

Programa de Mentoría de FA-a-FA entre la Fundación Natura Panama y el Fondo de las Américas del Perú (FONDAM)

Proyecto K: RedLAC-CAFÉ Proyecto Conocimiento para la Acción

Fondo mentor:

Fundación Natura Panama

Fondo aprendiz:

Fondo de las Américas del Perú (FONDAM)

Tema:

Estrategias de comunicación

Fecha de elaboración:

2016-2018



Caso de Estudio

Programa de Mentoría de FA-a-FA entre la Fundación Natura Panama y el Fondo de las Américas del Perú (FONDAM)

1. Resumen Ejecutivo

Con esta tutoría entre pares (Componente 2 del proyecto K), el FONDAM busca desarrollar una estrategia a corto plazo para publicitar sus servicios y experiencias a través de las redes sociales (Facebook and LinkedIN) y la página web. A largo plazo, esta estrategia logrará que se promueva la recaudación de fondos del sector privado para la implementación de proyectos de adaptación al cambio climático a través de un mecanismo financiero (ver Box I).

Cuando el FONDAM presentó la solicitud de financiamiento (Proyecto K-Tutoría) el objetivo inicial era desarrollar el mecanismo financiero con un banco peruano; es decir, lo que ahora se presenta como estrategia a largo plazo en el Box I. En este contexto, el FONDAM esperaba desarrollar el mecanismo aplicando la experiencia y lecciones aprendidas de otro fondo ambiental latinoamericano, la Fundación Natura (NATURA) de Panamá. Este fondo y el Banco BANISTMO lanzaron en marzo del 2015 una tarjeta de crédito Visa con la que más de 6,000 clientes del banco actualmente hacen donaciones voluntarias programas de reforestación que ejecuta NATURA en la cuenca del canal de Panamá. Las contribuciones consisten en montos anuales de US\$ 55, donaciones recurrentes de US\$ 1, US\$3 y US\$5, e inclusive “gotitas”¹. Los clientes que cuentan con la tarjeta BANISTMO-NATURA, no solo contribuyen con la conservación del ambiente sino también reciben descuentos para comprar productos de ecológicos.

Sin embargo, durante la implementación de la tutoría nos encontramos con limitantes a causa de la inestabilidad política del gobierno peruano y, como consecuencia, la reducción de las inversiones en iniciativas novedosas e innovadoras como la presentada en el Box I. Después de varias reuniones con diferentes bancos trabajando en Perú (BANCOLOMBIA, Scotiabank, BBVA Banco Continental Perú and Banco de Crédito del Perú - BCP) y otras organizaciones relevantes (la Asociación de Bancos del Perú - ASBANC y la plataforma de empresas “Líderes + I”), y de contar con los resultados finales del estudio de mercado (Actividad 5), concluimos que el objetivo original de la tutoría no se lograría en el periodo de ejecución previsto. A pesar de esto, hemos identificado un objetivo viable, el que es **sentar las bases para el**

¹ Cada “gotita” se genera por cada dólar, que el cliente genera al usar la tarjeta de crédito de BANISTMO-NATURA. Si los clientes no donan las “gotitas” a Natura, ellos pueden canjear las “gotitas” acumuladas por regalos de un catálogo diseñado exclusivamente para esta iniciativa.

establecimiento de una “tarjeta de débito o crédito” en Perú con gestión de las redes sociales (Facebook y LinkedIn) y la página web. Esta fue la nueva meta planificada y aprobada por NATURA y FUNBIO.

Se debe resaltar que, aunque el potencial para lograr el objetivo inicial de desarrollar un mecanismo financiero es ahora es un objetivo a largo plazo. FONDAM continuará las gestiones para lograrlo cuando se reduzca la inestabilidad política y se puedan hacer alianzas con empresas ambientalmente responsables. Como paso adicional en esa dirección, FONDAM ha conseguido una alianza de cooperación estratégica con la ONG ANIA para promover en forma conjunta el mecanismo de financiamiento “Bono por Servicios Ambientales en Valores y Educación” (Bono Save) y el mecanismo de compensación de huella de Carbono “Carbono por Educación”. En ambos casos, se busca presentar estas propuestas ante las empresas privadas y recaudar fondos para mejorar áreas verdes o naturales donde niñas, niños y jóvenes puedan jugar, aprender y emprender.

