

# INVERSIÓN PARA EL DESARROLLO EN CENTROAMÉRICA

Estudio línea base sobre filantropía e inversión social

## NICARAGUA

---

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:

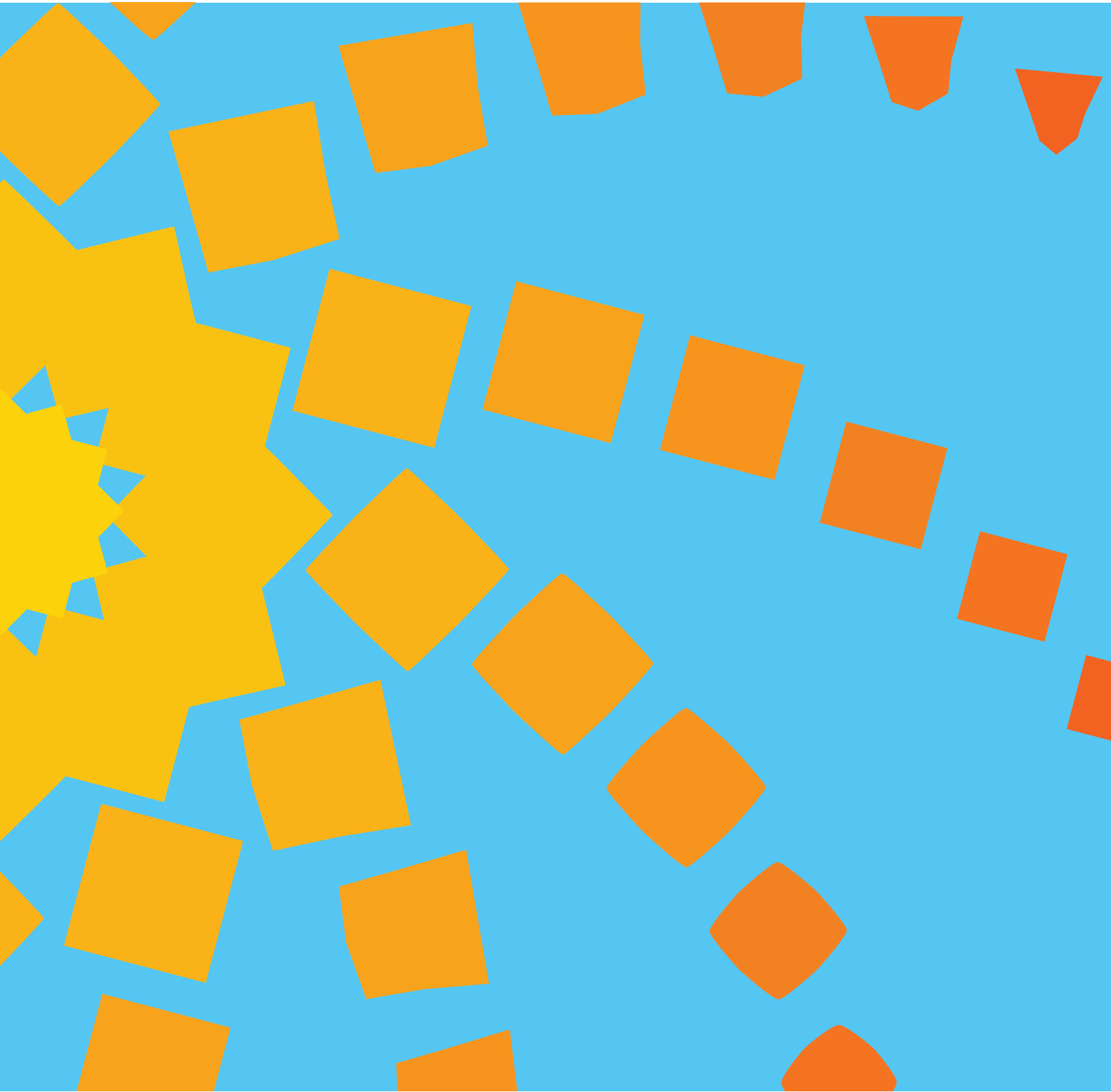
TON!C Estrategias Responsables de Negocio



# INVERSIÓN PARA EL DESARROLLO EN CENTROAMÉRICA

Estudio línea base sobre filantropía e inversión social







# ÍNDICE

**P. 04 PRÓLOGO**

**P. 06 1. INTRODUCCIÓN**

- P. 06 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. 16 2. LA INVERSIÓN SOCIAL Y LA FILANTROPÍA EN NICARAGUA**

- P. 16 2.1 LOS ACTORES CONSULTADOS
- P. 18 2.2 FOCO Y DESTINOS DE LA INVERSIÓN SOCIAL
- P. 19 2.3 PRINCIPALES HALLAZGOS
- P. 23 2.4 RESUMEN
- P. 24 2.5 RECURSOS PARA LA INVERSIÓN SOCIAL

**P. 26 3. LOS RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LA INVERSIÓN EN NICARAGUA**

- P. 26 3.1 DESDE LAS PERSPECTIVA DE LAS ORGANIZACIONES Y EMPRESAS QUE TRABAJAN EN TEMAS DE INVERSIÓN SOCIAL

**P. 30 4. ANEXOS**

- P. 30 ANEXO 1. HERRAMIENTA: ENCUESTA A EMPRESAS
  - P. 32 ANEXO 2. HERRAMIENTA: ENCUESTA A ONGs
  - P. 34 ANEXO 3. HERRAMIENTA: GUÍA DE ENTREVISTA A EMPRESAS
  - P. 36 ANEXO 4. HERRAMIENTA: GUÍA DE ENTREVISTA A ONGs
  - P. 37 ANEXO 5. HERRAMIENTA: GUÍA PARA GRUPO FOCAL
  - P. 38 LISTA DE EMPRESAS PARTICIPANTES
  - P. 38 LISTA DE ONG PARTICIPANTES
- 
- 

# PRÓLOGO

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Empresarial es un tema de transcendental relevancia en materia de competitividad y sostenibilidad para las empresas en la región y promueve el desarrollo de estrategias que fomenten la transparencia y la ética, así como las buenas prácticas ambientales, sociales y económicas, elementos esenciales del desarrollo sostenible. Las empresas que gestionan sus operaciones basados en la Responsabilidad Social empresarial, generan estrategias de triple utilidad, en modelos que a su vez involucran la participación de los sectores público y privado.

Partiendo de esta premisa, ante el interés de organizaciones como Cooperación Española AECID, Seattle Foundation y el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (Unicef), promueven el presente estudio el cual, tiene como finalidad, caracterizar y analizar el alcance de la inversión social y filantropía que efectúan tanto el sector privado, como las organizaciones no gubernamentales en la región Centro-

americana contando con el acercamiento al sector privado desde las organizaciones de Responsabilidad Social que operan en la Región miembros de la red INTEGRARSE.

En Nicaragua desde el año 2005 se constituyó la Unión Nicaragüense para la Responsabilidad Social Empresarial – uniRSE, con el objetivo de promover y fomentar el tema de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y el desarrollo sostenible en el país. Actualmente agrupa a noventa y tres miembros siendo reconocida por el sector empresarial como el organismo líder en la promoción del tema en nuestro país.

uniRSE tiene como modelo de crecimiento sostenible la promoción y protección de los Derechos Humanos en las empresas, como resultado de este compromiso la organización se adhirió a la iniciativa voluntaria del Global Compact de Las Naciones Unidas y a la vez promovió la conformación de la red emergente / Red

Local de Global Compact en Nicaragua, desempeñando el rol de secretario técnico dentro de la red y actualmente cuenta con veintisiete miembros.

El estudio, nos presenta en la primera parte, informaciones de contexto País, el cual brinda al lector datos relevantes que permitirán acceder a información sumaria sobre los temas, educación, salud, seguridad ciudadana y acceso a servicios básicos, principales retos de desarrollo en los que las empresas desarrollan sus ope-

raciones en nuestro país, la realidad que enfrentan y las necesidades del entorno.

En la segunda parte se presentan los principales hallazgos referidos por los actores consultados, caracterizando el foco y destino de la inversión social así como los recursos destinados.

En la tercera parte se plantean los principales retos y oportunidades para la inversión en Nicaragua, desde la perspectiva de los actores consultados.

# 1 INTRODUCCIÓN

## 1.1 EL CONTEXTO DE DESARROLLO

### DATOS GENERALES

Estadísticas geográficas y administrativas. La República de Nicaragua tiene una extensión de 130,370 km<sup>2</sup>, de los cuales el 92.0% es tierra y el restante 8.0% es agua. Es el país con mayor extensión territorial de Centroamérica y está ubicado en el centro geográfico del istmo. El 42.8% de la tierra tiene vocación agrícola, mientras el 25.9% es forestal. El país se divide en 15 departamentos y dos regiones autónomas, las que a su vez comprenden 153 municipios. Tiene fronteras con Honduras y Costa Rica, así como costas en el océano Pacífico y en el mar Caribe. Además de español, se hablan otras lenguas indígenas como el miskito.

Estadísticas demográficas. Nicaragua cuenta con una población aproximada de 5.8 millones de habitantes, y presenta una tasa de crecimiento poblacional cer-

cana al 1.2% anual. La pirámide poblacional adjunta indica que el país cuenta con una mayoría de habitantes jóvenes, con una base ligeramente angosta en las primeras edades y un poco más amplias en las edades de adultos jóvenes. De ahí que la edad promedio de los nicaragüenses sea de 22.9 años. Las proyecciones indican que Nicaragua tendría 6.2 millones en 2015, 6.8 millones en 2025 y 7.6 millones en 2040.

La distribución de la población por área de residencia muestra que el 56% de la población se encuentra en el área urbana y el restante 44% en el área rural. Los grupos étnicos que predominan en el país son mestizos (69.0%), blancos (17.0%), negros de origen africano (9.0%) e indígenas (5.0%). La relación de dependencia es 64.2%, resultante de la relación de la población menor de 14 años (34.5%) y mayores de 65 años (4.6%).

La esperanza de vida al nacer es de 74.5 años, y abarca el rango de edades de 71.5



años para los hombres y 77.7 años para las mujeres. La tasa de migración es alta y llega a -3.5 por mil habitantes.

**Estadísticas educativas.** La tasa de analfabetismo en Nicaragua es del 7.5% de la población mayor de 15 años de edad. La tasa de matrícula neta en el nivel primario es de 91.8%; la tasa de matrícula neta en el nivel secundario solo es de 45.2%, y la tasa de matrícula bruta en el nivel terciario es de 18.0%.

Asimismo, la tasa neta de escolarización se mantuvo en 46% mientras la de retención escolar es del 90.9%. Por otro lado, la tasa de repetición en el nivel primario fue cercana al 11.0%, mientras la repetición en el nivel secundario fue del 7.9%. Entre tanto, la tasa de culminación en primaria es baja (cerca del 80%) y al final del sexto grado solo 2 de 3 estudiantes culminan el ciclo.

La educación pública se concentra en el sector primario; mientras su participación es mucho menos relevante en el sector secundario y solo vuelve a crecer en el sector terciario. Cerca del 85% de los niños estudian en escuelas públicas en el nivel primario; en el nivel secundario ese porcentaje disminuye significativamente y solo llega al 30%. El gasto en educación en el país es cercano al 5.9% del PIB; es importante recalcar que el gasto en educación representa un valor por sobre el 42.0% del denominado gasto público social.

