inversión social por parte de las ONGs son las personas en condición de pobreza, la niñez, la adolescencia y juventud.

	Comunidades de impacto directo de la empresa	Niñez	Personas en condición de pobreza	Juventud	Adolescencia	Mujeres	Personas con discapacidad	Personas adultas mayores	Comunidades indígenas	Migrantes
Costa Rica	60%	50%	43%	33%	23%	17%	20%	20%	3%	0%
El Salvador	49%	62%	36%	60%	53%	27%	29%	29%	0%	0%
Guatemala	63%	41%	33%	26%	22%	37%	4%	4%	22%	11%
Honduras	62%	56%	56%	29%	18%	44%	21%	18%	6%	3%
Nicaragua	50%	40%	40%	40%	40%	20%	20%	10%	0%	0%
Panamá	52%	64%	72%	56%	40%	24%	28%	20%	16%	0%

Tabla 2. Principales poblaciones atendidas: por país

## 2.2 PRINCIPALES HALLAZGOS

### EL ROL SOCIAL DE LA EMPRESA Y EMPRESARIADO

Las empresas consultadas en el marco del presente estudio son conscientes del rol fundamental que tiene el sector privado en el desarrollo de un país. Señalan que el punto de partida y el principal aporte que pueden hacer para el desarrollo de la sociedad y la superación de la condición de pobreza que afecta grandes porciones de la población de la región es la creación de empleo decente. No obstante, también reconocen que el rol social de las empresas va mucho más allá de generar empleo directo e indirecto, por medio de encadenamientos productivos, de pagar impuestos y de proveer bienes y servicios.

El sector privado es llamado a liderar un proceso de transformación y de impacto social que debe tomar en cuenta a la instituciones públicas, a las ONGs y a la sociedad civil en general. En este sentido, las empresas desempeñan un rol importante en la construcción y en el fortalecimiento de la gobernabilidad de la sociedad, y deben centrarse en complementar la acción pública, no reemplazando el rol del Estado u otros agentes comprometidos con el desarrollo.

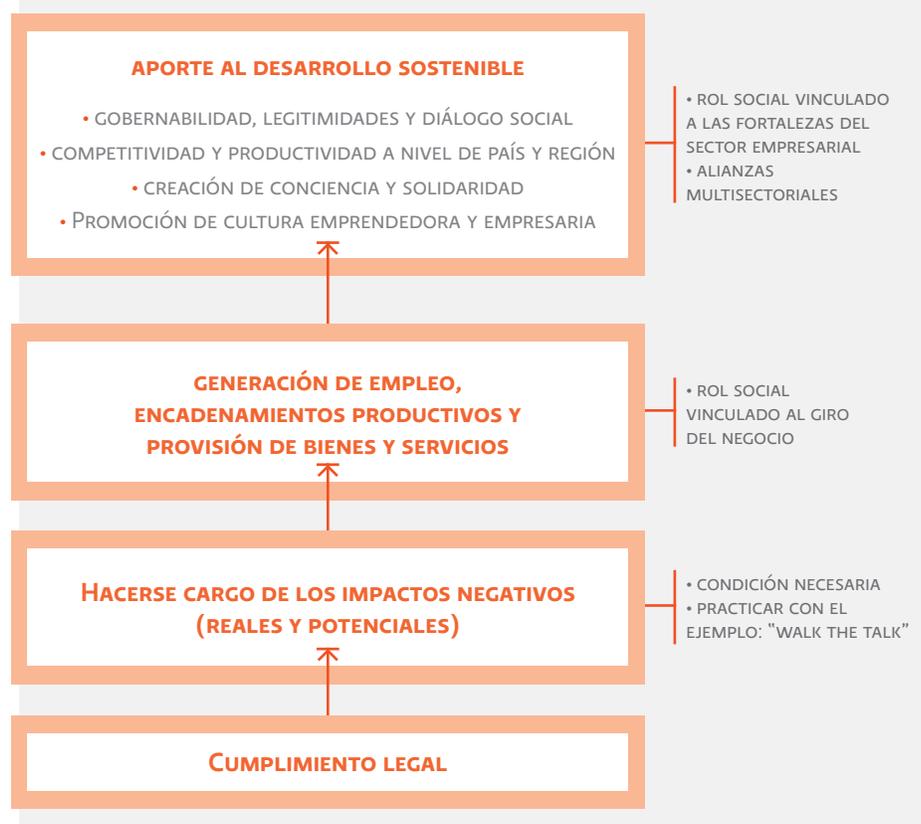
Otro aspecto clave mencionado por las empresas encuestadas es que el cumplimiento legal es solamente un piso; una condición necesaria y no suficiente, de una postura empresarial ética y responsable. Sin embargo, se señala que el mismo es esencial para la creación y promoción de una conciencia y práctica social de legalidad en sus respectivos públicos de interés y en sus esferas de influencia. La superación del ciclo vicioso de la es considerado un paso crítico para el desarrollo de una sociedad.

*“Hay que transcender del ‘mero’ éxito empresarial a un significado más amplio en la sociedad”.*

*Gerente de una empresa agroindustrial de Honduras*

Finalmente, al igual que el cumplimiento legal, el punto de partida de cualquier aporte del sector privado al desarrollo sostenible debe ser el de “no hacer daño a la sociedad”. Esto significa que las empresas deben hacerse cargo de los impactos negativos reales y potenciales que generan sobre su entorno social, económico y medioambiental.

Figura 2. Rol social de la empresa



## PRÁCTICA GENERALIZADA DE REALIZAR INVERSIONES SOCIALES

La inversión social, según las empresas entrevistadas, ha incrementado a lo largo de los años como práctica empresarial; en todos los países de la región existen iniciativas significativas que impactan en las múltiples dimensiones del desarrollo sostenible. No obstante, la mayoría de las empresas consideran que aún no es una práctica generalizada en la región y que todavía se da de manera desordenada y, en muchos casos, de forma asistencialista y poco estratégica. Aún persiste mucho la práctica de la filantropía reactiva.

Por otro lado, se observa una tendencia hacia iniciativas de inversión social estratégica, alineadas a estrategias corporativas de sostenibilidad. Son principalmente las grandes empresas, de capital nacional y/o extranjero, quienes promueven una visión más amplia de la inversión social como una forma de canalizar recursos corporativos hacia sus principales públicos de interés y de hacerse cargo de sus impactos negativos (reales y/o potenciales). En este sentido, este tipo de empresas buscan proyectos y programas de mediano y largo plazo, alineados a una estrategia de sostenibilidad empresarial y en concordancia con los principales retos para el desarrollo local y nacional.

En todos los países se destaca una tendencia hacia una inversión social enmarcada en estrategias corporativas de responsabilidad social. Esta tendencia se promueve principalmente desde tres ámbitos: (1) la transferencia de políticas corporativas de responsabilidad social desde las casas matriz de empresas multinacionales y con presencia en la región, (2) una creciente apertura de los gobiernos en reconocer el sector privado como un aliado estratégico para el desarrollo y (3) una mayor difusión de buenas prácticas en responsabilidad social desde las organizaciones que promueven la sostenibilidad en la región.

*“Más allá de la situación económica, creo que hay una condición de filosofía, de creencia misma del sector privado que ha limitado ese actuar”.*

*Vicepresidente de una empresa de desarrollo turístico e inmobiliario de Costa Ric*

Finalmente, se observa en la región una nueva generación de empresarios y empresarias que “llevan la sostenibilidad en el ADN de la empresa” como elemento fundamental para el éxito de su negocio.

## MOTIVACIONES

La inversión social en las empresas entrevistadas obedece a una combinación de motivaciones, que van desde la tradición familiar, hasta el alineamiento con los objetivos estratégicos del negocio.

