

LAS MEDIANAS EMPRESAS Y LAS INSTITUCIONES NO LUCRATIVAS EN MEXICO

Rosa María Fernández Rodríguez
Septiembre de 1995.

I. JUSTIFICACION

En la historia de México la Iglesia y el Estado han sido, tradicionalmente, los principales actores que se han encargado de atender necesidades sociales. Sin embargo, a partir de la década de los sesenta, la sociedad civil, a través de las organizaciones no lucrativas, esta jugando un papel más activo en la solución de problemas sociales.

El conjunto de instituciones no lucrativas constituye el Sector No Lucrativo o Tercer Sector que actúa complementariamente al gobierno y a la empresa productiva en los rubros sociales.

En las últimas décadas, el crecimiento económico de nuestro país no ha ido aparejado con un equilibrado desarrollo social. La deuda externa de México ascendió a 180 mil millones de dólares y el gasto público social decreció del 49 % al 29% en relación al presupuesto gubernamental total. Como consecuencia de este proceso, en el México de los noventa un cincuenta por ciento de la población vive en condiciones de pobreza.

Los atención de los grandes problemas sociales que enfrenta nuestra nación, desbordan la capacidad del gobierno y la empresa productiva, es aquí donde las organizaciones no lucrativas de la sociedad civil cobran importancia.

El Sector No Lucrativo ha crecido sensiblemente en los últimos años. Actualmente existen más de dos mil trescientas organizaciones legalmente constituidas y autorizadas por la Secretaría de Hacienda y Crédito Público para emitir recibos deducibles de impuestos, pero existen miles de instituciones que realizan trabajo comunitario sin contar con todas las autorizaciones.

Indudablemente, el sector no lucrativo ha contribuido de manera significativa, para promover el desarrollo social de nuestro país, sin embargo enfrenta retos en su proceso de consolidación. Para fortalecerlo es importante atender uno de sus principales problemas: la carencia de recursos financieros.

Las instituciones no lucrativas cuentan con varias fuentes de financiamiento privado: las empresas, las fundaciones y las contribuciones de los particulares.

El financiamiento vía fundaciones mexicanas es insuficiente ya que en el país existen tan solo 12 fundaciones que se dedican exclusivamente a canalizar donativos. Las contribuciones financieras de los ciudadanos resultan ser igualmente deficiente. Sin embargo, las contribuciones empresariales se están convirtiendo en una importante fuente de financiamiento para las instituciones no lucrativas.

Dentro del sector empresarial, las empresas de capital norteamericano pueden convertirse en una importante fuente de financiamiento del sector no lucrativo ya que a partir del Tratado de Libre Comercio, México y Estados Unidos firmaron un Convenio para evitar la Doble Tributación. Gracias al Convenio las empresas norteamericanas que reciban ingresos en México, podrán realizar donaciones a las instituciones no lucrativas mexicanas y deducirlos de sus impuestos en los Estados Unidos.

La ayuda social de las empresas cobra importancia si se sitúa en el contexto de los grandes cambios macroeconómicos de nuestro país. Ante la acelerada privatización de las empresas publicas, la apertura comercial a nivel internacional, el saneamiento de las finanzas publicas, la reestructuración de la deuda publica y el creciente papel protagónico del mercado, el sector empresarial enfrenta nuevos retos, Uno de ellos es mejorar su competitividad y aumentar su participación en el desarrollo social del país a través de un mayor apoyo filantrópico a las instituciones no lucrativas de nuestro país.

En las últimas dos décadas, la empresa productiva, esta jugando un papel importante en el financiamiento de las instituciones, cumpliendo con la responsabilidad social que le corresponde. Sin embargo, su participación es aún incipiente si consideramos la magnitud de los problemas sociales que enfrenta nuestro país.

Debido a que el fenómeno de financiamiento de las medianas empresas a las instituciones no lucrativas ha sido poco estudiado en nuestro país, el Centro Mexicano para la Filantropía, con el patrocinio de Hispanics in Philanthropy, realizó la presente investigación. Sus principales objetivos son elaborar un diagnóstico sobre el apoyo financiero que dan las medianas empresas a las instituciones no lucrativas mexicanas, evaluar el nivel de profesionalización que tienen las empresas en la canalización de recursos y analizar las motivaciones que tienen las empresas para la canalización de recursos. Paralelamente se buscará conocer el impacto de la crisis económica en la filantropía corporativa y la influencia de Convenio para evitar la Doble Tributación en la ayuda financiera de las empresas con capital norteamericano.

La presente investigación consta de tres partes. La primera proporciona un marco referencial sobre sociedad civil, tercer sector y empresa con responsabilidad social. La segunda describe el perfil del Sector No Lucrativo Mexicano. La tercera presenta el análisis de los resultados de la encuesta aplicada a las medianas empresas establecidas en México.

PRIMERA PARTE

I. MARCO REFERENCIAL

1. SOCIEDAD CIVIL

Por sociedad civil entendemos el conjunto social de individuos, instituciones y organizaciones que no forman parte del aparato de gobierno.

Como dice Norberto Bobbio, "la sociedad civil es la esfera de relaciones entre individuos, grupos y organizaciones que se desarrollan fuera de las relaciones de poder, que caracteriza a las organizaciones gubernamentales".

2. EL SECTOR NO LUCRATIVO

El Sector No Lucrativo es el conjunto de organizaciones de la sociedad civil que atienden necesidades sociales.

Tienen seis características (Salamon, 1992):

- Atienden necesidades sociales; trabajan en favor del bien común.
- Formales, están institucionalizadas y tienen una personalidad jurídica.
- Privadas, institucionalmente están separadas del gobierno. No pertenecen al aparato gubernamental y su consejo o patronato no está dominado por funcionarios del gobierno. Esto no significa que estas organizaciones no puedan recibir apoyo gubernamental.
- No lucrativas, no distribuyen su superávit entre sus miembros. Pueden acumular beneficios pero no distribuirlos entre sus asociados sino utilizarlos en actividades que sirvan para cumplir con la misión de la organización.
- Autogobernables, no reciben mandato de entidades externas, tienen sus propios procedimientos para gobernarse.

- Trabajo Voluntario, convocan la participación de voluntarios ya sea a nivel de consejo y/o a nivel de staff.

Recapitulando, el Sector No Lucrativo es el conjunto de instituciones privadas, sin fines de lucro, formalmente constituidas, autogobernables, con personal voluntario que tienen como objetivo atender necesidades sociales.

Las causas del surgimiento del sector no lucrativo están relacionadas con la historia de cada país, con las limitaciones del mercado y el gobierno para atender necesidades sociales, con las tendencias de pluralismo y libertad en una sociedad y con los sentimientos de solidaridad en una comunidad (Salamon,1992).

3. DEFINICION DE EMPRESA CON RESPONSABILIDAD SOCIAL

Antes de definir el concepto de empresa con responsabilidad social es importante aclarar que este concepto es relativamente nuevo, que se está construyendo, este hecho constata la necesidad de poner más empeño en una mayor definición del término.

A continuación daremos un panorama general sobre las diversas conceptualizaciones que se han hecho sobre este fenómeno, en un primer momento se hará referencia a autores extranjeros y en un segundo se hará referencia a autores mexicanos entre los cuales se encuentran académicos y empresarios.

a. Los Autores Extranjeros

Craig Smith, presidente del Corporate Philanthropy Report menciona que en los Estados Unidos las compañías están adoptando la filantropía estratégica, asumiendo una posición activa en cuestiones sociales tales como el hambre, el desarrollo comunitario y económico, la alfabetización, la educación, el SIDA y el medio ambiente.

La responsabilidad social de las empresas consiste en que las empresas destinen cierto porcentaje de sus ventas a causas sociales.

“ La responsabilidad social de las empresas son estrategias de donativos a causas sociales que aumentan el reconocimiento de las empresas entre los consumidores, que elevan la productividad de los empleados, que reducen los costos de investigación y desarrollo, que superan los obstáculos regulatorios y que promueven la sinergia entre unidades empresariales. En resumen el uso estratégico de la filantropía da a las compañías una poderosa ventaja .

El nuevo paradigma invita a las empresas a desempeñar un papel de líderes en la solución de problemas sociales, patrocinando iniciativas de largo plazo...Además del efectivo, dan a las instituciones no lucrativas asesoría administrativa y equipos de empleados voluntarios. Financian dichas iniciativas no sólo de sus presupuestos filantrópicos sino también de sus unidades empresariales, como lo es la mercadotecnia y los recursos humanos. “ (Smith, p.5)

Las empresas hacen alianzas estratégicas con las instituciones no lucrativas para ser socios en movimientos para el cambio social y en acciones para promover sus fines empresariales.

“ Las empresas se han convertido en ciudadanos empresariales ya que cultivan una parte de su propio egoísmo al tiempo que buscan alinearlo al bien de las mayorías. Buscan afanosamente una reconciliación entre las estrategias lucrativas de sus empresas y el bienestar de la sociedad.” (Smith, p. 6)

La ciudadanía empresarial se puede aplicar en los países de origen de las empresas o en los países donde expanden su mercado.

Las empresas financian áreas vinculadas con su giro principal. Las iniciativas filantrópicas ayudan a hacer progresar los intereses de las empresas.

“ La empresa apoya las actividades filantrópicas con todos sus recursos desde el conocimiento administrativo hasta la experiencia tecnológica y empleados voluntarios. “ (Smith p. 9)

Aunque los programas de donativos ayudan a la comunidad también la filantropía es útil para unificar las funciones de la empresa, cuando las empresas se dividen en divisiones semi autónomas la participación en eventos de filantropía puede reunir a los miembros de los centros lucrativos como empleados unidos por valores compartidos.

“ Las empresas que se han instalado en el extranjero, al obtener ahí sus ganancias, consideran a la filantropía como el mejor medio para crear amigos con los líderes gubernamentales, para superar problemas regulatorios y para capturar la imaginación de las clases medias.” (Smith, p.16)

Laura Ferguson, del Conference Board de Canadá considera que la responsabilidad social une las responsabilidades empresariales con las sociales. Es la forma en que las empresas invierten en el desarrollo de la comunidad donde esta insertas ya sea mediante programas de relaciones con la comunidad , donativos corporativos o programas de contribuciones y otros medios (Ferguson, 1990)

Ferguson se pregunta ¿ Por que es importante para las empresas invertir en causas sociales ? y señala las siguientes respuestas:

1. Canalizar donativos es parte de la responsabilidad de la compañía.

Una compañía que invierte en la comunidad cuenta con la aprobación y el apoyo de la comunidad.