**Estadísticas de salud.** Con relación al sector salud, la mortalidad infantil es cercana a 21.5 por cien mil nacidos vivos registrados, entre tanto la tasa de mortalidad infantil para menores de 5 años es cercana a los 26 por cada mil, mientras que la tasa de mortalidad materna fue de 100 por cada cien mil nacidos. La prevalencia de sida en adultos ha estado aumentando y alcanza al 0.2% de la población adulta.

**Estadísticas de pobreza y desigualdad.** El 46% de la población se encuentra en estado de pobreza, con una profunda incidencia rural de 68%; mientras que en el área urbana alcanza el 29%. En cuanto a la extrema pobreza, se cuantifica cerca del 15% de la población, del cual el 80% de los considerados extremadamente pobres viven en áreas rurales.

De acuerdo con el Índice de Gini, cuatro países de Centroamérica han logrado reducir sus niveles de desigualdad durante la última década: El Salvador, Honduras, Nicaragua y Panamá. (Plan Nacional de Desarrollo Humano Nicaragua 2012-2016.)

Nicaragua sigue siendo uno de los países menos desarrollados de América Latina. La pobreza, aunque ha disminuido de manera constante en los últimos años, sigue siendo alta. Más del 80% de los pobres en Nicaragua residen en áreas rurales, gran parte en comunidades remotas donde el acceso a los servicios básicos es un reto diario.

**Estadísticas laborales.** La tasa neta de participación en el país es cercana al 53.3% de la población de 15 años y más. Por otro lado a nivel de género, la tasa de participación de los hombres es cercana 63.1% del total de la tasa neta de participación; entre tanto las mujeres representan el 38.6%. Es importante acotar que la agricultura y la industria manufacturera representan cerca del 33.8% (15.3% y 18.5%, respectivamente); mientras el sector terciario de la economía emplea el restante 66.2% de la población, especialmente en los rubros de comercio, restaurantes y hoteles y servicios comunales, sociales y personales (15.1% y 32.9%, respectivamente). El porcentaje que labora en el sector público es bajo y se estima en solo cerca del 7.0%. La tasa de desempleo se estima en solo el 10.5%. Además, en el sector informal de la economía la participación es cercana al 56%.

En términos de seguridad social, la cobertura de los seguros de salud en Nicaragua es del 12.2% de la población (equivalente al 25% de la ocupada). En el área rural, los asegurados representan el 4% de la población; mientras que en el área urbana el valor es cercano al 18.5% del total de la población. El segmento de la población asegurada corresponde en su mayoría a la seguridad social, ya que el Instituto Nicaragüense de Seguridad Social cubre el 94.6% de los seguros de salud; los seguros militares de salud y los privados tienen muy poca cobertura (2.8% y 1.8% de la población con seguros de salud de este tipo).

Estadísticas de género. Nicaragua es el segundo país de la región que presenta la situación menos desfavorable en términos de equidad de género, medida a través del Índice Global de Desigualdad de Género (0.70). En términos de equidad, los principales rezagos del país que son comunes al resto de la región se encuentran en el ámbito de una equitativa y favorable incorporación de la mujer al mercado de trabajo y a la estructura productiva. El perfil de género del país es similar al del resto de países centroamericanos: según el rombo que utiliza el World Economic Forum, en su Global Gender Gap Report, la relación mujer a hombre es inferior en 2/3 en las variables: participación en la fuerza laboral, equidad salarial por trabajo similar, ingreso estimado, participación de altos funcionarios y participación en trabajos profesionales y técnicos. Entre tanto, el empoderamiento político es de 1/5 de la de los hombres.

Prevención de la violencia. Nicaragua tiene una tasa de homicidios de 8,7 por cada 100.000 habitantes y una tasa de robos de 71,5 por cada 100.000 habitantes, de acuerdo con el Informe Regional de Desarrollo Humano. 2013-2014, Seguridad ciudadana con rostro humano: Diagnóstico y propuestas para América Lati-

na. Nicaragua es uno de los países más pobres de América Latina y el Caribe, lo que rompe con el mito de que la pobreza genera violencia.

Acceso a servicios básicos: Agua. Del 2007 al 2011 la cobertura de agua potable en el área urbana. Del 2007 al 2011, la cobertura de agua potable en el área urbana se incrementó de 72.0 por ciento a 82.1 por ciento. El número de personas atendidas con los nuevos servicios de agua potable fueron 87,239 personas en 2007 y 145,233 en 2011. En el área rural el servicio de agua potable según información de línea de base era de 56.3 por ciento en 2007, sin embargo, como parte de la revisión de las estadísticas se realizó encuesta de percepción en los 153 municipios encontrándose para el año 2011 una cobertura de 60.4 por ciento, de los cuales un 33.5% de cobertura activa y un 24.9% que demandan rehabilitación y reemplazo. En la matriz directiva para el período 2012-2016 los datos corresponden a la cobertura activa. (Plan Nacional de Desarrollo Humano 2012 -2016. GRUN, p.131)

De igual manera para el caso de los servicios de alcantarillado sanitario en el área urbana, la cobertura según línea de base era del 36.5 por ciento ajustando a los nuevos datos poblacionales de INIDE la cobertura se estima en 35.6 por ciento al 2011. La población atendida con nuevos servicios de saneamiento en el área urbana fue de 77,331 personas en 2007 y 66,898 en 2011. La cobertura de saneamiento en el área rural para el 2011 fue de 42.6 por ciento, beneficiándose 52,000 personas en 2007 y 62,433 en 2011.

Energía: En 2001, solo el 47% de la población de Nicaragua tenía acceso a la electricidad. Los programas de electrificación desarrollados por la antigua Comisión Nacional de Energía (CNE) con recursos del Fondo para el Desarrollo de la Industria Eléctrica Nacional (FODIEN), el Banco Interamericano de Desarrollo, el

Banco Mundial y el Fondo de Contravalor Suizo para la Electrificación Rural (FCO-SER), han aumentado el acceso a un 55% (el 68% según el censo, que también tiene en cuenta las conexiones ilegales) en 2006. (CEPAL, 2007) Sin embargo, esta cobertura todavía se encuentra entre las más bajas de la región y muy inferior al promedio del 94,6 de ALyC. (Benchmarking data of the electricity distribution sector in Latin America and Caribbean Region 1995-2005). La cobertura en las áreas rurales es inferior al 40%, mientras que en áreas urbanas alcanza el 92%. (Censo 2005)

En 2004, la Comisión Nacional de Energía (CNE) desarrolló el Plan Nacional de Electrificación Rural (PLANER), que estableció objetivos y cifras de inversión para el período 2004-2013. Su objetivo es acercar la energía al 90% de las áreas rurales del país para finales de 2012. La Política de Electrificación Rural fue apro-

bada en septiembre de 2006 como guía principal para la implementación del PLANER. (Decreto No. 61-2005)

### INVERSIÓN SOCIAL PÚBLICA 2015

En Nicaragua el gasto social se enfoca en cinco sectores: educación, salud, vivienda, servicios comunitarios, servicios sociales, asistencia social y servicios recreativos, culturales y religiosos y representa el 56.9% del presupuesto nacional de la república asignado para el año 2015. La educación y salud constituyen el 74% del gasto social.

24.1% Educación; 18.1 Salud; 16.3 Servicios económicos; 12,6 Seguridad ciudadana; 11,20 Vivienda; 8.3 Administración gubernamental; 5,9 Deuda pública; 2,7 Desarrollo social; 0,9 Servicios recreativos (Presupuesto Ciudadano 2015, Joaquín Bárcenas, Leonardo Labarca, 1 ed. Managua, IEEPP, 2015, p.28).

## 1.2 LA INVERSIÓN SOCIAL Y FILANTROPÍA

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)."*<sup>1</sup>

---

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.

<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).

	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

Tabla 1. Inversión social y expectativas según ISO26000

<sup>2</sup> 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.

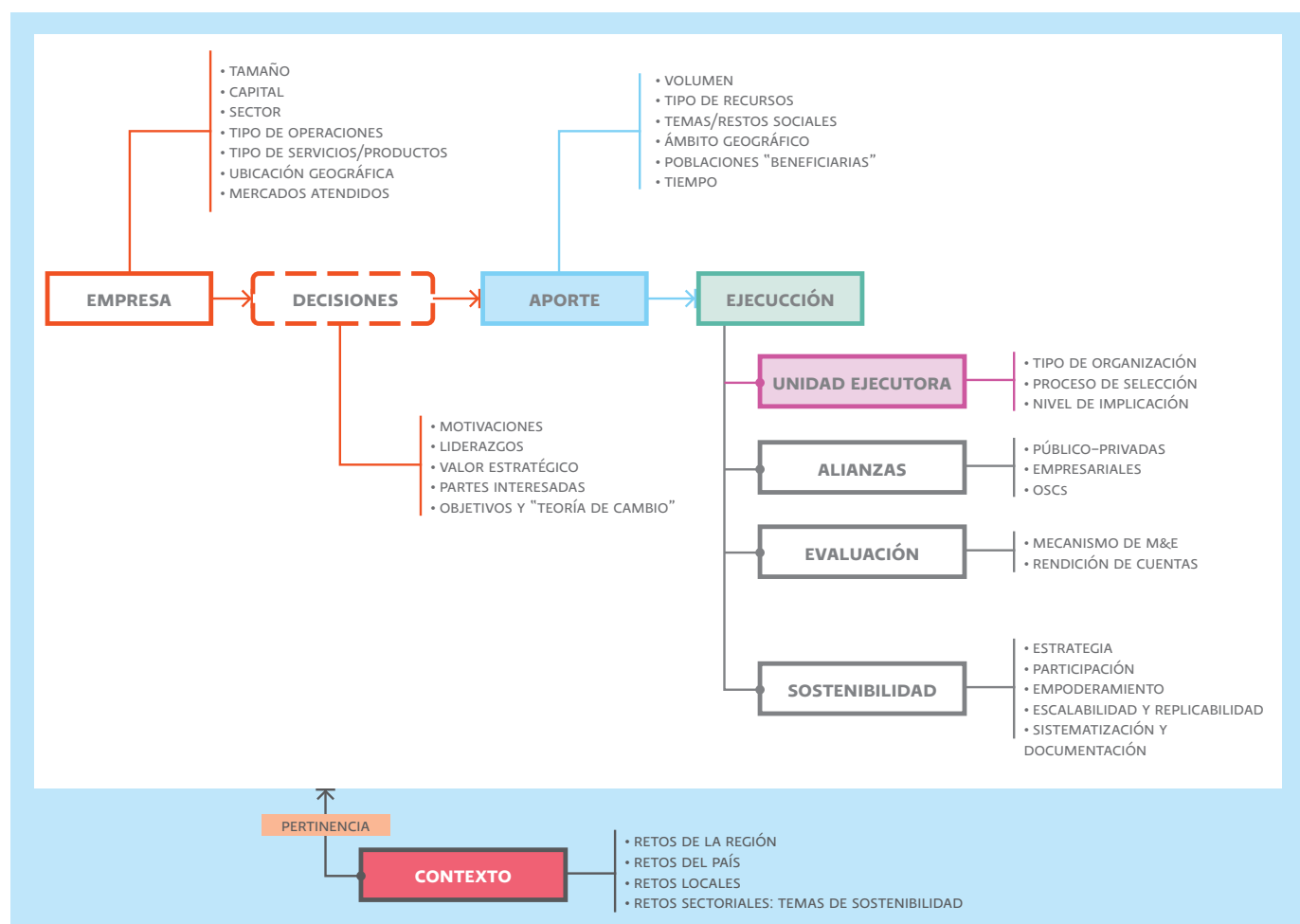
3. Identificar los mecanismos y lógicas de intervención, considerando: (a) los focos y destinos de la inversión social, (b) los mecanismos de ejecución, (c) el monitoreo y seguimiento, (d) la comunicación y (e) la sostenibilidad.