La principal lección aprendida es que se para este tipo de metas a largo plazo se requieren estrategias de corto y mediano plazo. En el corto plazo, es importante que el manejo de las redes sociales y la imagen pública sea eficiente para que las bases a sentarse sean fuertes. Mientras tanto, es importante enfocarse no solo en conseguir bancos como socios sino también se pueden conseguir alianzas con empresas privadas ambientalmente responsables y ONGs para hacer alianzas de cooperación estratégica. En nuestro caso, como una estrategia de mediano plazo, se capacitará a personal de FONDAM para garantizar la sostenibilidad de la propuesta.

Box 1. Mecanismo Financiero

El Mecanismo Financiero propuesto se crearía en cooperación entre el FONDAM, un banco peruano, los clientes de este banco y una comunidad rural. Los clientes harían contribuciones usando sus “tarjetas de crédito y débito verdes” (propuestas en el Gráfico 1), que se almacenarían en un “fondo verde” para financiar proyectos de adaptación al cambio climático en comunidades.

Gráfico 1. Modelo de Tarjetas



El funcionamiento del Mecanismo Financiero se puede ver en el Gráfico 2. El Comité Técnico estaría conformado por el FONDAM y el banco peruano, y se encargarían de decidir el uso del fondo verde de acuerdo a criterios técnicos. Los clientes del banco, donantes del fondo verde, serían informados sobre las actividades y los logros en la implementación del proyecto sostenible de adaptación al cambio climático a favor de una comunidad, a través de reportes, de las redes sociales y de la página web:

Graphic 2. Functioning of the Financial Mechanism



2. Antecedentes (contexto)

El Fondo de las Américas del Perú (FONDAM) creado el 26 de junio de 1997, es una organización de derecho privado con fines de interés público con autonomía técnica, económica y administrativa, que se encarga de la administración de los Recursos del Canje de deuda en el marco del Convenio suscrito entre los Gobiernos del Perú y de los Estados Unidos de América. El primer Canje de Deuda fue aprobado en el año 1997 para financiar proyectos en las áreas temáticas de Medio Ambiente y de Supervivencia y Desarrollo Infantil. El segundo fue aprobado en el año 2008, para apoyar la Conservación de Bosques Tropicales.

El FONDAM ha financiado activamente iniciativas, que generan el desarrollo de oportunidades para las personas más necesitadas de nuestra sociedad. Desde su creación, entre proyectos cerrados y en ejecución, ha gestionado más de 640 proyectos. Más información acá: <http://www.fondoamericas.org.pe/>

La Fundación para la Conservación de los Recursos Naturales, NATURA es una organización sin fines de lucro establecida legalmente el 28 de marzo de 1991. NATURA administra fondos dedicados a la ejecución planes y programas para la protección y conservación del patrimonio natural de Panamá, con los cuales apoya directamente iniciativas ambientales a través del Programa de Donaciones a las ONG y afines. Además, desde 1995 Natura es responsable del Fideicomiso Ecológico de Panamá (FIDEICO), y a partir del 2003 es el administrador de los Canjes de Deuda por Naturaleza para el Parque Nacional Chagres y Parque Nacional Darién respectivamente. En el 2015 se acredita como la Entidad Nacional Implementadora del Fondo de Adaptación.

En 27 años ha financiado más de 300 proyectos, beneficiando a más de 60,000 personas en forma directa, en acciones ejecutadas en las 10 provincias y en 10 de las 52 cuencas hidrográficas del país y 36 áreas protegidas. Más información acá: <http://www.naturapanama.org/>

3. Objetivo de la tutoría

El objetivo de la tutoría es **sentar las bases para el establecimiento de una “tarjeta de débito o crédito” en Perú con gestión de las redes sociales (Facebook y LinkedIn) y la página web.**

FONDAM buscó fortalecer su capacidad de apalancamiento de recursos, para seguir contribuyendo a su trabajo en áreas rurales con el enfoque en temas de ambientales, específicamente en la adaptación al cambio climático. El equipo del FONDAM para esta tutoría estuvo interesado en mejorar y desarrollar nuestra organización, especialmente para incrementar nuestras capacidades en la creación de mecanismos financieros innovadores. Al mismo tiempo, esta tutoría provee una oportunidad para que el equipo de NATURA incremente sus habilidades como mentor, y al mismo tiempo se brinda la oportunidad de evaluar la potencialidad de adaptación y replicabilidad de su mecanismo financiero en otros países de Latinoamérica.