Las empresas nacionales de origen familiar afirman realizar la inversión social por un compromiso histórico con el desarrollo del país y de promover oportunidades a las poblaciones en situación de vulnerabilidad.

Algunas empresas, principalmente las multinacionales, señalan que la inversión social forma parte de una estrategia corporativa de sostenibilidad. En estos casos, la inversión social es parte de la política de la empresa y se refleja en las prácticas locales a partir de un mandato desde la casa matriz.

Las principales motivaciones que las empresas señalan son:

1. Contribuir al desarrollo social en las comunidades que operan;

2. Desarrollar y fortalecer las relaciones con sus públicos de interés;
3. Mitigar y/o compensar los impactos ambientales de sus operaciones;
4. Promover el sentido de pertenencia y bienestar de colaboradores y colaboradoras y, por ende, retención del talento;
5. Gestión del riesgo y licencia social para operar;
6. Diferenciación positiva y reconocimiento de marca; y
7. Cumplimiento con lineamientos de entidades y organismos de cooperación y financiamiento multilateral.

En otros casos, las iniciativas surgen a partir de un análisis de materialidad y/o en un proceso de consulta con los públicos de interés. Es a partir de este análisis de riesgos y oportunidades que se establecen las líneas prioritarias para la inversión social, alineada a una estrategia global de sostenibilidad.

Los principales factores que inciden en la definición de posibles temas y poblaciones sujetas a la inversión social son:

- Relacionamiento con las comunidades del entorno de operación y compromisos históricos con las mismas,
- Factores de riesgo y oportunidades identificadas en un análisis de materialidad y/o diálogo con partes interesadas,
- Políticas corporativas desde la casa matriz,
- Existencia de alianzas estratégicas con entes públicos y privados,
- Vinculación de temas y poblaciones con el giro del negocio,
- Oportunidad de aportar a temas sustantivos para el desarrollo local y nacional, y
- Respuesta a consultas específicas por parte de un grupo de interés.

### ORIGEN Y SELECCIÓN DE LAS INICIATIVAS

El origen de las iniciativas de inversión social, al igual que la motivación para realizar dichas inversiones, varía de caso a caso. Para algunas empresas, la inversión social es parte de su tradición de relacionamiento con la comunidad y se basa en los valores y compromisos históricos de la empresa desde su fundación.

Además, las comunidades del entorno donde operan, normalmente son las zonas donde residen los colaboradores y colaboradoras de la empresa, lo que resulta en un argumento adicional para la selección de determinadas poblaciones y temas de inversión social.

En estos casos, las empresas llevan a cabo un diagnóstico en las comunidades de interés y de este análisis obtienen los temas y las poblaciones a ser atendidas.

El proceso de selección de los programas y proyectos de inversión social varía de una empresa a otra. Estos procesos pueden estar estructurados por un procedimiento formal o pueden depender de la decisión de una sola persona o instancia de la empresa.

En los procesos más formales, la toma de decisiones para la selección de temas y poblaciones involucra necesariamente a los altos mandos; CEOs, CFOs, Gerentes Generales y Regionales, con la participación de los diferentes departamentos que tienen a su cargo la implementación; Relaciones Corporativas, Recurso Humano, Comunicación, Responsabilidad Social, etc.

En la siguiente gráfica se presentan de forma resumida algunos de los principales elementos e instancias involucradas

en el proceso de escogencia de los proyectos y programas de inversión social.

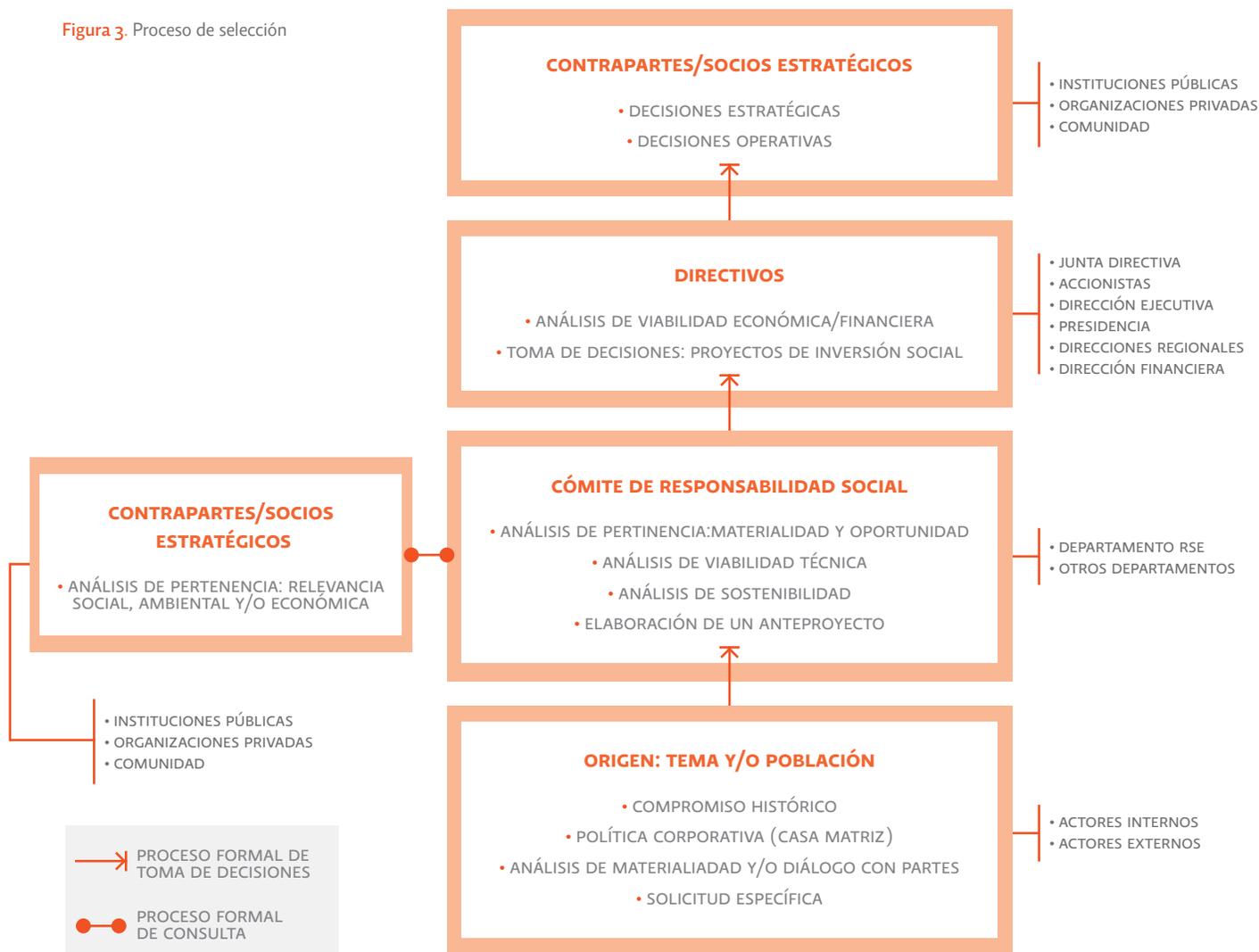
En el caso de las ONGs consultadas, la mayoría realizan procesos de planificación estratégica y consideran estos planes como insumos fundamentales para la selección de proyectos y para el proceso de consecución de recursos. En las ONGs que pertenecen a redes globales, la selección de los temas y poblaciones beneficiarias y, por ende, los proyectos que ejecutarán, dependen de las directrices que emite la casa matriz, así como

los temas que se promueven a nivel global en las redes temáticas.

La mayoría de las ONGs consultan estudios temáticos locales, así como directrices y políticas públicas para su proceso de planificación estratégica y para la definición de los proyectos de inversión social.

