



CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA



CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA



CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA



CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA



CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA



CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA

MIC
f
58
Ej.2

XICANO
NT



CENTRO MEXICANO

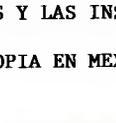


CENTRO MEXICANO
LA FILANTROPIA

**INVESTIGACION SOBRE:
LAS EMPRESAS Y LAS INSTITUCIONES
FILANTROPIA EN MEXICO**



CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA



CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA



CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA



CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA



CENTRO DE INFORMACION
FILANTROPICA
CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA



CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA



CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA



CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA



CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA



**CENTRO MEXICANO
PARA LA FILANTROPIA**



Las empresas y las instituciones filantrópicas en México

**INVESTIGACION SOBRE:
LAS EMPRESAS Y LAS INSTITUCIONES
FILANTROPICAS EN MEXICO**

OBJETIVOS

1. Elaborar un diagnóstico, sobre el apoyo financiero que dan las grandes empresas nacionales y extranjeras residentes en México, a las Instituciones Filantrópicas del país.
2. Analizar las motivaciones que tienen las grandes empresas, para canalizar donativos a las Instituciones de Ayuda Social.

SELECCION DE LA MUESTRA

De las 500 Empresas más importantes de México manejadas por la Revista Expansión, se eligieron 300 empresas, ya que una buena de las mismas, pertenecen a un Grupo u otorgan sus donativos a través de él.

TIEMPO DE APLICACION DE LA ENCUESTA

El período de recabación de datos fue octubre a diciembre de 1993.

TECNICAS DE RECABACION DE INFORMACION

Cuestionarios de 10 preguntas a informantes calificados: responsables de las áreas de otorgamiento de donativos de las empresas. La aplicación de cuestionarios se realizó vía fax.

Posteriormente se hizo un seguimiento vía telefónica.

INDICE DE RESPUESTA

De 300 encuestas enviadas, respondieron 144 empresas, lo que equivale a un índice de respuesta del 48%



RESULTADOS

1. ¿ Su empresa suele dar aportaciones económicas en favor de las Instituciones de Ayuda Social ?

Si	127	88.2 %
No	17	11.8 %

2. ¿ Qué porcentaje de las utilidades anuales de su empresa (antes de pago de impuestos), aporta a las Instituciones de Ayuda Social ?

Menos del 0.5 %	57	44.9 %
Entre 0.5 % y 1 %	26	20.5 %
Más del 1 %	14	11.0 %
No Respondió	30	23.6 %

3. ¿ Con qué frecuencia su empresa aporta donativos a las instituciones de ayuda social ?

Cada Año	43	33.9 %
Esporádicamente	37	29.1 %
Cada tres meses	19	15.0 %
Cada Mes	13	10.2 %
Cada Semestre	11	8.7 %
No Respondió	4	3.1 %

4. ¿ A qué tipo de instituciones canaliza su empresa recursos financieros?

Asistenciales	111
Promoción del Desarrollo	68
Instituciones Gubernamentales	21

5. ¿ A qué áreas de trabajo social canaliza sus donativos ?

Salud	103
Educación	99
Ecología	55
Arte y Cultura	45
Deporte	36
Ciencia y Tecnología	29
Derechos Humanos	17
Vivienda	14

6. ¿ Qué área administrativa dentro de su empresa maneja los donativos ?

AREA	FRECUENCIA	PORCENTAJE
DIRECCION OBERNAL	36	28.35 %
RELACIONES PUBLICAS Y COMUNICACION	16	12.60 %
FUNDACION	12	9.45 %
PRESIDENCIA Y VICEPRESIDENCIA DEL CONSEJO	11	8.66 %
DIRECCION DE RECURSOS HUMANOS	11	8.66 %
DIRECCION DE ADMINISTRACION	7	5.51 %
DIRECCION DE FINANZAS	7	5.51 %
NO CONTESTO	5	3.91 %
DIRECCION DE DONATIVOS	4	3.15 %
GERENCIA GENERAL	4	3.15 %
COMITE DE DONATIVOS	3	2.36 %
DIRECCION DE RELACIONES INDUSTRIALES	2	1.57 %
SOCIOS	2	1.57 %
DIRECCION DE CONTABILIDAD	2	1.57 %
NO ESPECIFICO	2	1.57 %
ASOCIACION CIVIL	1	.79 %
COMITE DIRECTIVO	1	.79 %
COMITE TECNICO DE IMAGEN SOCIAL	1	.79 %

7. ¿ Qué criterios que utiliza su empresa para seleccionar a la institución a la que canaliza sus donativos ?