2 Apoyar a su comunidad es una sólida inversión a largo plazo.

Las empresas buscan sobrevivir y producir utilidades . Pero su éxito está relacionado con las condiciones de la comunidad en que trabaja: medio ambiente, educación, bienestar, salud.

3. Ayudar a la comunidad proporciona beneficios inmediatos a las empresas

Cuando una empresa aporta donativos a la ayuda social y sus empleados hacen trabajo voluntario, provoca que los empleados se sientan orgullosos de trabajar en esa empresa. Esto genera trabajo en equipo, motivación, lealtad, compromiso y mejor rendimiento en el trabajo.

“ Al aportar donativos la empresa mejora su imagen, su visibilidad en el mercado y sus relaciones con sus clientes .Los donativos pueden ser apoyo financiero directo y donativos no en efectivo ”. (Ferguson, p.14, 16 y 20)

Los donativos no en efectivo abarcan:

- a) donativos en especie: bienes o servicios elaborados por la compañía, uso de instalaciones de la compañía, equipo usado que ya no necesita la compañía, espacio publicitario comprado por la compañía, el tiempo pagado de los empleados.
- b) suministro de personal
- c) uso del nombre de la compañía
- d) asesorías

“ Algunas empresas organizan la canalización de los donativos a través de diversas áreas administrativas de su empresa o mediante la creación de una fundación. Las fundaciones son organizaciones no lucrativas y obtienen sus activos de aportaciones recibidas de la empresa.

La mayor parte de los programas de donativos de las empresas operan de manera continua. Reciben y consideran peticiones a lo largo de todo el año y distribuyen los fondos cada vez que deciden a qué programas y organizaciones han de dárselos, por el contrario... las fundaciones tienden a tener fechas específicas para la recepción y consideración de las solicitudes y pueden distribuir fondos solo una o dos veces al año.” (Ferguson, p.47-48)

David Rockefeller, Presidente del Grupo Rockefeller menciona que el sector empresarial tiene una responsabilidad ante la comunidad en la que opera y también ante sus empleados y accionistas. Existen dos tipos de responsabilidad social de la empresa: las fundaciones empresariales y la participación directa de las compañías. La responsabilidad social son acciones para mejorar nuestra sociedad. (Memoria del Foro Trinacional sobre Inversión Social, 1995).

Thomas D'Aquino, Presidente del Business Council on National Issues de Canadá hace referencia a Peter Druker en su libro POST CAPITALIST SOCIETIES, y señala que el desempeño económico es la primera responsabilidad de una empresa. Pero no es su responsabilidad exclusiva. Una empresa tiene responsabilidad plena por su impacto en la comunidad y la sociedad.

Las empresas tienen la responsabilidad de encontrar una solución a los problemas sociales básicos y deben convertir dichos problemas en una oportunidad para la empresa.

La inversión social puede redituar muchos beneficios para la compañía. Puede ayudar a mejorar la imagen pública, los ingresos, la participación en

el mercado, la lealtad y el estado de ánimo de los empleados, la productividad, el trabajo en equipo y a consolidar mejores relaciones con la comunidad. (Memoria del Foro Trinacional sobre Inversión Social, 1995)

Elba Luna Menciona, directora del Grupo de Análisis y Desarrollo Institucional y Social de Argentina señala que las empresas pueden canalizar donativos por dos motivaciones:

a) Por responsabilidad social que es el resultado de la combinación entre los intereses de la empresa y las necesidades de la comunidad.

Por responsabilidad social se puede entender la responsabilidad que tiene la empresa con la comunidad o sociedad en la que esta inserta, de la cual no puede desentenderse.

También es la obligación moral o la necesidad de retribuir al mercado consumidor la elección de los productos de la empresa.

d) Evitar reacciones negativas que provengan tanto del exterior como del interior de la empresa. Esta racionalidad es propia de periodos de tensión social originados en procesos de cambio global.

Según un estudio realizado en Estados Unidos, las empresas con responsabilidad social, las empresas mantienen sus donaciones aún en periodos de crisis comercial, seleccionan con cuidado la organización que van a apoyar, donan a causas sobre las que las empresas tienen interés especial y se preocupan por conocer el impacto de sus donaciones. (Luna, 1994)

b. Los autores mexicanos

Cuauhtémoc Valdés menciona que la responsabilidad social de las empresas significa que las empresas participen en la solución de problemas comunitarios.

Las diversas manera en que las empresas pueden instrumentar su responsabilidad social son:

1. Destinando recursos económicos para aliviar directamente apremiantes necesidades de los desposeídos. Caridad con un alcance limitado, el beneficio se circunscribe a individuos y pequeños grupos.

2. Las empresas crean mecanismos para que la aplicación de los fondos sea escogida más cuidadosamente y bajo un mejor control, fundamento de la creación de las fundaciones empresariales.

3. Las empresas colaboran con las organizaciones filantrópicas y los programas que ellas impulsan.

La moderna filantropía es un enfoque inteligente e institucional de los problemas sociales que se da en la aplicación inteligente de recursos (tiempo, talento y dinero), en programas técnicamente fundados, que precisen objetivos, responsables y resultados y que tengan impacto para elevar las condiciones de vida de las personas, las familias y las comunidades.

“ La ayuda que las empresas pueden realizar en favor de causas sociales consiste en aportaciones económicas, aportaciones materiales o en especie y soporte técnico. “ (La Responsabilidad Social de la Empresas, p.18 y 19)

Lorenzo Servitje, presidente del Grupo Industrial Bimbo señala que la empresa es una célula de la vida social. Está constituida por los seres humanos y para los seres humanos. Debe promover los valores fundamentales junto con otros agentes sociales y contribuir al desarrollo pleno de la sociedad. De allí se desprende su responsabilidad filantrópica. La empresa debe apoyar problemas del país, puede asignar un porcentaje determinado de sus utilidades ya sea antes o después de impuestos, para estos fines. Otra forma en que la empresa puede colaborar es involucrando a los ejecutivos, trabajadores y empleados en obras filantrópicas a través de la aportación de su trabajo personal. (Memoria del Foro sobre Inversión Social, 1995).

“ La empresa está inserta en la sociedad de quien mucho recibe y no puede permanecer ajena a ella. Los fines económicos de la empresa no contravienen su función social.” (Expansión, p.40)

Carlos Llano, Director del IPADE asegura que la responsabilidad social de las empresas es ligar el mundo de la economía con el mundo del desarrollo social. La eficiencia técnica y la profundidad ética en la empresa son complementarias. La responsabilidad social de la empresa es la exigencia que esta tiene para responder a los deberes que le corresponden en relación a la comunidad en la que está inserta. (Expansión, p. 39, 44 y 46).

José Giral, director del Instituto de Ciencias Económico Administrativas de la Universidad Iberoamericana menciona que una empresa es socialmente responsable cuando participa en la definición de sociedad a la que aspira y contribuye activamente a lograrlo. Una de las responsabilidades sociales de la empresa son los aportes que pueda brindar para el mejoramiento sistemático de la sociedad, tanto en lo que concierne a la empresa como en todos los aspectos socio culturales. Toda empresa tiene recursos materiales importantes con los que puede contribuir al mejoramiento de la sociedad, pero también cuenta con recursos humanos y técnicos que puede poner al servicio de las causas sociales.

La responsabilidad social de la empresa es cuidar que la gestión de la empresa no dañe el entorno y buscar que la empresa contribuya al mejoramiento sistemático de la sociedad (Expansión, p. 46, 47 y 54)

Rubèn Aguilar, expresidente de la Asociación de Banqueros de México menciona que la responsabilidad social de las empresas es el papel activo que deben jugar en la búsqueda de soluciones a los problemas comunitarios. (Expansión p. 51)

José Luis Ballesteros, Director General del Grupo Synkro, señala que la responsabilidad social de la empresa es la conciencia que toma la empresa de los crecientes problemas sociales y los esfuerzos que realiza para resolverlos mediante programas formales y permanentes de la empresa. La responsabilidad social es una obligación no limosna (Expansión, p.52)

José Luis Canales, director de Automotriz Mexicana, asegura que la responsabilidad social de la empresa significa que la empresa no puede ni debe ser ajena a los fines y objetos del bien común. Es deseable que la empresa busque objetivos secundarios que beneficien a sus miembros y a la sociedad en general. (Expansión, p.52)

En síntesis, el concepto de responsabilidad social es más preciso en los autores extranjeros. Describen mejor las formas de la ayuda, hablan más de un apoyo sistemático, de parámetros y estándares de ayuda económica. Los autores mexicanos hacen una conceptualización más general, sin embargo algunos autores como Lorenzo Servitje, Cuauhtémoc Valdés y Giral si definen parámetros de ayuda.

En esta investigación entendemos por responsabilidad social el apoyo en dinero, en especie y en trabajo voluntario que aportan las empresas a causas sociales.

SEGUNDA PARTE

I. PERFIL DEL SECTOR NO LUCRATIVO MEXICANO

A pesar de que las primeras instituciones de asistencia social nacieron hace 500 años, el sector no lucrativo mexicano se encuentra en vías de consolidación. Este fenómeno es producto de la dominación de la Iglesia y el Estado en la atención de necesidades sociales. El resultado de esta dominación es la relativa debilidad de la sociedad civil, que tan solo recientemente a comenzado a desarrollarse a través del sector no lucrativo. La sociedad civil incluye redes informales y organizaciones formales, tales como asociaciones cívicas, partidos políticos, organizaciones religiosas y grupos de interés. La parte formal de la sociedad civil es el sector no lucrativo (Salamon & Anheier, 1992).

a. Antecedentes Históricos

En México, la historia de las instituciones de asistencia social puede dividirse en tres períodos (Centro Mexicano para la Filantropía, 1992).