Así buscan alinear las prioridades de los entes públicos, inclusive desde una perspectiva pragmática de consecución de recursos.

Figura 3. Proceso de selección



*“Nosotros lo que hacemos es sugerir, proponer, marcar una pauta, para que la autoridad política, que es la que tiene el poder, determine el rumbo; la Junta Directiva es quien toma la decisión, es la que autoriza los presupuestos”.*

*Director de RSE de una institución financiera en Costa Rica*

Las entrevistas revelan una gran oportunidad de mejora respecto a la participación de las comunidades en el proceso de selección de los temas, proyectos o programas de inversión social. Son pocas las empresas que realizan consultas durante el proceso de elaboración de los mismos, limitando la participación de las poblaciones beneficiarias a la etapa de implementación. De esta forma, las poblaciones atendidas, así como las organizaciones ejecutoras, tienen un poder limitado de incidir sobre aspectos estratégicos de los proyectos o programas, lo que puede comprometer la pertinencia y relevancia de las mismas iniciativas de inversión social.

No obstante, algunas empresas manifestaron que una condición fundamental para el diseño y la implementación de un proyecto de inversión social es la participación real de las poblaciones potencialmente beneficiarias de estas inversiones. En este sentido, la participación en el diseño pasa a ser una condición necesaria para trabajar en una comunidad. La existencia de canales de comunicación con las poblaciones pasa a ser el punto de partida de cualquier inversión social en la misma comunidad.

Si bien la mayoría de las empresas no hacen a la comunidad partícipe en la toma de decisiones sobre la inversión social, muchas manifestaron que sí alinean sus inversiones con las necesidades de las mismas, recabando información por medio de visitas presenciales a centros escolares y comunitarios, así como sosteniendo encuentros con organizaciones y gobiernos locales, entre otros actores influyentes.

Las ONGs sí buscan un mayor acercamiento con las comunidades en donde incursionarán con un proyecto de desarrollo social. En muchos casos ya llevan varios años de trabajar en las mismas

comunidades y, por tanto, mantienen canales de información y consulta bien establecidos.

## PROCESO DE EJECUCIÓN

La mayoría de las empresas entrevistadas cuentan con una unidad a cargo de Sostenibilidad, Ciudadanía Corporativa o Responsabilidad Social Empresarial. Por lo general, estas unidades – oficina, dirección, departamento o vicepresidencia – están a cargo de manejar los proyectos de inversión social. Sin embargo, en algunos casos los proyectos de inversión social se operan desde una Fundación Corporativa o, inclusive, desde dependencias descentralizadas o proyectos específicos.

Las dependencias a cargo de Sostenibilidad, Ciudadanía Corporativa o Responsabilidad Social Empresarial reportan directamente a la Gerencia General cuando son departamentos de Sostenibilidad o RSE, o a otras direcciones como Mercadeo, Comunicación y Relaciones Públicas, Recursos Humanos. La forma de reportar se hace por medio de informes, reuniones, avance en planes de trabajo, inspección de avances de las inversiones y memorias.

Los principales canales utilizados por las empresas para la inversión social son:

- Financiamiento y ejecución propia de proyectos por la empresa o fundación empresarial;
- Financiamiento de proyectos ejecutados por una ONGs; y
- Donaciones recurrentes o patrocinios puntuales en apoyo a programas existentes de una ONGs u organizaciones de base comunitaria.

Muchas empresas ejecutan sus propios proyectos de inversión social, en particular cuando son proyectos relacionados directamente con el giro de negocio, proyectos en las comunidades aledañas a los centros de operación de la empresa o cuando involucran voluntarios. Esta ejecución se puede realizar de forma centralizada, desde la unidad de RSE o Sostenibilidad o una Fundación Empresarial, o descentralizada por medio de unidades de negocio o proyectos específicos.

En las inversiones de ejecución propia, las empresas o fundaciones empresariales brindan seguimiento a los proyectos y rinden cuentas inter y externamente.

La duración de los proyectos dependerá del tema y/o población atendida. Los proyectos de corto a mediano plazo (1-3 años) generalmente se enfocan en temas muy puntuales y de rápida intervención. Así es el caso de los proyectos de provisión de infraestructura o capacitación y formación para la generación de ingresos. Sin embargo, existe una creciente tendencia a promover proyectos de mediano a largo plazo (3 o más años), principalmente cuando se busca aportar a temas de fondo como la educación, la nutrición, la salud, el empoderamiento, la niñez, etc.

Siempre existirán temas en que las empresas requieren contratar a terceros para las etapas de diseño y/o ejecución de los proyectos de inversión social puesto que en muchos las empresas no poseerán la experiencia. En estos casos, es importante evidenciar que la mayoría de las empresas no cuentan con criterios establecidos para esta selección. Sin embargo, la propia trayectoria de la organización ejecutora, así como su capacidad de ejecución, son algunos de los elementos que las empresas revisan a la hora de escoger su contraparte experta.

Cuando la inversión social se canaliza a través de una organización experta, el diseño de los proyectos se puede dar de dos formas: por un lado, puede ser que la empresa diseñe un proyecto y busque un aliado con toda la experiencia y la capacidad para ejecutarlo, y, por otro lado, también sucede que las organizaciones buscan a las empresas para que les financien proyectos específicos.

*“Contar con un estudio de impacto es de alto interés para nosotros. Nos interesa medir el impacto para saber si hubo o no transformación social, y también para que la información agregue valor a la estrategia de RSE de la empresa. En la medida en que podamos comprobar el impacto de las inversiones, contaremos con licencia social para operar”.*

*Empresario de Panamá*

## SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN

Las empresas entrevistadas manifiestan que el seguimiento a los proyectos se hace por medio de informes, avances, planes de trabajo o finalización de las inversiones cuando se trata de proyectos de infraestructura.

Sin embargo, afirman que aún no saben cómo manejar la evaluación de los impactos de los proyectos. En el mejor de los casos, las empresas cuentan con indicadores de resultados para cada proyecto de inversión social. Sin embargo, las empresas entrevistadas 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 el 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 solicitan orientación acerca de cómo llevarlas a cabo.

En el caso de las ONGs, la situación respecto al monitoreo y evaluación es similar; se mantienen y se miden indicadores de desempeño y resultados, pero no hay una medición de impacto.

En pocos casos, cuando las ONGs mantienen relaciones duraderas con agencias de cooperación internacional, se puede observar una mayor preocupación por mantener mecanismos de medición de resultados a mediano y largo plazo, lo que se acerca a una medición de impacto.

## COMUNICACIÓN

La mayoría de las empresas reconocen la importancia de la comunicación de los avances y resultados de los proyectos de inversión social, tanto a lo interno como a lo externo.

Internamente la comunicación debe llegar a los colaboradores y colaboradoras, así como a las altas direcciones y accionistas de la empresa. La comunicación interna cobra aún más relevancia, cuando los proyectos de inversión social cuentan con componentes de voluntariado por parte del personal de la empresa. En estos casos, pasa a ser fundamental enseñar los resultados de los esfuerzos colectivos, para justamente reforzar el sentimiento de pertenencia y satisfacción de los colaboradores y colaboradoras. Además, la comunicación interna es considerada un mecanismo de rendición de cuentas acerca de las inversiones realizadas por la empresa, que también deben demostrar ciertos niveles de eficiencia y eficacia.

La comunicación externa de los avances y resultados de los proyectos es un área de difícil manejo para algunas empresas. Por un lado, las empresas quieren ser reconocidas como organizaciones que promueven el desarrollo en las comunidades, pero, por otro lado, se resisten a “cacarear” los logros de sus inversiones sociales. En muchos casos, las empresas consideran como poco ético hablar bien de ellas mismas y prefieren no comunicar los logros sociales, ambientales y económicos que han surgido a partir de sus inversiones.

