Descubriendo el valor de la Inversión Social

Colombia

Julio de 2016

Sobre este estudio

El presente trabajo se realizó conjuntamente entre KPMG Colombia, la Asociación Nacional de Empresarios de Colombia ANDI y la Fundación ANDI. Se investigaron y analizaron las estrategias de inversión social de 100 de las empresas con mayores ingresos en el país, a partir de sus reportes públicos de sostenibilidad, responsabilidad corporativa o informe de gestión anual.

El interés por esta investigación surge por parte de la ANDI y la Fundación ANDI, tras conocer el documento "Unlocking the Value of Social Investment" publicado por KPMG International en 2014, que hace este mismo análisis para 100 de las compañías más grandes del mundo.

Para la presente investigación, se utilizó como base el marco metodológico de la publicación arriba mencionada y los contenidos de este artículo corresponden a una adaptación para el caso colombiano.

Contenido

En resumen	4
¿Qué entendemos por Inversión Social?	5
Existe una creciente presión por medir y reportar los impactos sociales	7
Principales hallazgos: resumen de los resultados y metodología	9
Resultados detallados de la investigación	11
Descubriendo el valor de los presupuestos de inversión social: evaluación del impacto social	18
Evaluación del impacto social en acción: casos de estudio alrededor del mundo	20
Retos al medir y reportar los impactos sociales	22
Marco para una mejor medición y reporte	24
Metodología	26

En resumen

AREAS DE INVERSIÓN SOCIAL

Educación

Salud

Medio Ambiente

Arte y cultura

Bienestar de la comunidad

Vivienda, infraestructura y energía

Deportes y recreación

Ciencia e innovación

Alivio de la pobreza

Alimentos y agricultura

Desarrollo empresarial

Atención de desastres

Seguridad

Otro

A nivel global, muchas compañías y sus fundaciones invierten billones cada año en programas sociales que tienen como objetivo hacer frente a algunos de los grandes desafíos mundiales como la disminución de la pobreza, el acceso a la salud o la educación, los desastres naturales, el cambio climático y muchos otros retos.

Colombia no es la excepción. Las compañías del país invierten miles de millones de pesos en programas sociales que buscan mejorar la calidad de vida, el desarrollo y el bienestar de las comunidades. ¿Pero quién se beneficia de estas inversiones y qué tanto se benefician? ¿Entienden las empresas el verdadero valor de sus inversiones? Este estudio busca ayudar a los líderes de responsabilidad corporativa y otros responsables involucrados en este tipo de programas, a superar algunos de los retos en torno a la medición y reporte de sus inversiones sociales.

En este documento, KPMG presenta el resultado de la investigación y análisis de los reportes de información sobre inversión social para 100 de las compañías más grandes del país que cuentan con información pública. Los resultados muestran que las compañías en Colombia se enfocan en medir y reportar principalmente los productos de la inversión social (como número de personas beneficiadas, instalaciones entregadas, entre otros) seguido de los insumos de los programas (como contribuciones financieras, voluntariado corporativo y donaciones de productos). Sin embargo, la información de los impactos generados por la inversión social está lejos de ser común.

Existen también oportunidades de mejora en la manera de reportar las estrategias de inversión social. Generar estrategias claras con objetivos, metas y procesos para medir los resultados y los impactos, es crucial para garantizar que los presupuestos de inversión social de las empresas logren los mejores beneficios para la sociedad y sean verdaderamente eficientes. Hacer seguimiento a los insumos de los programas sociales y calcular el impacto de los mismos puede ayudar a mejorar futuras estrategias de inversión.

Este estudio analiza los beneficios de realizar evaluaciones de impacto social, examina la razón por la cual la valoración de impactos puede suponer un reto, incluso para las grandes compañías, y proporciona un marco de trabajo para mejorar la medición y el reporte de la información sobre inversión social.

¿Qué entendemos por Inversión Social?

La terminología usada en los reportes de las empresas relacionada con la inversión social, puede resultar confusa. Muchas organizaciones utilizan el término para referirse a donaciones, ciudadanía corporativa, responsabilidad social corporativa, programas con la comunidad y contribuciones sociales. Nuestra investigación confirmó que no hay una terminología o definición estándar en este aspecto. Los tres términos que más utilizan las compañías estudiadas son inversión social, gestión social y responsabilidad social corporativa.

Para efectos del presente trabajo y los objetivos del mismo, se enfocará el concepto de Inversión Social Privada en la definición que ANDI y Fundación ANDI han adoptado, entendiéndose como la "práctica privada voluntaria, de destinación de recursos financieros y no financieros a iniciativas que ayudan a comunidades locales y otros grupos de interés de las organizaciones a alcanzar sus prioridades de desarrollo"[1].

Si bien las inversiones sociales, en principio, no son realizadas para generar un retorno financiero directo, muchas compañías están alineando cada vez más sus estrategias de inversión social con las del negocio, buscando generar beneficios como el mejoramiento de la reputación o acceso a nuevos mercados entre otros (ver punto de vista).

Punto de vista: CREANDO VALOR COMPARTIDO

La mejor práctica sobre inversiones estratégicas en la comunidad es aquella que crea valor compartido tanto para los beneficiarios como para los negocios. En mi experiencia, es necesario contar con un impulsor de valor para que las empresas continúen invirtiendo en programas sociales de tal manera que el esfuerzo sea sostenido en el largo plazo y a su vez efectivo.

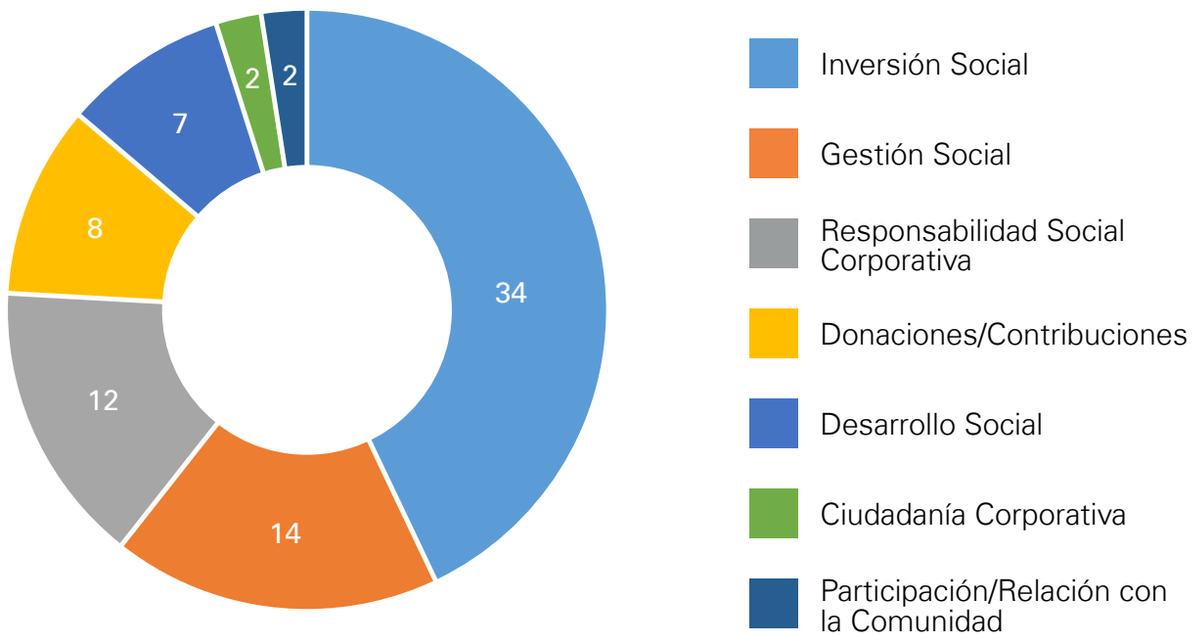
Se está produciendo un cambio gradual en la medida en que las compañías se están alejando de un enfoque puro de filantropía hacia inversiones sociales más estratégicas que crean valor tanto para la sociedad como para los negocios.

Esto significa que las compañías pueden hacer inversiones sociales con la intención de crear beneficios compartidos tanto financieros como sociales y ambientales. No veo esto como un conflicto, porque significa que es más probable que los fondos de las empresas se inviertan a largo plazo y que la sociedad se beneficiará de las competencias y experiencia de una compañía que invierte de manera alineada con su negocio.