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 activi-

dad económica, número de colaboradores/as (permanentes y temporales) y procedencia del capital;

- Temas y poblaciones atendidas con los proyectos de inversión social;
- Existencia de alianzas estratégicas y/u operativas;

- Motivaciones para la inversión social;
- Recursos invertidos; y
- Voluntariado.

En el caso de las encuestas dirigidas a la 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; El monitoreo y la evaluación;
- Alianzas estratégicas y desarrollo institucional; y

- Sostenibilidad.

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 presente estudio es un esfuerzo Regional desarrollado con el objetivo de visibilizar los aportes del sector privado y las organizaciones gubernamentales sin fines de lucro a los temas de inversión social.

El estudio incluye la identificación y mapeo de actores para el desarrollo en cada país siendo este un instrumento para que espera ser orientador en el tema de generación de alianzas sostenibles de trabajo.

*“Contar con un estudio que nos permita visibilizar los temas de trabajo de los principales actores del desarrollo en el país nos puede ayudar a consolidar importantes alianzas para escalar nuestro trabajo”.*

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

### 2.1 LOS ACTORES CONSULTADOS

Agradecemos la participación de representantes empresariales así como de organizaciones no gubernamentales nacionales y extranjeras que contribuyeron con sus aportes a la realización de la presente investigación:

- Acción Medica Cristiana
- Asociación de Educación y Comunicación La Cuculmeca
- BzGold
- Casa Pellas
- Cafetalera Nicafrance
- Christian Children's Fund of Canada
- Constructora Meco
- Disnorte – Dissur
- El Porvenir
- Exportadora Atlantic S.A
- FADCANIC
- Fé y Alegría
- Financiera Fama
- Fundación Pantaleón
- Fundación Victoria
- Fundación Coen
- Fundación Zamora Terán
- Gildan
- Grupo Coen
- Grupo Mercon

- Guacalito de la Isla
- Ingenio Montelimar
- Inversiones Inmobiliarias de San Juan del Sur S.A., Pelican Eyes Resort & SPA
- Instituto Holcim para el desarrollo Sostenible
- Lafise
- Manuquinsa
- Polaris Energy S.A.
- PCI | Project Concern International
- Re.Te. Ong
- Seeds for Progress
- Telefónica Nicaragua
- Universidad Americana
- Universidad Tecnológico La Salle
- Walmart Nicaragua

## MAPEO DE ACTORES

La presente investigación se desarrolló en base a un mapeo de actores que contó con la identificación de 102 empresas y 119 organizaciones nacionales y extranjeras con operaciones en el país. Las empresas y ONG fueron seleccionadas por su reconocido trabajo en inversión social.

La etapa de encuestas contó con la participación de 102 Empresas contactadas – 14 Empresas respondientes y 115 Organizaciones Contactadas –6 organizaciones respondientes.. La fase de entrevistas 29 Empresas contactadas – 14 Empresas respondientes y 26 Organizaciones Contactadas 9 organizaciones respondientes

## 2.2 FOCOS Y DESTINOS DE LA INVERSIÓN SOCIAL

### TEMAS Y POBLACIONES

El 79% de los entrevistados respondieron en un que la educación es el principal tema que abordan al momento de desarrollar acciones y programas sociales, considerado como un eslabón de desarrollo primordial, pero no solamente es educación sino educación de calidad.

*"Se decidió enfocar esfuerzos en temas de educación de calidad para que los niños beneficiarios sean capaces de dar otra perspectiva a su desarrollo".*

Otro tema que consideran relevante y es un foco a lo interno de la empresa, es el desarrollar capacidades en los colaboradores de la empresa.

Con igual porcentaje que el tema anterior (29%), aparecen los temas de fortalecimiento de cadena de valor e inclusión económica de mujeres en dicha cadena.

Y siempre con 29% está el tema medioambiente, visto desde la responsabilidad por los impactos que generan las operaciones que realizan las empresas.

Con respecto a cuales son las principales poblaciones atendidas, como primer cri-

terio están aquellas en las cuales la empresa tiene un impacto directo, seguido de grupos en situación de vulnerabilidad (mujeres, niños, personas con discapacidad, personas de la tercera edad).

### PARA LAS ONG CONSULTADAS

Los principales temas de trabajo identificados son Educación, Acceso a servicios básicos, Generación de empleo y empleabilidad, Vivienda, Agua, Prevención de la violencia y rehabilitación, Salud, Nutrición, Igualdad de género, Medioambiente, promoción y defensa de los Derechos Humanos, ayuda de emergencia, desarrollo productivo y fortalecimiento de las organizaciones comunitarias.

Las poblaciones atendidas son: Niñez y Adolescencia, Jóvenes, Mujeres, Personas con Discapacidad, Adultos Mayores, Campesinos y líderes comunitarios.

### ORIGEN Y SELECCIÓN DE LAS INICIATIVAS

Los entrevistados en su totalidad respondieron que las iniciativas se seleccionan basados en un proceso de consulta con sus grupos de interés, en donde se hace un análisis de las operaciones de la empresa y los impactos que estas generan a la comunidad.

De igual manera se hace un estudio socio económico del entorno que logre identificar cuáles son las principales necesidades y problemáticas del entorno en el que operan e identifican cuales están relacionados con la estrategia del negocio.

Asimismo, el 50% menciona que también son considerados los temas que son definidos desde el corporativo de la empresa. Por lo general dichos procesos son liderados dentro de las empresas por los gerentes de país, gerentes de RSE, corporativos, comités de RSE y se acompañan

*"Se desarrolla un proceso consultivo para darse a conocer como empresa, conocerlos - a la comunidad-, involucrarse e identificar necesidades".*

de los grupos de interés que son parte de la consulta.

Finalmente las decisiones de inversión, son tomadas por las juntas directivas, gerencias de la empresa, y los gerentes de RSE, considerando todos los estudios previos mencionados.

El 86% de los encuestados manifestó que en dichos procesos de selección de iniciativas se hacen consultas a las comunidades a través de encuestas, asambleas, reuniones consultivas con beneficiarios, planificación estratégica participativa.

## 2.3 PRINCIPALES HALLAZGOS

### ROL SOCIAL DE LA EMPRESA Y DEL EMPRESARIADO

Los entrevistados identifican que el rol de la empresa debería ser aportar a la solución de los problemas que la sociedad enfrenta, apuntando a un desarrollo justo y armónico. Las empresas son un factor dinamizador de la economía y por tanto dinamiza el crecimiento de la sociedad donde operan.

Otro elemento importante que se refleja en las respuestas es la vinculación con los grupos de interés desde considerarlos sujetos de derechos hasta actores para trabajar en alianzas y lograr alcanzar objetivos comunes.

Se deben promover acciones sostenibles y de impacto en la comunidad, se deben unir esfuerzos teniendo como visión la mejora de calidad de vida de los comunitarios.

### MOTIVACIONES

La empresa realiza inversiones sociales por las siguientes motivaciones:

El 50% de los entrevistados identifica que la principal motivación de la empre-

*“Impactar de manera positiva en los stakeholders de la empresa, para acelerar el desarrollo social”.*

sa para realizar inversión social es por un tema de “Estrategia de negocio”, lo cual indica que las empresas están pensando en acciones sostenibles en el tiempo y que sean de un alto impacto.

Si bien, los modelos de negocios basados en RSE orientan a mejorar el entorno de la sociedad y el de la comunidad donde operan, todo debe ser analizado desde una óptica de sostenibilidad y estar alineado con la estrategia y el core business de la empresa.

En el caso de las empresas que reciben fondos de entidades multilaterales, manifestaron que dichas entidades, tienen como lineamientos que el proyecto a financiar genere resultados en temas de inversión social y protección al medioambiente.

## PROCESO DE EJECUCIÓN

### LIDERAZGO Y CANALES DE EJECUCIÓN

Se visibiliza que el liderazgo en la ejecución de las actividades de inversión social está en la Gerencias / Direcciones / Jefaturas de Responsabilidad Social, sin embargo en el 21 % de los casos la empresa ha tomado la decisión de crear una fundación con el objetivo de potenciar las alianzas y gestionar aportaciones de diversas fuentes para poder ampliar el impacto de sus inversiones mediante al gestión de recursos vía las fundaciones y reportan.

Estas personas reportan a sus gerentes generales, directores y en algunos casos a donantes.

## *"Visión de sostenibilidad y valores empresariales vinculados a la estrategia del negocio".*

### **EJECUCIÓN PROPIA**

Las empresas canalizan la ejecución de sus actividades principalmente a través de las fundaciones de sus organizaciones, principalmente aquellas que trabajan tienen como foco principal el tema de educación.

Estas fundaciones cuentan con estructura, recursos y personal dedicado a la ejecución de un plan de actividades y trabajo en pro del cumplimiento de los objetivos del programa social

Los proyectos que se están trabajando en general tienen una duración de un año, pero también hay proyectos que implican cambios de actitud que toman hasta cinco años la intervención.

En 4 de las empresas se mencionó que son programas que ya están institucionalizado y no tienen una fecha de finalización, pero que se planifica el presupuesto de dicho programa de forma anual.

### **EJECUCIÓN POR TERCEROS**

Aun cuando las empresas cuentan con gerencias de RSE que se encargan de liderar los procesos, algunas actividades se desarrollan en alianzas con otras organizaciones de manera que pueden trabajar con organizaciones que cuenten con prestigio nacional, que sean reconocidas, con credibilidad y amplio dominio del tema que van a trabajar.

En algunos casos se presentan temas de acción conjuntas y las empresas se ocupan de investigar que dichas organizaciones tienen

experiencia en el tema que proponen, estén operando bajo un marco legal y que esté acorde con las líneas estratégicas de trabajo definidas por la empresa.

Con respecto a la opinión sobre el nivel profesional que tienen las ONG en el país, el 29% de los encuestados se abstuvieron de brindar una opinión ya que no cuentan con una opinión formada a cerca del trabajo de las ONG, o no se han mapeado y analizado las fortalezas de las organizaciones, en general consideran que observan falta de información y promoción del trabajo de las organizaciones locales. Por estas razones las empresas al elegir contrapartes ejecutoras o aliadas eligen aquellas organizaciones que cuenten con una amplia reputación y reconocido trabajo y experiencia comprobado en los temas a implementar como parte de la inversión social.

### **SEGUIMIENTO Y EVALUACIÓN**

El 64% de las empresas manifestó contar con un sistema de medición de resultados e impactos de las intervenciones. Muchas veces sobre todo en aquellos temas que se vinculan directamente con instituciones del estado, se trata de coordinar con dichas instituciones el monitoreo y seguimiento de las actividades de los proyectos.