Finalmente, son pocas las empresas que manejan un presupuesto definido para el tema de comunicación de los proyectos de inversión social. Tanto los proyectos ejecutados por la propia empresa, así como los proyectos canalizados a través de terceros, no tienen claramente definidos los rubros de comunicación.

## ALIANZAS ESTRATÉGICAS Y DESARROLLO INSTITUCIONAL

La mayoría de las empresas entrevistadas expresaron mantener alianzas estratégicas con una gran variedad de actores: instituciones públicas, organi-

zaciones gremiales, organizaciones de la sociedad civil, instituciones académicas y organizaciones homólogas del sector privado.

Cada proyecto de inversión social requiere de un conjunto de aliados. La experiencia de las ONGs en la formulación y ejecución de los proyectos, la legitimidad y los recursos de contrapartida de las instituciones públicas, las alianzas sectoriales con otras empresas para maximizar el impacto de las inversiones sociales, el apoyo de las organizaciones comunitarias para la canalización eficiente y eficaz de los recursos, son algunos ejemplos de las sinergias que permiten marcar la diferencia entre un proyecto aislado de inversión social y una iniciativa que busca el impacto colectivo sobre un determinado tema o una población en particular.

La mayoría de las alianzas son temáticas y/o territoriales. Además las alianzas con instituciones públicas son puntuales para el diseño e implementación de proyectos concretos de inversión social.

Son pocas las empresas que mantienen una alianza estratégica de largo plazo con una institución pública u otra organización en general.

Existe el reconocimiento general de que el desarrollo institucional; dejar capacidades instaladas en instituciones públicas y organizaciones privadas, es un paso esencial hacia la sostenibilidad de los proyectos de inversión social.

No obstante, de las empresas entrevistadas, pocas dedican recursos de manera sistemática y sostenida al desarrollo institucional ya sea de ONGs ejecutoras, instituciones públicas o de organizaciones comunitarias. Algunas mencionan realizar “capacitaciones” a instancias locales y fomentar programas de liderazgo.

## SOSTENIBILIDAD

La mayoría de las empresas indican que la sostenibilidad de las iniciativas de inversión social es un tema crítico y poco desarrollado en las etapas de diseño e implementación de los proyectos y programas. Hay poca claridad acerca de los mecanismos adecuados para desarrollar una estrategia de sostenibilidad y permitir una estrategia de salida que no ponga en riesgo los logros alcanzados.

Por lo general, las empresas son conscientes de que no es conveniente generar dependencia en las comunidades, sin embargo la mayoría de los proyectos no logran implantar mecanismos de sostenibilidad y seguirán dependiendo de un flujo permanente de recursos desde las empresas.

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

- Empoderamiento de la comunidad: identificar a los actores comunitarios que tienen un rol en el proyecto y empoderarlos muy temprano a través de capacitación, herramientas y liderazgo para que se apropien de los proyectos y les den continuidad.
- Fortalecimiento de la capacidad de las ONGs: en el caso de ejecución de terceros algunas empresas procuran invertir en el fortalecimiento de las habilidades gerenciales y administrativas de las ONG o de organizaciones de base comunitaria. Una de las empresas incluso patrocina un Diplomado.

Finalmente, son pocas las empresas que consideraron a las instituciones públicas como potencial aliado para la sostenibilidad o continuidad de los proyectos.

### 2.3 RECURSOS PARA LA INVERSIÓN SOCIAL

Respecto a los recursos que se destinan para la inversión social, el estudio se centró en: (1) el tipo de recursos, (2) los factores que inciden en el monto de recursos y (3) el monto aproximado de las inversiones sociales realizadas en los últimos años.

#### TIPO DE RECURSOS

En la mayoría de los casos las empresas invierten recursos económicos que en muchos casos también son acompañados por horas de los colaboradores y colaboradoras en forma de voluntariado operativo y/o profesional. Los recursos en especie como materiales, equipos y productos, también son utilizados en los proyectos de inversión social. Inclusive, algunas empresas manifiestan no realizar inversiones sociales por medio de recursos financieros, sino “solamente” en forma de materiales, equipos, productos y voluntariado.

En el siguiente gráfico se presentan los resultados de la encuesta a las empresas, en dónde se preguntó por la existencia de un programa de voluntariado en la empresa. La gran mayoría de las empresas realizan voluntariado (profesional y/u operativo). En el caso de Honduras, el 93% de las empresas encuestadas cuentan con alguna forma de voluntariado, en Panamá es 78% y en los demás países esta cifra gira alrededor del 50%.

#### FACTORES QUE INFLUYEN Y FUENTES DE RECURSOS

Los montos que destinan las empresas a inversión social se definen de diferentes maneras.

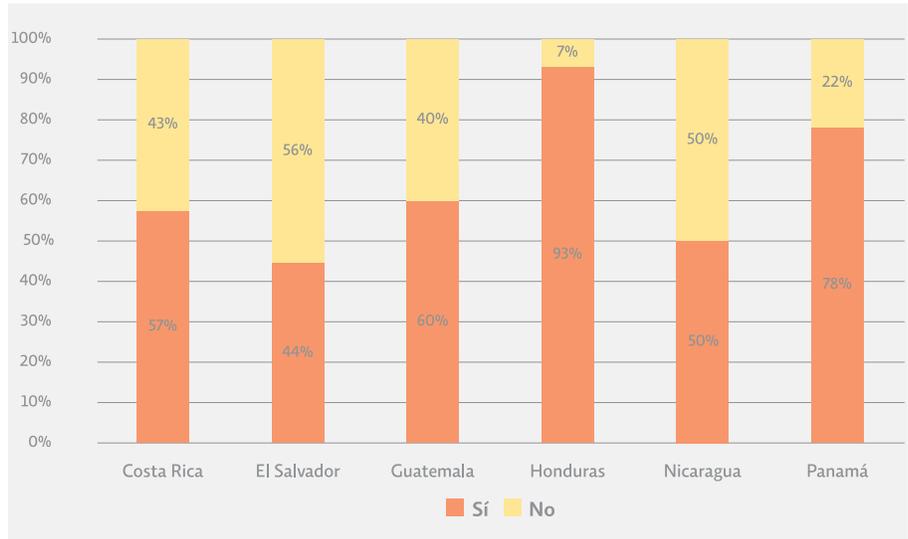


Gráfico 4. Voluntariado

En algunos casos es un porcentaje fijo de las utilidades, en otros depende de la magnitud de los proyectos (cantidad de población beneficiaria, temática, alcance geográfico, etc.), del impacto esperado y del propio número de proyectos aprobados por la empresa o fundación corporativa. En algunos casos, los montos a invertir son determinados por la gerencia de manera discrecional.

La mayoría de las empresas declaran que los recursos de inversión social provienen exclusivamente de las utilidades. Sin embargo, también se cuenta con recursos provenientes de los colaboradores y colaboradoras de la empresa – monto mensual fijo – así como del trabajo de voluntariado de los mismos.

En algunos casos, se organizan actividades de recaudación de fondos para ampliar el alcance de los programas de inversión social o para promover un proyecto o iniciativa en particular.

Finalmente, cabe señalar que en el pro-

ceso transición de una filantropía reactiva hacia formas más estratégicas de inversión social, las empresas tienden a asignar un monto fijo para la inversión social, permitiendo una planificación de mediano y largo plazo y una visión de sostenibilidad para los proyectos y programas de inversión social. De esta forma se logra superar, por lo menos de forma parcial, las fluctuaciones coyunturales en la inversión social.

#### MONTO

En el siguiente cuadro se presentan los montos aproximados de inversión social, realizados anualmente como promedio de los últimos tres años.