Neil Morris,
Socio KPMG en Sudáfrica

[1] Ver Guía de Arquitectura Social Estratégica de la ANDI publicada en http://www.andi.com.co/Gerencia%20Arquitectura%20Social%20-%20Fundacion%20ANDI/Paginas/guia-arquitectura-completa.html

Figura 1 / Terminología usada para inversion social
Número de compañías que usan cada uno de los términos en su información reportada



Base: 100 Compañías estudiadas
Fuente: KPMG – ANDI: Descubriendo el valor de la inversión social

Existe una creciente presión por medir y reportar los impactos sociales

Punto de vista: FINANCIAMIENTO BASADO EN RESULTADOS (FBR)

El FBR aplica los incentivos del mercado privado a programas sociales con el fin de mejorar su impacto. Esto se logra condicionando parte o todo el financiamiento a resultados medibles. Por ejemplo, en lugar de pagar por las comidas en un programa de nutrición escolar y esperar que los niños mejoren su nutrición, se podría pagar directamente por cada niño que alcance un nivel de nutrición saludable. De esta manera se asegura que cada peso financie resultados y que los operadores tengan flexibilidad para adaptar e innovar en la implementación de sus programas. Los modelos de FBR más comunes son los Bonos de Impacto y los Contratos Basados en Desempeño. Con base en sus intereses y capacidades, la empresa privada puede actuar como:

- **Inversionista:** proporciona el capital para la implementación del programa, y recibe un retorno económico y social una vez se logren los resultados.
- **Pagador de resultados:** paga al operador o inversionista sólo si los resultados se logran.
- **Operador:** implementa programas con mayor flexibilidad.
- **Acelerador del mercado:** financia el diseño del FBR e impulsa el desarrollo del mercado.

Instiglio
www.instiglio.org/es/

El beneficio potencial de la Inversión Social Privada en la sociedad es significativo. Las compañías y sus fundaciones pueden usar su dinero, productos y servicios así como las capacidades de sus empleados para hacer frente a los mayores retos que enfrenta el mundo como: la pobreza, el acceso a servicios de salud y educación, la seguridad alimentaria, el suministro de agua potable y la adaptación al cambio climático.

Adicional a esto, la Inversión Social Privada también crea oportunidades significativas para los negocios. Le permite a las empresas cumplir con la regulación, conseguir una licencia social para operar, mejorar su reputación, atraer mejor talento humano, aumentar el compromiso de sus trabajadores y desarrollar nuevos productos y servicios[2].

Por todo lo anterior existe una presión creciente por tratar la inversión social de forma similar a la inversión de negocio, demostrando que esta genera algún tipo de retorno. Algunos ejemplos internacionales:

- Las compañías están aumentando el gasto social a pesar de la crisis financiera. En el 2011 un estimado de 381.000 millones de dólares fue transferido de países desarrollados a países en vía de desarrollo

[2] KPMG Australia, The Community Investment Dividend: measuring the value of community investment to support your social licence to operate, 2013.

a través de la inversión social y la filantropía del sector privado. Esto significó un aumento del 35% frente a los 281.000 millones transferidos en 2009.[3].

• Hay una presión regulatoria para continuar invirtiendo en temas sociales. La India es el primer país del mundo en establecer un monto de gasto obligatorio en programas de Responsabilidad Social. La ley obliga a las compañías con unas ganancias netas iguales o mayores a un millón de dólares, a invertir el 2% en proyectos de responsabilidad social[4]. Es posible que en el futuro otros gobiernos sigan este camino.

• Al interior de las compañías existe también presión por demostrar que las inversiones sociales son efectivas. En Sudáfrica la regulación gubernamental requiere que las juntas directivas cuenten con un sub-comité ético y social que gobierne las inversiones sociales. En la experiencia de KPMG, esto ha conducido a una mayor vigilancia por parte de los cargos directivos de los presupuestos de inversión social, para asegurarse que las inversiones se están realizando y priorizando de manera efectiva.

• También existen factores externos que aumentan la necesidad de medir y reportar los impactos de la inversión social. Estos incluyen la presión de la sociedad civil, las expectativas de otros proveedores de proyectos sociales o las mismas comunidades beneficiarias, que buscan entender mejor el impacto de las acciones que desarrolla la empresa.

• Medir y cuantificar los resultados así como el cambio social y ambiental, también está ganando terreno en los marcos de reporte corporativo como el del Consejo Internacional de Reportes integrados (IIRC). Adicionalmente nuevos modelos de inversión social como los bonos de impacto, requieren una mayor evidencia de los impactos de estas inversiones.

[3] Centro de Prosperidad Global del Hudson Institute Índice de filantropía mundial y remesas, página 5. En 2011 un total de 381.000 millones de dólares fluyeron de países desarrollados a países en desarrollo, incluyendo 322.000 millones de capital privado (2009: 228.000 millones de dólares) y 59.000 millones de dólares de filantropía (2009: 53.000 millones de dólares).

[4] http://indianexpress.com/article/business/economy/mandatory-2-csr-spend-set-to-kick-in-from-april-1/

Principales Hallazgos: resumen de los resultados y metodología

Una nota sobre la terminología: de insumos a impactos

La 'teoría del cambio'[5] es el punto de partida para evaluar la inversión social de un programa. Este marco ampliamente utilizado, ayuda a las organizaciones a entender las contribuciones realizadas a un programa y el cambio (o impacto) resultante. KPMG emplea este marco para evaluar la medición y las prácticas de reporte de inversión social que utilizan las empresas.

Para comprender los enfoques actuales de inversión social, los profesionales de Cambio Climático y Sostenibilidad de KPMG, investigaron los informes de 100 de las empresas más grandes del país. El objetivo fue entender cómo estas miden y reportan la inversión social y sus impactos.

Los resultados de la investigación muestran lo siguiente:

• **Las compañías presentan una diversificación excesiva en su estrategia de inversión social:** del 100% de las compañías estudiadas, el 56% presenta una estrategia de inversión social y la explica de manera detallada, el 12% solamente la menciona y el 17% desarrolla programas sociales sin estar enmarcados en una estrategia claramente definida. El 15% restante no reporta ningún tipo de información sobre inversión social en su gestión. En promedio cada empresa invierte en 5 áreas diferentes, lo que indica que las compañías corren el riesgo de caer en una diversificación excesiva de su inversión, en lugar de centrarse solo en un número delimitado de áreas priorizadas. Una estrategia clara de inversión social permite a las compañías orientar las inversiones de forma más efectiva y maximizar el impacto de los recursos invertidos, también ayuda a establecer metas a mediano y largo plazo, que sean verificables a través del proceso de monitoreo y medición.

• **El reporte se enfoca en los insumos y productos:** el 75% de las compañías cuantifican los insumos de sus inversiones sociales (como donaciones en dinero, tiempo de voluntariado de los empleados y donaciones en especie) y el 80% cuantifican los productos (como el número de beneficiarios atendidos por un programa social). Esto es alentador ya que reportar los insumos y productos es un paso importante en el camino para entender los impactos de la inversión social. No tener claridad sobre las contribuciones y los productos inmediatos, puede resultar difícil a la hora de medir los resultados y los impactos.

• **La Información sobre resultados e impactos es débil:** pocas compañías reportan los resultados e impactos de sus inversiones sociales. El 18% de las compañías describen los resultados e impactos en términos generales cualitativos, pero solo 11 de las 100 compañías reportan métricas cuantitativas. Todas las métricas reportadas se refieren a resultados de los programas sociales, mientras que ninguna de las compañías estudiadas reporta métricas cuantitativas para los impactos. Medir los resultados e impactos es crucial para entender cuán efectiva es la inversión social, mejorar los programas e incrementar el retorno social y ambiental.

• **Los presupuestos de inversión social no son reportados por la mayoría de las Compañías:** el 42% de las Compañías investigadas reportó inversiones en programas sociales y el 58% restante no reportó información sobre sus presupuestos. Las que reportan, invierten montos importantes en programas sociales.

[5] Teoría del cambio, es un proceso participativo en el que los grupos de interés articulan metas a largo plazo con las condiciones que se deben presentar para cumplirlas. La teoría del cambio puede ser tanto una herramienta de planeación como de monitoreo y evaluación. Fuente: Taplin y Clark (2012). Theory of Change Basics: a primer on Theory of Change http://www.theoryofchange.org/wp-content/uploads/toco_library/pdf/ToCBasics.pdf

Insumos (Inputs)	Productos (Outputs)	Resultados (Outcomes)	Impactos (Impacts)
¿Qué entra?	**¿Qué sale?**	**¿Cuál es el resultado?**	**¿Cuál es el valor?**
• Lo que la empresa dona en dinero, tiempo y en especie (materiales o productos donados), o costos administrativos y de gestión.	• Beneficios directos del programa para la comunidad. Por ejemplo: número de personas beneficiadas por una nueva escuela o programa de salud, número de instalaciones recreacionales abiertas, cantidad de personas asistentes a un programa comunitario.	• El efecto del programa. • Los resultados pueden ser en el corto o largo plazo. - Por ejemplo, un resultado puede ser que los niños que participan en un programa de educación incrementen en un 25% su nivel de alfabetización. • Los resultados también pueden ser medidos y evaluados para la empresa que realiza la inversión. - Por ejemplo, el resultado de un programa de salud para trabajadores y sus familias puede ser un incremento del 10% en la productividad laboral.	• El beneficio medible a largo plazo y el cambio social creado como resultado de la inversión. - Por ejemplo, el impacto de un programa educativo puede ser un incremento a largo plazo en las tasas de empleo y la reducción de la pobreza como resultado de una mejor educación temprana. • Puede tomar años ver el impacto final de un programa y medirlo. Los resultados intermedios pueden ser medidos a lo largo del proceso para demostrar que los objetivos de impacto se están cumpliendo. • Los programas pudieron haber tenido un impacto para el negocio así como para la comunidad.