CRITERIOS	FRECUENCIA
QUE REALICE OBRAS CON IMPACTO SOCIAL	32
QUE SEA SERIA Y EFICIENTE	26
QUE ESTE LEGALMENTE CONSTITUIDA ANTE LA SICP	21
QUE TRABAJE EN LAS AREAS DE EDUCACION O SALUD	16
QUE CUENTE CON FOCOS RECURSOS FINANCIEROS	11
HAY UNA AREA DENTRO DE LA EMPRESA QUE DEFINE LOS CRITERIOS	14
QUE TENGA EXPERIENCIA EN EL MANEJO DE DONATIVOS: QUE LOS MANEJE CON TRANSPARENCIA	13
QUE SEA UNA INSTITUCION CONOCIDA CON LA QUE HAYA RELACION Y AMISTAD	13
QUE TENGA OBJETIVOS CLAROS	9
QUE REALICE OBRAS SOCIALES EN LA REGION DONDE SE LOCALIZA LA EMPRESA	8
QUE REALICE SOLICITUDES POR ESCRITO	6
QUE REALICE OBRAS ASISTENCIALES	6
QUE TRABAJE CON GENTE NECESITADA	4
QUE TRABAJE EN FAVOR DE LA ECOLOGIA	4
QUE BENEFICE A LOS TRABAJADORES DE LA EMPRESA	2
QUE LOGRE BUENOS RESULTADOS Y QUE LOS DEMUESTRE	2
QUE SE ENTREVISTA CON LA EMPRESA	2
NO EXISTE CRITERIO ALGUNO	2
QUE LA EMPRESA TENGA UTILIDADES	1
QUE SE LE APLIQUE UN ESTUDIO SOCIO-ECONOMICO	1
QUE FORME BUENOS CIUDADANOS	1

8. ¿ Enumere por orden de importancia, las razones por las que su empresa aporta donativos a las instituciones de ayuda social ?

RAZONES	1 LUG	2 LUG	3 LUG	4 LUG	5 LUG
Generosidad	9	34	11	10	0
Deduccion de Impuestos	1	5	21	23	1
Imagen	6	19	21	14	0
Resp. Civica	97	8	0	2	0
Otros	4	2	1	0	0
Total	117	68	54	49	1

9. ¿ Si su empresa no da aportaciones a la ayuda social, exponga sus razones, por orden de importancia ?

RAZONES	1 LUGAR	2 LUGAR
Porque no cuenta con recursos	7	1
Por otras razones	5	1
No Contestó	5	
Total	17	2

10. ¿ Explique cuáles serían los requisitos que su empresa plantearía para aportar donativos a las instituciones de ayuda social ?

REQUISITOS	FRECUENCIA
QUE ESTE LEGALMENTE CONSTITUIDA ANTE LA SHCP	40
QUE DE A CONOCER SUS OBJETIVOS, FINES, PROGRAMAS Y PROYECTOS	23
QUE TENGA IMPACTO SOCIAL	17
QUE SEA SERIA Y EFICIENTE	16
QUE REALICE UNA SOLICITUD POR ESCRITO	14
QUE UTILICE BIEN LOS DONATIVOS: QUE LOS MANEJE CON TRANSPARENCIA	12
QUE LA EMPRESA GENERE UTILIDADES	9
QUE CAREZCA DE RECURSOS FINANCIEROS	6
QUE TENGA RESULTADOS CLAROS Y MEDIBLES	4
QUE AYUDE A LA POBLACION MAS NECESITADA	2
QUE TRABAJE EN FAVOR DE LA EDUCACION	2
QUE NO TENGA FINES POLITICOS	2
NO SABE	2
QUE SE LE APLIQUE UN ESTUDIO SOCIO-ECONOMICO	1
INSTITUCION CONOCIDA POR LA EMPRESA	1
QUE CUENTE CON EL APOYO DE OTRAS EMPRESAS	1
QUE REALICE OBRAS ASISTENCIALES	1
QUE TRABAJE EN LA REGION DONDE SE LOCALIZA LA EMPRESA	1

CONCLUSIONES

1. Las grandes empresas que respondieron la encuesta, en su mayoría, mostraron una participación activa en la Ayuda Social, a través del otorgamiento de donativos económicos a las Instituciones Filantrópicas del país.