#### PRINCIPALES DONANTES CORPORATIVOS

Los principales donantes corporativos identificados en el presente estudio se detallan a continuación. Son listas por orden alfabético y con monto global de las diez principales empresas por país.

**Tabla 3.** Inversión social anual realizada por empresas de la región (promedio de los últimos tres años)

	<b>NÚMERO DE EMPRESAS</b> (QUE RESPONDIERON A LA ENCUESTA Y/O ENTREVISTADAS)	<b>MONTO DE INVERSIÓN SOCIAL</b> (EN US\$ POR AÑO)
COSTA RICA	19	\$ 12.900.173
EL SALVADOR	30	\$ 13.307.439
GUATEMALA	10	\$ 26.550.000
HONDURAS	29	\$ 20.472.685
NICARAGUA	15	\$ 31.936.000
PANAMÁ	27	\$ 29.537.500
<b>TOTAL</b>	<b>130</b>	<b>\$ 134.703.797</b>

**Tabla 4.** Principales donantes corporativos: por país

<p><b>COSTA RICA</b></p> <p>AUTO MERCADO BRIDGESTONE DE COSTA RICA CONSTRUCTORA MECO ECO-DESARROLLO PAPAGAYO FLORIDA BEBIDAS GRUPO CUESTA DE MORAS INTEL PURDY MOTOR WAL-MART ANÓNIMO</p> <p><b>Inversión anual aprox.: US\$12,3 Mio.</b></p>	<p><b>EL SALVADOR</b></p> <p>BAC BANCO AGRÍCOLA COMPAÑÍA AZUCARERA SALVADOREÑA HANES BRANDS HILASAL INDUFOAM INDUSTRIAS LA CONSTANCIA INGENIO EL ÁNGEL MERLET PRODUCTOS ALIMENTICIOS DIANA TERMOENCOGIBLES</p> <p><b>Inversión anual aprox.: US\$13,1 Mio.</b></p>
<p><b>GUATEMALA</b></p> <p>CEMENTOS PROGRESO/FUNDACIÓN CARLOS F. NOVELLA ECOFILTRO ENERGUATE GRUPO GENHIDRO MCDONALD'S MINERA SAN RAFAEL MONTANA EXPLORADORA PANTALEÓN/FUNDACIÓN PANTALEÓN TELEFÓNICA/FUNDACIÓN TELEFÓNICA TIGO GUATEMALA/FUNDACIÓN TIGO</p> <p><b>Inversión anual aprox.: US\$26,6 Mio.</b></p>	<p><b>HONDURAS</b></p> <p>CORPORACIÓN DINANT S.A. DE C.V. FUNAZUCAR GRUPO FINANCIERO FICOHSA GRUPO JAREMAR GRUPO KARIMS GRUPO TERRA INTUR TIGO UNITEC UNIVERSIDAD TENOLÓGICA DE HONDURAS</p> <p><b>Inversión anual aprox.: US\$15,8 Mio.</b></p>
<p><b>NICARAGUA</b></p> <p>BAC CARGILL CASA PELLAS EXPASA GILDAN LAFISE PANTALEÓN POLARIS SER SAN ANTONIO TELEFÓNICA</p> <p><b>Inversión anual aprox.: US\$23,4 Mio.</b></p>	<p><b>PANAMÁ</b></p> <p>BANCO GENERAL CERVECERÍA BARÚ CERVECERÍA NACIONAL COPA AIRLINES GRUPO CORPORATIVO PÉREZ, S.A. MORGAN &amp; MORGAN ODEBRECHT PETROTERMINAL DE PANAMÁ S.A. TELEFÓNICA MÓVILES PANAMÁ S.A. ANÓNIMO</p> <p><b>Inversión anual aprox.: US\$23,0 Mio.</b></p>

# 3. RESÚMENES DE LOS PAÍSES

## 3.1 COSTA RICA

### Indicadores del país

Índice de Desarrollo Humano (2014)	0,766
IDH Ranking (2014):	69° (desarrollo humano alto)
Población en pobreza (2011):	24,8%
Población en pobreza extrema (2011):	7,3%
Tasa de matrícula en secundaria (2011):	74,2%
Tasa de deserción en educación secundaria (2011):	11,1%
Mortalidad infantil (2011):	9,1
Mortalidad materna (2011):	23,1
Gasto público en educación (2011):	7,1%
Gasto público en salud (2011):	8,7%
Tasa de desempleo abierto (2011):	7,7%
Tasa de homicidios (2011):	9,7

Tabla 5. Indicadores del país

## Organizaciones consultadas

- Contactadas: 167 empresas y 169 ONGs
- Encuestadas: 40 empresas y 32 ONGs
- Entrevistadas: 16 empresas y 9 ONGs
- Grupo focal: 4 empresas y 4 ONGs

## Principales hallazgos

- Por lo general, los proyectos de inversión social de las empresas, no sólo están alineados al giro de los negocios de las mismas y sus poblaciones de interés, sino que también están alineados a las políticas y prioridades nacionales.
- En muchos casos, las empresas parten de un análisis exhaustivo de sus poblaciones, del conocimiento de su entorno o de directrices de los corporativos nacionales o internacionales.
- La mayoría de las empresas implementan programas de largo plazo, a excepción de aquellas que apoyan proyectos de inversión en infraestructura y que relacionan las inversiones sociales con la donación de equipos y materiales.
- La comunicación interna de la empresa es generalizada. La comunicación externa no cuenta con presupuestos específicos.
- Algunas empresas comunican sus resultados por medio de un Reporte de Sostenibilidad; inclusive algunas utilizan la metodología GRI-G4.
- Todas las empresas y ONGs consideran importantes las alianzas estratégicas, tanto a nivel privado como público. No obstante, en muchos casos las alianzas son de carácter operativo y carecen de la dimensión estratégica y de largo plazo.
- Algunas de las empresas implementan sus proyectos por medio de ONG expertas en los temas de interés. La selección de estos socios no gubernamentales es muy cuidadosa debido a la reputación que las empresas deben mantener y sobre todo los resultados de la gestión misma.
- Pocas empresas y ONGs miden el impacto de sus proyectos y programas por lo que se considere una gran tarea pendiente para los sectores.

## Inversión social: Temas y poblaciones

### Principales temas:

1. Educación
2. Medio Ambiente
3. Empleo y empleabilidad
4. Salud
5. Desarrollo económico de la comunidad

### Principales poblaciones:

1. Comunidades de impacto directo de la empresa
2. Niñez
3. Personas en condición de pobreza
4. Juventud
5. Adolescencia

## 3.2 EL SALVADOR

### Indicadores del país

Índice de Desarrollo Humano (2014)	0,666
IDH Ranking (2014):	116° (desarrollo humano mediano)
Población en pobreza (2011):	47,5%
Población en pobreza extrema (2011):	15,5%
Tasa de matrícula en secundaria (2011):	61,6%
Tasa de deserción en educación secundaria (2011):	5,8%
Mortalidad infantil (2011):	13,1
Mortalidad materna (2011):	50,8
Gasto público en educación (2011):	3,4%
Gasto público en salud (2011):	2,1%
Tasa de desempleo abierto (2011):	6,6%
Tasa de homicidios (2011):	68,5