Otras herramientas que determinan el grado de vinculación de la empresas con los aspectos sociales por ejemplo INDI-CARSE, Greate place to work y sistemas de monitoreo montados por las mismas empresas (internos)

En el caso de que las actividades sean ejecutadas por terceros se realizan auditorias estableciendo un plazo y periodicidad. Un elemento importante a reconocer en este caso es que las auditorias no solamente analizan resultados en aspectos económicos sino también sociales y ambientales.

## COMUNICACIÓN

El 50% de las empresas encuestadas establecen como mecanismos de comunicación sus reportes de sostenibilidad, memorias o informes anuales.

Sin embargo el 21% hace uso de medios de difusión masiva como son los medios de comunicación audiovisuales y los virtuales, logrando de esta manera llegar a grupos más amplios.

Por lo general las empresas en su totalidad informan de sus actividades y presentan los informes auditados a su público interno y a sus grupos de interés externos a través de los medios masivos.

## ALIANZAS ESTRATÉGICAS Y DESARROLLO INSTITUCIONAL

### DESARROLLO INSTITUCIONAL

En el 29% de los casos se perciben que los programas incluyan componentes de fortalecimientos de las organizaciones beneficiarias.

En algunos casos lo que se persigue es que los beneficiarios se empoderen de la iniciativa para que asuman el rol de coordinador cuando la empresa tenga que dejar dicho rol, pues las actividades deben demostrar sostenibilidad.

En una experiencia particular, la empresa manifestó que es importante es la creación de capacidades en los agentes comunitarios, pues algunos líderes comunitarios pueden ser empoderados de manera que ellos mismos puedan formular proyectos y gestionarlos tanto en la parte financiera como administrativa y de esta manera lograr que ellos mismos gestionen su desarrollo.

*“Mantenemos una red de contactos y establecemos una comunicación clara y permanente con nuestros grupos de interés, mediante diversas formas sean escritas, televisivas o mediante otras actividades y eventos de comunicación que transmiten mensajes claros y oportuno de lo que hacemos”.*

### ALIANZAS ESTRATÉGICAS

Existen infinidad de organizaciones con las que se desarrollan alianzas con el fin de conseguir los resultados y generar el impacto esperado.

El 93% de las empresas encuestadas han generado alianzas en la ejecución de sus programas y proyectos.

La mayoría de ellas han trabajado con organizaciones:

Gubernamentales: MINED (Ministerio de educación) , MINSA (Ministerio de Salud), INVUR (Instituto Nicaragüense de Vivienda Urbana y Rural) , ALCALDIAS LOCALES, PN (Policía Nacional), MITRAB (Ministerio del Trabajo), MARENA (Ministerio de Recursos Naturales y del Medioambiente.

*“Hay que fortalecer capacidades y empoderar a los beneficiarios para que estos asuman la salida de la empresa de los proyectos”.*

*“Actualmente y desde hace dos años se ha invertido en el fortalecimiento de los grupos comunitarios más activos y los hemos ido involucrando de manera que cuando la empresa se retire ellos le den sostenibilidad al proyecto”.*

No gubernamentales: ANF, CARITAS, HABITAT, CARE, FIDER, ACRA, TELETON, CONANCA, TECHO, ASOCIACION PAN Y VIDA, ASOCIACION ANTORCHA, Catholic Relieve Services, Christian Childrens Found, Teen Smart, INSTITUTO TÉCNICO JUAN PABLO II, IFC, uniRSE

Organismos multilaterales /cooperantes: Banco Mundial; BID, USAID, ESCUELAS, FUNDECID, GIZ, DEA

Otros aliados: Colaboradores/as, Clientes, Proveedores, Empresas

### SOSTENIBILIDAD

En general, se ha manifestado que los proyectos contemplan estrategias de salida para que los mismos puedan seguir operando aun después que la empresa no invierta recursos en el mismo.

En algunos casos se manifestaron preocupación porque si la empresa dejara de apoyar el proyectos este dejaría de funcionar. Para evitar este tipo de escenarios, las empresas se han propuesto distintas estrategias dentro de las cuales están:

- Alianzas estratégicas: para que el proyecto pueda tener otros actores que puedan sustentar la salida de la empresa en determinado momento.
- Se identifican aliados en las

poblaciones beneficiadas para sumar esfuerzos y poder fortalecer las iniciativas.

- Creación de capacidades y empoderamiento: para lograr que se apropien de la iniciativa, y puedan de manera independiente continuar con la misma y administrar sus proyectos.
- El 64% de las empresas invierten en fortalecer las capacidades de los beneficiarios comunitarios así como sus líderes y organizaciones como estrategia para que se conviertan en gestores de su propio desarrollo.
- Institucionalizar la iniciativa: otra estrategia que se persigue es que los temas de las iniciativas sean adquiridos como programas dentro de la empresa de manera que puedan ser integrados a las líneas operativas y en relación a los avances obtenidos se van tomando acciones concebidas a largo plazo.
- Esta estrategia apunta a un compromiso sostenido de apoyo a largo plazo incorporando las inversiones sociales en su core business



de manera que se convierte en un programa que permanecerá en tanto la empresa opere (36%)

- Seguimiento y apoyo: todas las iniciativas deben tener un seguimiento continuo para ir trabajando en base a la mejora continua, fortaleciendo aquellos componentes que lo requieran.
- Gestión de recursos externos: realizar la gestión de recursos por medio de donantes, cooperación internacional u otros actores de manera que se garantice la sostenibilidad de las acciones.

## 2.4 RESUMEN

Las empresas desarrollan inversiones en temas relacionados con el desarrollo socioeconómico de las comunidades donde operan y el impacto positivo en sus grupos de interés, desarrollando sus actividades con apego estricto a la ley.

Sus intervenciones están guiadas, por tanto, por las políticas gubernamentales relacionadas la inversión, como por investigaciones, estudios, asesoría especializada y procesos consultivos altamente participativos que garantizan la viabilidad de los programas y proyectos que se propone ejecutar la empresa. Entre los principales documentos de consulta y referencia están los Planes Nacionales de desarrollo, informes del PNUD, Unicef, FAO, OMS, BID, Banco Mundial, etc.

Existe la convicción de que sin la participación comunitaria en la construcción de los proyectos no es factible iniciar ningún aporte. Un aspecto a destacar es que desde la formulación de la propuesta, se considera como componente de sostenibilidad el fortalecimiento de las capaci-

dades locales, tanto de las contrapartes comunitarias como de las instituciones aliadas para la ejecución de las mismas.

En general las empresas informan haber evolucionado del asistencialismo y de hacer inversión en proyectos que no generan impacto más allá del tiempo de ejecución, a identificar temas relacionados con el negocio con una visión a largo plazo evolucionando a la inclusión de procesos operativos que forman parte de los objetivos estratégicos operacionales de la empresa y que cuentan con sistemas de monitoreo que les permiten tanto rendir cuentas como evaluar tanto los avances como los retos y aprendizajes.

Otra estrategia identificada como factor común es que involucran a sus colaboradores en diferentes niveles, tanto en participación directa de trabajo voluntario, como en campañas para la recolección de fondos y en algunos casos en la definición del destino de los aportes que la empresa va a realizar, para que sea el colaborador quien, como habitante de la comunidad, sea participe de las actividades relacionadas con su propio desarrollo.

Se destaca en todos los casos que la empresa identifica aliados estratégicos, con el objetivo de sumar esfuerzos y aprovechar el conocimiento especializado en temas de desarrollo social de organizaciones no gubernamentales e instituciones públicas, articulando esfuerzos para aportar a una causa común.

En ocasiones el desarrollo de las metodologías implementadas en el grupo beneficiario han sido trasladadas a las instituciones gubernamentales aliadas para lograr mayor impacto y escalabilidad de la iniciativa, lo cual solo se puede lograr sumando esfuerzos y reconociendo que el compromiso del sector empresarial y de todos los actores que dinamizan la economía, son componentes indispensables en la gestión del desarrollo social sostenible, inclusivo y justo.

## 2.5 RECURSOS PARA LA INVERSIÓN SOCIAL

### TIPO DE RECURSO

El principal recursos que se invierte es el dinero en efectivo, el 86% de las empresas invierten los recursos financieros para poder desarrollar las actividades sociales, seguidamente de donaciones en especie, voluntariado, materia primas y finalmente capacitaciones técnicas con un 14%.

Factores que influyen y fuentes de recursos

El principal factor es el beneficio social que se percibirá, se proponen los presupuestos basados en resultados e impacto que generara la intervención.

La principal fuente de los recursos son fondos propios de las empresas, aportan ya sea un porcentaje de utilidades definidos o un presupuesto asignado sin embargo el 71% gestiona otro tipo de donaciones y alianzas para ampliar el impacto de sus inversiones.

En el caso de las Fundaciones de origen empresarial son fuentes de recursos para el desarrollo de sus programas:

- Aportes de la empresa
- Aportes de donantes extranjeros a los que se les presenta propuestas de proyectos.
- Donantes provenientes de la empresa privada nacional que patrocina programas y proyectos.
- Eventos de recaudación de fondos
- Aportes de los directores y donantes particulares.

Para los Organismos no gubernamentales en cambio el origen principal de los fondos que gestionan en proyectos de ayuda en el país, provienen de:

- Fondos gubernamentales (en algunos casos de municipalidades del país de origen)
- Fondos destinados de la organización sede al trabajo en campo en Nicaragua.
- Recursos captados a través de fundraising desarrollado en los países sede de las organizaciones.
- Aplicación a Grant's de donantes como Unión Europea

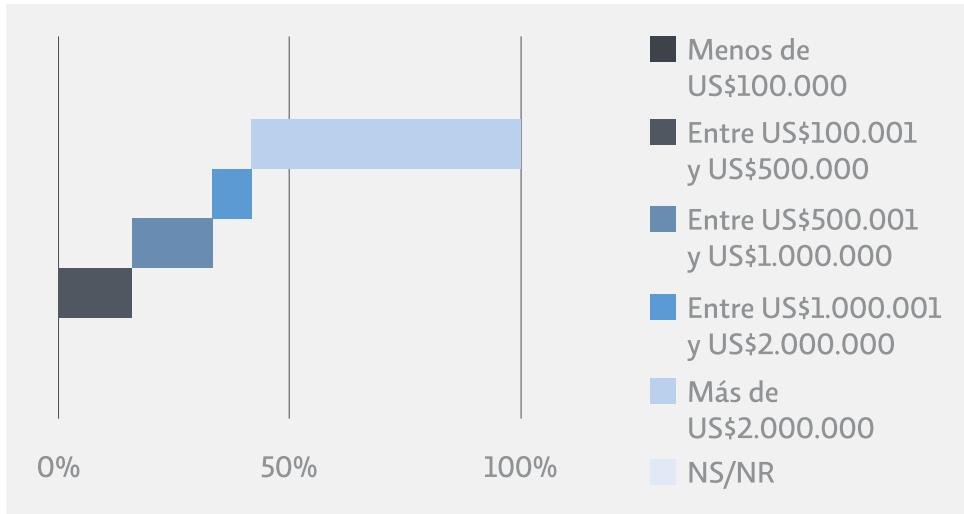
### 2.6 MONTO

Del total de empresas encuestadas, 10 aportan montos mayores a 1,000,000.00 de dólares por año. De las 15 empresas participantes en la encuesta, todas conocían el monto que invierten de forma anual a sus programas y proyectos de inversión social.