Resultados detallados de la investigación

Punto de vista: LA EFICIENCIA DE LA INVERSIÓN SOCIAL

Las empresas capaces de impactar positivamente su entorno social serán las más exitosas en el campo económico. No sólo por los beneficios en reputación que este tipo de comportamientos trae, sino porque ser social es rentable. Construir una sociedad más equitativa es un tema de competitividad. Trabajar por disminuir las inequidades que existen en nuestro país, es construir entornos estables y favorables para los negocios, es generar mayores demandas de bienes y servicios para las empresas y es poder acceder a mano de obra mejor calificada.

Es por esto que los temas sociales deben ser considerados como estratégicos y parte del negocio, y la eficiencia del gasto social debería ser una preocupación de los altos directivos de las compañías. Las empresas deben aprovechar su conocimiento para implementar procesos eficientes y técnicos y aplicarlos a sus estrategias sociales. Cada peso que una empresa invierta en temas sociales debe tener el mismo proceso riguroso que tiene cada peso que se invierte en el negocio, porque solo en la medida en la que los empresarios actúen como empresarios y no como donantes caritativos, estaremos en capacidad de generar grandes transformaciones sociales desde el sector privado.

Bruce Mac Master
Presidente ANDI

1. Las compañías presentan una diversificación excesiva en su estrategia de inversión social

Los enfoques que cada empresa utiliza para gestionar su inversión social son muy diversos. Algunas compañías se enfocan en donaciones directas o a través de fundaciones, otras ofrecen programas de voluntariado, otras mitigan los impactos negativos de su operación a través de programas sociales con la comunidad y otras ven el potencial de sus productos y servicios para enfrentar desafíos sociales. Una estrategia de inversión clara prioriza y limita las áreas de inversión para maximizar los impactos de los recursos invertidos.

Del 100% de las compañías estudiadas, el 56% presenta una estrategia de inversión social y la explica de manera detallada, el 12% solamente la menciona y el 17% desarrolla programas sociales sin estar enmarcados en una estrategia claramente definida. El 15% restante no reporta ningún tipo de información sobre inversión social en su gestión.

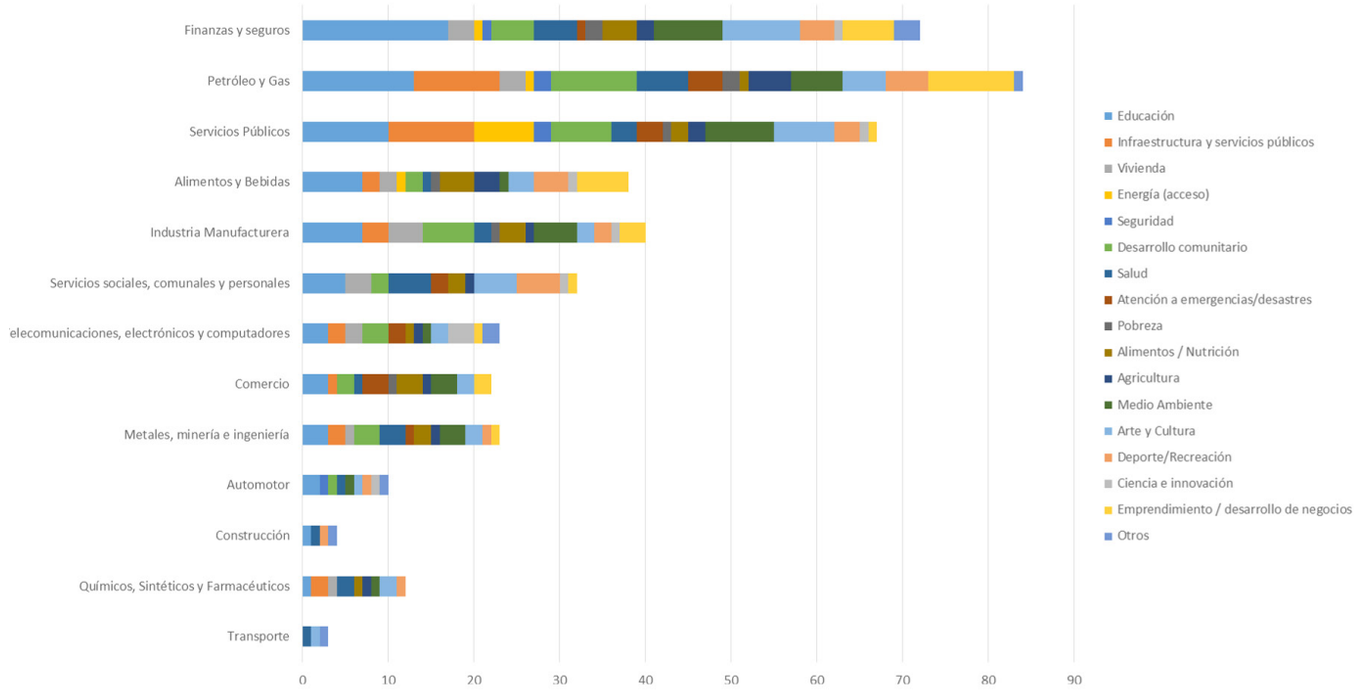
La investigación resalta además la multiplicidad de áreas o temas sociales en los que las compañías invierten, con un promedio de cinco áreas por compañía. Las áreas más comunes son: educación,

bienestar de la comunidad, arte y cultura, medio ambiente e infraestructura. Las inversiones son orientadas frecuentemente por las prioridades de desarrollo local en las comunidades o regiones donde las compañías tienen presencia.

El promedio de áreas de intervención por compañía sugiere que se presenta una diversificación excesiva de su estrategia social, en lugar de concentrarse en un número reducido y prioritario. Esto genera un efecto regadera que puede afectar la capacidad de la compañía para canalizar sus inversiones de manera efectiva y generar mayores beneficios para la sociedad y el negocio.

El número de áreas de intervención varía de sector a sector. Las compañías del sector financiero son las más estratégicas ya que invierten en el área más relevante para su negocio: la educación financiera. Entender cómo la inversión social le aporta a la estrategia del negocio ayuda a proveer un análisis de viabilidad para que la compañía continúe con sus programas de inversión, y entienda su relevancia.

Figura 2 / Áreas de inversión por sector



Base: 75 compañías que divulgan información sobre las áreas de inversión social.
Fuente: KPMG – ANDI: Descubriendo el valor de la inversión social

Figura 3 / Áreas de mayor inversión
Número de compañías que invierte en cada área

Base: 75 compañías que divulgan información sobre las áreas de inversión social.
Fuente: KPMG – ANDI: Descubriendo el valor de la inversión social

Buenas prácticas: estrategias de inversión social

• Explicación detallada de la estrategia de inversión social y sus objetivos a largo plazo.

• Definición de cómo la estrategia de inversión social está relacionada y le aporta a la estrategia del negocio.

• Transparencia en la priorización de las inversiones, con énfasis en el beneficio que le generan a los grupos de interés.

• Explicación de cómo la estrategia y los objetivos serán alcanzados

Una inversión social bien planeada es[6]:

• Estratégica: Proviene de una estrategia claramente definida, que aborda objetivos a corto y largo plazo, y hace énfasis en los impactos sociales más allá de los insumos financieros.

• Alineada: Está alineada con los objetivos del negocio y las prioridades de desarrollo local así como con las prioridades de los grupos de interés.

• Apoyada por alianzas: Identifica y establece alianzas efectivas con la comunidad, otras empresas, ONG y gobiernos locales y nacionales, que permitan potenciar la estrategia y hacerla sostenible.

• Sostenible: basada en la participación y apropiación de la comunidad, con una estrategia de salida o traspaso clara.

• Medible: establece medidas para cuantificar el valor de la inversión para el negocio y promueve modelos de seguimiento y evaluación con indicadores de resultado e impacto.

• Comunicativa: Comunica proactivamente el valor generado por la inversión social, tanto interna como externamente.

[6] International Finance Corporation, Strategic Community Investment: A Good Practice Handbook for Companies Doing Business in Emerging Markets, 2010.

2. El reporte se enfoca en insumos y productos

De las compañías estudiadas, 76% divulga algún tipo de información sobre los insumos que utilizan para su estrategia social y 80% sobre los productos que generan. Esta es claramente la práctica más usual de las empresas que buscan hacer seguimiento a sus contribuciones sociales.

Reportar los insumos y productos es un primer paso importante para entender los beneficios a largo plazo de la inversión social. No tener claridad sobre las contribuciones y los productos inmediatos, puede resultar difícil a la hora de medir resultados e impactos.