Tabla 6. Indicadores del país

## Organizaciones consultadas

- Encuestas y entrevistas: 57 empresas y 64 ONGs

## Inversión social: Temas y poblaciones

### Principales temas:

1. Educación
2. Empleo y empleabilidad
3. Salud
4. Medio ambiente
5. Prevención de violencia y rehabilitación

### Principales poblaciones:

1. Niñez
2. Juventud
3. Adolescencia
4. Comunidades de impacto directo de la empresa
5. Personas en condición de pobreza

## Principales hallazgos

- Los proyectos de inversión social, están orientados esencialmente al impacto de largo plazo y se les considera los más estratégicos, no obstante, las empresas también realizan proyectos de corta duración y de temáticas coyunturales.
- La mayoría de las ONGs en el país, han desarrollado un alto nivel de confianza, producto de su reputación, trayectoria y grado de especialización. No obstante, como en toda dinámica social, existen algunas ONG que presentan retos de mejora en operacional y administrativo.
- Las mediciones de impacto, son la principal debilidad de las inversiones sociales realizadas, de acuerdo a las organizaciones entrevistadas.
- La comunicación de los resultados de los proyectos ejecutados, es relativamente débil. El empresariado manifiesta que no tiene interés en dar a conocer lo que hacen a la población en general. Sin embargo, si se comunican los resultados a lo interno, ya que les interesa que los colaboradores conozcan el rol que está jugando la empresa en la sociedad.
- La mayoría de las empresas consultadas realizan inversiones sociales en las comunidades del entorno donde operan; regularmente son las zonas donde viven los colaboradores y, por ende, es donde se logra impulsar un voluntariado más decidido y entregado.
- Nueve de cada diez ONG y empresas mantienen alianzas con otras organizaciones y/o instituciones. Por lo general, las alianzas son temáticas y territoriales; se comparten buenas prácticas y se motivan a otras instituciones u organizaciones a sumarse.
- Pocos proyectos de inversión social cuentan con estrategias de salida de las empresas y/u ONGs. Esto es un riesgo para la sostenibilidad de las iniciativas, que no logran generar las capacidades de auto-gestión y auto-suficiencia.

### 3.3 GUATEMALA

#### Indicadores del país

Índice de Desarrollo Humano (2014)	0,627
IDH Ranking (2014):	128° (desarrollo humano mediano)
Población en pobreza (2011):	53,7%
Población en pobreza extrema (2011):	13,3%
Tasa de matrícula en secundaria (2011):	33,8%
Tasa de deserción en educación secundaria (2011):	5,0%
Mortalidad infantil (2011):	29,5
Mortalidad materna (2011):	139,5
Gasto público en educación (2011):	1,6%
Gasto público en salud (2011):	1,1%
Tasa de desempleo abierto (2011):	4,1%
Tasa de homicidios (2011):	38,0

Tabla 7. Indicadores del país

## Organizaciones consultadas

- Contactadas: 100 empresas y 110 ONGs
- Encuestadas: 28 empresas y 21 ONGs
- Entrevistadas: 10 empresas y 15 ONGs

## Inversión social: Temas y poblaciones

### Principales temas:

1. Educación
2. Salud
3. Medio ambiente
4. Empleo y empleabilidad
5. Nutrición

### Principales poblaciones:

1. Comunidades de impacto directo de la empresa
2. Niñez
3. Mujeres
4. Personas en condición de pobreza
5. Juventud

## Principales hallazgos

- Existe una creciente necesidad de crear y desarrollar alianzas multisectoriales para maximizar el impacto de los proyectos de inversión social y, por su vez, lograr una mayor incidencia en las políticas públicas.
- A pesar de que existe una mayor conciencia de la práctica de inversiones sociales, el aumento de las iniciativas no ha sido significativo. La mayoría de las empresas consultadas consideran que siguen siendo las mismas empresas que realizan las inversiones sociales.
- Las organizaciones sociales han evolucionado su forma de actuar y los niveles de incidencia que buscan. Ante un panorama de escasos recursos para la inversión social y una creciente presión por demostrar la eficacia de los proyectos, las ONGs han entendido que deben buscar alianzas con otras organizaciones e instituciones públicas.

### 3.4 HONDURAS

#### Indicadores del país

Índice de Desarrollo Humano (2014)	0,6106
IDH Ranking (2014):	131° (desarrollo humano mediano)
Población en pobreza (2011):	61,9%
Población en pobreza extrema (2011):	41,6%
Tasa de matrícula en secundaria (2011):	44,7%
Tasa de deserción en educación secundaria (2011):	8,8%
Mortalidad infantil (2011):	24,3
Mortalidad materna (2011):	n.d.
Gasto público en educación (2011):	6,0%
Gasto público en salud (2011):	2,9%
Tasa de desempleo abierto (2011):	4,3%
Tasa de homicidios (2011):	86,5

**Tabla 8.** Indicadores del país

## Organizaciones consultadas

- Contactadas: 104 empresas y 53 ONGs
- Encuestadas: 39 empresas y 14 ONGs
- Entrevistadas: 18 empresas y 10 ONGs
- Grupos focales: 6 empresas y 4 ONGs

## Inversión social: temas y poblaciones

### Principales temas:

1. Educación
2. Medio Ambiente
3. Salud
4. Desarrollo económico de la comunidad
5. Empleo y empleabilidad

### Principales poblaciones:

1. Comunidades de impacto directo de la empresa
2. Niñez
3. Personas en condición de pobreza
4. Mujeres
5. Juventud

## Principales hallazgos

- Los recursos para la inversión social por parte del sector privado, tiene una procedencia mayoritaria nacional y es producto de sus propias utilidades. En el caso de las ONGs, sus recursos provienen principalmente de la cooperación internacional.
- El 50% de las empresas que participes del estudio cuentan con una fundación creada para canalizar la inversión social.
- Todas las empresas y ONGs consultadas mantienen alianzas con otras organizaciones para maximizar el impacto de sus acciones en las comunidades. No obstante, son pocos los casos en que se logra desarrollar alianzas estratégicas con incidencia en políticas públicas.
- El estudio refleja que como estrategias de responsabilidad social empresarial las empresas se enfocan en atender en primera instancia poblaciones en las cuales generan impactos directos producto de sus operaciones. Sin embargo, todavía queda el reto importante de reducir en el sector privado las iniciativas de cuño filantrópico reactivo y mejorar las orientaciones de los recursos hacia inversiones sociales estratégicas.
- En el tema de monitoreo, seguimiento y evaluación de impacto, tanto de las empresas como de las ONGs requieren de una fuerte asistencia técnica y asignación de recursos.
- Dentro de los retos relevantes mencionados en el estudio es que el sector empresarial pueda tener mejores incentivos en el pago de impuestos para efectos de la inversión social.
- Desde el punto vista del sector privado, las ONGs deben estructurar proyectos viables y presentarlos ante las empresas y ofrecer mecanismos de transparencia y de rendición de cuentas. Desde el punto de vista de las ONGs, las empresas deben enfocar sus recursos en proyectos estratégicos de inversión social con resultados e impactos de mediano y largo plazo.