El objetivo de NATURA como mentor fue de proveer sus conocimientos, experiencia y lecciones aprendidas en la implementación de su mecanismo financiero NATURA-BANISTMO, el que a la fecha ha tenido éxito en Panamá. Este mecanismo establecido por la marca compartida con el acuerdo de tarjeta BANISTMO busca promover la colaboración permisible en proyectos o programas que apoyen iniciativas que protejan los ecosistemas, su biodiversidad y los recursos naturales de Panamá en las áreas que NATURA ha establecido como prioritarias.

Estos actores principales, FONDAM como principiante y NATURA como mentor, tienen objetivos específicos que se representan ver en el **Gráfico 3.**

Gráfico 3. Tutoría EL FONDAM – NATURA



4. ¿Qué hicimos? Nuestro enfoque

El FONDAM aprovechó el conocimiento, experiencia y las lecciones aprendidas de NATURA en el establecimiento e implementación de su mecanismo financiero con Banco BANISTMO en Panamá (Actividades 2 y 4; ver **Foto 1**).

Foto 1. Representantes de NATURA y EL FONDAM en Panamá



Autor: FONDAM

Este mecanismo NATURA – BANISTMO fue presentado por EL FONDAM a potenciales socios en Perú para así poder demostrar que este concepto de mecanismo financiero ya es exitoso a nivel internacional. Además, se llevó a cabo una investigación de mercado (Actividad 5) sobre la aceptabilidad de un mecanismo financiero de este tipo en el mercado limeño y sobre el conocimiento que el público en general tiene sobre el FONDAM. Aunque los resultados fueron positivos a nivel general, esta investigación encontró que la disponibilidad a pagar, o donar en este caso, para proyectos de desarrollo, no era lo que los bancos esperaban para tomar la decisión de invertir tiempo y recursos en este mecanismo financiero innovador. Por esta razón, el FONDAM puso esfuerzo extra para lograr el objetivo de la experiencia de tutoría.

Para ampliar la visibilidad del FONDAM como un exitoso gestor de proyectos e infundir confianza con los socios potenciales (bancos peruanos, otras organizaciones privadas, NGOs, organizaciones de base y gobiernos locales), el FONDAM desarrolló una publicación (Actividad 3; ver **Gráfico 4.**), y mostrar más de 60 historias de éxito de proyectos implementados con recursos del FONDAM a nivel nacional: en la costa, Andes y Amazonía peruana.

Gráfico 4. Publicación de proyectos exitosos de desarrollo rural



“ Se debe resaltar que, aunque el potencial para lograr el objetivo inicial de desarrollar un mecanismo financiero es ahora un objetivo a largo plazo. FONDAM continuará las gestiones para lograrlo cuando se reduzca la inestabilidad política y se puedan hacer alianzas con empresas ambientalmente responsables ”

Al mismo tiempo, el FONDAM ha preparado tres documentos para identificar un piloto para presentarlo a los representantes de los bancos y actores claves:

- **Línea Base** para identificar las regiones político-geográficas con los riesgos más altos al cambio climático en Perú como línea base de la situación actual a nivel nacional. Esta información se cruzó con la lista de las ONGs y ejecutores de proyectos, que han recibido financiamiento del FONDAM, y que han implementado exitosamente proyectos sostenibles en temas relacionados a la adaptación al cambio climático en los últimos tres años. De acá se identificaron dos regiones para el desarrollo del Programa de Inversión.
- **Programa de Inversión** diseñado por la Cámara Nacional Forestal (CNF) para identificar líneas de intervención, que encajen con los ejes estratégicos de los planes de desarrollo de los gobiernos regionales de Huánuco y Pasco, seleccionados en la línea base.
- **Proyecto priorizado / Proyecto Piloto** (Perfil de Proyecto y Plan Operativo) en el distrito de Puerto Inca, región Huánuco, diseñado para mejorar la conectividad, la infraestructura de caminos del Centro Poblado Puerto Sira (ver Foto 2), con un enfoque de adaptación al cambio climático y con una tecnología innovadora a base de látex de shiringa. Este proyecto se priorizó de la lista propuesta en el Programa de Inversión.