1. El Primer Período se caracteriza por una fuerte presencia de la Iglesia Católica en la creación de instituciones de asistencia social. Este período comienza en la época de la colonia, con la creación del Hospital de Jesús en 1524 y termina en 1860 cuando la fracción liberal (en favor de la secularización de los bienes de la Iglesia) tomó el control del aparato gubernamental.

Durante esta etapa, los principales actores sociales fueron la Corona Española y la Iglesia Católica. La Iglesia creó escuelas de conversión, centros de alimentación y hospitales para atender tres problemas principales:

- La conversión de los nativos
- La pobreza
- La salud de la población indígena, importante fuerza laboral.

2. El Segundo Período se caracteriza por una fuerte presencia del Estado en el área de la asistencia social. Comienza con la victoria de la fracción liberal en 1860, con la secularización del poder y termina en 1960, cuando la sociedad civil comienza a jugar un papel más activo en la atención de necesidades sociales.

En 1861, el gobierno nacionalizó los bienes de la Iglesia, entre ellos a las instituciones de asistencia social. Sin embargo, algunas organizaciones quedaron bajo el control de la Iglesia a través de algunos prestanombres o en manos de algunas organizaciones católicas vinculadas muy estrechamente a la Iglesia.

Durante este tiempo México era un país predominantemente rural, con un lento proceso de modernización, dirigido por una élite y con graves problemas de pobreza y desigualdad social.

Después de la Revolución Mexicana (1910-1920), el poder del Estado se consolidó, entre otros, a través de políticas de bienestar social dirigidas a atender las necesidades de los pobres, implementadas por grandes aparatos gubernamentales. La Iglesia mantuvo algunas de sus tradicionales instituciones de asistencia social tales como orfanatos, asilos, clínicas y escuelas.

Las consecuencias del predominio de la Iglesia Católica y el Estado hasta la década de los sesentas fueron:

- Una Sociedad Civil débil, traducida en la existencia de un número reducido de organizaciones independientes del Estado.
- Una profunda cultura paternalista con una fuerte dependencia en los servicios sociales ofrecidos por el gobierno.
- Una baja participación del sector empresarial en las instituciones de asistencia social.

3. El Tercer Período se caracteriza por una fuerte participación de la sociedad civil en la atención de necesidades sociales. Comienza en 1960 y continúa hasta nuestros días. El crecimiento económico exacerbó la pobreza y la desigualdad social durante la década de los sesentas y setentas. Para resolver estos problemas, los grupos marxistas se manifestaron en favor de transformaciones económicas y políticas estructurales. La Iglesia Católica, después del Concilio Vaticano Segundo, se pronunció en favor de la opción preferencial por los pobres. La Teología de la Liberación comenzó a tener una influencia cada vez mayor.

Estas fuerzas sociales influyeron en la emergencia de dos tipos de ONG'S dedicadas a la promoción de grupos marginados:

- Organizaciones en favor de la eliminación de la pobreza a través de la transformación de estructuras sociales por medio de la educación popular, las cooperativas y las organizaciones políticas de base.
- Organizaciones creadas por grupos empresariales que no tienen como objetivo cambiar las estructuras económicas y políticas.

Entre 1980 y 1990, la crisis económica agudizó la problemática social y cuestionó la capacidad del Estado Benefactor. En respuesta a la crisis, las instituciones no lucrativas se diversificaron:

- Algunas organizaciones antiguas comenzaron a desarrollar actividades de desarrollo comunitario.
- Las instituciones de promoción del desarrollo, tradicionalmente vinculadas con la izquierda, se enfocaron en áreas nuevas, tales como derechos humanos y ecología.
- Nuevas organizaciones fueron creadas para enfrentar nuevos problemas tales como SIDA y preservación de la herencia cultural.
- Surgen grandes Fundaciones.

B. La Situación Actual

En la actualidad, dos factores afectan el desarrollo del sector no lucrativo mexicano: la crisis de representación del sistema político y la agudización de la crisis económica.

- El control gubernamental del partido de Estado desde 1929, y la crisis de los partidos políticos han generado en los mexicanos un sentido de falta de representación ciudadana. Por consecuencia, las instituciones no lucrativas se han convertido en una alternativa de participación en los asuntos públicos.
- A pesar de su desarrollo económico, México enfrenta graves problemas financieros. Su deuda externa es superior a los 180 mil millones de dólares.

El gasto gubernamental en los rubros sociales disminuyó de 40 % en 1980 a 29 % en 1992. De los 90 millones de mexicanos, alrededor del 50 % vive en condiciones de pobreza. Para atender los graves problemas sociales que enfrenta el país, el gobierno promueve la participación de la sociedad civil.

Sin embargo, las posibilidades de la sociedad civil son limitadas debido al reducido número de instituciones no lucrativas en el país. El Centro Mexicano para la Filantropía tiene identificadas un total de 2362 organizaciones en el país. De ellas 23.2% trabaja en el área de educación, 21.8% en bienestar, 20.6% en salud, 17.9% en desarrollo, 6.9% en derechos humanos, 5.3% en ecología, 2.7% en arte y cultura y 1.7% en ciencia y tecnología.

Un total de 999 instituciones definieron a la población que atienden, de ellas, 55.8% trabaja con niños, 16.4% con jóvenes, 14.1% con mujeres y 13.7% con ancianos.

De las 2362 organizaciones, el 50% se localiza en el Distrito Federal, el 9.7% en Jalisco, el 4.1% en Guanajuato, el 3.4% en el Estado de México y el 32.8% restante se distribuye entre los demás estados.

Los diversos tipos de instituciones no lucrativas enfrentan diferentes problemas. Para entenderlos, es útil dividir a las organizaciones en tres categorías, tomando como base sus raíces históricas y su aproximación a los problemas sociales (Centro Mexicano para la Filantropía, 1990):

- Instituciones Asistenciales, con más de 100 años de experiencia, ofrecen servicios asistenciales a personas de bajos ingresos y a minusválidos. La mayoría tienen hondas raíces religiosas. Generalmente tienen la figura jurídica de Instituciones de Asistencia Privada, figura que automáticamente califica para emitir recibos deducibles de impuestos.
- Organizaciones de Promoción del Desarrollo, creadas en la década de los sesentas, conocidas como ONG'S. Generalmente tienen la figura jurídica de Asociaciones Civiles, figura que no garantiza la deducibilidad de los donativos.
- Organizaciones creadas en los últimos diez años con la finalidad de atender nuevos problemas sociales que no han logrado ser atendidos por el gobierno: ecología, derechos humanos, preservación de los herencia cultural. Estas organizaciones pueden tener la figura de Instituciones de Asistencia Privada o de Asociaciones Civiles.

Los principales problemas que enfrentan las instituciones no lucrativas mexicanas son:

1. Carencia de recursos financieros

La mayoría de organizaciones mexicanas enfrentan problemas financieros:

- Las grandes empresas generalmente canalizan donativos a organizaciones que emiten recibos deducibles de impuestos, lo cual significa que pocas ONG'S reciben donativos. Las principales áreas sociales apoyadas por las grandes empresas son: salud, educación y ecología (Fernández, 1993)
- Dado que existen pocas fundaciones mexicanas que se dedican exclusivamente a canalizar donativos (12), esta fuente de ingresos es poco significativa para las organizaciones no lucrativas. (Centro Mexicano para la Filantropía, 1995)
- Los donativos que los ciudadanos canalizan a las instituciones son generalmente bajos. Los ciudadanos prefieren destinar recursos a la salud y la educación, y dentro de la gama de instituciones optan por financiar a las instituciones asistenciales.
- Las fundaciones extranjeras que operan en México son una fuente de ingresos importante para las ONG'S. El Centro Mexicano para la Filantropía en 1990 detectó en base a su directorio, que un 10 % de las instituciones reciben apoyo financiero del extranjero. En 1993, las fundaciones norteamericanas otorgaron 150 donativos a México con un monto total de aproximadamente 22 millones de dólares (Foundation Center, 1994).

2. Bajo nivel de Profesionalización

- El nivel de eficiencia en las instituciones mexicanas es muy desigual. Pocas organizaciones operan de una forma eficiente y cuentan con personal bien capacitado.

La mayor parte de las organizaciones enfrentan la carencia de: un staff capacitado, de profesionales con experiencia en la administración de instituciones no lucrativas y consejos directivos experimentados (Centro Mexicano para la Filantropía, 1990).

- Otro problema es la falta de coordinación entre las instituciones. En México existen muy pocas organizaciones sombrilla. La mayor parte de las organizaciones utilizan todas sus capacidades para atender todos los aspectos de sus operaciones. Este proceso produce una duplicación de esfuerzos. Hay pocas instituciones que ofrecen servicios de consultoría y asistencia técnica en cuestiones legales, fiscales, administrativas, financieras e informativas. (Centro Mexicano para la Filantropía, 1990)

3. Incipiente infraestructura en investigación y bases de datos

La infraestructura en investigación es inadecuada para evaluar la gran variedad de problemas que enfrentan las instituciones. Se cuenta con muy poca información estadística, no existen datos exactos que cuantifiquen y caractericen al sector no lucrativo mexicano. Carecemos de información sobre el tamaño del empleo e ingresos y la contribución del sector no lucrativo al Producto interno bruto de nuestro país. La falta de información hace difícil que las instituciones influyan en las políticas públicas para el futuro desarrollo del sector no lucrativo (Centro Mexicano para la Filantropía, 1990).

C. La Legislación de las Instituciones No Lucrativas en México

1. La Regulación de las Instituciones Mexicanas

En la legislación mexicana, las instituciones no lucrativas tienen dos figuras jurídicas: Instituciones de Asistencia Privada y Asociaciones Civiles.

a. Instituciones de Asistencia Privada (IAP) son entidades legales que realizan actividades humanitarias sin fines de lucro. Pueden ser fundaciones o asociaciones. Las fundaciones son entidades legales que utilizan recursos privados para realizar sus actividades benéficas. Las asociaciones son entidades compuestas por individuos que dan contribuciones periódicas como socios y ofrecen servicios personales a la organización (Carrillo Gamboa, 1994).

Estas organizaciones automáticamente califican para obtener permiso para otorgar recibos deducibles de impuestos. Son reguladas a nivel estatal, por la Ley de Asistencia Privada. En la Ciudad de México, la instancia que las regula es la Junta de Asistencia Privada, el Presidente de la Junta es elegido por el Regente de la Ciudad.

