

RESULTADOS

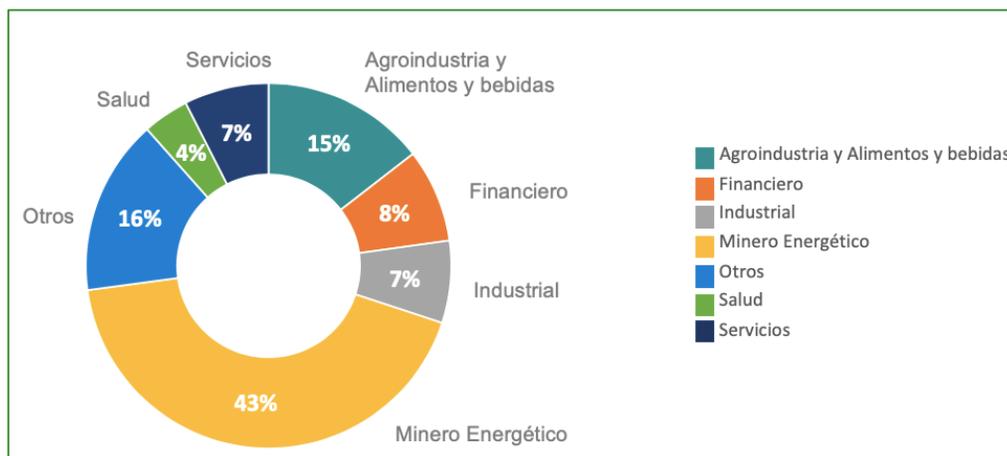
RESULTADOS ÍNDICE DE INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA 2020

(VERSIÓN BAJO RESERVA¹)

El Índice de Inversión Social Privada, en adelante IISP, contó este año con la participación de 102 de las compañías más grandes de Colombia, cuyas ventas anuales equivalen a la tercera parte del producto interno bruto de Colombia.

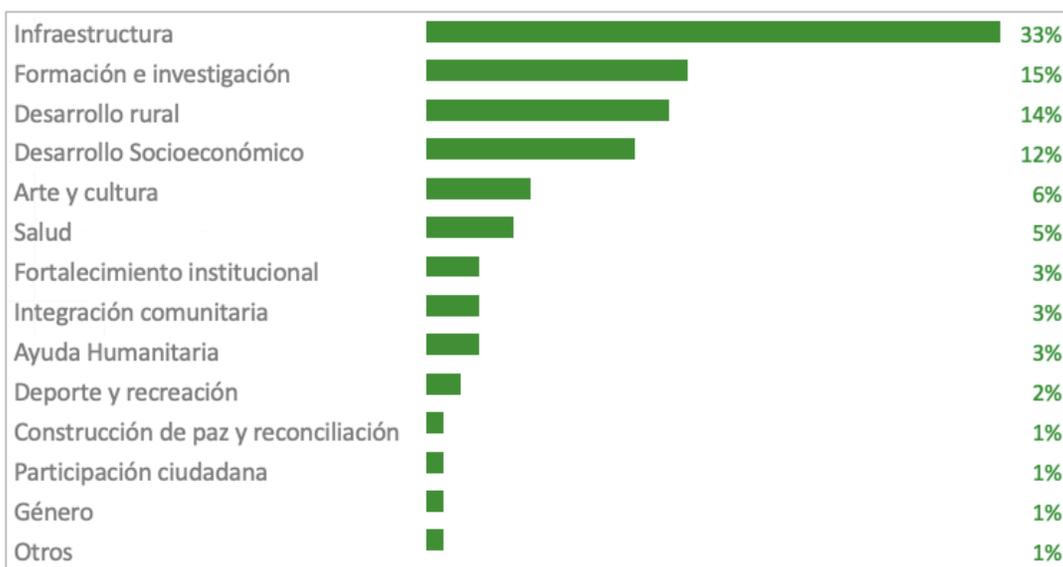
En conjunto, las empresas reportan para el 2019 más de 1.3 billones de pesos en inversiones sociales voluntarias, equivalentes al presupuesto del Sector de Integración Social de la Alcaldía de Bogotá (Decreto 816 de 2019, Secretaría Distrital de Hacienda), o el 35% del presupuesto total de la alcaldía de Barranquilla (Acuerdo 0013, Concejo de Barranquilla), que es la cuarta ciudad más grande del país.

Es de destacar que casi la mitad de la inversión social privada voluntaria proviene de sectores como: minero energético, agroindustrial – alimentos y bebidas, y financiero.