Foto 2. Camino a ser mejorado con el Proyecto priorizado



Autor: CNF

Durante este periodo, FONDAM tuvo reuniones regulares con actores clave, para hacer networking con empresas privadas y otros actores clave, para presentar este mecanismo financiero innovador (Actividad 7). Al mismo tiempo, el FONDAM mejoró su visibilidad en las redes sociales, Facebook (ver **Foto 3**; Actividad 11), LinkedIn (ver **Foto 4**; Actividad 11), y su renovada página web (ver **Foto 5**; Actividad 11).

Foto 3. Captura de pantalla de la página de Facebook del FONDAM



Foto 4. Captura de pantalla de la página de LinkedIn del FONDAM

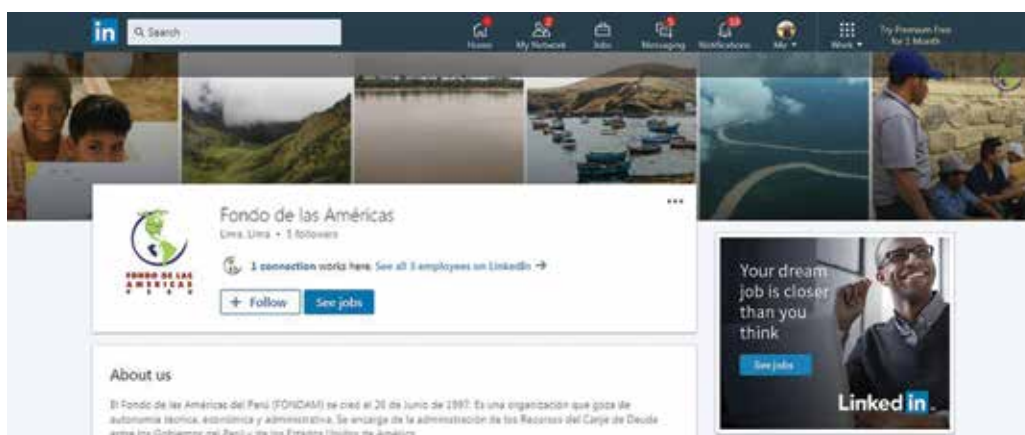


Foto 5. Captura de pantalla de la renovada página web del FONDAM

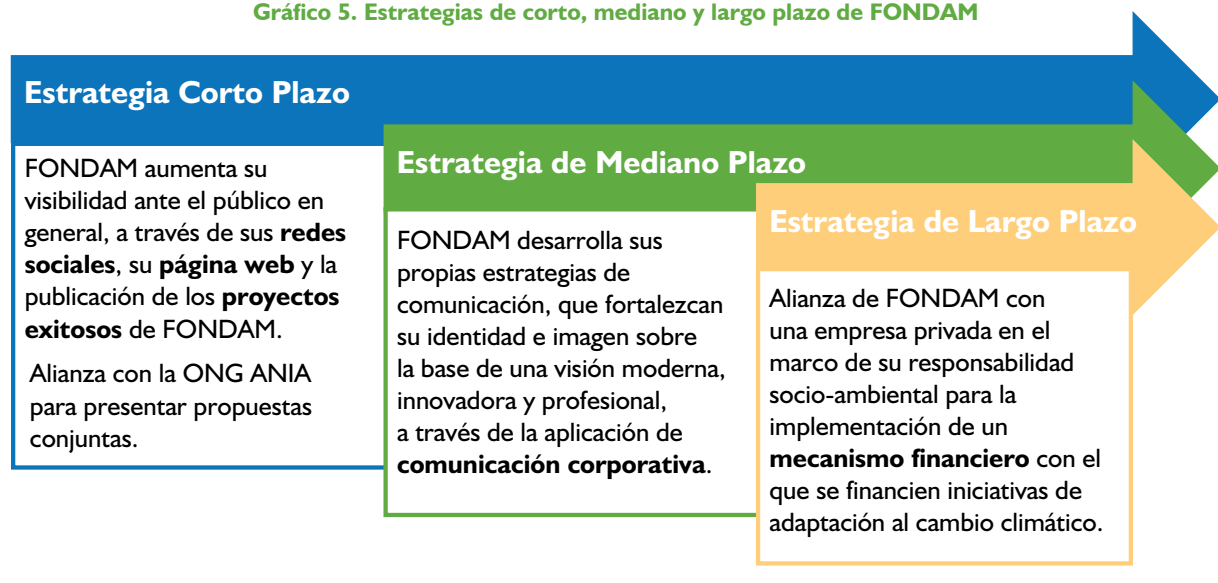


De esta manera FONDAM publicita sus servicios y experiencias en el corto plazo. La sostenibilidad a largo plazo se garantiza porque dos profesionales de FONDAM se capacitan en comunicación corporativa en una universidad peruana ESAN (en el mediano plazo, en el 2019) para así consolidar FONDAM como una organización competitiva sobre la base de una visión moderna, innovadora y profesional.