Las Instituciones de Asistencia Privada pagan a la Junta una cuota mensual del 6 % de sus ingresos para cubrir los gastos de ésta.

Las principales responsabilidades de la Junta son (Carrillo Gamboa, 1994):

- Autoriza la constitución de las Instituciones de Asistencia Privada;
- Promueve con la autoridades incentivos fiscales;
- Aprueba los presupuestos de las instituciones al igual que sus inversiones.
- Aprueba los reportes anuales de las organizaciones.
- Aprueba la desaparición de las instituciones.
- Asesora a los consejos de las organizaciones in la promoción de buenas prácticas administrativas.

La principal ventaja de esta forma legal es la excención del impuesto sobre la renta y la deducibilidad de donativos. Las limitaciones financieras y las requerimientos legales imposibilitan a muchas organizaciones a constituirse en IAP.

b. **Asociaciones Civiles** están reguladas por el Código Civil de cada uno de los estados de la República. Esta figura incluye tanto a organizaciones que ofrecen servicios a sus propios miembros como a instituciones que ofrecen servicios a terceros. El Código Civil de la Ciudad de México define a la asociaciones como " un grupo de individuos que se decide asociar en una forma que no es completamente transitoria, con el fin de realizar una causa común, que no esté prohibida por ley y que no tiene fines predominantemente económicos " (Carrillo Gamboa, 1994, p.16).

El contrato por el cual la asociación se establece, debe estar escrito por un notario público. Los socios deben solicitar la autorización del nombre de la institución a la Secretaría de Relaciones Exteriores.

Si la asociación quiere obtener la deductibilidad de donativos, debe solicitar la autorización a la Secretaría de Hacienda y Crédito Público.

Las fundaciones también pueden tener la figura legal de asociaciones civiles.

La ventaja de esta figura jurídica es que el Código Civil es muy flexible, lo cual otorga a las asociaciones mayor independencia de la supervisión gubernamental.

La mayor limitación de las asociaciones es que la Secretaría de Hacienda tiene un poder discrecional para otorgar los permisos para emitir recibos deducibles de impuestos, lo cual implica que arbitrariamente puede rechazar la autorización a algunas organizaciones que ofrecen servicios a terceros.

D. La Regulación Fiscal para las Instituciones No Lucrativas Mexicanas

a. Organizaciones autorizadas para recibir donativos deducibles de impuestos bajo el Convenio para evitar la Doble Tributación.

Las organizaciones mexicanas pueden recibir donativos de los Estados Unidos si cumplen con las mismas disposiciones que la legislación norteamericana. El Internal Revenue Service reconoce las anuencias de las autoridades fiscales mexicanas, así los donantes norteamericanos que otorguen recursos a las organizaciones mexicanas pueden obtener la deductibilidad de donativos.

Las instituciones no lucrativas mexicanas equivalentes a las caridades públicas norteamericanas están descritas en el artículo 70-B de la Ley del Impuesto sobre la Renta, e incluye al siguiente tipo de organizaciones (Carrillo Gamboa, 1994):

- Organizaciones que prestan asistencia médica o legal a los pobres o discapacitados, que se dedican a la orientación y readaptación social de personas que han realizado actos delictivos o a la rehabilitación de drogadictos de bajos ingresos.
- Instituciones educativas, escuelas, universidades que tengan reconocimiento oficial de las autoridades educativas.
- Organizaciones que realicen investigación médica y que estén registradas en el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, que investiguen temas médicos y que utilicen los donativos que reciben en investigación para la innovación.

- Organizaciones dedicadas a la restauración y mantenimiento de monumentos arqueológicos, artísticos, históricos que pertenecen a al gobierno.
- Organizaciones dedicadas a la cultura, únicamente las dedicadas a las bellas artes.
- Organizaciones con propósitos científicos o tecnológicos dedicadas a la investigación para el avance tecnológico, registradas en el Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología.

Todas estas organizaciones deben someterse a una auditoría financiera.

La autorización para emitir recibos deducibles de impuestos es otorgada por las Secretaría de Hacienda y Crédito Público si (Carrillo Gamboa, 1994):

- La organización recibe cuando menos una tercera parte de sus ingresos de fondos federales, estatales o municipales o de donaciones directas o indirectas del público en general, sin considerar los ingresos provenientes de la realización de su objeto social. (considerando donativos que nos excedan al 1% de sus ingresos) ó
- La organización recibe cuando menos diez por ciento de sus ingresos de fondos federales, estatales o municipales o dedonaciones directas del público en general, sin considerar los ingresos provenientes de la realización de su objeto social y que cumplan con los siguientes requisitos:
 - a. Que se establezcan y operen a fin de atraer en forma continua nuevos fondos públicos o gubernamentales, o bien adicionales a los ya recibidos.
 - b. Que le prueben a las autoridades fiscales que:
 - * Reciben fondos de entidades gubernamentales o de un número indeterminado de personas, siempre que la mayor parte de dichos fondos no provenga de una sola persona o personas que tengan relación de parentesco en los términos de la legislación civil.
 - * Que la administración esté a cargo de un órgano colegiado que represente el interés general, en lugar del interés particular o privado de un número limitado de donantes o personas relacionadas con esos donantes.

* Que utilicen o permitan el uso o goce en forma constante de instalaciones o presten servicios para el beneficio directo del público en general.

* Que cuenten con personas con conocimientos especializados o experiencia en la realización de los fines que constituyen su objeto social.

* Que mantengan un programa de trabajo continuo para cumplir con sus fines.

* Que reciban una parte significativa de sus ingresos de una organización autorizada para recibir donativos deducibles de impuestos.

- Organizaciones que reciban más de una tercera parte de sus ingresos de donativos, venta de mercancías, prestación de servicios o por el otorgamiento del uso o goce de bienes, siempre que, dichos ingresos provengan de una actividad relacionada con el desarrollo de su objeto social.

Al determinar esta tercera parte de ingresos, los siguientes conceptos están excluidos:

a. Donativos de personas físicas o morales o de entidades gubernamentales que excedan de N\$15,000 al año o que excedan del uno por ciento del ingreso de la organización en dicho año.

b. Donativos de donadores no calificados como:

- . Personas que donen una cantidad superior a N\$15,000.
- . Donativos de los administradores de la institución.
- . Personas propietarias, directa o indirectamente, de más del 20% de las acciones con derecho a voto en una sociedad o del derecho a participar en más de ese porcentaje en los beneficios o utilidades de una asociación o fideicomiso, siempre que dicha sociedad, asociación o fideicomiso sea donante importante de la organización.
- . Parientes de las personas descritas con anterioridad.

E. El Status Legal y el Tratamiento Fiscal de las actividades no-lucrativas en los Estados Unidos

A. Las Actividades Caritativas en la Ley Norteamericana

1. El Tratamiento Fiscal de las actividades no lucrativas norteamericanas

En los Estados Unidos las fundaciones se crean y organizan bajo la regulación de las leyes estatales, registrándose como corporaciones o fideicomisos y gozan de la exención de impuestos federales bajo la regulación del Internal Revenue Code (Freeman, 1991). En las leyes norteamericanas hay varios tipos de organizaciones que están exentas del pago de impuesto sobre la renta, pero no todas ellas son seleccionadas para recibir donativos deducibles de impuestos. En las Leyes del Tesoro la sección 501 c(3) solo " las organizaciones que se organizan y operan exclusivamente para fines religiosos, caritativos, científicos, literarios o educacionales, deportivos, prevención de la crueldad hacia niños y animales y testing for public safety pueden emitir recibos deducibles de impuestos ".

" Las Leyes del Tesoro señalan que los propósitos caritativos incluyen: ayuda a los pobres y a los desfavorecidos; fomento de la religión, de la educación, de la ciencia, de la creación y mantenimiento de edificios públicos y monumentos; disminución de la carga gubernamental; promoción de las causas sociales; o (i) reducción de las tensiones en los barrios; (ii) la eliminación del prejuicio y la discriminación; (iii) la defensa de los derechos humanos y civiles definidos en la ley; o (iv) el combate al deterioro comunitario y la delincuencia juvenil " (Edie, 1994)

Por definición, todas las fundaciones deben llenar los requisitos de la sección 501 c (3). Dentro de la sección 501 c (3) encontramos dos clases de organizaciones: Caridades Públicas y Fundaciones Privadas. Si una fundación cumple con los requisitos adicionales, especificados en la sección 509 a(1) a la 509 a (3), puede calificar como caridad pública. Únicamente las fundaciones comunitarias califican como caridades públicas, mientras que las fundaciones empresariales, independientes y operativas son consideradas como fundaciones privadas.

Los requisitos para calificar como caridad pública son:

- La organización debe ser una iglesia, una escuela, una institución médica o una unidad gubernamental; ó derivar una parte significativa de sus ingresos (1/3 parte) de contribuciones del público en general (509 (a) (1)); ó

- La organización debe derivar una parte significativa de sus ingresos (1/3 parte)(del cumplimiento de sus funciones de exención) por el cumplimiento de su propias actividades tales como cuotas de recuperación, eventos culturales o venta de materiales (509(a)(2)); ó
- La organización debe ser una organización de apoyo de otras instituciones y debe ser controlada por esa segunda organización (509(a)(3).

El tratamiento fiscal para las organizaciones que operan fuera de los EUA difiere de aquellas que operan dentro de los EUA, difiere en cuanto a su estatus de exención del pago de impuesto sobre la renta y en cuanto a la deducibilidad de impuestos por donativos a estas organizaciones.

2. La deductibilidad de donativos y la extensión del pago de impuestos por operaciones fuera de EUA

En general, los donativos otorgados a organizaciones establecidas fuera de los EUA no son deducibles del pago de impuestos. Las fundaciones norteamericanas pueden dar donativos deducibles de impuestos para programas en el extranjero, si cumplen con los siguientes requisitos: (i) que el donante le demuestre al Internal Revenue Service que la operación en el extranjero cumple con los criterios de deductibilidad de impuestos establecidos en la fracción 501 c (3), y (ii) que el donante supervise la forma cómo se utilizan los donativos.