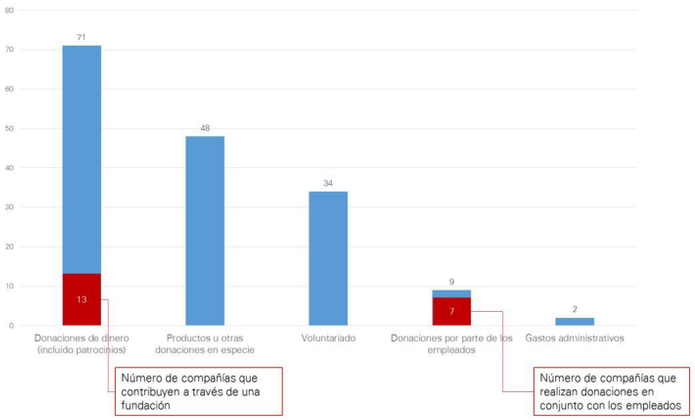
La investigación muestra que:

• El 75% de las compañías cuantifican los insumos de sus inversiones sociales (donaciones en dinero, tiempo o especie). El 80% de las compañías cuantifican los productos (tales como el número de beneficiarios en un programa social).

• El tipo más común de inversión social reportada por las compañías es la contribución en dinero (71%). Algunas compañías (34%) también reportan la cantidad de tiempo que sus empleados invierten en voluntariado. Otras (28%) reportan contribuciones "en especie" y la mayoría de estas las presentan en forma detallada.

• Únicamente 2% de las compañías reportan los costos de administración asociados a la inversión social. Los costos de administración podrían incluir el presupuesto para monitorear y evaluar el progreso de los programas sociales. En la medida en que más compañías inviertan en evaluar sus impactos, esta cifra aumentará.

Figura 4 / Cómo invierten las compañías en programas sociales
Número de compañías que reportan diferentes tipos de contribuciones



Base: 100 compañías investigadas
Fuente: KPMG – ANDI: Descubriendo el valor de la inversión social

Buenas prácticas: reportando los insumos de la inversión social

• Desglose detallado de cuánto está siendo invertido en contribuciones financieras, contribuciones de producto o en especie, y tiempo de los empleados (voluntariado).

• Transparencia sobre los costos de administración y gestión, asociados con programas sociales, incluyendo el presupuesto de seguimiento y evaluación de los programas.

• Explicación de si las contribuciones son obligatorias o voluntarias.

• Cuantificación y monitoreo de los aportes año a año, de tal manera que los lectores puedan entender el progreso.

• Claridad frente a si las actividades de la fundación son incluidas o separadas del presupuesto y la estrategia de inversión social de la compañía.

• Transparencia en los métodos de valoración utilizados, en cuanto a donaciones de producto y horas de voluntariado (por ejemplo el costo o el valor de venta de los productos).

3. La información sobre resultados e impactos es débil

Pocas compañías reportan los resultados e impactos de sus inversiones sociales. El 18% de las compañías describen los resultados e impactos en términos generales cualitativos, pero solo 11 de las 100 compañías reportan métricas cuantitativas. Todas las métricas reportadas se refieren a resultados de los programas sociales, mientras que ninguna de las compañías estudiadas reporta métricas cuantitativas para los impactos. Medir los resultados e impactos es crucial para entender cuán efectiva es la inversión social, mejorar los programas e incrementar el retorno social y ambiental.

De las compañías que cuantifican sus resultados sociales, la mayoría reporta algún tipo de métrica. Sin embargo estos resultados se refieren a programas individuales.Ninguna de las compañías consultadas reportó algún tipo de progreso en cuanto a los objetivos de la estrategia de inversión social de la compañia.

Las métricas utilizadas para cuantificar los resultados varían bastante ya que diversas métricas son adecuadas para diferentes tipos de programas. Además, uno de los mayores retos para las compañías es diferenciar el impacto de sus propias inversiones en programas que son realizados en conjunto con otros actores.

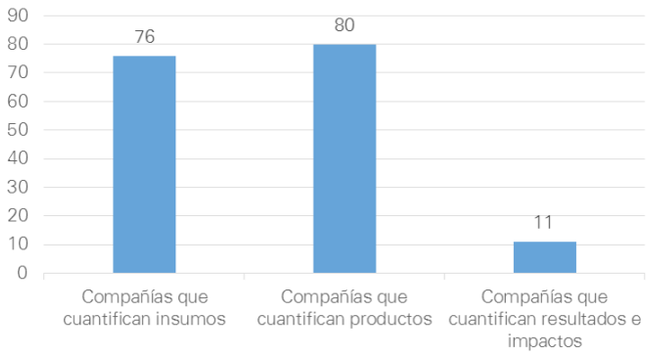
Ejemplos de compañías que han cuantificado los resultados en sus informes:

• Mediante su programa de formación y vinculación laboral de jóvenes en condiciones vulnerables, y en conjunto con otras fundaciones e instituciones del sector público, una compañía del sector automotor logró formar a 200 jóvenes, de los cuales 137 se vincularon a prácticas y empleos, logrando así una inserción laboral de más del 64%.

• En alianza con una fundación dedicada a la salud, una compañía del sector minero logró una reducción de más del 88% de pacientes con casos de infección respiratoria aguda (IRA) a través de programas de promoción de medidas preventivas y cultura del autocuidado a la comunidad local.

• Mediante su programa de seguridad alimentaria y nutrición y en conjunto con el sector público, una compañía del sector de alimentos y bebidas demostró que de los 523 hogares atendidos por el programa, 189 mejoraron sus prácticas de consumo saludable, la variedad de alimentos y los hábitos saludables en la manipulación y preparación de estos.

Figura 5 / Cuantificando entradas, salidas e impactos
Porcentaje de compañías que reportan insumos, productos e impactos cuantificados



Base: 100 compañías investigadas
Fuente: KPMG – ANDI: Descubriendo el valor de la inversión social

Buenas prácticas: reportando los insumos de la inversión social

- Claridad en la estrategia de inversión social de la compañía y sus objetivos.
- Discusión de los beneficios esperados de los programas sociales, para que los lectores logren entender el cambio social que las compañías esperan alcanzar a través de sus inversiones.
- Discusión de indicadores claves y métricas para el desempeño.
- Línea base para medir el progreso de los resultados y los impactos.
- Comunicar con transparencia la metodología de medición, los límites y supuestos, asociados con la medición de resultados e impactos.
- Comunicar con transparencia el involucramiento en proyectos de aliados como ONG, organizaciones gubernamentales u otros privados.
- Reportar el progreso año a año.

4. Los presupuestos de inversión social no son reportados por la mayoría de las Compañías

Durante 2014, de las 100 empresas investigadas, el 42% reportó inversiones en programas sociales y el 58% restante no reportó información sobre sus presupuestos. Las que reportan, invierten montos importantes en programas sociales.

Las compañías que sí reportan este tipo de información, hacen inversiones por un valor de $722.609[7] millones, equivalente en promedio al 2,75% de sus utilidades[8]. Con este dinero invertido, hay gran potencial para que las compañías enfrenten y generen un cambio frente a desafíos sociales y ambientales, pero se necesita una mayor comprensión sobre el impacto de las inversiones.

No hay una medida estándar para reportar el presupuesto de inversión social. Ninguna compañía reporta este valor como porcentaje de su utilidad o ingreso. La falta de un estándar de reporte dificulta la comparación de las contribuciones de la inversión

[7] Base: 42 de las 100 compañías investigadas. Estas compañías reportan el valor total de sus inversiones sociales, tales como donaciones de dinero, el costo del tiempo de los voluntariados y los productos donados. Este dato, sin embargo, no debe tomarse como absoluto, puesto que las compañías usan diversos métodos para valorar las contribuciones en especie.

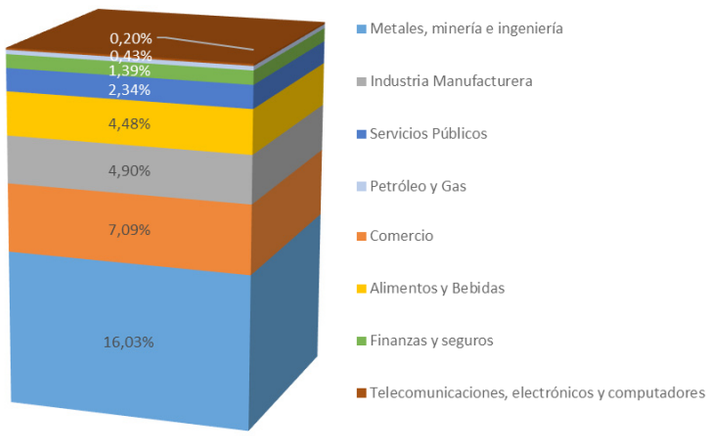
[8] Base: 30 de las 100 compañías investigadas. Ninguna compañía reportó su inversión social como porcentaje de su utilidad antes de impuestos. KPMG calculó este porcentaje basándose en información disponible sobre utilidad neta, utilidad antes de impuestos, EBITDA y gasto total de inversión social. Para el cálculo del promedio no se tiene en cuenta un dato atípico en el que se reporta una inversión social del 31,5% de la utilidad antes de impuesto sobre la renta. Este promedio también incluye dos compañías que reportaron pérdida, por lo que el valor de inversión social como porcentaje de utilidad es negativo.

social entre compañías, sectores y geografías. Si bien son evidentes las dificultades para establecer una medida uniforme para todas las empresas, lo que se recomienda en cualquier caso es que las métricas que las compañías elijan, sean usadas de manera consistente en el reporte.