FONDAM ha conseguido una alianza de cooperación estratégica con la ONG ANIA para promover en forma conjunta el mecanismo de financiamiento “Bono por Servicios Ambientales en Valores y Educación” (Bono Save) y el mecanismo de compensación de huella de Carbono “Carbono por Educación”. En ambos casos, se busca presentar estas propuestas conjuntas ante las empresas privadas, y así recaudar fondos para implementar Tierras de Niños (TiNi). Una TiNi es un área verde o natural otorgada a las niñas, niños y jóvenes, crían la vida y la biodiversidad; juegan, aprenden y emprenden, empoderándose como agentes de cambio y generando bienestar para ellos mismos, las demás personas y la naturaleza.

Como se puede ver en **Gráfico 5**, con estrategias de corto y mediano plazo, a largo plazo FONDAM será capaz de desarrollar una cooperación formal con empresas privadas para la implementación del mecanismo financiero.

Gráfico 5. Estrategias de corto, mediano y largo plazo de FONDAM



5. Los Retos

Uno de los principales retos de la cooperación para la tutoría FONDAM-NATURA ha sido la distancia geográfica para coordinar las reuniones entre ambas organizaciones. Skype se volvió un aliado para superar este obstáculo.

El reto de obtener una respuesta positiva de un banco peruano para implementar el mecanismo financiero fue la razón por la que el FONDAM solicitó enmiendas a los Términos de Donación para ampliar el plazo de implementación. En el marco de las dificultades encontradas en el estudio de Mercado (ver Sección 4), FONDAM propuso un cambio del objetivo, actividades y presupuesto (ver Sección 3). Al inicio de la tutoría, en el año 2016, la idea era desarrollar una cooperación entre un banco peruano y el FONDAM para apoyar la adaptación al cambio climático de una comunidad vulnerable a través de un mecanismo financiero creado en Panamá, y adaptado a la realidad peruana. El mecanismo se enfocaría en buscar replicar la iniciativa de la tarjeta de crédito Visa NATURA-BANISTMO, por la que los clientes del banco BANISTMO dan aportes económicos voluntarios (ver Box 1), para llevar a cabo diferentes actividades para proteger los ecosistemas, la biodiversidad y los recursos naturales de Panamá. Sin embargo, la disponibilidad a pagar de los peruanos a una iniciativa de este tipo, es muy baja por la inestabilidad política y social, lo que no causa seguridad en los bancos. Además, en la investigación de mercado (Actividad 5) encontró un bajo compromiso a donar para la conservación o el mejoramiento del medio ambiente, de acuerdo a las expectativas de los bancos. El público, que participaría en un mecanismo financiero como el propuesto pertenecería a un mercado nicho.

Después de varias reuniones con diferentes representantes de bancos (BANCOLOMBIA, Scotiabank, BBVA Banco Continental Perú y Banco de Crédito del Perú - BCP) y otras organizaciones relevantes (la Asociación de Bancos del Perú - ASBANC y la plataforma de empresas “Líderes + I”), y tras recibir el feedback de sus representantes, el equipo del FONDAM preparó una propuesta de cambio a la Experiencia de Tutoría FONDAM-NATURA para ser discutida con FUNBIO. La nueva estrategia se enfocó en marketing por las redes sociales. Se debe resaltar que

el FONDAM es una organización conocida entre ONGs y organizaciones de cooperación para el desarrollo en Perú, pero los ciudadanos normales tienen muy poco o nada de conocimiento y, por ende, no están seguros de hacer contribuciones. Es decir, que con el nuevo enfoque el FONDAM amplía su mercado nicho, gente que desconoce de proyectos de desarrollo u organizaciones de desarrollo trabajando en Perú, captando al público general. Esta situación conllevó a un nuevo plan, cuya implementación es lo que se presenta en este documento.