Los donativos directos de los contribuyentes norteamericanos a organizaciones extranjeras no son deducibles de impuestos. Sin embargo, los donativos hechos por contribuyentes norteamericanos a organizaciones norteamericanas con programas en el extranjero 501 c(3) si son deducibles de impuestos.

Las organizaciones establecidas en los Estados Unidos que cumplen con los criterios de la sección 501 c (3) están exentas del pago de impuestos, a pesar de que realicen parte de sus operaciones fuera de EUA. Las organizaciones establecidas fuera de los Estados Unidos que reciben ingresos o donativos de fuentes norteamericanas (pueden aplicar para la exención de impuestos, pero no para la deductibilidad de sus donativos)

B. El Impacto del Convenio para evitar la Doble Tributación

Antes de 1993 los mecanismos para canalizar donativos de EUA a México se regían por los criterios mencionados con anterioridad. Sin embargo con la aprobación de Convenio para evitar la doble tributación, firmado el 20 noviembre de 1993, se realizaron los siguientes cambios:

- (i) El reconocimiento de las organizaciones mexicanas como Caridades Públicas por el gobierno mexicano hace innecesario que apliquen separadamente para el status de excención de impuestos en EUA.
- (ii) Los ingresos provenientes de los Estados Unidos que tiene una organización mexicana reconocida como caridad pública están excentos del impuesto sobre la renta en Estados Unidos
- (iii) Los contribuyentes norteamericanos pueden deducir de impuestos en EUA, una porción de sus ingresos derivados de fuentes mexicanas y donarlas a organizaciones mexicanas reconocidas como caridades públicas

El tratado es recíproco, las mismas reglas se aplican para las instituciones de Estados Unidos. El mayor beneficio del convenio es que elimina el costo de los procedimientos legales y administrativos que son necesarios para tener el status de excención de impuestos. (Eddie, 1994)

TERCERA PARTE

I. ENCUESTA APLICADA A LA MEDIANAS EMPRESAS RESIDENTES EN MEXICO

Para elaborar el diagnóstico sobre el apoyo financiero que dan las medianas empresas y para conocer las motivaciones que tienen para canalizar ayuda filantrópica, se realizó una encuesta a 150 empresas localizadas en la república mexicana. El criterio de selección fue por muestreo aleatorio simple sobre una base de 900 empresas incluidas en el directorio de medianas empresas publicado por Industridata. Los cuestionarios se enviaron por correo y por fax. Una copia del cuestionario esta incluida en los anexos del presente estudio.

Del total enviado, respondieron 82 empresas, de ellas 34 contestaron por fax y 48 por teléfono, lo cual refleja un índice de respuesta del 54.7%.

El cuestionario fue aplicado de junio a agosto de 1995. En todos los casos se procuró que fuera contestado por los directores generales de las empresas o los responsables de las áreas que canalizan los donativos.

II. RESULTADOS

1. Aportaciones económicas de las medianas empresas a las Instituciones No Lucrativas Mexicanas

De las 82 empresas que respondieron el cuestionario, 53.7% (44) declararon canalizar donativos económicos a instituciones no lucrativas, mientras que 47.3 % (38) aseguro no canalizar ningún tipo de ayuda. Si tomamos en cuenta la fuerte crisis económica por la que atraviesa el país, resulta significativo que una de cada dos medianas empresas canalice donativos a causas sociales.

Sería interesante conocer los montos en pesos que destinan anualmente las medianas empresas a las instituciones, con el fin de analizar el verdadero impacto de la ayuda. Parece ser las empresas que dan donativos a la Cruz Roja aportan cuotas muy bajas, esto podría reflejar que la ayuda no es muy significativa.

Tabla 1. Aportaciones económicas de las Medianas Empresas a las Instituciones No Lucrativas Mexicanas

	Frecuencia	Porcentaje
Si	44	53.7
No	38	47.3
Total	82	100

2. Frecuencia con la que aportan donativos las Medianas Empresas a las Instituciones No Lucrativas Mexicanas

El 66 % de las empresas que dan donativos tiene tiempos fijos en la canalización de recursos a la ayuda social, mientras que el 34 % no los tiene. El hecho de que las empresas tengan tiempos fijos para canalizar recursos, puede indicar la existencia de una política de otorgamiento de donativos.

Tabla 2. Frecuencia con la que aportan donativos las Medianas Empresas a las Instituciones No Lucrativas Mexicanas

	Frecuencia	Porcentaje
Cada Año	18	40.9
Esporádicamente	15	34.1
Cada Trimestre	9	20.5
Cada Semestre	2	4.5
Total	44	100.0

3. Porcentaje de las utilidades anuales que destinan las medianas empresas a la ayuda social.

El 61.3 % de las empresas que dan donativos, mostraron apertura para responder la delicada pregunta sobre el porcentaje de las utilidades que dan a la ayuda social. Tan sólo el 38.6% no contestó.

Casi la mitad de las empresas que dan ayuda, dan menos del 0.5% de sus utilidades anuales antes del pago de impuestos. En este punto se abren

nuevas líneas de investigación: conocer el verdadero impacto de la ayuda social de las medianas empresas a través de los montos reales anuales en pesos que aportan a las instituciones no lucrativas y analizar los criterios que utilizan para establecer los montos de los donativos anuales a la ayuda social.

Tabla 3. Porcentaje de las utilidades anuales que destinan las medianas empresas a la ayuda social

Porcentaje de utilidades	Frecuencia	Porcentaje
Menos del 0.5 %	21	47.7
Entre 0.5 y 1.0 %	4	9.1
Más del 1.0 %	2	4.5
No contestó	17	38.6
Total	44	100.0

4. Area administrativa que maneja los donativos dentro de las medianas empresas.

En todo tipo de empresa lucrativa, la dirección general es la instancia que decide los montos de los donativos y a su vez autoriza su canalización para determinadas instituciones. Sin embargo, en algunas empresas, la recepción de las solicitudes y su revisión o trámite administrativo se encuentra a cargo de diversas áreas.

Los datos demuestran, que en el caso específico de las medianas empresas, es la dirección general la que concentra la recepción de solicitudes, su trámite y su autorización (31 empresas).

Ninguna empresa cuenta con una área de donativos o una fundación creada específicamente para este fin. Estos resultados sugieren que las medianas empresas no son lo suficientemente profesionales en la canalización de donativos. Si contaran con una área específica de donativos, desarrollarían mejores estrategias de acercamiento con las instituciones y elaborarían mejores planes de inversión en la comunidad. El que las medianas empresas no contaran con una área de donativos muestra que las empresas no salen a

buscar instituciones que apoyar sino que son las instituciones las que se acercan a ellas.

Tabla 4. Area administrativa que maneja los donativos dentro de las medianas empresas

Area administrativa	Frecuencia
Dirección General	31
Administración	6
Recursos Humanos	4
Finanzas	2
Contabilidad	1
Contraloría	1
Relaciones Industriales	1
Ventas	1

5. Tipo de Instituciones No Lucrativas apoyadas por las medianas empresas

Las empresas apoyan en primer lugar a las instituciones de corte asistencial (39), y en segundo lugar a las instituciones de promoción del desarrollo (14). Las instituciones gubernamentales no son apoyadas por las medianas empresas.

Las empresas prefieren apoyar a las instituciones asistenciales porque: garantizan la emisión de recibos deducibles y porque garantizan una mayor transparencia en la utilización de los donativos. Puede ser que las empresas no tengan buenos mecanismos de seguimiento y por eso prefieran apoyar a las instituciones asistenciales.

Tabla 5. Tipo de Instituciones a las que canalizan donativos las medianas empresas

Tipo de Institución	Frecuencia
Asistencial	39
Promoción del Desarrollo	14
Gubernamental	0

6. Criterios que utilizan las medianas empresas para seleccionar a las instituciones a las que canalizan sus donativos

Los principales criterios en que se basan las empresas para seleccionar a las instituciones a las que apoyan son: que sea una institución seria y conocida (8), que realice obras con impacto social (7) y que este legalmente constituida ante la SHCP (6). Estos datos desprenden la siguiente hipótesis: Las empresas consideran que no todas las organizaciones son eficientes en el manejo de los donativos y que no aplican los recursos en beneficio de la obra. Una de los principales intereses de las medianas empresas en el otorgamiento de donativos es la deducibilidad de impuestos.

Tabla 6. Criterios que utiliza la empresa para seleccionar a las instituciones a las que canaliza donativos

Criterios	Frecuencia
Que sea una institución seria y prestigiada, conocida por la empresa y con la que haya habido una relación previa.	8
Que realice obras con impacto social	7
Que este legalmente constituida ante la SHCP	6
Que trabaje con niños y ancianos	3
Que realice obras sociales en la región donde se localiza la empresa	3
Que utilice los donativos correctamente y con transparencia	1
Que la institución opere los programas y aplique los donativos	1
Que sea una institución asistencial	1
Que realice solicitudes por escrito	1
Que trabaje en el áreas de educación	1
Que la empresa tenga utilidades	1
Que cuente con pocos recursos financieros	1
Que tenga objetivos claros	1

7. Areas sociales financiadas por las medianas empresas.

Las áreas sociales más apoyadas por las medianas empresas son: salud (34), bienestar (24) y educación (10). Estos datos coinciden con el tipo de instituciones apoyadas por las medianas empresas, ya que generalmente las instituciones asistenciales trabajan en estas áreas sociales.

De estos datos se pueden desprender algunas hipótesis: El área de derechos humanos es poco apoyada por las empresas debido a el alto nivel de politización de sus programas.

Tabla 7. Areas sociales financiadas por las medianas empresas

Area Social	Frecuencia
Salud	34
Bienestar	24
Educación	10
Deporte	6
Ciencia y Tecnología	4
Ecología	3
Arte y Cultura	2
Derechos Humanos	2
Vivienda	0

8. Instituciones No Lucrativas apoyadas por las medianas empresas

La institución más apoyada por las medianas empresas es Cruz Roja (29).

El que las medianas empresas apoyen fundamentalmente a la Cruz Roja coincide con los criterios que tienen para seleccionar a las instituciones a las que canalizan donativos: es conocida porque es una de las más antiguas, tiene buena publicidad en los medios, es eficiente en la utilización de donativos, es de corte asistencial y emite recibos deducibles de impuestos.