¹ Este documento es de carácter privado, para uso exclusivo de Publicaciones Semana y de los panelistas invitados al lanzamiento del Índice de Inversión Social Privada -IISP – 2020 (25 de junio de 2020, de 8:00 am a 10:00 am)

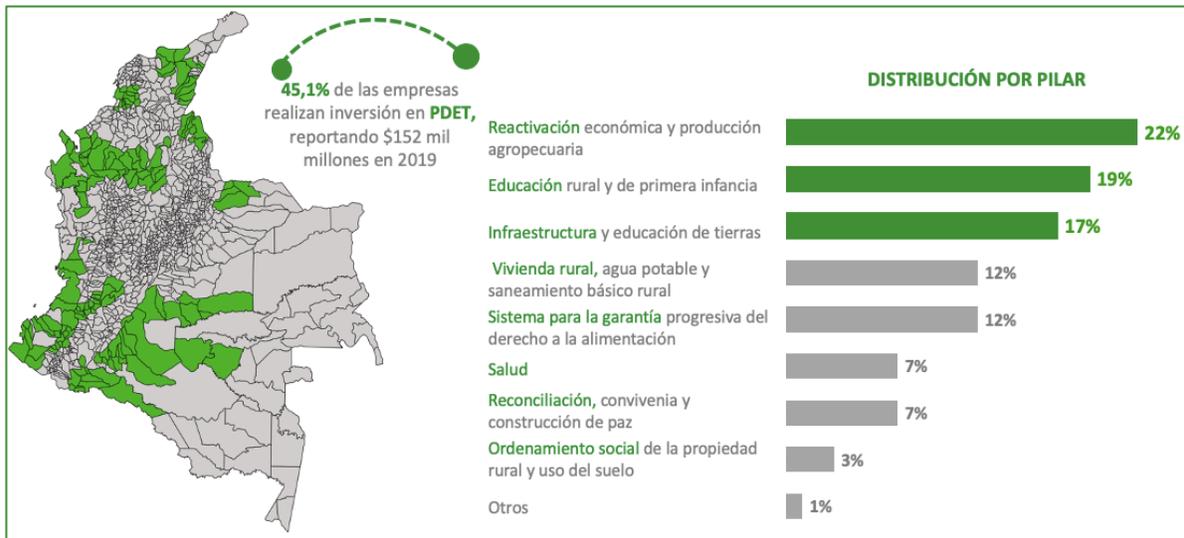
Las actividades a las que destinaron sus recursos de inversión social para el 2019, están encabezadas por aquellas que contribuyen a la competitividad. Es así como la formación e investigación, el desarrollo socioeconómico, la infraestructura y el desarrollo rural concentran casi el 75% de los recursos invertidos por estas grandes compañías.



Otro tema clave que se ha empezado a indagar a través del índice de inversión social privada – IISP, es el rol de las empresas dentro de un contexto de postconflicto. De acuerdo con los datos recolectados por el IISP, el 12% de la inversión social privada que realizan las compañías se hace en las zonas más afectadas por el conflicto: los municipios PDET².

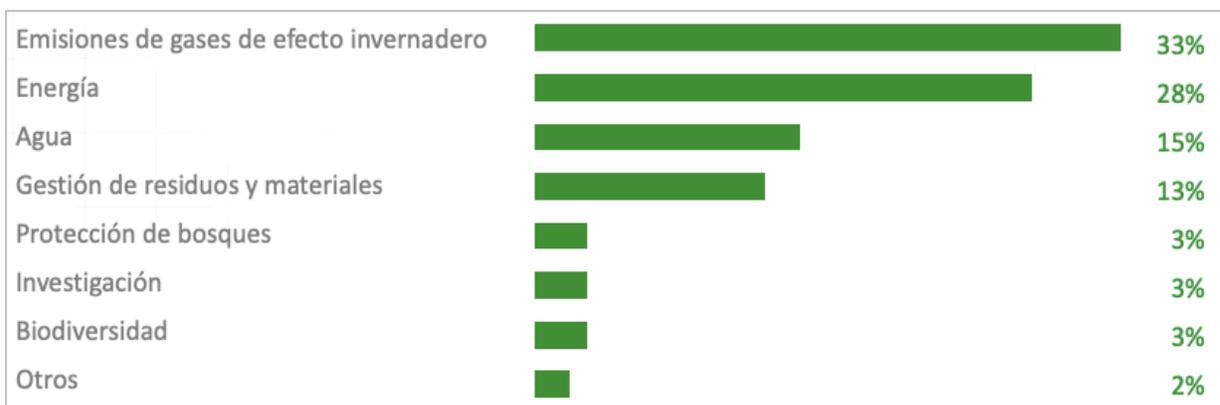
Es decir, en el 2019, las empresas invirtieron más de \$152.000 millones de pesos en acciones sociales en estas regiones, cifra que equivale a 1.5 veces el presupuesto anual de la Agencia de Renovación del Territorio -ART- (Decreto 2411 de 2019, Ministerio de Hacienda y Crédito Público), encargada de liderar la implementación de estrategias para estas regiones.