Durante la implementación del nuevo plan, el consultor de marketing por las redes sociales identificó que para el caso del FONDAM sería importante participar en el evento Nexos + I², una plataforma para hacer networking entre empresas ambientalmente responsables. Después de las reuniones con estos socios potenciales de Nexos+ I, se podrían encontrar sinergias y nuevas iniciativas conjuntas, y de esta forma el consultor podría diseñar una estrategia de mercado a la medida. Esto no fue posible en la implementación del Proyecto, porque la penúltima enmienda fue al 20 de octubre de este año, y Nexos+ I se llevaba a cabo pasada esa fecha. Por eso es que esta consultoría solo pudo terminar con el primer producto de tres y se tuvo que rescindir el contrato para cumplir con los plazos indicados en el contrato con FUNBIO. Aunque no se concluyó con una estrategia a la medida del FONDAM, es gracias a esta consultoría que el FONDAM maneja las redes sociales de manera más eficiente y tiene más visibilidad frente a sus socios y al público en general. En último periodo adicional brindado al 20 de diciembre, se ha renovado la página web, lo que ha refrescado y modernizado la imagen del FONDAM. Asimismo, en el marco de la última enmienda, dos profesionales de FONDAM serán capacitados en comunicación corporativa para dar continuidad a la estrategia a largo plazo.

En conclusión, el FONDAM debe continuar con las actividades del manejo de las redes sociales y página web, así como recibir los conocimientos de la capacitación en comunicación corporativa para seguir ampliando y fortaleciendo su nicho de mercado. Es un logro adicional el haberse aliado con la ING ANIA para presentar iniciativas conjuntas para recaudar fondos para TiNis (ver Sección 4). De esta forma FONDAM se está consolidando en el panorama del sector privado como un exitoso gestor de proyectos sostenibles, especialmente de adaptación al cambio climático en comunidades vulnerables, a través de un Mecanismo Financiero.

6. ¿Qué pasó?

El FONDAM está implementando una estrategia a corto plazo para publicitar sus servicios y experiencia a través de las redes sociales, Facebook y LinkedIn, y la página web. De esta manera, cuando el país se encuentre

más estable para los inversores del sector privado (bancos y/u otro tipo de empresas), el FONDAM ya estará consolidado en el panorama como un exitoso gestor de proyectos de proyectos sostenibles, especialmente para la adaptación al cambio climático.

A nivel general, esta experiencia de tutoría FONDAM-NATURA está logrando resultados a corto plazo para ser capaz de trabajar con el sector privado a largo plazo. En el largo plazo, se logrará una alianza con bancos u otro tipo de empresas para la implementación de proyectos de adaptación al cambio climático. Los resultados específicos para este propósito están listados acá:

- Se han seleccionado grupos clave de organizaciones (miembros de Perú 2021, Perú Emprende y participantes de Nexos+ I).
- Se cuenta con una estrategia de corto plazo para mejorar la visibilidad en las redes sociales: Facebook y LinkedIn, y la renovada página web.
- También es necesaria la publicación de proyectos exitosos de desarrollo rural en la que se presentan más de 60 casos, y así demostrar la experiencia de FONDAM y generar confianza en los potenciales socios.
- El FONDAM ha desarrollado un mecanismo financiero, adaptado a la realidad peruana, y la cuál se puede llevar a cabo después de la implementación de corto plazo de la estrategia para aumentar la visibilidad.
- FONDAM ha logrado una alianza de cooperación estratégica con la ONG ANIA para la recaudación de fondos para TiNis.
- En el largo plazo, FONDAM y un aliado del sector privado (banco u otro tipo de empresa) implementarán el mecanismo financiero, y recibir donaciones fijas mensuales o anuales, voluntarias, esporádicas, puntos y hasta millas. De esta forma se podrán implementar proyectos de adaptación al cambio climático, localizadas en comunidades vulnerables al cambio climático.

NATURA y FONDAM inicialmente esperaban completar el proceso hasta el lanzamiento del mecanismo financiero (tarjetas de crédito o débito) en Perú; sin embargo, por las causas no atribuibles al mentor y al principiante, no fue posible lograrse en el tiempo establecido para esta tutoría. De acuerdo a la evaluación de la situación, el FONDAM se encuentra en camino a lograr las alianzas y, a largo plazo, conseguir implementar el mecanismo financiero.