Las compañías en el sector de Metales, Minería e Ingeniería presentan la mayor inversión social promedio como porcentaje de la utilidad antes de impuestos (equivalente al 16,03%). Esto contrasta con las compañías del sector de Telecomunicaciones, Electrónicos y Computadores, que invierten en promedio el 0,2% de su utilidad antes de impuestos. La alta inversión social en el sector minero puede entenderse a partir de dos razones:

En primer lugar, las áreas donde operan las empresas son en su mayoría rurales, o pertenecientes a municipios donde la presencia de las instituciones oficiales y el Estado no es muy fuerte, por lo cual las empresas mineras entran a formar parte del desarrollo regional como un actor principal. En segundo lugar se encuentra el impacto social y ambiental de las operaciones propias del sector, debido a la extracción de recursos naturales o la reubicación de poblaciones. Es por esto que la inversión social se convierte en un mecanismo para compensar los impactos negativos.

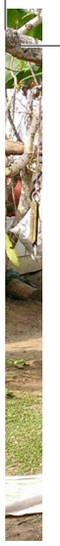
Figura 6 / Presupuestos de inversión social por sector
Promedio del porcentaje de la utilidad antes de impuestos en los programas sociales



Base: 30 compañías que reportan el valor de su inversión social y utilidad operacional, utilidad antes de impuestos o EBITDA. No se tiene en cuenta para este cálculo un dato atípico de 31,5%.
Fuente: KPMG – ANDI: Descubriendo el valor de la inversión social

Buenas prácticas: reportando los insumos de la inversión social

- El valor de la inversión social es reportado.
- Transparencia sobre el tamaño relativo de la inversión social, comparado con una métrica financiera corporativa, como la utilidad antes de impuestos, las utilidades netas o ingresos.
- Discusión sobre la estrategia para determinar el presupuesto de inversión social, considerando una visión a largo plazo que tenga en cuenta fluctuaciones potenciales en el presupuesto.
- Datos año a año de la inversión social, de tal manera que los lectores puedan ver el progreso a través del tiempo.



Descubriendo el valor de los presupuestos de inversión social: evaluación del impacto social

Grandes sumas de dinero son invertidas por las compañías cada año, con el objetivo de beneficiar a la sociedad. ¿Pero qué están logrando estas inversiones actualmente? ¿Quiénes realmente se están beneficiando y cuánto? ¿Están estos presupuestos sociales siendo invertidos de la mejor manera, para generar el mayor retorno social posible?

Realizar una evaluación sobre el impacto social puede ayudar a responder estas preguntas. Existen varias herramientas y metodologías para entender el valor social, ambiental y económico que generan los programas. Cualquiera que sea la herramienta utilizada, hay 5 pasos que forman las bases de toda evaluación de impacto social (ver abajo).

PASO 1	PASO 2	PASO 3	PASO 4	PASO 5
Planear y fijar objetivos	**Mapear los impactos**	**Recolectar datos**	**Analizar los impactos**	**Evaluar**
• Identificar y priorizar los proyectos sociales a evaluar. • Identificar los grupos de interés que se ven afectados por los programas sociales. • Identificar los beneficios potenciales para la compañía. • Crear mapa de relacionamiento con los grupos de interés.	• Determinar quién se ve afectado por la inversión y de qué manera. • Identificar los insumos y productos de los proyectos. • Identificar el cambio deseado como resultado de las actividades del proyecto (impacto). • Crear mapa de impactos.	• Recolectar los datos y las evidencias de los cambios sociales y su impacto. • Esto puede incluir: visitas de campo, métodos de recolección de datos, tales como cuestionarios, grupos focales, entrevistas.	• Estimar el valor de los proyectos futuros. • Calcular el valor de los proyectos pasados. • Ajustar los resultados para que respondan solo a los impactos del proyecto y neutralicen otros factores como la influencia de otros programas. • Realizar el análisis del Retorno sobre la Inversión Social-SROI (si aplica).	• Revisar hallazgos cuantitativos y cualitativos a partir de los comentarios de los grupos de interés identificados por el proyecto. • Crear un plan de acción para incrementar el valor de los proyectos futuros. • Actualizar y perfeccionar la estrategia de inversión social.

Este método de evaluación puede ser aplicado por compañías de cualquier sector y en cualquier etapa de los proyectos de inversión social, además de ser utilizado como herramienta predictiva para lograr obtener una indicación clara sobre quién se va a beneficiar de las inversiones y qué tanto. Por último, puede ser usado para evaluar los beneficios de los programas en curso, o cuando estos hayan culminado.

El proceso provee un conocimiento cuantitativo y cualitativo sobre el valor y los beneficios de las inversiones. La investigación cualitativa permite conocer cómo un proyecto o una organización en sí, crea o destruye valor, desde la perspectiva de diferentes grupos de interés. Esto genera un referente muy valioso para las compañías interesadas en cumplir sus objetivos de inversión social.

Como parte de la evaluación del impacto social, las compañías pueden beneficiarse de un análisis detallado sobre el retorno social de la inversión (SROI – Social Return on Investment), en coherencia con la guía SROI[9] donde los beneficios sociales de un proyecto son monetizados.

La evaluación del impacto social puede beneficiar las compañías de las siguientes maneras:

• **Inversiones más efectivas:** entender cómo los proyectos sociales crean valor y a quién benefician, puede ayudar a las compañías a diseñar programas más focalizados. A través del aprendizaje sobre qué funcióna bien y qué no, las compañías pueden mejorar la efectividad de sus inversiones futuras, asegurando que maximicen los beneficios del presupuesto de inversión social.

• **Un caso de estudio para inversiones futuras:** la valoración de los beneficios sociales creados por un programa de inversión, ayuda a demostrar el retorno sobre cada peso invertido. Demostrar el valor a los beneficiarios así como al negocio, puede ayudar a los encargados de los temas sociales a asegurar un mayor apoyo de la compañía, y generarle sosteniblidad a dichos programas.

• **Sistemas de monitoreo y control mejorados:** la información obtenida sobre los insumos, productos, resultados e impactos de la inversión social, puede ser utilizada para implementar estrategias más efectivas de monitoreo de proyectos futuros.

• **Identificar oportunidades para mejorar programas:** una evaluación del impacto social puede mostrar por qué los programas no están generando los beneficios esperados y además ofrecen oportunidades para implementar planes correctivos.

• **Establecer relaciones más fuertes con la comunidad y los socios del proyecto u operadores:** escuchar la opinión de los beneficiarios de los programas sociales y de las ONG u organizaciones locales que apoyan los proyectos, puede ayudar a establecer relaciones más fuertes con las comunidades y organizaciones aliadas.

Punto de vista: MÁS ALLÁ DEL REPORTE DE LA INVERSIÓN SOCIAL

La adopción de marcos de reporte reconocidos a nivel internacional ha facilitado a las empresas colombianas la divulgación de los recursos que estas destinan al desarrollo de la sociedad. No obstante, solo algunos de estos marcos empiezan a considerar la cuantificación de los resultados e impactos de los programas sociales.