² Los municipios son denominados “PDET”, porque en ellos se realizó una larga conversación para definir los Planes de Desarrollo Estratégico Territorial: fueron priorizados dentro del acuerdo de paz suscrito entre el Gobierno Nacional y las que entonces se Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia (FARC) y que, a pesar de sus imperfecciones, ha avanzado en saldar una deuda histórica de Colombia con estas regiones.



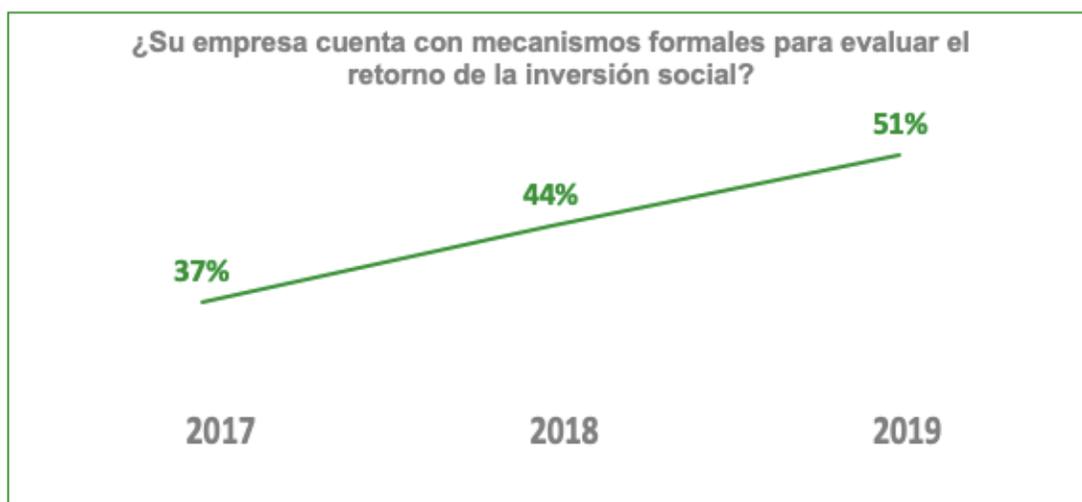
Finalmente, en cuanto a la inversión que realizan todas estas compañías en materia medioambiental, cabe resaltar que ésta equivale a 1.3 billones de pesos. De acuerdo con el índice, el 85% de los rubros destinados hacia este frente corresponden a inversiones obligatorias y compensaciones, es decir, que están acordadas previamente con las empresas o se encuentran reglamentadas. No obstante, llama la atención que las inversiones voluntarias en temas medioambientales que realizan estas compañías superan los 200 mil millones de pesos.

Dentro de los temas donde las empresas realizan sus principales aportes se encuentran: reducción de las emisiones de gases de efecto invernadero, generación de energías limpias, y gestión y protección del agua.



LA INVERSIÓN SOCIAL Y SU GESTIÓN

La trazabilidad de datos con que cuenta el índice desde el 2017, evidencia cómo las empresas avanzan progresivamente en la gestión de su inversión social. Cada vez más empresas implementan mecanismos formales para evaluar el retorno a la inversión social, pasando del 37% en 2017, al 44% en el 2018 y al 51% en el 2019.



Es importante anotar que el reporte de sostenibilidad es una práctica generalizada. La mayoría de estas empresas (64%) recurren al GRI para reportar sus avances. Así mismo, la mayoría de las compañías usan como una guía dentro de sus estrategias de sostenibilidad los Objetivos de Desarrollo Sostenibles (ODS).

Finalmente, el IISP evidencia que otro de los aspectos donde han mejorado las compañías a lo largo de estos años, es en la manera en que focalizan sus recursos y proyectos para impactar a las poblaciones y/o comunidades. Mientras en el 2017, en promedio, el 53% de la inversión se realizó con población vulnerable, para el 2019 ese número ascendió al 59%. En cuanto a la inversión social destinada a población rural, aumentó del 29% en el 2017, al 38% en el 2018 y el 43% en el 2019.