7. Beneficios observados

El FONDAM, como principiante fortalece las habilidades de NATURA como mentor. De su lado, NATURA como mentor transfiere sus conocimientos, experiencia y lecciones aprendidas a FONDAM. Al mismo tiempo, el

² <https://nexosmasuno.pe/>

“ **A nivel general, esta experiencia de tutoría FONDAM-NATURA está logrando resultados a corto plazo para ser capaz de trabajar con el sector privado a largo plazo. En el largo plazo, se logrará una alianza con bancos u otro tipo de empresas para la implementación de proyectos de adaptación al cambio climático.** ”

FONDAM ha contactado a diferentes bancos, y aunque las respuestas no han sido positivas para implementar el mecanismo, el FONDAM se ha hecho visible frente a estas organizaciones y han llegado a conocer quién es FONDAM, lo que hace, y cómo serían las potenciales sinergias.

El FONDAM ha mejorado su manejo de las redes sociales a través del mapeo de los actores relevantes y la presentación del modelo de emprendimiento. La actualización del diseño y contenidos de las páginas de Facebook, LinkedIn y web ha mejorado la apariencia de FONDAM para el público en general. Es importante mencionar, que a través de las redes sociales y con las nuevas estrategias, se muestran los proyectos sostenibles gestionados. También ha conseguido una alianza estratégica con la ONG ANIA para recaudar conjuntamente para la implementación del mecanismo de financiamiento “Bono por Servicios Ambientales en Valores y Educación” (Bono Save) y el mecanismo de compensación de huella de Carbono “Carbono por Educación”.

Adicionalmente, considerando que el marketing por las redes sociales alcanza al público en general, esta publicidad beneficia a iniciativas de otras organizaciones y no solo a las de FONDAM, al incrementar el conocimiento sobre proyectos sostenibles, y sensibilizar sobre la importancia de este tipo de iniciativas.

8. Retos pendientes

Perú aún está aún enfrentando una turbulencia política y se encuentra en el medio de una transición a nuevos gobiernos locales a nivel nacional. Como fue mencionado antes, en esta etapa, el FONDAM está llevando a cabo una estrategia a corto plazo tener una alta visibilidad en las redes sociales: Facebook y LinkedIn, así como en la página web. Pero será un logro de largo plazo el lograr implementar el mecanismo financiero propuesto adaptado.

Cuando llegue el momento correcto para que las empresas ambientalmente responsables, el FONDAM y sus socios deberán dar una nueva mirada al panorama político, económico y social. Este proceso demandará menos esfuerzo para FONDAM, y en este punto, FONDAM ya contará con experiencia previa de esta tutoría, dos pro-

fesionales capacitados en comunicación corporativa para sobrellevar los nuevos retos, y una alianza estratégica con la ONG ANIA para garantizar el conocimiento e implementación exitoso de mecanismos financieros.

9. Puntos claves de práctica (lecciones aprendidas)

Las lecciones aprendidas están detalladas acá:

- Los clientes potenciales, quiénes puede hacer donaciones, pertenecen a un mercado nicho de personas ya trabajando en organizaciones por el desarrollo sostenible. Este nicho es muy pequeño para que los bancos hagan una inversión de tiempo y recursos en este periodo actual. Por lo tanto, es necesario una estrategia de largo plazo incrementar la visibilidad de el FONDAM y su experiencia en la conciencia del público en general, y consolidarse en el panorama del sector privado como un exitoso gestor de proyectos sostenibles de adaptación al cambio climático en comunidades vulnerables.
- EL FONDAM tiene una lista de socios potenciales en la que no solo se enfoca en bancos sino también en empresas apropiadas con responsabilidad ambiental. Así cuenta con más opciones para conseguir contribuciones con los que se implementen proyectos de desarrollo sostenible. Por eso consideramos mantener los ojos abiertos a la adaptación de las propuestas para lograr los objetivos.
- Un manejo eficiente de las redes sociales y la página web brinda visibilidad a las iniciativas del FONDAM para el desarrollo sostenible, a la vez que amplía y fortalece su mercado nicho.
- En este contexto, es importante que el equipo del FONDAM, al no tener área de comunicaciones, maneje eficientemente de las redes sociales y su marketing, y en general, aplique comunicación corporativa. De esta forma el FONDAM no se apoya en agentes externos o temporales (consultores).

