



Strachan Chair
for Philanthropy & Social Investment

Resultados de la Encuesta a Filántropos en Centroamérica, 2013

By Luis R. Figueroa

Sponsored by Strachan Chair

Filantropía e Inversión Social en Centroamérica

Reporte Final:
Resultados de la Encuesta a Filántropos
en Centroamérica, 2013

Consultor: Luis R. Figueroa

lrfigu@essex.ac.uk / lrfigu@gmail.com

22 de Enero del 2014

Filantropía e Inversión Social en Centroamérica

Reporte Final:

Reporte Final:

**Resultados de la Encuesta a Filántropos
en Centroamérica, 2013**

Contenido

1. Introducción.....	3
2. Resultados de la encuesta a filántropos en Centroamérica, 2013.....	4
3. Conclusiones.	17

Filantropía e Inversión Social en Centroamérica

Reporte Final:

Resultados de la Encuesta a Filántropos en Centroamérica, 2013

1. Introducción

El presente documento es el reporte final del consultor Luis R. Figueroa, dentro del marco del proyecto de Filantropía e Inversión Social en Centroamérica del INCAE Business School. En el mismo se incluye la tabulación y análisis de la encuesta realizada por el INCAE Business School, a finales del año 2013, a un grupo de destacados filántropos localizados en los seis (6) países de Centroamérica: Costa Rica, El Salvador, Guatemala, Honduras, Nicaragua y Panamá.

Esta encuesta forma parte de una evaluación cualitativa sobre las características, principios y motivaciones de la filantropía en la región Centroamericana. Esto toma como punto de partida referencial y conceptual, las investigaciones académicas en materia de filantropía llevadas a cabo en otras regiones del mundo, en particular, en los Estados Unidos y otros países desarrollados.

La encuesta contiene en su mayoría preguntas abiertas. Sin embargo, se hizo un esfuerzo de categorización de las respuestas, tomando en cuenta que rápidamente surgieron patrones claros en muchas de las respuestas. La tabulación aquí presentada toma en cuenta las categorías resultantes de la clasificación de las respuestas.

En el punto anterior, cabe aclarar que en casi todas las respuestas el total de respuestas reportadas no se corresponde al total de 23 entrevistados de la muestra. Esto obviamente se debe a que en la mayor parte de las preguntas el entrevistado podía reportar varias opciones en sus respuestas.

A continuación, se presentan los resultados de la referida encuesta, junto a algunas consideraciones de análisis, tanto en cuanto a los resultados obtenidos de la investigación, como también en lo referente a la metodología aplicada.

2. Resultados de la encuesta a filántropos en Centroamérica, 2013.

Experiencia personal sobre filantropía

1. *¿Podría compartirnos sobre alguna experiencia de filantropía que haya sido particularmente satisfactoria y emocionante para usted?*

La mayoría de las experiencias de filantropía compartidas se refieren a programas de ayudas educativas otorgadas a niños o adultos. Esto incluye becas escolares y universitarias, programas integrales de apoyo escolar, dotación de escuelas, mejoras de infraestructura, programas de educación ambiental, entre otras.

2. *¿Cuáles elementos o características permitieron que esta experiencia fuera tan particular e interesante?*

Los elementos de satisfacción más frecuentemente mencionados por los filántropos consultados en la encuesta son el impacto para la sociedad, la oportunidades generadas para las personas beneficiarias y que es bueno para el negocio de la empresa, esto último, en particular en el caso de la inversión en RSE (Tabla 1).

Tabla 1

Elementos mencionados	Frecuencia
Impacto para la sociedad	10
Oportunidades para las personas	6
Es bueno para el negocio	5
Relevante a experiencias personales previas	2
Valores	2
Tradición familiar	2
Eficiencia en la ejecución con socios	1
Participación de las comunidades	1
Creencias religiosas	1

3. *En su opinión, ¿cuándo y bajo qué contexto debe involucrarse una persona activamente en filantropía?*

La mayor parte de las respuestas se refieren a que los filántropos deberían involucrarse al inicio de sus carreras profesionales (Tabla 2).