LOS RETOS DE LA INVERSIÓN SOCIAL PRIVADA

A pesar de la evolución que las compañías han tenido en la mayoría de los indicadores que evalúa el IISP (Alineación, Gestión, Sinapsis, Focalización y Reconocimiento), aún existen algunas brechas en las que deben seguir trabajando e implementando esfuerzos para mejorar. Dentro de los principales retos que tienen las compañías según los resultados del IISP 2020 encontramos: 1. Aprovechar más las alianzas; 2. Aumentar las compras locales como contribución al desarrollo; 3. Pasar del dicho al hecho cuando se habla de inclusión de género y 4. Hacer propia la lucha contra la discriminación.

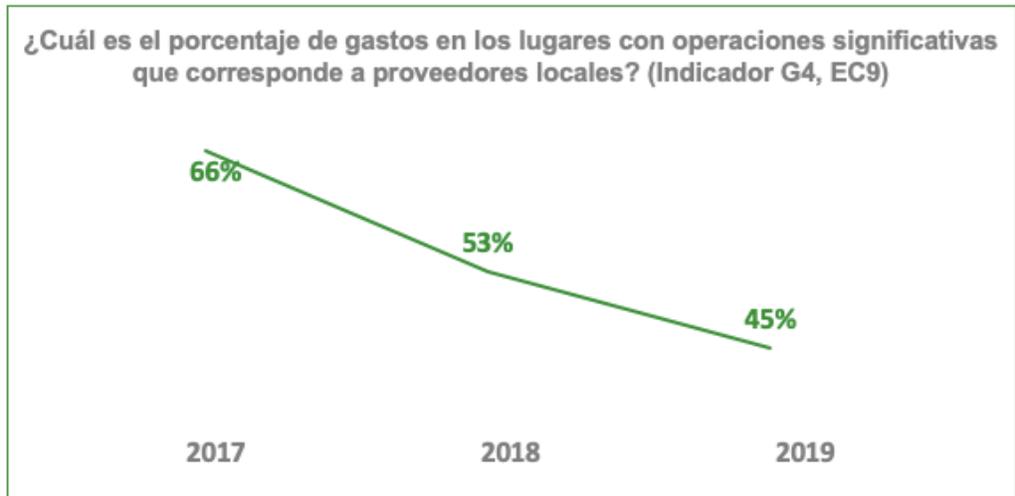
1. APROVECHAR MÁS LAS ALIANZAS.

Realizar proyectos sociales de manera conjunta con terceros beneficia en gran medida a las compañías, pues además de mejorar la propuesta de valor del proyecto, reduce sus costos, transfiere conocimiento (intercambio de experiencias y habilidades) entre las partes e incrementa sus niveles de alcance e impacto.

Según el IISP, en el 2017 en promedio sólo el 23% de las actividades de inversión social se hacían en cooperación con otros privados, hoy llegan al 43%. Así mismo, el porcentaje de iniciativas de inversión social privada que se implementan en alianza con el gobierno pasó del 13% en 2018 al 25% en el 2019. Sin embargo, aún es muy bajo el porcentaje de alianzas de inversión social privada con entidades de cooperación internacional, que sólo representa el 7% de todas las iniciativas registradas.

2. AUMENTAR LAS COMPRAS LOCALES COMO CONTRIBUCIÓN AL DESARROLLO:

La totalidad de las empresas dicen tener estrategias de fortalecimiento a sus proveedores. No obstante, hay una reducción del porcentaje de compras hechas a proveedores nacionales (colombianos) del 76% en 2018 al 68% en el 2019, especialmente, en el porcentaje de compras que hacen las empresas en los lugares con operaciones significativas que corresponde a proveedores locales (del 66% en 2017, pasó al 53% en el 2018, llegando al 45% en el 2019).



Cabe anotar que las compras a nivel local son un factor determinante en el desarrollo de estas regiones. El COVID ha mostrado la relevancia de los mercados locales, por ello, en esta área se debe avanzar más.

3. PASAR DEL DICHO AL HECHO CUANDO SE HABLA DE INCLUSIÓN DE GÉNERO:

En el mundo, de acuerdo con la Organización Internacional del Trabajo (OIT), la tasa de participación femenina en la fuerza de trabajo es tan solo del 48%, 27 puntos menos que la tasa de participación de los hombres. Este hecho pone en evidencia que la situación de las mujeres en el mundo laboral es un problema generalizado.