Sería necesario elaborar nuevos estudios para conocer los patrones de canalización de donativos en las empresas medianas y pequeñas.

2. Por la práctica administrativa que tienen las empresas, podemos deducir que si tienen una política de otorgamiento de donativos, ya que dos terceras partes tienen tiempos muy claros para canalizar recursos económicos a la ayuda social. Aún así, quedan tareas por hacer, es necesario invitar a las empresas que dan ayuda esporádicamente, a que se sumen a esta práctica del dar, convenciéndolas para que aporten recursos financieros con mayor frecuencia a la Ayuda Social.
3. Casi tres cuartas partes de las empresas que declararon otorgar donativos, mostraron apertura para responder la delicada pregunta de cuánto dan. Una cuarta parte de las empresas no respondió. Las hipótesis que pueden dar respuesta a este silencio por parte de las empresas son:
 - a) Las cifras de donativos otorgados son información confidencial.
 - b) Los datos no proporcionados en cuanto a donativos, muestran que la empresa no tiene una política definida de otorgamiento de donativos.
4. Casi la mitad de las empresas dan menos del 0.5 % de sus utilidades anuales. Sin embargo, la tendencia en algunos países es aportar como mínimo el 1 % de sus utilidades anuales, en México aún queda mucho por hacer para fijar un estándar mayor.
5. Son muy diversas las áreas administrativas dentro de las empresas que manejan los donativos, sin embargo en más de una cuarta parte de las mismas, es la Dirección General la que maneja los donativos. Si profundizamos más, en casi la mitad de las empresas, los donativos los maneja el Consejo o la Dirección General, es decir las altas jerarquías de la estructura empresarial.

Tan sólo una sexta parte de las empresas han creado áreas especiales para el manejo de donativos. Estos datos arrojan la siguiente hipótesis:

- a. Las áreas que manejan los donativos en las empresas mexicanas, no han sido creadas exclusivamente para este fin.

6. Las empresas que canalizan donativos, apoyan en primer lugar a las Instituciones Asistenciales, en segundo lugar a las Instituciones de Promoción del Desarrollo y en último lugar a las Instituciones Gubernamentales de Ayuda Social. Sería importante analizar por qué razones las empresas no están muy interesadas en apoyar a Instituciones de Promoción del Desarrollo, ya que éstas también realizan tareas de gran impacto social.
7. La mayor parte de las empresas que otorgan donativos los canalizan, primordialmente, a las áreas de Salud, Educación y Ecología. Es necesario que las empresas apoyen también otras áreas, es importante estudiar por qué no le interesa al Sector Privado apoyar otro tipo de necesidades sociales.
8. Los principales criterios que utiliza la empresa para seleccionar a las Instituciones Filantrópicas a las que otorga donativos son:
 - a. El impacto social de la obra que realizan
 - b. La seriedad y eficiencia en su trabajo
 - c. Su registro ante la SHCP
 - d. El apoyo que dan a la Salud y a la Educación
 - e. La falta de recursos financieros que presentan
 - f. Su experiencia en el manejo de donativos
 - g. La relación que han tenido previamente con la empresa

Esta información será de gran utilidad para que las Instituciones de Ayuda Social orienten sus esfuerzos en cubrir estos criterios.

9. Los requisitos que las empresas exigirían a las instituciones para otorgarles donativos, no difieren de los requisitos que actualmente ponen las empresas que ya están canalizando donativos:
 - a. Que estén legalmente constituidas
 - b. Que den a conocer sus objetivos, metas y programas
 - c. Que realicen obras de impacto social
 - d. Que sean serias y eficientes
 - e. Que realicen sus solicitudes formalmente y por escrito
 - f. Que manejen los recursos adecuadamente y con transparencia
10. Más de tres cuartas partes de las empresas que otorgan donativos, argumentan que su principal motivación, es cumplir con una responsabilidad cívica en favor del desarrollo social de México. Es necesario que esta cultura de responsabilidad social se extienda a todo el sector privado, para lograrlo, se requieren importantes programas de concientización empresarial.



Centro de Información Filantrópica



000012904

CENTRO MEXICANO F
MAZATLAN No. 96 COL. C
TELS.: 256-3739, 256-3762

CEMETI

Las empresas



TELAM AGTIA

256-3190