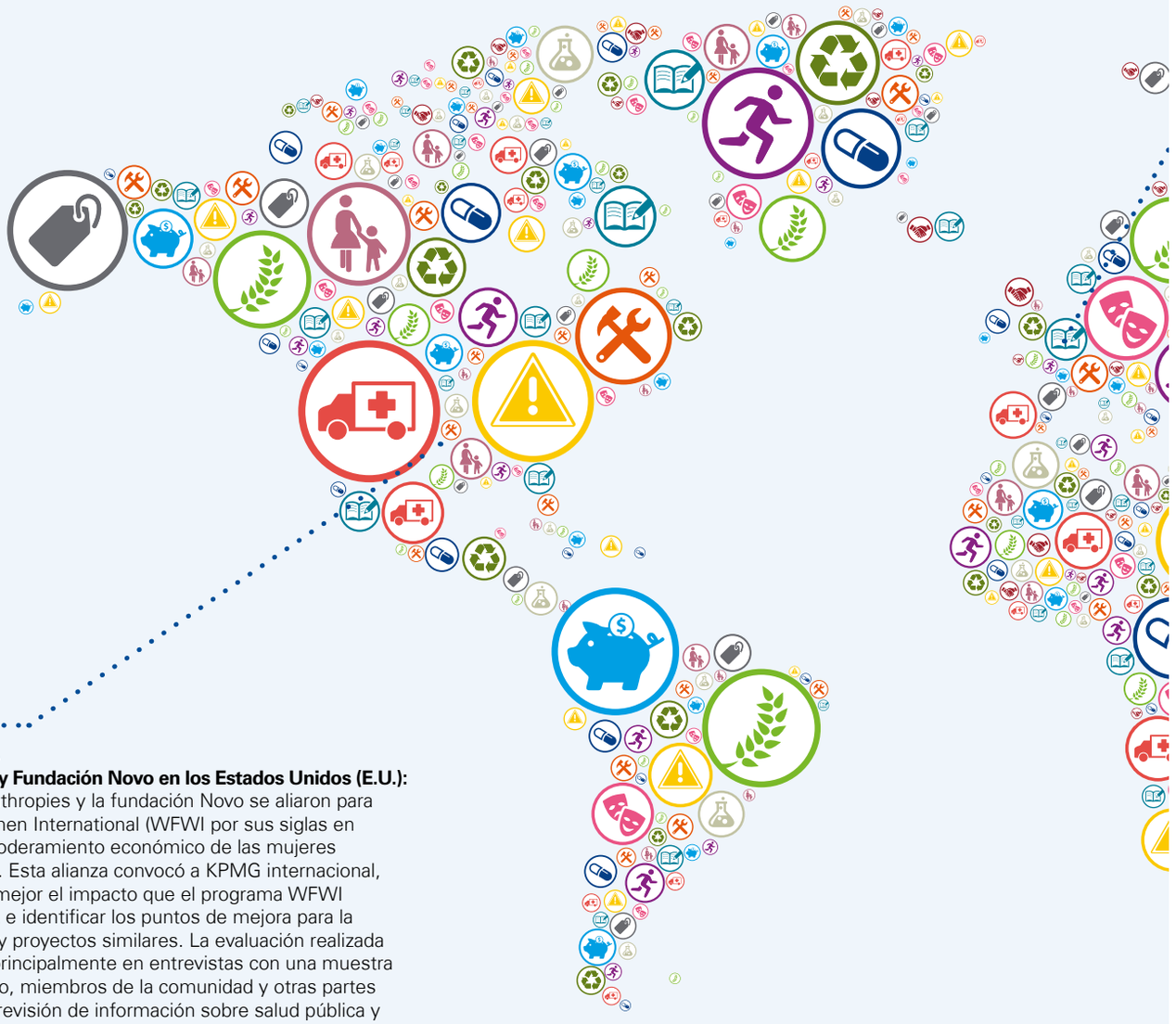
Las empresas deben tener claridad en cuáles son los grupos de interés que se van a ver afectados por sus programas sociales, cómo se van a ver afectados y cuáles son los cambios deseados como resultado de las actividades propias de los proyectos, con el fin de estimar el valor real de los mismos.

Actualmente están cobrando importancia metodologías que permiten entender y estimar estos elementos. La aplicación completa y a conciencia de estas, permitiría a las empresas lograr un mayor grado de madurez en la medición de sus impactos, y por consiguiente, en sus prácticas de reporte.

Maria Teresa Agudelo
Socia KPMG en Colombia

[9] www.thesroinetwork.org

Evaluación del impacto social en acción: casos de estudio alrededor del mundo



NORTEAMÉRICA

Bloomberg Philanthropies y Fundación Novo en los Estados Unidos (E.U.): En 2009, Bloomberg Philanthropies y la fundación Novo se aliaron para invertir en Women for Women International (WFWI por sus siglas en inglés), para apoyar el empoderamiento económico de las mujeres sobrevivientes de la guerra. Esta alianza convocó a KPMG internacional, para ayudarlos a entender mejor el impacto que el programa WFWI genera en las beneficiarias, e identificar los puntos de mejora para la inversión continua en este y proyectos similares. La evaluación realizada por KPMG E.U., consistió principalmente en entrevistas con una muestra de beneficiaros del proyecto, miembros de la comunidad y otras partes interesadas, además de la revisión de información sobre salud pública y educación. La evaluación mostró que el programa WFWI creó cambios significativos en las actitudes de los hombres hacia las mujeres y mejoró las oportunidades económicas, de salud, educación y de empoderamiento para la mujer, así como la disminución de violencia doméstica y sexual.

[10] Más información disponible en: icai.independent.gov.uk

[11] Más información disponible (en italiano) en: www.vodafone.it/res/attachments/pdf/2010_2011contributo_paese.pdf

REINO UNIDO

La Comisión Independiente del Reino Unido para el Impacto del SIDA (ICAI por sus siglas en inglés):
La ICAI fue establecida para examinar los gastos que el Reino Unido realiza en planes de prevención del SIDA, los cuales ascienden a 11.000 millones de euros anuales. La ICAI reporta directamente al parlamento del Reino Unido, y se centra en maximizar el impacto y efectividad del presupuesto de ayuda que el Reino Unido destina a aliviar el SIDA, para garantizar una mayor rentabilidad de las contribuciones de quienes pagan impuestos. Los informes que realiza la ICAI se caracterizan por ser transparentes, imparciales y basados en evidencia. Estos proporcionan recomendaciones claras para guiar las decisiones del gobierno del Reino Unido en el tema. KPMG Reino Unido es el principal contratista para la ICAI, quién desarrolló un marco de evaluación integral propio para el proyecto. KPMG ha logrado que la ICAI produzca informes de alto perfil y ha contribuido a mejoras reales en la rendición de cuentas y entrega de resultados de los aportes del Reino Unido[10].

ITALIA

Vodafone Italia:
El enfoque de Vodafone es crear valor social a largo plazo a través de inversiones en tecnología e innovación para promover el desarrollo social, económico y medioambiental. La fundación Vodafone en Italia contactó a KPMG Italia para evaluar el impacto social de un proyecto emblemático, que ayudó a desarrollar competencias y crear oportunidades de empleo para presos. El análisis mejoró el entendimiento de la fundación, sobre los beneficios sociales generados y cómo podían optimizarse los recursos para generar un mayor impacto social. También le permitió a la fundación mejorar su enfoque de reporte, y comunicar de manera más clara el valor de sus actividades sociales, internamente hacia la administración, así como para los grupos de interés externos[11].

INDIA

Fundación Cementos Ambuja en India:
Una evaluación del impacto social ayudó a la Fundación Cementos Ambuja (ACF por sus siglas en inglés) en la India, a confirmar la importancia de la inversión social realizada por esta compañía. KPMG Holanda evaluó el valor social de una serie de inversiones que la Fundación realiza en agricultura, micro-riego, manejo del agua, salud y educación. Los resultados confirmaron que los proyectos de manejo de agua y micro-riego, son particularmente valiosos para el ambiente local y miembros de la comunidad. Esta información servirá para saber cuáles son las prioridades de las inversiones sociales futuras.

AUSTRALIA

KPMG en Australia:
KPMG Australia se ha comprometido a través del Plan de Reconciliación en Acción (RAP por sus siglas en inglés), a cerrar la brecha de desigualdad social y económica que existe entre los indígenas y no indígenas australianos y así disminuir la diferencia de 10 años en la esperanza de vida entre las dos poblaciones. Un equipo de profesionales de sostenibilidad y cambio climático, y salud y servicios humanos de KPMG Australia, unieron esfuerzos para evaluar el impacto social que tiene el programa (RAP). Los resultados destacaron lo valioso que es el trabajo voluntario para la comunidad, además de la necesidad de reenfocar los esfuerzos en materia de empleo para los indígenas, áreas que seguirán siendo un foco importante para la estrategia de ciudadanía corporativa de KPMG Australia.

Retos al medir y reportar los impactos sociales

Incluso entre las empresas más grandes del mundo, existe un amplio margen de mejora a la hora de informar sobre los resultados e impactos de sus programas de inversión social. ¿Qué impide entonces a las empresas medir y reportar sobre estos impactos?

Los factores clave que enfrentan las empresas son:

• Una gran cantidad de herramientas de evaluación de impacto:

Desde hace algún tiempo la evaluacion de impacto social ha sido un área de interés para las fundaciones, ONG y los gobiernos, en la medida que buscan demostrar el valor social y económico de los programas que financian y dirigen. En los últimos años, las evaluaciones del impacto social han recibido más atención por parte del sector corporativo debido a la creciente necesidad de las empresas de justificar sus inversiones. Como resultado, se han desarrollado una gran cantidad de herramientas y marcos para la evaluación de la inversión social de los sectores filantrópicos, públicos y privados, tales como: el retorno sobre la inversión social (SROI), el marco de evaluación del impacto del WBCSD, el London Benchmarking Group, y el análisis de costo – beneficio de la fundación Bill y Melinda Gates, solo por nombrar unos pocos. El Centro de Fundaciones en los Estados Unidos, ha logrado identificar más de 150 herramientas de evaluación relevantes para las organizaciones filantrópicas[12]. Esto genera que las empresas que quieran cambiar su enfoque e inclursionar en las evaluaciones de impacto, les resulte difícil saber por dónde empezar.