Parece que las medianas empresas otorgan donativos a las instituciones que se acercan a ellas y no salen a buscar a qué organizaciones financiar. La

Cruz Roja Mexicana ha sido una de las organizaciones más exitosas en la recaudación de fondos ya que cuenta con mecanismos eficientes para acercarse al público.

Tabla 8. Instituciones No Lucrativas financiadas por las medianas empresas en 1994

Institución	Frecuencia
Cruz Roja	29
APAC	4
Caritas	3
Asilo Mundet	2
Asociación Protectora de Sordomudos	2
Fundación Down	1
Sanatorio Español	1
Fondo Unido	1
Casa de la Amistad	1
AMANC	1
Instituto para la Atención Integral del Niño Quemado	1
FAME	1
Centro Cultural Universitario	1
IPADE	1
Casa de la Niñez de Atlacomulco	1
Unión Social de Empresarios	1
Internado Infantil Guadalupano	1
Casa de Apoyo a los Mazahuas	1
Centro para la Paz	1
Centro de Desarrollo y Avance	1
Centro de Asistencia Social	1
Casa para Niños la Esperanza	1
Hogar de la Misericordia	1
Instituto Angel de la Guarda	1
Fundación de Ayuda a la Ancianidad	1
Escuela de Oxlucab	1
Instituto Nuevo Amanecer	1
Pro-Tarahumara	1
Comité de Lucha Contra la Tuberculosis	1
Very Special Arts México	1

9. Aportaciones económicas a las instituciones no lucrativas en los últimos tres años

De las empresas que dan donativos, el 61% ha mantenido igual o incrementado el monto de sus donativos en los últimos tres años, mientras que el 29.5 % disminuyó sus aportaciones a la ayuda social.

Tabla 9. Las aportaciones económicas a las instituciones no lucrativas en los últimos tres años

	Frecuencia	Porcentaje
Mantenido Igual	17	38.6
Disminuido	13	29.5
Incrementado	10	22.7
No Contestó	4	9.1
Total	44	100.0

10. Aportaciones económicas de las medianas empresas a las instituciones no lucrativas en 1995, tomando en cuenta la inflación

El 54.6% de las empresas que dan donativos mantendrá y en algunos casos incrementará los montos de los donativos a las instituciones durante 1995, mientras que el 36.4% canalizará menos recursos. En síntesis, la crisis económica en el presente año en cierta medida ha impactado en los montos asignados a las instituciones no lucrativas.

Tabla 10. Aportaciones económicas de las empresas a las instituciones no lucrativas en 1995, tomando en cuenta la inflación

	Frecuencia	Porcentaje
Igual	20	45.5
Menos	16	36.4
Más	4	9.1
No Contestó	4	9.1
Total	44	100.0

11. Razones por las que las medianas empresas han disminuido el monto de donativos a las Instituciones de Ayuda Social.

La crisis económica en el último año, es la principal razón por la cual las medianas empresas han disminuido sus aportaciones económicas a la ayuda social (14). Podríamos decir que la crisis económica ha condicionado más no determinado la canalización de donativos a las instituciones, ya que ha impactado en los montos de los donativos pero no ha provocado que las empresas suspendan su ayuda.

Tabla 11. Razones por las que las empresas han disminuido el monto de donativos a las Instituciones de Ayuda Social

Razones	Primer Lugar	Segundo Lugar
Crisis Económica	14	0
Carecer de Una Política de Donativos	0	1
Falta de Información Sobre las Instituciones No Lucrativas	0	1
Impacto del Tratado de Libre Comercio	0	0
Nuevos Planes de Inversión	0	0

12. El impacto del Convenio para evitar la doble tributación en la canalización de recursos económicos de las medianas empresas a las instituciones no lucrativas mexicanas.

a. Conocimiento que tienen las medianas empresas sobre el Convenio para evitar la Doble Tributación.

De las empresas que dan donativos, el 52.3% tiene alguna información sobre el convenio, mientras que el 47.7% no sabe o no contestó, esta información demuestra que el conocimiento sobre este tema es heterogéneo.

Tabla 12. Conocimiento que tienen las empresas sobre el Convenio para evitar la Doble Tributación

	Frecuencia	Porcentaje
Si	15	34.1
No	8	18.2
Más o Menos	8	18.2
No Contestó	13	29.5
Total	44	100.0

b. El origen del capital en las medianas empresas mexicanas

La mayor parte de las medianas empresas que dan donativos son de capital mexicano (70.5%), mientras que un número reducido (15.9%) cuentan con capital extranjero.

Tabla 13. Empresas que cuentan con capital extranjero

Capital Extranjero	Frecuencia	Porcentaje
No	31	70.5
Si	7	15.9
No Contestó	6	13.6
Total	44	100.0

La mayoría de las medianas empresas de capital extranjero son de capital norteamericano (6 de 7 casos).

Tabla 14. País de origen de las empresas con capital extranjero

Capital Extranjero	Frecuencia
Estados Unidos	6
Japón	1

c. Impacto del Convenio en las medianas empresas con capital norteamericano

El Convenio para evitar la Doble Tributación beneficia exclusivamente a las empresas con capital norteamericano. De las medianas empresas que dan donativos, tan solo 6 cuentan con capital estadounidense en porcentajes que varían del 23% al 100%. Todas las empresas norteamericanas tienen alguna información sobre el Convenio, sin embargo tan solo 2 declararon que el Convenio las estimula para dar más donativos.

Tabla 15. Impacto de Convenio en las medianas empresas con capital norteamericano

	Frecuencia
No	2
No sabe	2
Si	2

En síntesis, el Convenio para evitar la doble tributación alienta en cierta medida a las medianas empresas norteamericanas residentes en México a canalizar mayores donativos a las instituciones no lucrativas, ya que 1 de cada 3 respondió en este sentido.

15. Razones por las que las medianas empresas dan donativos a las instituciones no lucrativas

Las principales razones que motivan a las empresas a canalizar donativos son su responsabilidad cívica en favor del desarrollo social (23) y la generosidad (12). Resulta interesante que las empresas ponen como requisito para entregar donativos el que las instituciones emitan recibos deducibles y, por otro lado, la deducción de donativos no es una de sus principales motivaciones para ayudar.

Tabla 16. Razones por las que las medianas empresas dan donativos a la ayuda social

	1 Lugar	2 Lugar	3Lugar	4 Lugar
Responsabilidad Cívica	23	3	0	3
Generosidad	12	9	0	1
Deducción de Impuestos	3	0	5	2
Imagen	1	1	5	4
Otros	0	0	0	0

16. Razones por las que las medianas empresas no dan donativos a las instituciones no lucrativas

La principal razón por la que las medianas empresas no canalizan donativos a las instituciones es la carencia de recursos económicos (22 casos de 38).

Tabla 17. Razones por las que las medianas empresas no canalizan donativos a las Instituciones No Lucrativas

Razones	1 Lugar	2 Lugar	3 Lugar	4 Lugar	5 Lugar
No Interesa	1	2	0	0	1
Falta de recursos económicos	22	0	0	0	1
No sabe a donde canalizar donativos	1	1	0	0	0
Duda de la utilización correcta donativos	0	1	0	2	0
Ineficiencia de las instituciones	0	0	0	2	0
Otras Razones	5	0	1	0	0

17. Requisitos que pondrían las medianas empresas para canalizar donativos

Los principales requisitos que piden las medianas empresas que no dan donativos para aportar donativos a futuro son: que la empresa cuente con recursos económicos (5 casos) y que las instituciones no lucrativas manejen los recursos con eficiencia y transparencia (4 casos). Es importante señalar que el criterio de la eficiencia y transparencia en el manejo de los recursos coincide con los requisitos que exigen las empresas que actualmente canalizan donativos.

Tabla 18. Requisitos que exigirían las empresas para canalizar donativos a las instituciones

Requisitos	Frecuencia
Que la empresa cuente con recursos económicos	5
Que los donativos se manejen con eficiencia y transparencia	4
Impacto social de la obra	2
Instituciones legalmente constituidas ante la SHCP	2
Instituciones educativas	1

16. Valor que le dan las medianas empresas a canalizar el 1% de sus utilidades anuales antes del pago de impuestos a las instituciones no lucrativas.

El estándar del 1% es muy polémico dentro de las medianas empresas ya que 38.6% lo considera adecuado, 27.3% lo considera alto y 27.3% no contestó.

Tabla 19. Valor que le dan las medianas empresas a canalizar el 1 % de sus utilidades anuales antes del pago de impuestos a instituciones no lucrativas

	Frecuencia	Porcentaje
Adecuado	17	38.6
Mucho	12	27.3
Poco	3	6.8
No Contestó	12	27.3
Total	44	100.0

CONCLUSIONES

1. Aportaciones económicas de las medianas empresas a las Instituciones No Lucrativas Mexicanas

Es significativo que a pesar de la fuerte crisis económica por la que atraviesa el país, la mitad de las medianas empresas que contestaron el cuestionario canalice donativos a causas sociales. El que una de cada dos empresas que respondieron la encuesta ayude a las instituciones no lucrativas refleja que las medianas empresas en México tienen un nivel considerable de responsabilidad social.

Sería interesante conocer los montos en pesos que destinan anualmente las medianas empresas a las instituciones, con el fin de analizar el verdadero impacto de la ayuda.

Podemos lanzar la hipótesis de que las empresas que exclusivamente apoyan a la Cruz Roja aportan cuotas muy bajas, dato que refleja que la ayuda no es muy significativa.

En cuanto a la otra mitad de empresas que no canaliza donativos sería importante instrumentar mecanismos que las motiven a canalizar su ayuda de otras formas como: donativos en especie y en tiempo voluntario.

2. Frecuencia con la que aportan donativos las Medianas Empresas a las Instituciones No Lucrativas Mexicanas

En México pocas empresas especifican en sus estatutos la responsabilidad social que deben tener, sin embargo realizan practicas administrativas que son indicadores para medir su política de otorgamiento de donativos.

Por la practica administrativa que tienen las medianas empresas que dan donativos, podemos deducir que más de la mitad (66%) tiene una política de otorgamiento de donativos ya que tienen tiempos muy claros para canalizar recursos económicos a la ayuda social.