### 3.5 NICARAGUA

#### Indicadores del país

Índice de Desarrollo Humano (2014)	0,631
IDH Ranking (2014):	125° (desarrollo humano mediano)
Población en pobreza (2011):	44,7%
Población en pobreza extrema (2011):	9,7%
Tasa de matrícula en secundaria (2011):	45,8%
Tasa de deserción en educación secundaria (2011):	19,2%
Mortalidad infantil (2011):	18,1
Mortalidad materna (2011):	62,7
Gasto público en educación (2011):	5,2%
Gasto público en salud (2011):	3,7%
Tasa de desempleo abierto (2011):	6,3%
Tasa de homicidios (2011):	12,0

Tabla 9. Indicadores del país

## Organizaciones consultadas

- Contactadas: 102 empresas y 119 ONGs
- Encuestadas: 14 empresas y 6 ONGs
- Entrevistadas: 14 empresas y 9 ONGs

## Inversión social: Temas y poblaciones

### Principales temas:

1. Educación
2. Medio Ambiente
3. Salud
4. Desarrollo económico de la comunidad
5. Empleo y empleabilidad

### Principales poblaciones:

1. Comunidades de impacto directo de la empresa
2. Niñez
3. Personas en condición de pobreza
4. Juventud
5. Adolescencia

## Principales hallazgos

- Las inversiones sociales están guiadas tanto por políticas gubernamentales, como por investigaciones, estudios, asesorías especializadas y procesos consultivos participativos.
- Existe la convicción de que sin la participación comunitaria en la construcción de los proyectos no es factible iniciar ningún tipo de aporte.
- Desde la formulación de la propuesta de proyecto de inversión social, se considera como un componente de sostenibilidad, el fortalecimiento de las capacidades locales, tanto de las contrapartes comunitarias locales como de las instituciones aliadas para la ejecución de las mismas.
- En general, las empresas consultadas están superando una postura de asistencialismo y de inversiones cortoplacistas y sin mayor impacto más allá del ciclo de ejecución del proyecto. Cada vez más, el sector privado busca identificar las opciones de inversión social que están relacionados con el giro de negocio y con una visión a largo plazo.
- Otra estrategia identificada en el sector empresarial, es el involucramiento de colaboradores y colaboradoras en diferentes niveles; tanto en participación directa de trabajo voluntario, como en participación de campañas para la recolección de fondos y en algunos casos en la definición del destino de los aportes que la empresa debe realizar.
- Se destaca en todos los casos que las empresas buscan identificar aliados estratégicos, con el objetivo de sumar esfuerzos y aprovechar el conocimiento especializado en temas de desarrollo social.
- En algunos casos, las metodologías y herramientas desarrolladas en el marco de los proyectos de inversión son trasladadas a instituciones públicas, permitiendo una re-aplicación y una mayor escalabilidad y sostenibilidad de las intervenciones.

## 3.6 PANAMÁ

### Indicadores del país

Índice de Desarrollo Humano (2014)	0,780
IDH Ranking (2014):	60° (desarrollo humano alto)
Población en pobreza (2011):	25,3%
Población en pobreza extrema (2011):	12,4%
Tasa de matrícula en secundaria (2011):	65,5%
Tasa de deserción en educación secundaria (2011):	15,3%
Mortalidad infantil (2011):	13,2
Mortalidad materna (2011):	80,5
Gasto público en educación (2011):	3,8%
Gasto público en salud (2011):	2,0%
Tasa de desempleo abierto (2011):	4,5%
Tasa de homicidios (2011):	20,2

Tabla 10. Indicadores del país

- Valor del IDH en una escala de 0 a 1, donde 0 es el menor valor del índice y 1 es el mayor. Fuente: <http://hdr.undp.org/en/data>
- Posición del país con respecto al ranking del IDH (total de 188 países). Fuente: ibid.
- Población que tiene un ingreso igual o inferior a la línea de pobreza y que, por lo tanto, no satisface sus necesidades básicas. Fuente: Programa Estado de la Nación en Desarrollo Humano Sostenible (Costa Rica). Estadísticas de Centroamérica, indicadores sobre desarrollo humano sostenible / PEN. – San José C.R.: PEN 2013.
- Población que tiene un ingreso igual o inferior al costo de la canasta básica alimentaria (CBA), que establece el requerimiento mínimo de alimentos necesarios para la existencia. Fuente: ibid.
- Relación entre el total de alumnos matriculados en secundaria y el total de población de las edades correspondientes a ese nivel. Fuente: ibid.
- Porcentaje de alumnos que desertaron del sistema educativo en la educación secundaria. Fuente: ibid.
- Número anual de defunciones de niños menores de un año por cada mil nacidos vivos. Fuente: ibid.
- Defunciones de mujeres durante o después del embarazo, por cada cien mil nacidos vivos. Fuente: ibid.
- Porcentaje del monto del gasto público destinado a los programas de educación, en relación al PIB. Fuente: ibid.
- Porcentaje del monto del gasto público destinado a los programas de salud, en relación al PIB. Fuente: ibid.
- Porcentaje de la población desocupada con respecto a la PEA. Representa la proporción de la fuerza laboral que no tiene empleo, aunque está disponible para trabajar y busca empleo. Fuente: ibid.
- Cantidad de homicidios dolosos, por cada cien mil habitantes. Fuente: ibid.

## Organizaciones consultadas

- Contactadas: 117 empresas y 136 ONGs
- Encuestadas: 33 empresas y 42 ONGs
- Entrevistadas: 14 empresas y 7 ONGs
- Grupo focal: 4 empresas y 3 ONGs

## Inversión social: Temas y poblaciones

### Principales temas:

1. Educación
2. Medio Ambiente
3. Cultura y deporte
4. Salud
5. Desarrollo económico de la comunidad

### Principales poblaciones:

1. Personas en condición de pobreza
2. Niñez
3. Juventud
4. Comunidades de impacto directo de la empresa
5. Adolescencia

## Principales hallazgos

- El estudio evidencia el crecimiento y consolidación de la inversión social como una 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 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 ONG aliadas se basa en su credibilidad, alineación de sus proyectos con la estrategia de RSE de la empresa y capacidad de ejecución.
- 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.
- Las empresas mantienen estructuras formales encargadas de seleccionar, gestionar y dar seguimiento a las inversiones sociales. Aunque las estructuras varían, se evidencia la formalización de esta función dentro de la estructura de la empresa y se reconoce la necesidad de abordar la inversión social como parte de la estrategia y estructura corporativa.
- 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 más allá 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.

# 4. LOS RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LA INVERSIÓN SOCIAL EN CENTROAMÉRICA

Tabla 5. Principales oportunidades y retos para la inversión social

El Estudio de Línea de Base sobre Filantropía e Inversión Social en Centroamérica permite identificar una serie de retos y oportunidades para ampliar el alcance

de la inversión social y profundizar su impacto sobre el desarrollo social, económico y ambiental. A continuación, se presentan los principales:

DIMENSIÓN	OPORTUNIDADES	RETOS
<b>ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>MUCHAS ORGANIZACIONES YA CUENTAN CON UNA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD, LO QUE PERMITE EL PLANTEAMIENTO DE LA INVERSIÓN SOCIAL DESDE UNA PERSPECTIVA MÁS AMPLIA DE RESPONSABILIDAD COMPARTIDA Y DESDE UN MARCO DE INVERSIONES ESTRATÉGICAS Y TRANSFORMADORAS. CON ESTO SE LOGRARÍA SUPERAR LA ETAPA DE FILANTROPIA REACTIVA HACIA FORMAS MÁS EQUITATIVAS Y DURADERAS DE APORTES AL DESARROLLO SOCIAL.</li> <li>EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO, DE UNA FORMA MUY GENERAL, AÚN ESTÁ DESVINCULADO DE LA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD DE LA ORGANIZACIÓN. EN EL MARCO DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL EL VOLUNTARIADO CORPORATIVO PUEDE GANAR MAYOR SENTIDO EN TÉRMINOS DE ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>AÚN PERSISTEN FORMAS POCO ESTRATÉGICAS DE INVERSIÓN SOCIAL, QUE EN ALGUNOS CASOS SON APORTES PUNTUALES Y NO SOSTENIDOS HACIA UN TEMA O UNA POBLACIÓN PARTICULAR. EL ALINEAMIENTO ESTRATÉGICO DE LA INVERSIÓN SOCIAL A UNA ESTRATEGIA DE SOSTENIBILIDAD DE LA ORGANIZACIÓN REQUIERE LA SUPERACIÓN DE LAS FORMAS TRADICIONALES DE CANALIZAR RECURSOS PARA LA FILANTROPIA.</li> <li>ES NECESARIO SUPERAR LA VISIÓN COYUNTURAL QUE TIENEN MUCHAS ORGANIZACIONES CON RESPECTO A LA INVERSIÓN SOCIAL; SE TIENE QUE ENTENDER QUE LA INVERSIÓN SOCIAL NO ES UN GASTO PARA LA ORGANIZACIÓN, SINO UNA INVERSIÓN EN SU ENTORNO DE OPERACIÓN, LO QUE PUEDE HACER O NO UN MODELO DE NEGOCIO VIABLE EN EL FUTURO.</li> </ul>
<b>ALINEAMIENTO CON NECESIDADES LOCALES</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>REALIZAR CONSULTAS Y DIAGNÓSTICOS LOCALES EN LA ETAPA DE DISEÑO DE UN PROYECTO O PROGRAMA DE INVERSIÓN SOCIAL.</li> <li>APROVECHARSE DE LA EXPERTICIA DE LAS ONGS Y ORGANIZACIONES COMUNITARIAS.</li> <li>DESARROLLAR INICIATIVAS DE INVERSIÓN SOCIAL CON SOCIOS DE LA CADENA DE VALOR: DESARROLLO DE PROVEEDORES DE LAS COMUNIDADES LOCALES Y/O DESARROLLO DE PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL CON LOS PROVEEDORES DE LAS MISMAS COMUNIDADES.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>APROPIARSE DE ENFOQUES PARTICIPATIVOS Y EMPODERADORES PARA GARANTIZAR LA PERTINENCIA Y SOSTENIBILIDAD DE LAS INVERSIONES SOCIALES.</li> <li>HACER LAS POBLACIONES "BENEFICIARIAS" PARTICIPE DE LAS DIFERENTES ETAPAS DEL CICLO DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN SOCIAL.</li> </ul>
<b>PARTICIPACIÓN ACTIVA DE LA COMUNIDAD</b>		
<b>EMPODERAMIENTO Y SOSTENIBILIDAD</b>		