El promedio del monto invertido al año es de

USD 31,936,000.00 dólares.

El 67% de las organizaciones se ubican en un rango inversión superior al millón de dólares como promedio anual



### 3. LOS RETOS Y OPORTUNIDADES PARA LA INVERSIÓN EN NICARAGUA

Uno de los principales focos de destino en inversión social identificados en el presente estudio es la inversión en educación. En este tema, Nicaragua ha logrado importantes avances en la educación de los niños, en las últimas décadas. Sin embargo, a pesar de los avances, nuestro país presenta importantes retos y desafíos para lograr que todos los niños y niñas en edad escolar tengan acceso a una buena educación. Nicaragua es el país de América Latina que cuenta con mayor porcentaje de niños fuera del sistema educativo y con las tasas más bajas de finalización tanto de la educación primaria como secundaria. Solamente cinco de cada diez niños completan la educación primaria. A la brecha de cobertura se añaden las persistentes brechas en tasas de finalización y una baja calidad de los aprendizajes de los alumnos. Análisis de pruebas de aprendizajes nacionales muestran que los aprendizajes son: i) de baja calidad, ii) desiguales entre grupos

socioeconómicos, y iii) inferiores respecto al resto de América Latina, y otros países comparables. En este contexto, la Nota identifica las bajas tasas de cobertura y finalización de la educación secundaria y los bajos aprendizajes como los principales desafíos educativos que enfrenta el país para promover la productividad y la equidad, y prioriza áreas de oportunidad estratégica de inversión.

Según datos 2013 proporcionado por CEPAL, Nicaragua es el segundo país con más pobres (58.3%) e indigentes (29.5%) y presenta los peores datos de toda América Latina, con un 71.4% de personas pobres multidimensionales (El índice de pobreza multidimensional (IPM) utilizado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD) es una medida de pobreza aguda que refleja carencias en el acceso a servicios básicos y en funcionamientos clave en materia de educación, salud y nivel de vida de la población.)

Si se desglosan los datos según zona de residencia (rural o urbana), resulta que el 94% de los pobladores de áreas rurales de Nicaragua están en situación de pobreza multidimensional, por un 59% en las áreas urbanas. La pobreza multidimensional se ha reducido en Nicaragua en 5 puntos, pasando de 79% en 2005 a 74% en 2012 (aunque el dato ofrecido por Nicaragua es de 2009).

Por otra parte, la pobreza multidimensional tiende a ser mayor entre quienes residen en zonas rurales y entre las personas adscritas a pueblos originarios o afrodescendientes, mientras que no se aprecian diferencias importantes según el sexo.

En relación a la empleabilidad uno de los principales retos se suma a la de equidad de género. Nicaragua es el segundo país de la región que presenta la situación menos desfavorable en términos de equidad de género, medida a través del Índice Global de Desigualdad de Género (0.70). En términos de equidad, los principales rezagos del país que son comunes al resto de la región se encuentran en el ámbito de una equitativa y favorable incorporación de la mujer al mercado de trabajo y a la estructura productiva. El perfil de género del país es similar al del resto de países centroamericanos: según el rombo que utiliza el World Economic Forum, en su Global Gender Gap Report, la relación mujer a hombre es inferior en 2/3 en las variables: participación en la fuerza laboral, equidad salarial por trabajo similar, ingreso estimado, participación de altos funcionarios y participación en trabajos profesionales y técnicos. Entre tanto, el empoderamiento político es de 1/5 de la de los hombres.

Ante estos retos las empresas y organizaciones se plantean oportunidades para mejorar su trabajo en los temas de desarrollo.

*“En proyectos sociales, la visión para que tenga un impacto efectivo debe ser a largo plazo”.*

### 3.1 DESDE LAS PERSPECTIVA DE LAS ORGANIZACIONES Y EMPRESAS QUE TRABAJAN EN TEMAS DE INVERSIÓN SOCIAL

#### INVERSIÓN SOCIAL

#### OPORTUNIDADES PARA MEJORAR INVERSIÓN SOCIAL

Un elemento fundamental para mejorar y ampliar los alcances del trabajo que se desarrolla en inversión social es la constitución de alianzas estratégicas desde los 3 sectores, privado, público y sociedad civil.

Otro aspecto a tener en cuenta son las iniciativas surgidas desde organismos internacionales como Naciones Unidas, comunidad de agencias cooperantes, Banco mundial entre otros, para aportar al desarrollo con la empresa privada y otros sectores.

Las crecientes necesidades en todos los ámbitos sociales que hay en nuestro país, amplían el cúmulo de oportunidades donde podemos generar la acción social en las comunidades.

El “modelo de responsabilidad compartida” que promueve el gobierno, abre oportunidades para estrechar lazos de cooperación.

De forma estratégica, estas oportunidades se afianzarían si la inversión social desarrollada está vinculada al giro del negocio, pero enfocada con mayor énfasis, en las necesidades sociales de la comunidad local, municipal o nacional.

*“Los problemas sociales complejos como requieren intervenciones integrales”.*

#### **OBSTÁCULOS PARA LA INVERSIÓN SOCIAL**

En el trabajo que realizan tanto empresas como organizaciones se pueden identificar diferenciadas “temáticas” de trabajo de las empresas y los demás sectores.

No todos los territorios de influencia son comunes, lo cual dificulta la oportunidad articular esfuerzos y recursos entre los actores. Un aspecto a considerar es la existencia de Intereses políticos de algunos actores.

Desarrollar iniciativas sostenibles es un reto, por cuanto, muchas veces no se logra coordinación entre sectores relacionados con la sostenibilidad de la intervención propuesta como consecuencia se deben implementar iniciativas puntuales.

#### **ALIANZAS ESTRATÉGICAS**

##### **RETOS**

Es necesario aprender a conciliar los intereses de la empresa y otros grupos de interés, considerando las necesidades de las comunidades involucradas.

Aportar recursos que efectiva y eficientemente, impacten en las comunidades.

##### **OPORTUNIDADES:**

Cada vez hay mayor conciencia e interés entre el empresariado privado por aportar al desarrollo, por esto es fundamental contar con disponibilidad de recursos externos para apoyar iniciativas empresariales en favor de la comunidad.

### CONSTRUIR ALIANZAS ESTRATÉGICAS:

Hacer un mapeo de coincidencias territoriales y temáticas entre las empresas, organizaciones sociales y sector público para desarrollar iniciativas conjuntas.

Establecer roles y responsabilidades; asumir compromisos y realizar el necesario proceso de rendición de cuentas entre los distintos sectores.

Valorar que algún “Observatorio Temático” en los territorios de influencia, registren y evalúen los impactos de dichas iniciativas.

Adiestrarse en la Metodología de “Evaluación de Impactos a nivel de las Cadenas de Valor”

Una oportunidad relevante y de gran apoyo al trabajo de las organizaciones es el involucramiento de la academia en las acciones de medición de impacto de los proyectos sociales,

## MONITOREO Y EVALUACIÓN

### OPORTUNIDADES PARA MEJORAR INVERSIÓN SOCIAL

Las áreas de Responsabilidad Social Corporativa de las empresas, en conjunto con los líderes del proyecto/comunidad, realizan el seguimiento de acciones y registro de resultados de las iniciativas.

Comúnmente se realizan a nivel de acciones y resultados, por la dificultad existente en contar con datos estadísticos desagregados a nivel local, a veces solo tenemos datos municipales o nacionales.

### AVANZAR HACIA MEDICIÓN DE IMPACTOS

En cualquier proyecto se debe iniciar con los estudios de Línea de Base a nivel comunitario para contrastar post-ejecución.

Colectar y compartir información entre los sectores periódicamente y que se trate, especialmente, de que la(s) organización(es) con experticia en estos temas, lleven a cabo de forma compartida los estudios de impacto intersectorialmente.

# 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 movilizad 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?

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?

### 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

## 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

## LISTA DE EMPRESAS PARTICIPANTES

- Banco de América Central
- Cargill
- B2Gold
- Cafetalera Nicafrance
- CASA PELLAS, S.A
- Chiles de Nicaragua, S.A.
- Constructora Meco
- Disnorte – Dissur
- El Porvenir
- Exportadora Atlantic S.A
- Financiera Fama
- GILDAN
- Grupo Mercom
- Grupo Coen
- Guacalito de la Isla
- Ingenio Montelimar
- Inversiones Inmobiliarias de San Juan del Sur SA, Pelican Eyes Resort & SPA
- Manuquinsa
- Polaris Energy S.A.
- Telefónica Nicaragua
- Universidad Americana
- Walmart Nicaragua

## LISTA DE ONGs PARTICIPANTES

- Accion Medica Cristiana
- Asociación de Educación y Comunicación La Cuculmeca
- Christian Children's Fund of Canada
- FADCANIC
- Fé y Alegría
- Fundación Pantaleón
- Fundacion Coen
- Funndación Victoria
- Fundación Zamora Terán
- Habitat para la Humanidad Nicaragua
- Instituto Nicaragüense de Desarrollo (INDE)
- Re.Te. Ong
- Seeds for Progress
- TECHO
- Universidad Tecnológica La Salle



## MAPEO DE ACTORES

STAKEHOLDER	ORGANIZACIÓN
GOBIERNO	MIFIC
GOBIERNO	MIFAMILIA
GOBIERNO	FISE
GOBIERNO	ANA
GOBIERNO	MINED
GOBIERNO	MEFCA
GOBIERNO	PRESIDENCIA DE LA REPUBLICA
GOBIERNO	SECRETARIA DE COMUNICACIÓN
GOBIERNO	MINIOB
GOBIERNO	MEM
GOBIERNO	ASAMBLEA NACIONAL
GOBIERNO	BCN
GOBIERNO	ALMA
GOBIERNO	MARENA
GOBIERNO	MINSA
GOBIERNO	MITRAB
GOBIERNO	POLICIA NACIONAL
Organismos Multilaterales Financieros	BCIE
Organismos Multilaterales Financieros	BID
Organismos Multilaterales Financieros	BANCO MUNDIAL
Organismos y Organizaciones Internacionales	UNION EUROPEA
Organismos y Organizaciones Internacionales	SICA
Organismos y Organizaciones Internacionales	SIECA
Organismos y Organizaciones Internacionales	PNUD
Organismos y Organizaciones Internacionales	UNICEF
Organismos y Organizaciones Internacionales	UNFPA
Organismos y Organizaciones Internacionales	PNUMA
Organismos y Organizaciones Internacionales	ONU SIDA
Organismos y Organizaciones Internacionales	ONU MUJERES
Organismos y Organizaciones Internacionales	UNIFEM
Organismos y Organizaciones Internacionales	ONUDI
Organismos y Organizaciones Internacionales	PMA
Organismos y Organizaciones Internacionales	FAO
Organismos y Organizaciones Internacionales	OPS
Organismos y Organizaciones Internacionales	GRI
Organismos y Organizaciones Internacionales	ISO
Redes Internacionales	INTEGRARSE
Redes Internacionales	GLOBAL COMPACT
Redes Internacionales	Alianza Latinoamericana para el CC
Redes Internacionales	WBCSD
Redes Internacionales	Forum Empresa
Redes Internacionales	UNISDR
Cooperación Internacional	Grand Ducado de Luxemburgo
Cooperación Internacional	USAID
Cooperación Internacional	GIZ
Cooperación Internacional	ICCO Cooperacion Holandesa
Cooperación Internacional	COSUDE
Cooperación Internacional	AECID
Medios de comunicación	Radio Nacional
Medios de comunicación	Revistas
Medios de comunicación	La Prensa
Medios de comunicación	El Nuevo Diario
Medios de comunicación	Canal 14 Vos TV
Medios de comunicación	Medios digitales
Cámaras empresariales	Cosep; Amcham; Cadin; Conimipyme; Apen; Cpmen
Comunidad de impacto Directo	Comunidad
Líderes de opinión	Líderes de opinión
Organizaciones ambientalistas	Medioambiente