Tabla 2

Contextos	Frecuencia
Al inicio de su carrera profesional, sin importar que afecte los otros ámbitos de su vida	9
Al inicio de su carrera profesional, siempre y cuando no afecte los otros ámbitos de su vida	6
Cuando ya tenga cierta seguridad financiera, aunque no esté totalmente consolidado	0
Una vez que haya tenido completo éxito a nivel profesional y personal, más adelante en la vida	1
No sabe / No responde	11

Contexto de la filantropía

4. ¿Cuál es el contexto geográfico de sus actividades de filantropía?

Los contextos geográficos de la actividad filantrópica de las personas consultadas se enfocan en el ámbito local y nacional (Tabla 3).

Tabla 3

Contextos geográficos	Frecuencia
De la comunidad aledaña	23
De otras comunidades cercanas	23
Otras comunidades lejanas, pero nacionales	20
Internacional en otros países de Centroamérica	7
Internacional en otros países de Latinoamérica	1
Internacional en otros países en desarrollo (no LA)	0
Internacional en países desarrollados	1

5. ¿Cuál es el contexto temático (o áreas de acción) de sus actividades de filantropía?

El contexto temático más mencionado es el de educación, seguido por el de salud y nutrición (Tabla 4).

Tabla 4

Contextos temáticos	Frecuencia
Educación a niños y/ adultos	21
Salud y nutrición	14
Vivienda e infraestructura	5
Ambiente	3
Arte y deporte	1
Protección al trabajo	1
No hay preferencia	1

6. *¿Cuáles criterios de selección influyeron en la selección de estos contextos geográficos y temáticos?*

Los criterios de selección para la selección de los contextos geográficos y temáticos se refieren principalmente a los valores y convicciones personales de los filántropos, la percepción del impacto positivo que las intervenciones producen en la sociedad y las relacionados al bienestar del negocio (RSE) o la naturaleza del negocio, como por ejemplo en el caso de los empresarios relacionados a la construcción que brindan sus ayudas prioritariamente en causas de vivienda para los empleados o mejora de infraestructura escolar (Tabla 5).

Tabla 5

Criterios de selección	Frecuencia
Valores y convicciones	10
Impacto positivo para la sociedad	7
Es bueno para el negocio	5
Naturaleza del negocio de la empresa	4
Tradicición y ejemplo familiar	3
Generar oportunidades para las personas	1
Experiencia personal previa	1
Resultados previos demostrables	1
Cercanía geográfica facilita la supervisión	1
No sabe / No responde	1

7. *Si tuviera que clasificar sus obras de filantropía en una o varias de las siguientes categorías, ¿cuál o cuáles serían las que mejor las describen y qué porcentaje se destina a cada una?*

En el caso de los filántropos consultados, pareciera existir un relativo balance entre las donaciones destinadas a resolver situaciones urgentes, y aquellas con impacto más duradero. Ambos tipos de situaciones son atendidas simultáneamente, en la mayoría de los casos. En este sentido, las situaciones urgentes tienden a resolverse mediante el canal de filantropía individual, mientras las soluciones de largo plazo se enmarcan mayoritariamente dentro del canal de los programas de RSE (Tabla 6).

Tabla 6

Categorías	Frecuencia
Donaciones que impacten de manera permanente	17
Donaciones para resolver necesidades inmediatas	13
Programas de Responsabilidad Social Empresarial (RSE)	4
No sabe / No responde	2

Canales de la filantropía

8. *¿Cómo canaliza usted sus actividades de filantropía? (señalar todas las opciones que apliquen)*

Los canales de RSE y filantropía individual, encontrados de manera simultánea en un mismo filántropo, es la situación más frecuente (Tabla 7).

Tabla 7

Canales de filantropía utilizados	Frecuencia
Responsabilidad Social Empresarial o Corporativa (RSE o RSC)	15
Filantropía individual	15
Fundación privada (propia o familiar)	10
Fundación empresarial	2
Otra	3

9. *¿Hay alguna razón en particular por la cual su filantropía está estructurada o canalizada de esta forma? (A grandes rasgos, ¿qué diferencias hay entre las diferentes canales de filantropía en las cuales participa su empresa, su familia, o usted como individuo?)*

La razón más mencionada es la estructura, en el caso de las fundaciones. Otras razones incluyen el respaldo y credibilidad obtenida, que es bueno para el negocio (para RSE) y el de la independencia en la decisión de la filantropía (para filantropía individual) (Tabla 8).