• El costo de evaluar:

Muchas empresas se encuentran reacias a usar fondos destinados a los programas sociales para el monitoreo y la evaluación. Es cierto que debe haber un balance costo beneficio frente a la inversión en medición, sin embargo, una pequeña cantidad de recursos, alrededor de 2 a 3% del presupuesto, destinada para el monitoreo, medición y evaluación de la inversión social, puede brindar información significativa para hacer los programas más efectivos.

• La compleja tarea de cuantificar los impactos:

Una evaluación cuantitativa de los impactos sociales puede involucrar asignar valores financieros a beneficios que no son comúnmente cuantificados en términos económicos, como el valor monetario del aumento de alfabetización entre niños beneficiados de un programa educativo. El traducir beneficios sociales intangibles a un valor financiero u otro tipo de valor medible, puede representar un reto para las empresas a la hora de cuantificar.

• Falta de información sobre cómo son invertidos los recursos:

Las compañías raramente trabajan solas para abordar los desafíos sociales. Algunas compañías entregan recursos a ONG o Fundaciones, para que ejecuten programas con un objetivo específico. En este caso, puede ser relativamente sencillo entender si los objetivos se cumplieron con el dinero invertido. Sin embargo, también es muy común que las empresas entreguen recursos a fondos u ONG, que ejecutan múltiples programas y no están en condiciones de rastrear los fondos que un aportante

[12] http://foundationcenter.org/

en particular destina a un proyecto específico. Esto significa que la mayoría de las veces, las compañías que donan dinero a estos fondos, tienen poco conocimiento sobre cómo sus contribuciones están siendo utilizadas. Por esta razón la medición de impactos contra objetivos puede ser compleja. También puede ser difícil separar los beneficios de la inversión de un donante en particular, del resto de inversiones recibidas.

• Largos periodos de tiempo para medir el impacto:

Puede tomar meses o años, para que los beneficios de una inversión social se puedan materializar, y para que la compañía pueda evaluar si los objetivos del programa se cumplieron o no. Esto requiere un compromiso de largo plazo por parte de la compañía, de medición y monitoreo de los impactos.

• Enfoque de inversión descentralizada:

La mayoría de las compañías destinan sus recursos a un amplio número de temáticas y programas seleccionados desde las operaciones locales, en vez de ser focalizados a partir de un esquema centralizado. Agregar datos de cómo los fondos están siendo utilizados desde múltiples áreas del negocio, puede ser un reto significativo.

Punto de vista: LA INVERSIÓN SOCIAL MÁS COSTOSA ES LA QUE NO SE MIDE

A pesar de que los recursos que los privados invierten en temas sociales se han incrementado en los últimos años, muy pocas empresas en Colombia miden lo que dichos recursos producen. Estamos gastando cada vez más dinero en intervenciones cuyos impactos desconocemos. Esto no suena muy compatible con la racionalidad privada ni con el uso eficiente de los recursos, y nos sitúa en un mercado creciente pero ineficiente y asimétrico. Medir lo que una empresa hace en temas sociales de manera sistemática y rigurosa es la única manera para comprobar que ser social es rentable. Sin embargo, son muy pocas las empresas que lo hacen. Las razones son múltiples, pero las más frecuentes son los altos costos y el desconocimiento. Las mediciones que las empresas deben implementar en temas sociales tienen que incluir indicadores de gestión, de resultado y de impacto, pero sin perder de vista el análisis de costo-eficiencia en términos de tiempo y dinero que estos procesos implican.

Los beneficios para una empresa de tener mecanismos de medición de sus intervenciones sociales son múltiples:

• Buena planeación de los proyectos

• Ejecución eficiente de los recursos

• Control del cumplimiento de objetivos

• Decisiones sustentadas sobre expansión, rediseño o eliminación de un proyecto

Es por esto que crear una cultura de la medición en la inversión social del sector privado es uno de los objetivos de la Fundación ANDI, porque los esfuerzos sociales de empresas y fundaciones empresariales son grandes y su contribución innegable, sin embargo debemos asegurarnos que estamos aprovechando estos esfuerzos de manera eficiente y la única forma de hacerlo es implementando esquemas rigurosos de monitoreo y medición.

Isabella Barrios
Directora Fundación ANDI

Marco para una mejor medición y reporte

Medir y reportar los impactos sociales puede ser un proceso complejo y desafiante. No hay estándares base para la recolección de información o medición de impactos. Una estrategia de inversión clara y coherente es el punto de partida para entender los impactos, lo cual es un proceso iterativo. Monitorear y evaluar los impactos puede proveer conocimientos sobre la efectividad de las actividades de inversión, que pueden después ser utilizados para refinar la estrategia de inversión. El siguiente marco y preguntas clave ayudan a las compañías en este proceso:

Estrategia

- Revisar la estrategia existente y completar un ejercicio de mapeo de las inversiones actuales.
- Identificar el objetivo final y el propósito fundamental de la estrategia de inversión.
- Identificar los principales grupos de interés que se benefician de la inversión.
- Crear o revisar la estrategia de inversión para que esté alineada con la estrategia de negocio y objetivo general de la empresa.
- Identificar los objetivos a corto, mediano y largo plazo y establecer indicadores de rendimiento claves y línea base para medir el progreso.

Preguntas claves que deben abordarse:

1. ¿Qué cambios se quieren generar, y qué impacto se quiere alcanzar?

2. ¿Por qué el negocio está invirtiendo en las áreas en las que lo está haciendo o en las que planea invertir?

3. ¿Quién debería beneficiarse de las inversiones?

4. ¿Cómo puede ser medido el progreso? ¿Cómo se vería el éxito?

Reporte

- Comunicar el progreso a los grupos de interés incluyendo insumos, productos, resultados e impactos.
- Ser transparente sobre cómo son definidas y calculadas las mediciones reportadas.
- Usar una combinación de información cualitativa y cuantitativa, para reportar las inversiones.
- Ser transparente sobre las áreas de mejora.
- Verificar los datos y la información reportada.

Preguntas claves que deben abordarse:

1. ¿Cuál es la forma más efectiva para comunicar el progreso frente a los objetivos?

2. ¿Son robustos y creíbles los datos y la evidencia reportada?

3. ¿Qué aprendizaje puede ser utilizado como referente para la estrategia de inversión y los procesos de implementación y monitoreo?

Implementación

- Desarrollar actividades de inversión para alcanzar los objetivos.
- Considerar si alguna actividad existente debe ser suspendida.
- Considerar cómo las actividades existentes pueden ser mejoradas para que se alineen con la estrategia.
- Establecer alianzas con otras organizaciones para implementar actividades.

Preguntas claves que deben abordarse:

1. ¿Todas las actividades de inversión actual apoyan la estrategia? Si no, ¿pueden estas ser rediseñadas para alinearse con los objetivos?

2. ¿Se tiene el presupuesto necesario y los recursos para implementar, monitorear y evaluar las actividades?

Monitoreo y evaluación

- Establecer procesos de seguimiento, evaluación y técnicas de recolección de datos.
- Identificar las fuentes de evidencia para cumplir los objetivos.
- Recopilar datos para reportar insumos, productos, resultados e impactos.
- Usar herramientas de evaluación del impacto social como el retorno sobre la inversión social (SROI), cuando sea necesario.
- Enfocar los esfuerzos de seguimiento y evaluación, en las actividades más relevantes.

Preguntas claves que deben abordarse:

1. ¿Hay alguna fuente externa con evidencia sobre el progreso? Por ejemplo, datos existentes sobre los resultados en poder de los socios del proyecto, funcionarios del gobierno local o líderes de la comunidad.

2. ¿Son reales los beneficios de la inversión? ¿Ha considerado los resultados que puedan ser atribuidos a otros socios del proyecto?

Metodología

Los profesionales de Cambio Climático y Sostenibilidad de KPMG utilizaron la información publicada por las compañías para evaluar qué tanto se gestiona y reporta sobre inversión social e impactos. Se analizó la información de 100 de las empresas con mayores ingresos en el país.

La investigación se basó en información disponible de forma pública de los reportes corporativos, incluyendo informes de responsabilidad corporativa (RC) o de sostenibilidad y los reportes financieros anuales (incluyendo reportes integrados).

Para mayor comprensión de este estudio, en los informes fueron evaluados los insumos, productos, resultados e impactos de la inversión social, así como la estrategia, los objetivos, las metas e indicadores clave de rendimiento.

Para efectos de la presente investigación, se utilizó como base el marco metodológico de la publicación de referencia y los contenidos de este artículo corresponden a una adaptación para el caso colombiano, teniendo en cuenta las particularidades de un análisis aplicado a un solo país. En primer lugar, la composición sectorial de la producción nacional refleja la actividad económica de las empresas más grandes del país. De esta manera, dentro de la muestra de empresas seleccionadas es común encontrar sectores como construcción y comercio, mientras que la presencia de compañías de sectores como el farmacéutico no es tan relevante.