STAKEHOLDER	ORGANIZACIÓN
Organizaciones filantropía	"Los Pipitos /Teleton/Conanca/Aproquen/ Cáritas/ Hogar de ancianos / Albergues infantiles (Aldeas SOS, Pajarito Azul, Zacarias Guerra)"
Ong	Acción Contra el Hambre
Ong	Agora Partnerships
Ong	American Nicaraguan Foundation
Ong	Asociación Casa Alianza de Nicaragua
Ong	CASA ALIANZA
Ong	Asociación de Educación y Comunicación Cuculmea
Ong	Asociación de técnicos para la solidaridad y cooperación internacional
Ong	ACRA
Ong	CARE International
Ong	Catholic Relief Services
Ong	Christian Children's Fund of Canada FCCN
Ong	FADCANIC
Ong	Fe y Alegria
Ong	FIDER
Ong	Fundación
Ong	Fundación FAMA
Ong	Fundación Padre Fabreto
Ong	Fundación Pantaleón
Ong	Fundación Sahlman
Ong	Fundacion Zamora Teran
Ong	Fundacion Victoria
Ong	Fundacion UNO
Ong	Habitat para la Humanidad
Ong	INDE
Ong	Instituto de Promoción Humana INPRHU
Ong	Project Concern International - PCI
Ong	Redistribuir Tecnología. Re.Te ONG
Ong	Save the Children
Ong	TechnoServe, Inc
Ong	TECHO NICARAGUA
Empresas	ARNECOM/Yazaki
Empresas	B2 GOLD
Empresas	BAC - Credomatic
Empresas	BANPRO
Empresas	BAYER,S.A.
Empresas	Café Soluble
Empresas	Cargill de Nicaragua
Empresas	Casa Pellas
Empresas	CEMEX
Empresas	CENTROLAC
Empresas	Constructora Meco
Empresas	EXPASA
Empresas	GILDAN
Empresas	GRUPO COEN Fundación
Empresas	Grupo LAFISE
Empresas	GRUPO PELLAS
Empresas	Holcim, Nic.
Empresas	INGENIO MONTELMAR
Empresas	KIELSA
Empresas	Marina Guacalito de la Isla
Empresas	MORGANS ROCK
Empresas	Nestle Nicaragua, S.
Empresas	NICA FRANCE
Empresas	Polaris Energy Nic. PENSEA
Empresas	RITTER SPORT NICARAGUA S.A.
Empresas	TELEFONICA
Empresas	UNONICARAGUA
Empresas	WALLMART

ANÁLISIS DE LAS ENCUESTAS

Empresas

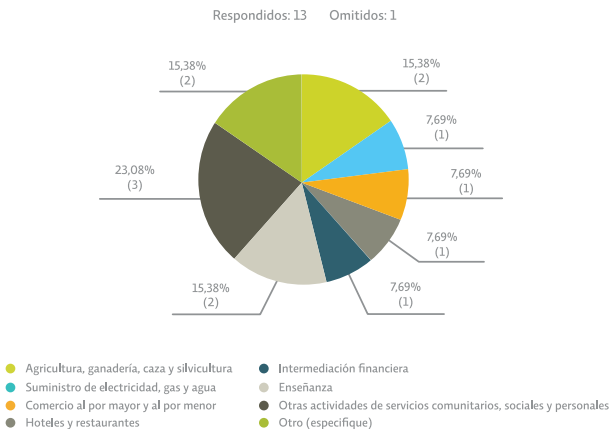
Datos generales

- Número de empresas (contactadas y respondientes): 102 – 14
- Actividad económica (%)

¿Cual es la Actividad Económica de la Empresa?

AGRICULTURA, GANADERÍA, CAZA Y SILVICULTURA	15.4 %	2
SUMINISTRO DE ELECTRICIDAD, GAS Y AGUA	7.7 %	1
COMERCIO AL POR MAYOR	7.7 %	1
HOTELES Y RESTAURANTES	7.7 %	1
INTERMEDIACIÓN FINANCIERA	7.7 %	1
ENSEÑANZA	15.4 %	2
OTRAS ACTIVIDADES DE SERVICIOS COMUNITARIOS, SOCIALES Y PERSONALES	23 %	3
OTROS	15.4 %	2
TOTAL		13

¿Cual es la Actividad Económica de la Empresa?

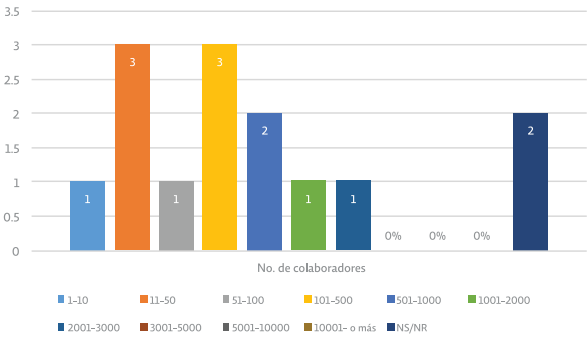


- Número de colaboradores permanentes

Número de colaboradores permanentes

1-10	1
11-50	3
51-100	1
101-500	3
501-1000	2
1001-2000	1
2001-3000	1
3001-5000	0
5001-10000	0
10001 O MÁS	0
NS/NR	2

Colaboradores permanentes

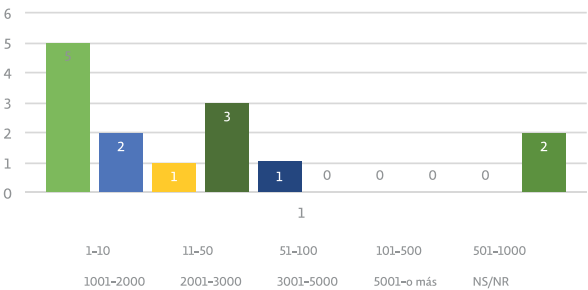


- Número de colaboradores temporales

Número de colaboradores temporales

1-10	5
11-50	2
51-100	1
101-500	3
501-1.000	1
1.001-2.000	0
2.001-3.000	0
3.001-5.000	0
5.001 o más	0
NS/NR/NA	2

Colaboradores temporales

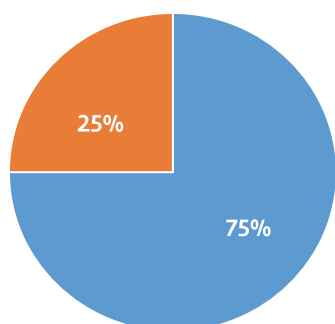


- Total de colaboradores permanentes / temporales

Total Colaboradores

COLABORADORES	TOTAL
PERMANENTES	6138
TEMPORALES	2027

Total Colaboradores



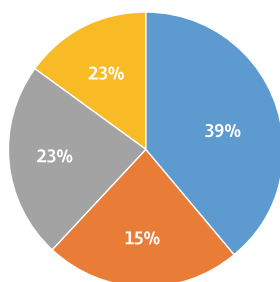
■ PERMANENTES ■ TEMPORALES

- Procedencia de capital (%)
  - Total de empresas respondientes: 13
  - Omisión - 1

Procedencia de Capital

Opciones de respuesta	Respuestas
Exclusivamente Nacional	38.46 % 5
Mixto (aprox. 50% Nacional y 50% Extranjero)	15.38 % 2
Mayoritariamente Extranjero	23.08 % 3
Exclusivamente Extranjero	23.08 % 3
TOTAL	13

Procedencia De Capital



■ Exclusivamente Nacional ■ Mayoritariamente Extranjero  
 ■ Mixto (aprox. 50% Nacional y 50% Extranjero) ■ Exclusivamente Extranjero

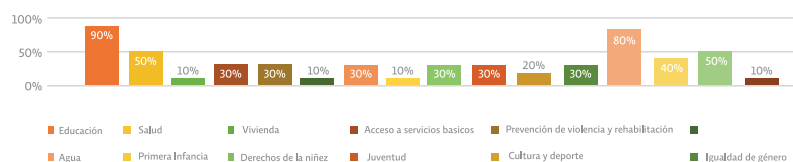
- Inversión social

- Principales temas (%)
- Total de respuestas 10
- Omisiones 4

Inversión Social

Opciones de respuesta	Respuestas
Educación	90,00% 9
Salud	50,00% 5
Vivienda	10,00% 1
Acceso a servicios básicos	30,00% 3
Prevención de violencia y rehabilitación	30,00% 3
Nutrición	10,00% 1
Agua	30,00% 3
Primera Infancia	10,00% 1
Derechos de la niñez	30,00% 3
Juventud	30,00% 3
Cultura y deporte	20,00% 2
Igualdad de género	30,00% 3
Medio ambiente	80,00% 8
Generación de empleo y empleabilidad	40,00% 4
Desarrollo económico en la comunidad	50,00% 5
Otro (especifique)	10,00% 1
Total de encuestados: 10	

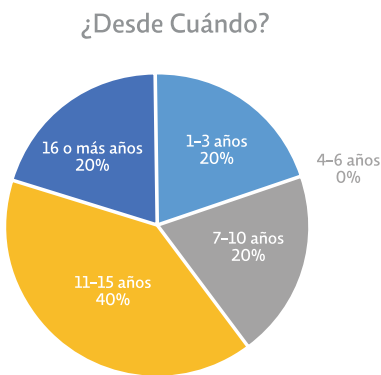
Tema Inversion Social



- Desde cuándo mantiene proyectos de inversión social (años)
  - Respuesta abierta
  - Total de empresas respondientes: 10 (71%)
  - Omisiones: 4 (79%)

¿Desde Cuándo?