Tabla 8

Razones	Frecuencia
Estructura (Fundación)	5
Se obtiene respaldo y credibilidad	4
Es bueno para el negocio (RSE)	4
Independencia (Filantropía individual)	4
Razones personales	1
Fue una decisión de la casa matriz	1
No sabe / No responde	10

10. *¿Tiene planeado formar una fundación para la filantropía en un futuro cercano? (sólo si no tiene fundación actualmente)*

La mayoría de las personas que respondieron esta pregunta, sostienen que tienen una fundación para sus actividades de filantropía, o están en proceso de formarla (Tabla 9).

Tabla 9

Uso de una Fundación	Frecuencia
Sí, ya existe o hay planes de formarla	11
No	8
No sabe / No responde	4

11. *En el caso de concretarse la fundación, ¿le preocupa que la parte destinada a gastos administrativos sea muy alta? ¿Cómo piensan lidiar con este asunto?*

Sí, la proporción de gastos administrativos es una preocupación importante entre la mayoría de los entrevistados. Algunos usan los recursos humanos de su propia empresa, para no ocasionarle gastos administrativos directos a sus actividades filantrópicas.

La proporción aceptable para cuatro de ellos es de 10% a 15%, para otra persona es un 10% y para otra persona es un 6%. Siete de los entrevistados no respondieron la pregunta.

Motivaciones de la filantropía

12. *¿A cuáles causas o temas ustedes efectuaron las donaciones más grandes durante los últimos dos años?*

La causa más señalada es la educación, seguida por la salud y alimentación y la vivienda e infraestructura (Tabla 10).

Tabla 10

Causas apoyadas	Frecuencia
Educación	21
Salud y alimentación	10
Vivienda e infraestructura	7
Ambiente	2
Agua	1
Protección al trabajo	1

13. ¿Qué los motivó a hacer estas donaciones? (Por ejemplo: alguien solicitó la donación o fue promovido? ¿Quién la solicitó? ¿Tiene el donante una conexión personal con la organización o institución que recibió la donación? ¿Tiene usted o su familia alguna conexión personal con la causa beneficiada?).

Se presenta una amplia diversidad en las motivaciones para la filantropía, La más aludida es la tradición o ejemplo familiar, en donde los filántropos señalan que su actitud filantrópica sigue los pasos pioneros de sus padres (Tabla 11).

Tabla 11

Motivaciones (pregunta abierta)	Frecuencia
Es bueno para el negocio	5
Tradición y ejemplo familiar	5
Retribución a la sociedad	4
Me lo piden	3
Satisfacción personal	2
Convicciones religiosas	1
Convicción propia	1
Experiencia personal previa	1
Ser ejemplo para otros empresarios	1
Empleados de la empresa	1

14. ¿Cuál o cuáles de las siguientes razones son parte de lo que lo impulsa a involucrarse en actividades de filantropía y cuánto pesa cada una (en %)?

Las razones de mayor mención son la retribución a la sociedad, la satisfacción personal y los valores (Tabla 12).

Tabla 12

Motivaciones (pregunta cerrada)	Frecuencia
Retribución a la sociedad	20
Satisfacción personal	18
Valores	17
Conozco las necesidades de mi sociedad	13
Me lo piden	11
Convicciones religiosas	10
Identificación con grupos	8
Desarrollo personal	3
Otros (Sostenibilidad del proyecto y satisfacción de crear algo nuevo)	3
Empleados de la empresa	1

Relación con los beneficiarios

15. *¿Dentro de su empresa se dan prácticas de voluntariado? Cuánto tiempo? Quiénes lo hacen?*

La mayor parte de los encuestados que respondieron la pregunta, señalan que utilizan algún tipo de voluntariado en sus iniciativas filantrópicas (Tabla 13).