Por tal motivo, se tuvieron en cuenta las categorías sectoriales propuestas por KPMG International, y se integraron y adicionaron sectores provenientes de la Clasificación Internacional Industrial Unificada (CIIU) adaptada para Colombia cuando fuera pertinente. La clasificación sectorial resultante es la siguiente:

1. Automotores: corresponde a las compañías dedicadas al ensamblaje o comercialización de vehículos automotores.

2. Químicos, Sintéticos y Farmacéuticos: corresponde a las compañías que se dedican a la producción o comercialización de productos químicos para uso industrial o cuidado personal. A esta categoría se adicionaron las compañías farmacéuticas, dado que estas no eran muy numerosas en la muestra y que algunas empresas químicas contemplaban la fabricación de medicamentos en sus líneas de negocio.

3. Finanzas y Seguros: abarca los establecimientos bancarios, administradoras de fondos de pensiones y cesantías, aseguradoras y administradoras de portafolios.

4. Alimentos y Bebidas: abarca compañías agrícolas y productoras o comercializadoras de alimentos.

5. Telecomunicaciones, electrónicos y computadores: comprende operadores de telefonía fija, telefonía móvil, televisión por suscripción e internet, operadores de canales de televisión y fabricantes de equipos electrónicos.

6. Petróleo & Gas: abarca todas las compañías involucradas en el proceso de extracción, refinamiento y transporte de petróleo y gas.

7. Minería, metales e ingeniería: comprende empresas destinadas a la explotación y el transporte de recursos mineros.

8. Servicios Públicos: corresponde a empresas dedicadas a la prestación de servicios públicos domiciliarios (acueducto y generación, transmisión, distribución y comercialización de electricidad).

9. Comercio: comprende las comercializadoras al detal de productos de consumo final.

10. Transporte: abarca compañías dedicadas al transporte de carga y pasajeros.

11. Industria Manufacturera: compañías dedicadas a la fabricación de productos intermedios o de consumo final.

12. Construcción: son todas aquellas empresas dedicadas a la construcción de proyectos de infraestructura vial o de vivienda.

13. Servicios sociales, comunales y personales: corresponde a las cajas de compensación.

Las cajas de compensación presentan un caso atípico para Colombia. Estas reciben la mayor cantidad de sus ingresos por parte de los aportes parafiscales efectuados por las empresas, y en ese mismo sentido los programas que están reportando como inversión o desarrollo social son parte del retorno que le brindan a los afiliados. El monto reportado como inversión social por estas empresas incluye tanto lo que corresponde a lo que están obligadas a prestar, como lo que corresponde a actividades voluntarias que beneficien a la población no afiliada de manera agregada.

Para aquellas empresas que reportan sus estados financieros (de Colombia) en dólares, se realizó la conversión de los montos de inversión social y utilidades a pesos colombianos con la tasa reportada por el Banco Central a 31 de diciembre de 2014.

Por otro lado, dentro de las empresas con mayores ingresos en el país es común encontrar filiales o sucursales de empresas multinacionales cuya casa matriz se encuentra en el exterior y por tanto sus reportes tienen alcance a operaciones adicionales a las realizadas en Colombia. Para este caso, el reporte social de estas empresas no evidencia información de los programas de inversión social que pudieran tener en el país. Por el contrario, la información sobre inversión social está enfocada en el país donde se encuentra la casa matriz, o aquellos donde la presencia en Latinoamérica es más significativa. Esto corresponde al 18% de las Compañías analizadas.

Ninguna compañía reportó su inversión social como porcentaje de su utilidad antes de impuestos. KPMG para el caso colombiano calculó este porcentaje basándose en información disponible sobre utilidad neta, utilidad antes de impuestos, EBITDA y gasto total de inversión social. Para el cálculo de promedios y otras estadísticas descriptivas, no se tuvieron en cuenta datos atípicos, pero sí se incluyeron aquellos casos en los que las compañías reportaron pérdidas en el ejercicio, es decir, que el cálculo de la inversión social como porcentaje de la utilidad presentaba como resultado un número negativo. Esto para indicar que aún cuando la empresa presenta pérdidas en el ejercicio, aún se siguen efectuando inversiones sociales significativas.

Las empresas emplean terminología muy diversificada para referirse a su inversión social. Para efectos de presentación y comparación, se definieron seis categorías de acuerdo con la frecuencia de los términos más comunes: Inversión social, Gestión social, Responsabilidad Social Corporativa, Donaciones o Contribuciones, Desarrollo social, Ciudadania Corporativa, Participación o Relación con la comunidad.

La investigación examinó las áreas de inversión de las compañías, categorizadas de la siguiente manera:

• **Arte y cultura:** financiación de organizaciones culturales como museos, teatros, centros culturales, grupos de danza y música, y fundaciones de patrimonio cultural.

• **Bienestar de la comunidad:** contribuciones a la comunidad que no pueden ser catalogadas como vivienda, infraestructura y acceso a servicios públicos, por ejemplo, iniciativas voluntarias para renovar los parques, eventos con la comunidad, fortalecimiento institucional, apoyo a población vulnerable dentro de la comunidad como niños huérfanos o personas mayores.

• **Atención a desastres:** inversiones para apoyar a damnificados por fenómenos naturales extremos como terremotos, inundaciones, incendios, huracanes, derrumbes. También se incluye el apoyo brindado a los desplazados por la violencia.

• **Educación:** educación primaria y secundaria, apoyo a universidades, becas en tecnologías y carreras profesionales, programas de formación de profesores, y voluntariados educativos.

• **Desarrollo empresarial:** apoyo a emprendedores para iniciar o mantener pequeñas y medianas empresas. A menudo centrado en la capacitación de mujeres empresarias cabeza de hogar.

• **Medio Ambiente:** esfuerzos para proteger o mejorar el medio ambiente, fomento de iniciativas ecológicas como la conservación de agua, manejo de residuos, programas de reciclaje, limpieza de desperdicios y plantación de árboles.

• **Alimento y Agricultura:** donaciones de alimentos tales como comida para escuelas de niños, insumos agrícolas (semillas), formación de agricultores en técnicas nuevas e iniciativas destinadas a mejorar los rendimientos de los cultivos.

• **Salud:** financiación de programas destinados a eliminar enfermedades tales como cáncer, VIH, o malaria, aumentar el acceso existente a tratamientos y medicamentos, mejorar la infraestructura de los centros de atención, mejorar la higiene, fomentar el ejercicio y optimizar el bienestar.

• **Vivienda, Infraestructura y Energía:** iniciativas en inversión y mejoramiento de infraestructura comunitaria, por ejemplo, la construcción de casas, carreteras, el acceso al agua y la energía.

• **Alivio de la pobreza:** inversiones destinadas hacia los menos favorecidos, incluyendo programas para atender las necesidades básicas como alimentación, ropa, o mejora de la situación financiera de los que están en la pobreza y aumento en la educación financiera.

• **Seguridad:** iniciativas destinadas a la seguridad comunitaria, en particular hacia la prevención de accidentalidad.

• **Deportes y recreación:** apoyo a deportistas, construcción de infraestructuras destinadas para el deporte tales como canchas, pistas, centros deportivos.

• **Otros:** cualquier categoría que pueda no ser incluida en alguna de las anteriores, tales como discapacidad, atención a adultos mayores y transporte aéreo.

Maria Teresa Agudelo Roldán
Socia

Servicios de Cambio Climático y Sostenibilidad
KPMG en Colombia
magudelo@kpmg.com

Isabella Barrios Morales
Gerente de Arquitectura Social Estratégica
Director Ejecutivo de la Fundación ANDI

Asociación Nacional de Empresarios de Colombia - ANDI
www.andi.com.co

© 2016 KPMG Ltda., KPMG Impuestos y Servicios Legales Ltda., KPMG Advisory Services S.A.S., sociedades colombianas y firmas miembro de la red de firmas miembro independientes de KPMG afiliadas a KPMG International Cooperative ("KPMG International"), una entidad suiza. Derechos reservados.

Ninguna parte de esta publicación puede reproducirse sin la aprobación previa del Editor.

Cualquier reproducción, divulgación o comercialización sin autorización del autor, será sancionada civil y penalmente como lo indica la Ley.

La información aquí contenida es de naturaleza general y no tiene el propósito de abordar las circunstancias de ningún individuo o entidad en particular. Aunque procuramos proveer información correcta y oportuna, no puede haber garantía de que dicha información sea correcta en la fecha que se reciba o que continuará siendo correcta en el futuro. Nadie debe tomar medidas basado en dicha información sin la debida asesoría profesional después de un estudio detallado de la situación en particular.

Esta publicación no está disponible para la venta, se distribuye como cortesía de KPMG en Colombia a sus clientes y otros amigos.

Los derechos de autor sobre la presente obra son titularidad de KPMG Impuestos y Servicios Legales Ltda., KPMG Advisory Services S.A.S., y se hallan protegidos en los términos señalados por la Ley 23 de 1982.