Sin embargo queda una gran labor por hacer con las empresas que no tienen plazos fijos (34%) para convencerlas de que asuman su responsabilidad social y planeen mejor su ayuda.

3. Porcentaje de las utilidades anuales que destinan las medianas empresas a la ayuda social.

Más de la mitad (61.3 %) de las empresas que dan donativos, mostraron apertura para responder la delicada pregunta sobre el porcentaje de las utilidades que dan a la ayuda social. Más de una cuarta parte (38.6%) no contestó. Las hipótesis que pueden dar respuesta a este silencio pueden ser:

- a) Las cifras de donativos son de información confidencial.
- b) La no declaración de los porcentajes de donativos que canalizan anualmente muestran que la empresa no tiene una política definida de otorgamiento de donativos.

Casi la mitad de las empresas que dan ayuda, dan menos del 0.5% de sus utilidades anuales antes del pago de impuestos. Este dato refleja que el estándar del 1% promovido por el Programa Mira es alto para las medianas empresas.

En este punto se abren nuevas líneas de investigación: conocer el verdadero impacto de la ayuda social de las medianas empresas a través de los montos reales anuales en pesos que aportan a las instituciones no lucrativas y analizar los criterios que utilizan para establecer los montos de los donativos anuales a la ayuda social.

4. Área administrativa que maneja los donativos dentro de las medianas empresas.

En todo tipo de empresa, la dirección general es la instancia que decide los montos de los donativos y a su vez autoriza su canalización para determinadas instituciones. Sin embargo, en algunas empresas, la recepción de las solicitudes y su revisión o trámite administrativo se encuentra a cargo de diversas áreas.

En el caso de las medianas empresas que aportan donativos, es la dirección general la que concentra la recepción de solicitudes, su trámite y su autorización (31 empresas).

Las medianas empresas que canalizan donativos no tienen una área de donativos o una fundación creada específicamente para este fin. Este dato puede indicar una falta de profesionalización en la filantropía de las medianas empresas ya que si contaran con una área específica de donativos, planearían mejor su ayuda a la comunidad, desarrollarían mejores estrategias de acercamiento con las instituciones y darían un mejor seguimiento a los programas sociales que apoyan.

5. Tipo de Instituciones No Lucrativas apoyadas por las medianas empresas

Las medianas empresas que canalizan donativos apoyan en primer lugar a las instituciones asistenciales (39), y en segundo lugar a las instituciones de promoción del desarrollo (14). Las instituciones gubernamentales no son apoyadas por las medianas empresas.

En este punto se sugieren las siguientes hipótesis:

a) Las empresas prefieren apoyar a las instituciones asistenciales porque garantizan la emisión de recibos deducibles y porque garantizan una mayor transparencia en la utilización de los donativos.

b) Las medianas empresas prefieren apoyar a las instituciones asistenciales porque no tienen una buena infraestructura para darle seguimiento a los programas sociales que apoyan.

6. Criterios que utilizan las medianas empresas para seleccionar a las instituciones a las que canalizan sus donativos

Los principales criterios en que se basan las empresas para seleccionar a las instituciones a las que apoyan son: que sea una institución seria y conocida (8 casos), que realice obra con impacto social (7 casos) y que este legalmente constituida ante la SHCP (6 casos).

Estos datos desprenden la siguiente hipótesis:

- a) Las medianas empresas desconfían de la eficiencia y la transparencia en la utilización de los donativos de una gran mayoría de organizaciones no lucrativas mexicanas.
- b) Una de los principales criterios de las medianas empresas en el otorgamiento de donativos es la deducibilidad de impuestos.

7. Areas Sociales más apoyadas por las medianas empresas

Las áreas sociales más apoyadas por las medianas empresas son: salud (34), bienestar (24) y educación (10). Estos datos coinciden con el tipo de instituciones apoyadas por las medianas empresas, ya que generalmente las instituciones asistenciales trabajan en estas áreas sociales.

De estos datos se pueden desprender algunas hipótesis:

- a) Las medianas empresas no apoyan áreas sociales que impliquen un alto nivel de politización tales como derechos humanos, lucha por la democracia y ecología.

8. Instituciones No Lucrativas apoyadas por las medianas empresas

La institución más apoyada por las medianas empresas es Cruz Roja (29 casos). De las 44 empresas que afirmaron canalizar donativos, 12 le dan exclusivamente a Cruz Roja, sin diversificar su espectro de instituciones a ayudar.

El que las medianas empresas apoyen fundamentalmente a la Cruz Roja coincide con los criterios que tienen para seleccionar a las instituciones a las que canalizan donativos: es conocida porque es una de las más antiguas, tiene buena publicidad en los medios, es eficiente en la utilización de donativos, es de corte asistencial y emite recibos deducibles de impuestos.

La Cruz Roja Mexicana ha sido una de las organizaciones más exitosas en la recaudación de fondos ya que cuenta con mecanismos eficientes para acercarse al público.

De lo anterior podemos desprender la siguiente hipótesis:

a) Las medianas empresas tienen un bajo nivel de profesionalización en su ayuda social ya que no salen a buscar instituciones que apoyar sino que son las instituciones las que se acercan a ellas.

9. Aportaciones económicas a las instituciones no lucrativas en los últimos tres años

Resulta significativo que ante la dura crisis económica del país más de la mitad de las empresas que dan donativos (61%) ha mantenido igual o incrementado el monto real de sus donativos en los últimos tres años. Tan solo más de una cuarta parte (29.5 %) disminuyó sus aportaciones a la ayuda social.

10. Aportaciones económicas de las medianas empresas a las instituciones no lucrativas en 1995, tomando en cuenta la inflación

El 54.6% de las medianas empresas que dan donativos mantendrá y en algunos casos incrementará los montos de los donativos a las instituciones durante 1995, mientras que el 36.4% canalizará menos recursos.

La crisis económica de 1995 ha impactado en los montos asignados a las instituciones no lucrativas. El 29.5% de las empresas aseguró que entre 1992 y 1994 decreció su ayuda y el 36.4% de las empresas aseguró que en un solo año, 1995, disminuirán sus aportaciones. Esto significa que el 7 % de las empresas disminuirán sus aportaciones para 1995.

11. Razones por las que las medianas empresas han disminuido el monto de donativos a las Instituciones de Ayuda Social.

La crisis económica en el último año, es la principal razón por la cual las medianas empresas han disminuido sus aportaciones económicas a la ayuda social (14). Podríamos decir que la crisis económica ha condicionado más no determinado la canalización de donativos a las instituciones, ya que ha impactado en los montos de los donativos pero no ha provocado que las empresas suspendan su ayuda.

12. Conocimiento que tienen las medianas empresas sobre el Convenio para evitar la Doble Tributación.

La información que tienen las medianas empresas que dan donativos sobre el convenio para evitar la Doble Tributación es muy heterogénea. De las empresas que dan donativos, el 52.3% tiene alguna información sobre el convenio, mientras que el 47.7% no sabe o no contestó.

13. El origen del capital en las medianas empresas mexicanas

La mayor parte de las medianas empresas que dan donativos son de capital mexicano (70.5%), mientras que un número reducido (15.9%) cuentan con capital extranjero.

La mayoría de las medianas empresas de capital extranjero son de capital norteamericano (6 de 7 casos).

14. El impacto de Convenio en una mayor canalización de donativos a la ayuda social

El Convenio para evitar la Doble Tributación beneficia exclusivamente a las empresas con capital norteamericano. De las medianas empresas que dan donativos, tan solo 6 cuentan con capital estadounidense en porcentajes que varían del 23% al 100%. Todas las empresas norteamericanas tienen alguna información sobre el Convenio, sin embargo tan solo 2 declararon que el Convenio las estimula para dar más donativos.

En síntesis, el Convenio para evitar la doble tributación alienta en cierta medida a las medianas empresas norteamericanas residentes en México a canalizar mayores donativos a las instituciones no lucrativas, ya que 1 de cada 3 respondió en este sentido.

15. Razones por las que las medianas empresas dan donativos a las instituciones no lucrativas

Las principales razones por las que las empresas canalizan donativos son su responsabilidad cívica en favor del desarrollo social (23) y la generosidad (12).

Sería interesante desarrollar nuevas líneas de investigación que analicen porque razón las empresas piden la deducibilidad de los donativos como un importante requisito para canalizar recursos y por otro lado, no mencionen la deducción de donativos como una de sus principales motivaciones para ayudar.

Una posible hipótesis en este punto es que en el discurso su motivación aparente es la responsabilidad social pero en la practica una de sus principales motivaciones es la deducción de impuestos.

Aun queda mucho por hacer para extender la cultura de la responsabilidad social a las medianas empresas en México.

16. Razones por las que las medianas empresas no dan donativos a las instituciones no lucrativas

La principal razón por la que las medianas empresas no canalizan donativos a las instituciones es la carencia de recursos económicos (22 de 38 casos).

17. Requisitos que pondrían las medianas empresas para canalizar donativos

Los principales requisitos que piden las medianas empresas que no dan donativos para aportar donativos a futuro son: que la empresa cuente con recursos económicos (5 casos) y que las instituciones no lucrativas manejen los recursos con eficiencia y transparencia (4 casos).

El requisito de la eficiencia y transparencia en el manejo de los recursos que exigirían las empresas que no dan donativos coincide con los requisitos que exigen las empresas que actualmente canalizan donativos.

18. Valor que le dan las medianas empresas a canalizar el 1% de sus utilidades anuales antes del pago de impuestos a las instituciones no lucrativas.

El estándar del 1% es muy polémico dentro de las medianas empresas ya que más de una tercera parte (38.6%) lo considera adecuado y otra tercera parte (27.3%) lo considera alto.

En este punto la campaña Mira por los Demás debe hacer una gran labor de convencimiento y concientización entre las medianas empresas en México.

En síntesis, las medianas empresas mexicanas tienen un nivel considerable de responsabilidad social, pero no son muy profesionales en la canalización de recursos.

El sector de las medianas empresas es muy heterogéneo, por esta razón las instituciones no lucrativas deben trabajar más cerca de él para incorporarlo más a esta nueva cultura de responsabilidad social.

Si las empresas están atravesando por una situación financiera difícil, las organizaciones deben innovar nuevas formas para invitarlas a colaborar a través de los donativos en especie y el tiempo voluntario de su personal .