Tabla 13

Uso de voluntariado	Frecuencia
Sí	9
No	8
No sabe / No responde	6

16. *¿Hay alguna relación con los beneficiarios más allá de la donación? Por ejemplo, asistencia técnica, conexiones con otros donantes, participación en la Junta Directiva del beneficiario, etc.*

Una buena parte de los filántropos consultados reportan que su relación con los beneficiarios es directa y personal, algunas incluyen a los empleados de su empresa (o sus familiares) como los principales beneficiarios de sus programas filantrópicos. Otros no quieren involucrarse directamente, y se limitan a aportar capital y supervisar los procesos y resultados (Tabla 14).

Tabla 14

Relación con beneficiarios	Frecuencia
Relación directa y personal	8
Empleados de la empresa	5
Solo aporta capital y supervisa, no operativa	4
Personas externas a la empresa	3
Asistencia integral	2
Clientes de la empresa	1
Proveedores de la empresa	1
No sabe / No responde	2

17. *¿Cuál es el término o plazo de las donaciones? ¿Hay beneficiarios que reciben donaciones/inversiones por varios años, o generalmente se trata de invertir en organizaciones o programas nuevos cada año?*

Las respuestas favorecen ampliamente al largo plazo, como el término o plazo de preferencia para las iniciativas filantrópicas (Tabla 15).

No obstante, en esta pregunta pareciera existir el riesgo de que algunos de los entrevistados hayan podido confundir el plazo de la acción concreta de filantropía (proyecto específico), con el plazo de la iniciativa filantrópica en general (fundación).

Tabla 15

Plazo de las donaciones	Frecuencia
Largo plazo	22
Mediano plazo	2
Corto plazo	5

18. *¿Ustedes aplican algún tipo de medición del impacto de sus actividades de filantropía? En caso afirmativo, ¿en qué consiste esta medición?*

La mitad de las personas entrevistadas reporta el uso de algún tipo de medición de impacto (Tabla 16).

Tabla 16

Medición de impacto	Frecuencia
Si	11
No	11
No sabe / No responde	1

RSE / RSC

19. *¿Usted considera que se deben manejar de manera diferente (o por separado) las iniciativas de RSE y las actividades de filantropía?*

La mayor parte de las personas entrevistadas consideran que son diferentes, pero sin señalar si se deben manejar por separado o no. Algunos pocos piensan que debe administrarse por separado, mientras otros pocos mantienen la tesis opuesta (Tabla 17).

Tabla 17

Manejo de RSE vs Filantropía	Frecuencia
Son diferentes	10
Son diferentes, debe manejarse por separado	3
Son similares, deben manejarse juntos	3
No sabe / No responde	7

20. *Si la respuesta anterior es afirmativa, ¿a qué se debe esta distinción? Por ejemplo, ¿sus actividades de RSE y filantropía tienen objetivos distintos?, ¿operan bajo regulaciones diferentes?*

En esta pregunta, hay una amplia variedad de respuestas. Da la impresión que la pregunta pudo ser mejor formulada, ya que las respuestas parecen centrarse en explicar más las diferencias entre RSE y Filantropía, y no tanto en la explicación de las diferencias en el manejo de ambas.

Sociedades para la filantropía

21. *¿Algunas de sus actividades filantrópicas incluyen el involucramiento de otros “socios” donantes para apoyar causas comunes? ¿Estos socios son privados o públicos?*

Otras ONG y fundaciones parecen ser las organizaciones preferidas para las sociedades de filantropía entre los encuestados. Otros socios utilizados incluyen las instituciones públicas y otras empresas (Tabla 18).

Tabla 18

Socios de la filantropía	Frecuencia
Sí, con ONG y Fundaciones	14
Sí, con Instituciones Gubernamentales	7
Sí, con Otras empresas	5
Sí, pero no con el Gobierno	3
Sí, con Instituciones religiosas	3
Sí, con Instituciones académicas	2
Sí	3
No	0

22. *¿Cuáles han sido las ventajas de las sociedades filantrópicas en su caso? (más allá de lo financiero).*

Las ventajas más mencionadas con respecto a las sociedades filantrópicas son el mayor alcance de las acciones, el complemento de las habilidades y que facilitan la ejecución (Tabla 19).