1-3 años	2
4-6 años	0
7-10 años	2
11-15 años	4
16 o más años	2

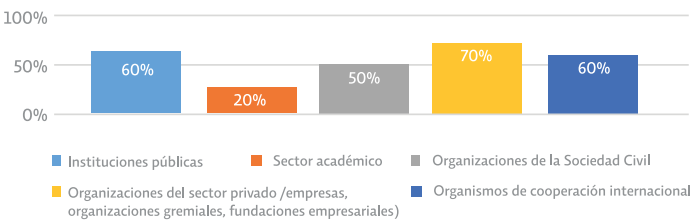


- Alianzas estratégicas (si/no/con quiénes) (%)

Alianzas Estratégicas (si/no/con quiénes) (%)

Opciones de respuesta	Respuestas	
Sí, con instituciones públicas.	60,00 %	6
Sí, con el sector académico.	20,00 %	2
Sí, con organizaciones de la sociedad civil.	50,00 %	5
Sí, con organizaciones del sector privado (empresas, organizaciones gremiales, fundaciones empresariales, etc.).	70,00 %	7
Sí, con organismos de cooperación internacional.	60,00 %	6
TOTAL		

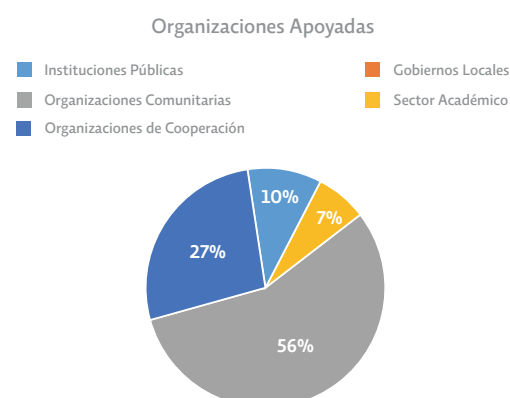
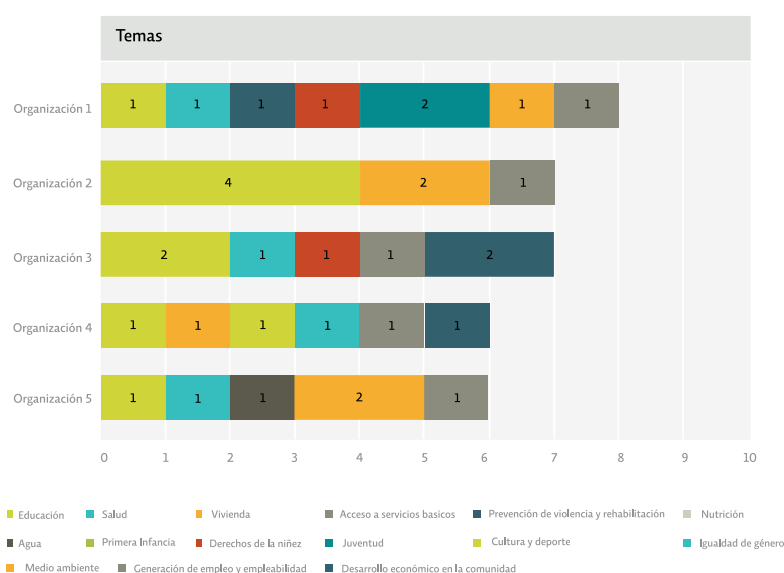
Alianzas Estratégicas

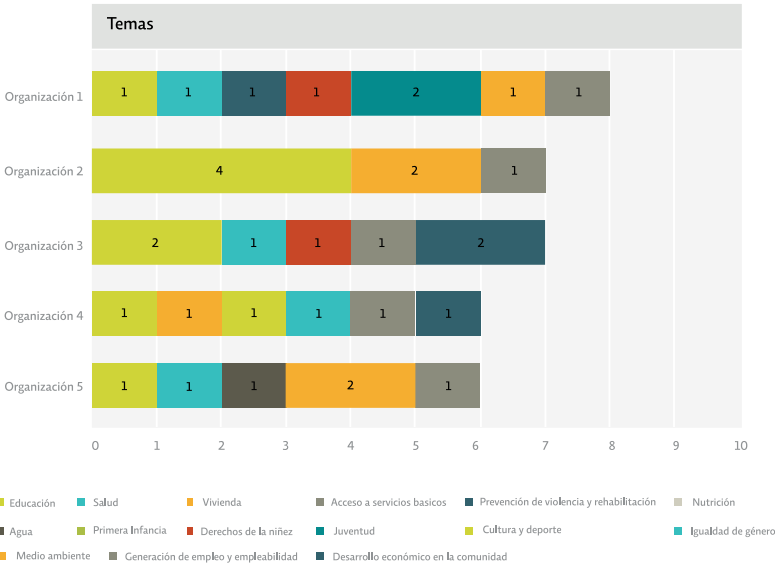


- Analizar principales organizaciones apoyadas: ONGs, organizaciones comunitarias, instituciones públicas, etc.
- Total empresas respondientes :8

Opciones de respuesta	Instituciones Públicas	Gobiernos Locales	Organizaciones Comunitarias	Sector Académico	Organizaciones de Cooperación
Educación	1		4	3	1
Salud			2		
Vivienda			1		
Acceso a servicios básicos					1
Prevención de violencia y rehabilitación			2		
Nutrición					
Agua			1		
Primera Infancia					
Derechos de la niñez			1		1
Juventud			2		1
Cultura y deporte	1				1
Igualdad de género	1		1		2
Medio ambiente			3	1	1
Generación de empleo y empleabilidad			1	1	1
Desarrollo económico en la comunidad			3		

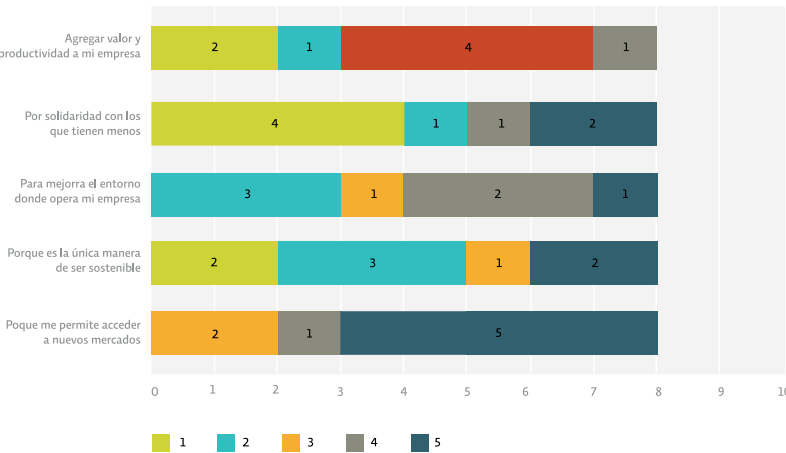
- Temas de principales organizaciones apoyadas (%)
- ORGANIZACIONES APOYADAS





- Motivo de inversión social (%) Total respuestas : 8
- Omisiones 14

	1	2	3	4	5	Total	Puntaje
Agregar valor y productividad a mi empresa	25,00% 2	12,50% 1	50,00% 4	12,50% 1	0,00% 0	8	3,50
Por solidaridad con los que tienen menos	50,00% 4	12,50% 1	0,00% 0	12,50% 1	25,00% 2	8	3,50
Para mejorar el entorno donde opera mi empresa	0,00% 0	37,50% 3	12,50% 1	37,50% 3	12,50% 1	8	2,75
Porque es la única manera de ser sostenible	25,00% 2	37,50% 3	12,50% 1	25,00% 2	0,00% 0	8	3,63
Poque me permite acceder a nuevos mercados	0,00% 0	0,00% 0	25,00% 2	12,50% 1	62,50% 5	8	1,63



- Principales poblaciones atendidas (%)

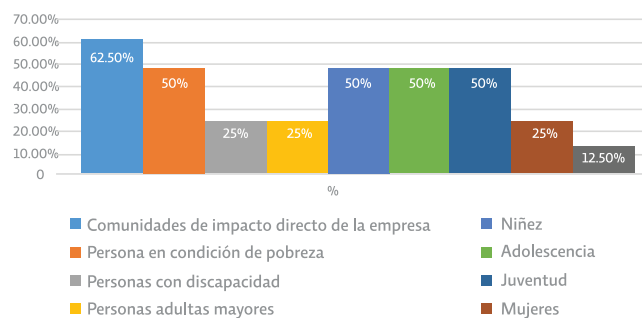
Total  
respuestas : 8

Omisiones: 6

### Principales poblaciones atendidas

Opciones de respuesta	%	Respuestas
Comunidades de impacto directo de la empresa	62,50%	5
Persona en condición de pobreza	50%	4
Personas con discapacidad	25%	2
Personas adultas mayores	25%	1
Niñez	50%	4
Adolescencia	50%	4
Juventud	50%	4
Mujeres	25%	2
Otras; especifique:	12.50%	1
Total encuestados :8		

### Principales poblaciones atendidas



- Poblaciones beneficiarias 2014

8 Respuestas 6 Omisiones

### Poblaciones beneficiarias 2014

Opciones de respuesta	%	Respuestas
Comunidades de impacto directo de la empresa	62,50%	5
Persona en condición de pobreza	50%	4
Personas con discapacidad	25%	2
Personas adultas mayores	25%	1
Niñez	50%	4
Adolescencia	50%	4
Juventud	50%	4
Mujeres	25%	2
Otras; especifique:	12.50%	1
Total encuestados :8		

- Monto invertido en los últimos 3 años

7 Respuestas 7 Omisiones

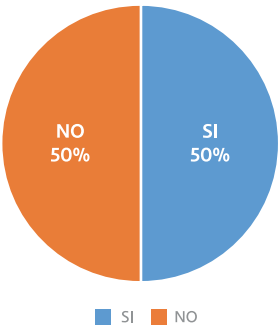
## Voluntariado

- Cuenta con voluntariado (si/no) (%) 6 omisiones
- Actividad económica (%)

Cuenta con voluntariado (si/no) (%) 6 omisiones

Opciones de respuesta	Respuestas	
Sí	50,00%	4
No	50,00%	4
Total		8

¿CUENTA CON UN PROGRAMA DE VOLUNTARIADO?



- Número de voluntarios movilizados

5 Respuestas – 9 Omisiones

### Número de voluntarios movilizados

Respuestas	
1	500
2	230
3	1148
4	12
5	513
Total	2,403

Registro de horas (si/no) (%)

Opciones de respuesta	Respuestas	
Sí	37,50%	3
No	62,50%	5
Total		8

- Horas voluntariado

3 Respuestas – 11 Omisiones

### Horas voluntariado

Respuestas	
1	10,000
2	4,000
3	3,321
Total	17,321 h



## ONGs

## Datos generales

- Número de organizaciones (contactadas y respondientes)

115 Organizaciones Contactadas

6 organizaciones respondientes

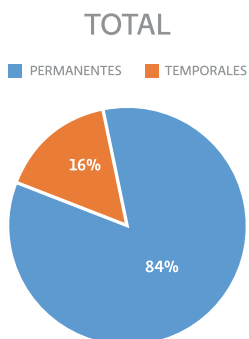
1. Universidad Tecnológica La Salle
2. TECHO
3. Accion Medica Cristiana
4. Asociación de Educación y Comunicación La Cuculmeca
5. Instituto Nicaragüense de Desarrollo (INDE)
6. Habitat para la Humanidad Nicaragua

Información brindada por uniRSE y fuentes secundaria

Número de colaboradores permanentes: 268 TOTAL

Agrupar información en las siguientes categorías:

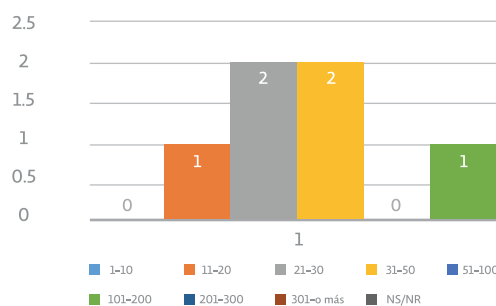
	PERMANENTES	TEMPORALES
TOTAL	268	50



Agrupar información en las siguientes categorías:

1.-10	0
11.-20	1
21-30	2
31-50	2
51-100	
101-200	1
201-300	
301 o más	
NS/NR	

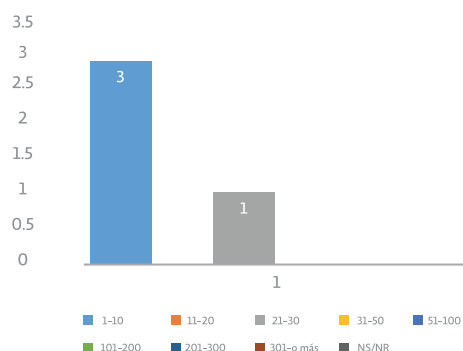
Agrupar información en las siguientes categorías:



Número de colaboradores temporales: TOTAL 50

1.-10	3
11.-20	
21-30	1
31-50	
51-100	
101-200	
201-300	
301 o más	
NS/NR	

Número de colaboradores temporales: TOTAL 50



Inversión social

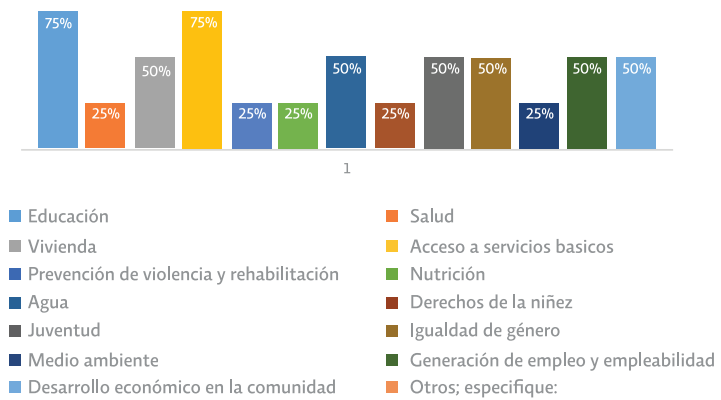
- Principales temas (%)

TOTAL RESPUESTAS: 4

OMISIONES 2

Opciones de respuesta	Respuestas	
Educación	75,00%	3
Salud	25,00%	1
Vivienda	50,00%	2
Acceso a servicios basicos	75,00%	3
Prevención de violencia y rehabilitación	25,00%	1
Nutrición	25,00%	1
Agua	50,00%	2
Derechos de la niñez	25,00%	1
Juventud	50,00%	2
Igualdad de género	50,00%	2
Medio ambiente	25,00%	1
Generación de empleo y empleabilidad	50,00%	2
Desarrollo económico en la comunidad	25,00%	2
Total de encuestados: 4		

TEMAS



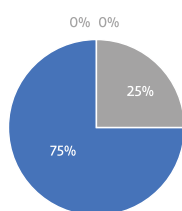
## Desde cuándo (años)

- TOTAL RESPONDIDAS : 4
- OMISIONES : 2

OMISIONES : 2

1-3 años	0
o 4-6 años	0
o 7-10 años	1
o 11-15 años	
o 16 o más años	3

## ¿Desde Cuándo?



■ 1-3 años ■ o 4-6 años ■ o 7-10 años ■ o 11-15 años ■ o 16 o más años

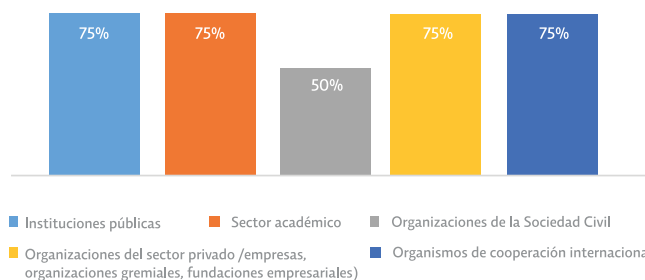
- Alianzas estratégicas (si/no/con quiénes) (%)

TOTAL RESPUESTAS: 4 OMISIONES : 2

## Alianzas Estratégicas (si/no/con quiénes) (%)

Opciones de respuesta	Respuestas	
Sí, con instituciones públicas.	75,00 %	3
Sí, con el sector académico.	75,00 %	3
Sí, con organizaciones de la sociedad civil.	50,00 %	2
Sí, con organizaciones del sector privado (empresas, organizaciones gremiales, fundaciones empresariales, etc.).	75,00 %	3
Sí, con organismos de cooperación internacional.	75,00 %	3
TOTAL: 4		

## Alianzas



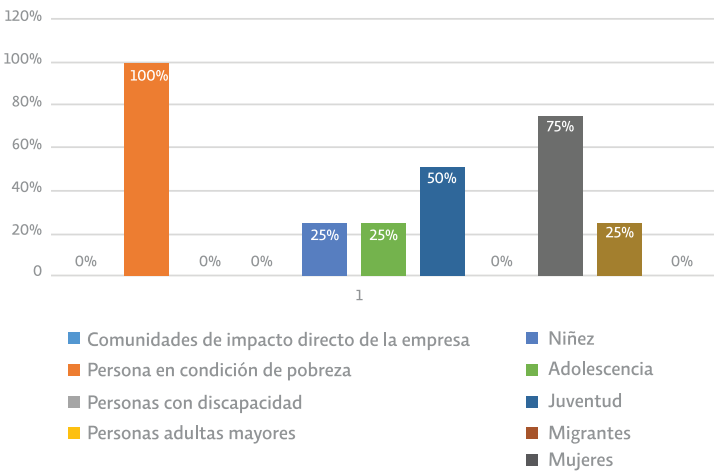
■ Instituciones públicas ■ Sector académico ■ Organizaciones de la Sociedad Civil  
 ■ Organizaciones del sector privado /empresas, organizaciones gremiales, fundaciones empresariales) ■ Organismos de cooperación internacional

- Analizar principales organizaciones apoyadas: ONGs, organizaciones comunitarias, instituciones públicas, etc.
- Principales poblaciones atendidas (%)

Principales poblaciones atendidas (%)

Comunidades de impacto directo de la empresa	0%	0
Persona en condición de pobreza	100%	4
Personas con discapacidad	0%	0
Personas adultas mayores	0%	0
Niñez	25%	1
Adolescencia	25%	1
Juventud	50%	2
Migrantes	0%	0
Mujeres	75%	3
Comunidades indígenas	25%	1
Otras; especifique:	0%	0

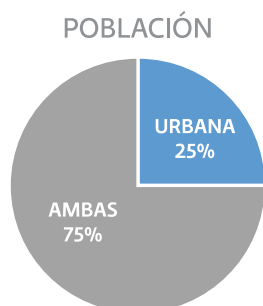
Poblaciones atendidas



- Poblaciones beneficiarias 2014
- Principales comunidades (rurales, urbanas, ambas) (%)

Principales comunidades (rurales, urbanas, ambas) (%)

Opciones de respuesta	Respuestas	
Urbanas	25,00%	1
Ambas	75,00%	5
Total		4

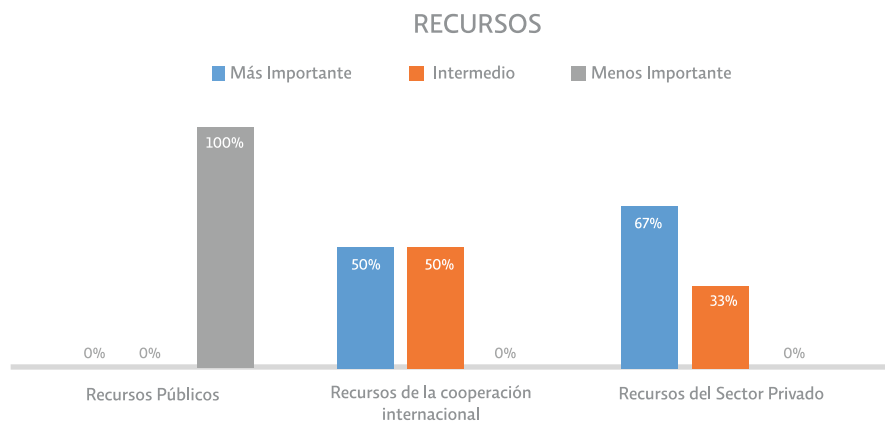


## Financiamiento

- Principales fuentes de financiamiento (fuente y relevancia)

### Principales fuentes de Financiamiento (fuente y relevancia)

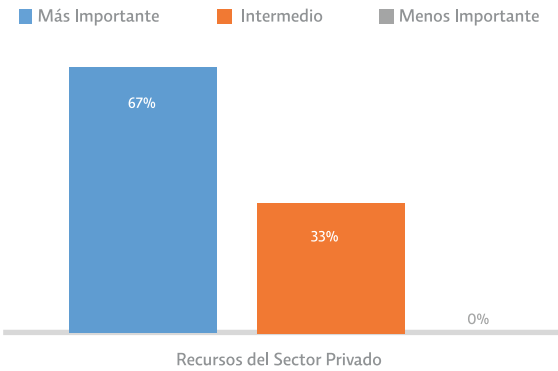
	Más Importante	Intermedio	Menos Importante	Total
Recursos Públicos	0,00% 0	0,00% 0	100,00% 3	3
Recursos de la cooperación internacional	50,00% 2	50,00% 2	0,00% 0	4
Recursos del Sector Privado	66,67% 2	33,33% 1	0,00% 0	3



Recursos provenientes de fondos privados (%)

	Más Importante	Intermedio	Menos Importante	Total
Recursos del Sector Privado	67%		0%	3

RECURSOS DEL SECTOR PRIVADO

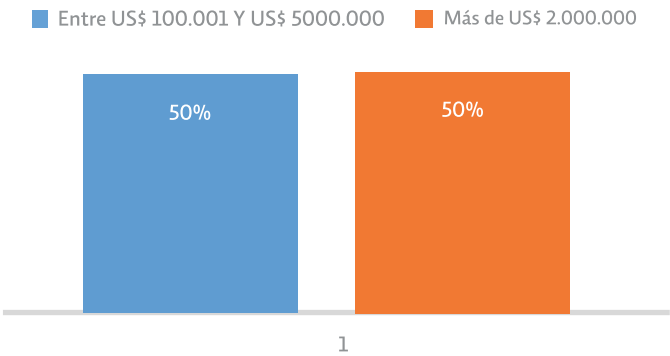


Presupuesto

Presupuesto

Opciones de respuesta	Respuestas	
Entre US\$ 100.001 Y US\$ 5000.000	50,00%	2
Más de US\$ 2.000.000	50,00%	2
Total		4

PRESUPUESTO



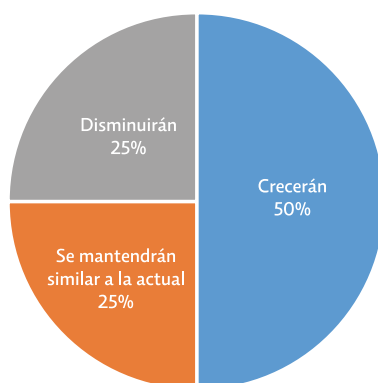
## Perspectivas

- Perspectivas (%)

### Perspectivas

Opciones de respuesta	Respuestas	
Crecerán	50,00%	2
Se mantendrán similar a la actual	25,00%	1
Disminuirán	25,00%	1
Total		4

### PERSPECTIVA











## 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](#)

[IntegraRse](#)

[Red Integrarse](#)

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