De acuerdo con el IISP el 88% de las empresas dicen tener políticas de diversidad de oportunidades; sin embargo, aún hay una brecha grande que suplir:

- 39% de los profesionales contratados directamente por las compañías son mujeres. El porcentaje de participación de las mujeres al nivel profesional es más bajo en el sector minero energético 31% y el de alimentos y bebidas 31%.
- 33% de las directivas son mujeres. La participación de la mujer en el nivel directivo es más baja en el sector industrial (23%) y en el minero energético (24%).
- El 20% de los miembros de junta directiva son mujeres. El sector con menor participación de la mujer es industrial, donde se indica que es del 10%.

No obstante, este no es el caso del sector salud. Las mujeres representan el 59%



de los profesionales, 53% el de los directivos y el 40% de los miembros de sus juntas directivas. Evidentemente, el sector del cuidado, tan relevante en estos tiempos, está a la delantera en equidad de género.

4. HACER PROPIA LA LUCHA CONTRA LA DISCRIMINACIÓN:

Otra conversación que se está dando a nivel mundial, es la de la crisis social que han traído las cientos de formas de discriminación en pleno siglo XXI. Y las empresas también irán abriendo esta conversación. A hoy, el 1% de los empleados directos de las grandes compañías tienen alguna condición de discapacidad, 6% de la inversión social tiene como prioridad las comunidades étnicas y el 2% se destina a población migrante de Venezuela. Ninguna empresa indicó que su inversión social tuviera dentro de su foco a las comunidades LGBTI.

FICHA TÉCNICA

1. TIPO DE ESTUDIO

Estudio sindicado independiente, realizado por Jaime Arteaga y Asociados (JA&A) en alianza con Semana Sostenible y el apoyo de la Agencia de los Estados Unidos para el Desarrollo – USAID.

2. EMPRESAS PARTICIPANTES

- AC nielsen de colombia
- Accenture
- AES colombia
- Alpina
- Amarilo
- Amgem Biotecnología
- Amway Colombia
- Arrocería la Esmeralda
- Arus
- Audifarma
- Avaya
- Baker Hughes
- Baker Mckenzie
- Banco W.
- Bavaria
- BBVA
- Bristol Myers Squibb
- C.I Banasan
- Cabot colombiana
- Carbones del Cerrejón
- Cargill Colombia
- Carvajal Empaques
- Celsia
- Cementos Argos
- Cemex Colombia
- Cencosud
- Citi Colombia
- Claro Comunicación
- Clínica Universitaria Bolivariana
- Colombina
- Colsubsidio
- Coltejer
- Construcciones el Cóndor
- Coosalud
- Coquecol
- Davivienda
- Directv
- Drummond
- Ecodiesel Colombia
- Ecopetrol
- Enel (Enelcodensa y Enelemgesa)
- Esenttia
- Eurocerámica
- Falabella Retail Colombia
- Ford
- Frontera Energy
- FTI
- Fundación las Américas
- General Motors Colombia
- Grupo Banacol
- Grupo Bancolombia
- Grupo Bios
- Grupo de inversiones Suramericana
- Grupo Energía de Bogotá
- Grupo Éxito
- Grupo Nutresa
- Grupo Prodeco
- Grupo Réditos
- Halliburton
- Harinera del valle
- Hocol
- Hospital universitario San Ignacio
- Incolmotos Yamaha
- ISA
- Itaú corpbanca Colombia
- Johnson & Johnson
- Kimberlyclark
- Compañías Muzo
- Louis Dreyfus Company Colombia
- Mansarovar Energy
- Microsoft
- Mineros
- Natura Cosméticos
- Occidental de Colombia
- Oleoducto Central
- Oracle
- Organización Corona
- Organización Terpel
- Pavco Wavin
- Pepsico Colombia
- Pfizer
- Postobón
- Prabyc Ingenieros
- Procafecol
- Productos Roche
- Promigas
- Refinería de Cartagena
- Ingenio Riopaila
- Sacyr
- SAP Colombia
- Scotiabank Colpatría
- Servióptica
- Smurfit Kappa
- Sucroal
- Telefónica | Movistar
- Tetra Pak Colombia
- Tigo Colombia
- Unibán
- Universidad Cooperativa de Col.
- Universidad EAFIT
- Vidrios Andino
- ZIJIN - Continental Gold

3. RECOLECCIÓN Y VALIDACIÓN DE LOS DATOS

El formulario es diligenciado por los líderes de las áreas de sostenibilidad y responsabilidad corporativa de las empresas. Luego los datos son verificados en su consistencia, por el equipo de la Subdirección de Reputación Corporativa de JA&A.



4. PERIODO DE RECOLECCIÓN

3 de febrero- 30 de mayo de 2020. Las variables corresponden al desempeño del año inmediatamente anterior.