Tabla 19

Ventajas de las sociedades de filantropía	Frecuencia
Más alcance o impacto	6
Complementa habilidades	6
Facilita la ejecución	4
Respaldo y mayor credibilidad	1
Compromiso y rendición de cuentas	1

Relación entre la actividad filantrópica y la gestión empresarial

23. *¿Cree usted que su experiencia como empresario de alguna forma ha influenciado o dado forma a sus actividades filantrópicas?*

La mayor parte de los encuestados no respondieron esta pregunta. Entre los que respondieron, la respuesta mayoritaria fue afirmativa (Tabla 20).

Tabla 20

Influencia	Frecuencia
Sí	9
No	3
No sabe / No responde	11

24. *¿Existe alguna influencia en la otra dirección? Es decir, ¿sus actividades filantrópicas han influenciado de alguna forma sus actividades empresariales?*

La mayor parte de los encuestados no respondieron esta pregunta. Entre los que respondieron, la respuesta mayoritaria fue afirmativa (Tabla 21).

Tabla 21

Influencia	Frecuencia
Sí	6
No	2
No sabe / No responde	15

25. *A un nivel un poco más personal, ¿sus actividades filantrópicas han tenido alguna influencia en su estilo de liderazgo o ayudado en su capacidad de liderazgo (a nivel empresarial, social, etc.)?*

Tabla 22

Filantropía y liderazgo	Frecuencia
Sí, sensibilidad social	10
Sí, empatía personal	6
Sí, liderazgo con el ejemplo	6
Sí, genera oportunidades para la gente	1
Sí, no es necesario pero beneficia	2
No	0

Recursos invertidos en filantropía

26. *Dentro de sus actividades filantrópicas, ¿qué porcentaje pertenece a las siguientes categorías?*

Los filántropos reportan que sus donaciones consisten principalmente en aportes conjuntos de dinero y tiempo. Sin embargo, en muchos casos también realizan donaciones sólo de dinero o sólo de tiempo (Tabla 23).

Tabla 23

Categorías	Frecuencia
Donación de dinero y tiempo	16
Donación sólo de dinero	14
Donación sólo de tiempo	8
No sabe / No responde (primer cuestionario, no se hizo la pregunta)	5

27. *¿Cuántos recursos (aprox.) destina usted o sus representados a sus actividades de filantropía? (promedio anual tomando en cuenta los últimos dos años)*

En la mayoría de los casos, esta pregunta no fue respondida. Entre los pocos que la respondieron, los montos anuales destinados a la filantropía van desde 100 mil dólares hasta 4 millones de dólares anuales (Tabla 24).

Tabla 24

Inversión anual en filantropía	Frecuencia
Entre US\$ 100 mil y 200 mil	1
Entre US\$ 201 mil y 350 mil	2
Entre US\$ 1 millón y 4 millones	5
No sabe / No responde	15

28. *¿Cuál es la tendencia estimada a mediano plazo en su inversión en filantropía? (¿Creciente, estable, decreciente? ¿Algún porcentaje estimado?)*

La tendencia reportada de la inversión en filantropía a mediano plazo es creciente para casi todos los entrevistados (Tabla 25).

Tabla 25

Tendencia de la inversión en filantropía	Frecuencia
Creciente	20
Estable	0
Decreciente	0
No sabe / No responde	3

29. *¿Existe formalmente una dotación/legado (“endowment”) o fondo patrimonial para el funcionamiento de sus actividades de filantropía?*

En la mayoría de los casos, no existe un “endowment” o fondo patrimonial establecido para la sostenibilidad de las actividades filantrópicas (Tabla 26).

Tabla 26

Endowment	Frecuencia
Si	5
No	10
No sabe / No responde	8

30. *¿Este “endowment” es suficiente para garantizar la sostenibilidad de sus actividades de filantropía (al menos en la escala actual de operaciones) en el mediano plazo (5 años) o largo plazo (10 años)?*

Entre los pocos que respondieron que efectivamente cuentan con un “endowment” para la filantropía formalmente establecido, la mayoría aseguró que el monto es suficiente para la sostenibilidad de las actividades (Tabla 27).