DIMENSIÓN	OPORTUNIDADES	RETOS
<p><b>ALINEAMIENTO CON POLÍTICAS PÚBLICAS</b></p> <p><b>ALIANZAS ESTRATÉGICAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DESARROLLAR Y PROFUNDIZAR LOS ESPACIOS DE DIÁLOGO INTER-SECTORIAL PARA PROMOVER UN ENTENDIMIENTO EN COMÚN DE LA RESPONSABILIDAD COMPARTIDA Y COMPLEMENTARIEDAD DE LAS ACCIONES PARA EL DESARROLLO INTEGRAL.</li> <li>• PROMOVER UN ENTENDIMIENTO MUTUO ACERCA DE LAS MOTIVACIONES, TEMAS Y POBLACIONES PARA LA INVERSIÓN SOCIAL ENTRE EL SECTOR EMPRESARIAL, LAS ONGS Y LOS ENTES PÚBLICOS. SUPERAR EL PREJUICIO Y EL DESCONOCIMIENTO.</li> <li>• CONSIDERAR A LAS CONTRAPARTES DE UN PROYECTO DE INVERSIÓN SOCIAL (ONGS, ORGANIZACIONES COMUNITARIAS Y ENTES PÚBLICOS) COMO SUJETOS DE FORTALECIMIENTO INSTITUCIONAL Y FUTUROS GARANTES DE LA SOSTENIBILIDAD DE LAS INICIATIVAS DE INVERSIÓN SOCIAL.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• BUSCAR UN ALINEAMIENTO DE LA INVERSIÓN SOCIAL A POLÍTICAS PÚBLICAS.</li> <li>• EN EL CASO DE LAS MULTINACIONALES EL RETO ADICIONAL ES DE ¿CÓMO TRADUCIR EL MANDATO QUE PROVIENE DE LA CASA MATRIZ PARA QUE TENGA SENTIDO EN EL PAÍS Y EN LA REGIÓN? ¿CÓMO REALIZAR LAS INVERSIONES SOCIALES PERTINENTES Y EN CONCORDANCIA CON LAS POLÍTICAS PÚBLICAS?</li> <li>• DESARROLLAR ALIANZAS INTRA E INTER-SECTORIALES MÁS ALLÁ DE LA IMPLEMENTACIÓN DE UN PROYECTO CONCRETO. FORJAR ALIANZAS ESTRATÉGICAS DURADERAS Y CON INCIDENCIA EN LAS POLÍTICAS PÚBLICAS.</li> </ul>
<p><b>MEJORA CONTINUA: MEDICIÓN Y EFICACIA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• PROMOVER Y/O REALIZAR ESTUDIOS E INVESTIGACIONES APLICADAS EN EL TEMA DE INVERSIÓN SOCIAL Y DESDE UNA PERSPECTIVA DE SOSTENIBILIDAD.</li> <li>• APROVECHARSE DE LA EXPERIENCIA DE LAS ONGS EN TEMAS Y POBLACIONES ESPECÍFICAS.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• DESARROLLAR UNA CULTURA DE MEDICIÓN (DE RESULTADOS E IMPACTOS).</li> <li>• DESARROLLAR MÉTRICAS DE MEDICIÓN COMÚN A TODAS LAS ORGANIZACIONES E INSTITUCIONES RELACIONADAS CON LOS TEMAS Y/O POBLACIONES SUJETAS A UNA INTERVENCIÓN DE INVERSIÓN SOCIAL.</li> </ul>
<p><b>POBLACIONES DE MAYOR VULNERABILIDAD</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EXISTE SUFICIENTE EXPERTICIA POR PARTE DE LAS ONGS Y ALGUNAS EMPRESAS PARA TRABAJAR CON LAS POBLACIONES DE MAYOR VULNERABILIDAD SOCIAL.</li> <li>• POR LO GENERAL, LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL BUSCAN ATENDER A LAS NECESIDADES DE LAS PERSONAS MÁS VULNERABLES; LO QUE SE REQUIERE ES MANTENER INFORMACIÓN ACTUALIZADA CON RESPECTO A LAS DINÁMICAS SOCIALES Y LA "CREACIÓN" DE NUEVAS VULNERABILIDADES, POR EJEMPLO EN EL MARCO DE UNA ADAPTACIÓN AL CAMBIO CLIMÁTICO.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• EN ALGUNOS PAÍSES DE LA REGIÓN SE REQUIERE AMPLIAR LA COBERTURA DE LOS PROYECTOS DE INVERSIÓN SOCIAL AL MEDIO RURAL Y COMUNIDADES REMOTAS. SE REQUIERE EN ESTOS CASOS UN PARTICULAR ÉNFASIS EN LAS ESTRATEGIAS DE COMBATE A LA POBREZA Y UNA ATENCIÓN INMEDIATA DE LAS CONSECUENCIAS DE LA POBREZA SOBRE LAS COMUNIDADES AFECTADAS.</li> </ul>

# ANEXOS

## ANEXO 1. GLOSARIO DE TÉRMINOS

### 1. RESPONSABILIDAD SOCIAL

La responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético. (Ginebra, 2009)

### 2. PARTES INTERESADAS

Individuo o grupo que tiene interés en cualquier decisión o actividad de la organización. (Ginebra, 2009)

### 3. INVOLUCRAMIENTO CON LAS PARTES INTERESADAS

Actividad llevada a cabo para crear oportunidades de diálogo entre organización y una o más de sus partes interesadas, con el objetivo de proporcionar una base fundamentada para las decisiones de la organización. (Ginebra, 2009)

### 4. CADENA DE VALOR

Secuencia completa de actividades o partes que proporcionan o reciben valor en forma de productos o servicios. (Ginebra, 2009)

### 5. DESARROLLO SOSTENIBLE

Desarrollo que satisface las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las generaciones futuras para satisfacer sus propias necesidades. (Ginebra, 2009)





## 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](http://www.integrarse.org)