Tabla 27

Endowment es suficiente para la sostenibilidad	Frecuencia
Si	4
No	0
No tiene endowment	10
No sabe / No responde	9

31. *¿Cómo es el proceso de identificar y otorgar donaciones a beneficiarios de sus actividades de filantropía? ¿Quién(es) está(n) a cargo de esa decisión? ¿Difiere este proceso entre los diferentes canales de filantropía utilizados?*

En el caso de los filántropos consultados, el proceso de decisión de la filantropía se encuentra liderado mayoritariamente, ya sea por el presidente de la empresa (el mismo filántropo) o por la junta directiva de la fundación establecida (cuando la hay). En otros casos, algún miembro del staff gerencial de la empresa, la junta directiva de la empresa o un consejo familiar son los que canalizan esas decisiones. Un significativo número de los entrevistados declinó a responder la pregunta (Tabla 28).

Tabla 28

Decisor de la filantropía	Frecuencia
Presidente de la empresa (Filántropo)	5
Junta directiva de la fundación	5
Staff de la empresa	3
Junta directiva de la empresa	1
Familia	1
No sabe / No responde	8

3. Conclusiones.

La consideración de los resultados obtenidos en esta encuesta a filántropos de la región centroamericana, quizás permitan llegar a algunas conclusiones en cuanto a las características y motivaciones de esta actividad en lo referente a la muestra considerada. Entre estas posibles conclusiones, se podrían mencionar:

- La causa preferida para la actividad filantrópica es de manera muy amplia los proyectos de apoyo a la educación, tanto de niños o adultos. Otros sectores preferidos incluyen la salud/alimentación y la vivienda/infraestructura.
- El contexto geográfico preferido para la actividad filantrópica es el de las comunidades locales o de otras comunidades en el mismo país. La filantropía más allá de las fronteras pareciera no ser tan atractiva para los filántropos consultados.
- Los criterios de selección de los contextos temáticos tienen que ver con los valores y convicciones personales y el impacto para la sociedad. Sin embargo, fue recurrente el tema del beneficio para el negocio y la naturaleza del negocio, en particular en los casos del canal de RSE.
- Los canales de filantropía favorecidos por los entrevistados son el RSE (inversiones grandes) y la filantropía individual (montos pequeños). La preferencia es por el impacto permanente y de largo plazo, en particular en el canal del RSE. No obstante, la mayoría de los consultados reporta también donaciones pequeñas paralelas para resolver urgencias puntuales y de corto plazo.
- Buena parte de los filántropos considerados en la encuesta señalan preferir una relación directa y personal con los beneficiarios de sus actividades filantrópicas, tanto en el caso de empleados y otros colaboradores directos, como en el caso de terceros no relacionados a la empresa.
- Pocos de los entrevistados reportan la utilización de una organización formal (por ejemplo, fundaciones) o de fondos patrimoniales para sus actividades de filantropía. Es posible que la satisfacción personal resultante de una relación directa y personal con los beneficiarios podría estar influenciando esta decisión. Otro posible factor disuasivo

es el no querer incurrir en gastos administrativos, el cual se reduce contablemente al utilizar personal disponible en la empresa.

- La medición de impacto de la filantropía no se lleva a cabo en la mitad de los casos. Sin embargo, pareciera existir conciencia de la conveniencia de llegar a lograr esta medición en la mayoría de los casos.
- Algún tipo de sociedad de filantropía es utilizado en todos y cada uno de los 23 casos considerados. Fundaciones, instituciones del gobierno y otras empresas son los socios más mencionados. Las ventajas para esto se centran en un mayor alcance o impacto y el complemento de habilidades o sinergias con los socios.
- Se considera que la filantropía ayuda a ser un mejor líder, en el sentido de su mayor sensibilidad social, su mayor empatía personal con empleados y otras personas, así como su motivación a otros a través del buen ejemplo.
- Casi todos los entrevistados no solo donan dinero, sino también su tiempo a las causas en donde participan. Mientras la tendencia en los montos invertidos en filantropía, a futuro cercano, son crecientes en casi todos los casos.
- En cuanto al decisor de la actividad filantrópica, se reporta una variedad de esquemas, con el filántropo como el más mencionado, junto a las juntas directivas de las fundaciones (cuando se hayan establecidas), así como algún staff gerencial de la empresa.