Las instituciones no lucrativas menos conocidas deben salir a buscar donativos y estar preparadas para cubrir los requisitos que las empresas piden. Deben proyectar una imagen de eficiencia, profesionalismo y transparencia en el manejo de los recursos.

Dado que las áreas más apoyadas por las medianas empresas son la salud, el bienestar y la educación, las organizaciones que trabajan en estos rubros deben jugar un papel más activo en la búsqueda de nuevos donativos.

Sería útil que las instituciones no lucrativas elaboren estrategias para acercarse a las medianas empresas con capital estadounidense ya que ellas pueden convertirse en posibles nuevos donantes.

Algunas instituciones no lucrativas deberían de organizar cursos para coadyuvar a la profesionalización de la ayuda social empresarial, orientando a las empresas a elaborar planes y estrategias de ayuda social adecuados a sus intereses.

BIBLIOGRAFIA

- Bobbio, Norberto., Diccionario de Política, Siglo XXI Editores, México, 1988.
- Carrillo Gamboa, E. La Legislación de la Filantropía Mexicana, México, 1994.
- Centro Mexicano para la Filantropía, La Filantropía Mexicana: Diagnóstico y Propuestas, México, 1990.
- Centro Mexicano para la Filantropía y Mori de México, Estudio de Opinión sobre Filantropía, 1994.
- Centro Mexicano para la Filantropía, Para entender a la Filantropía Mexicana, 1992
- Centro Mexicano para la Filantropía, Directorio de Instituciones Filantrópicas 1995-1996, México, 1995.
- Centro Mexicano para la Filantropía, Memoria del Foro Trinacional sobre Inversión Social, México, 1995.
- Edie, J., Beyond our Borders: A Guide to Making Grants Outside the US, Council on Foundations, 1994.
- Ferguson, Laura., Inversión Corporativa en la Comunidad, The Conference Board of Canadá.
- Fernández, R., Las Grandes Empresas y las Instituciones No Lucrativas en México, Centro Mexicano para la Filantropía, México, 1993.
- Luna, Elba., La Filantropía Empresaria en Argentina, GADIS, Argentina, 1994
- Revista Expansión, Agosto 17 1994, México.
- Salamon L., America's Nonprofit Sector: A Primer, The Foundation Center, 1992.

Salamon, L y Anheier, H., In Search of the Nonprofit Sector I: The Question of Definitions, Johns Hopkins University, 1992.

Salamon, L y Abheier, H., The Emerging Sector: An Overview, Johns Hopkins University, Baltimore, 1994.

Smith, Craig., La Nueva Responsabilidad de las Empresas, Harvard Business Review.

Valdés, Cuauhtémoc, et al, La Responsabilidad Social de las Empresas, Fundación Mexicana para la Salud, México, 1995.

ANEXO 1. DISEÑO DE LA INVESTIGACION

I. OBJETIVOS

A. OBJETIVOS GENERALES

1. Elaborar un diagnóstico sobre el apoyo financiero que dan las medianas empresas, a las instituciones no lucrativas de México.
2. Conocer el grado de profesionalización que tienen este tipo de empresas en la ayuda social.

Objetivos Particulares:

- * Detectar qué empresas canalizan recursos financieros en favor de las instituciones no lucrativas.
 - * Analizar si las aportaciones que dá la empresa a la ayuda social forman parte de una política empresarial.
 - * Conocer el monto y la periodicidad de las aportaciones económicas de las empresas a las instituciones no lucrativas.
 - * Describir a qué tipo de instituciones no lucrativas apoyan las empresas y en qué áreas de trabajo.
 - * Analizar los criterios que tiene la empresa para la selección de las instituciones a las que canaliza recursos.
3. Detectar el nivel de responsabilidad social que tienen las empresas a través del apoyo que dan a las instituciones no lucrativas.

Objetivos particulares:

- * Analizar qué motivaciones hay detrás de las empresas para apoyar económicamente a las instituciones filantrópicas.

III. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

A. En qué medida las medianas empresas apoyan con recursos financieros a las instituciones no lucrativas mexicanas.

B. Hasta qué punto las empresas mexicanas son profesionales en la canalización de recursos económicos a instituciones no lucrativas.

C. En qué medida el apoyo económico de las empresas a las instituciones filantrópicas refleja su responsabilidad social.

IV. HIPOTESIS

EN RELACION AL PROBLEMA A.

1. Las medianas empresas dan poco apoyo económico a las instituciones filantrópicas mexicanas.

EN RELACION AL PROBLEMA B.

1. Las medianas empresas tienen un bajo nivel de profesionalización en la canalización de recursos financieros a las instituciones no lucrativas.

EN RELACION AL PROBLEMA C.

1. El apoyo económico de las empresas mexicanas a las instituciones no lucrativas no necesariamente refleja un alto nivel de responsabilidad social.

V. DELIMITACION ESPACIO TEMPORAL

La investigación se realizará a nivel nacional durante 1995.

VI. SELECCION DE LA MUESTRA

Muestreo aleatorio simple a partir del Directorio de Industriadata de empresas medianas.

VII. ELEMENTOS TEORICOS

A. Sector No Lucrativo

C. Profesionalización

D. Empresas con Responsabilidad Social

VIII.METODOLOGIA

A. Elaboración teórico conceptual de lo que es el Sector No Lucrativo y la empresa en México.

B. Se dará un panorama general sobre la situación actual del Sector No Lucrativo en México.

C. Se elaborará un diagnóstico sobre el nivel de apoyo de las empresas a las instituciones no lucrativas, áreas sociales y población que apoyan, nivel de profesionalización en la canalización de recursos y nivel de responsabilidad social de las empresas.

IX. TECNICAS DE INVESTIGACION Y TIPOS DE DATOS

A. Datos cuantitativos con apoyo en información cualitativa.

B. Fuentes

1. Primarias

a. Cuestionarios a los directivos de las empresas identificadas.

* Preguntas de opción múltiple

* Preguntas abiertas

2. Secundarias

a. Mediante investigación documental con base a:

- Fuentes Bibliográficas

- Estadísticas

- Ensayos de carácter académico

X. TRASCENDENCIA DE LA INVESTIGACION PARA EL CENTRO MEXICANO PARA LA FILANTROPIA

El Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) tiene como misión fomentar una cultura filantrópica de responsabilidad social. A lo largo de su trayectoria institucional, el CEMEFI ha detectado, que uno de los principales problemas de las instituciones no lucrativas en México, es su escasez de recursos financieros. Para facilitar el flujo de recursos económicos de la sociedad civil a las instituciones no lucrativas, el CEMEFI esta impulsando el programa Mira por los demás cuyo objetivo es concientizar y fomentar una cultura filantrópica en ciudadanos y empresas.

La meta es que los ciudadanos den el 1 % de sus ingresos antes del pago de impuestos y las empresas el 1 % de sus utilidades antes de impuestos.

Este programa se difundirá a través de diversos medios de comunicación y llegará a los ciudadanos de todos los sectores sociales al igual que a toda la gama de empresas.

Para lograr que los mensajes publicitarios tengan un impacto efectivo en la audiencia empresarial, el CEMEFI considera importante realizar investigaciones que permitan conocer el nivel de apoyo económico de los diversos tipos de empresas a las instituciones no lucrativas. Este dato ayudará a evaluar que tan viable es el standard del 1 %. Por otro lado, también es necesario conocer que áreas sociales apoyan las empresas para elaborar mensajes publicitarios que toquen las áreas de interés empresarial. En fin, las investigaciones proporcionarán una excelente base de datos que podrá ser utilizada por la agencia publicitaria contratada por el programa Mira.

El CEMEFI realizó durante 1993 una investigación sobre el apoyo económico que dan las grandes empresas mexicanas y multinacionales a las instituciones no lucrativas del país. Queda pendiente conocer el nivel de apoyo económico de las más pequeñas y medianas empresas, por esta razón nuestra institución está interesada en concursar para obtener el apoyo financiero de Hispanics in Philanthropy.

ANEXO 2. CARTA ENVIADA A LAS EMPRESAS

28 de marzo de 1995

C.P. Jorge Garza Treviño
Contralor
Regio Empresas, S.A. de C.V.
Presente

Estimado Sr. Garza Treviño:

El Centro Mexicano para la Filantropía A.C. (CEMEFI) es una organización civil sin fines de lucro que tiene como misión el fortalecimiento de las instituciones no lucrativas que atienden problemas de: salud, educación, vivienda y ecología, entre otros.

Dado que la Iniciativa Privada juega un papel muy importante en el apoyo a este tipo de instituciones, el CEMEFI se ha propuesto elaborar un estudio, sobre las empresas y la ayuda social en México.

Nos será de gran utilidad que su empresa contribuya con su respuesta al cuestionario adjunto y le agradeceremos lo envíe a nuestras oficinas vía fax (256 31 90).

El Centro Mexicano para la Filantropía le enviará los resultados de este estudio. Con este servicio, esperamos ofrecerle mayor información sobre la ayuda que ofrecen las empresas a las organizaciones no lucrativas de nuestro país.

Agradecemos de antemano su valiosa colaboración.

Atentamente

Lic. Jorge Villalobos Grzybowicz
Coordinador General

ANEXO 3. CUESTIONARIO SOBRE LAS EMPRESAS Y LA AYUDA SOCIAL EN MEXICO

FOLIO:

DATOS GENERALES DE LA PERSONA Y EMPRESA QUE RESPONDE EL CUESTIONARIO:

NOMBRE:

EMPRESA:

CARGO DENTRO DE LA EMPRESA:

DIRECCION:

TELEFONO:

FAX:

NUMERO DE EMPLEADOS DENTRO DE SU EMPRESA:

RAMA DE ACTIVIDAD DE SU EMPRESA:

PREGUNTAS

1. **¿ Su empresa suele dar aportaciones económicas en favor de instituciones mexicanas sin fines de lucro que atienden necesidades sociales ?.**

Si No

Si su respuesta es afirmativa señale:

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

Cada Trimestre

Cada Semestre

Cada Año

Esporádicamente

3. **¿ Qué porcentaje de las utilidades anuales (antes del pago de impuestos),aporta su empresa a las instituciones de ayuda social ?**

Menos del 0.5 %

Entre 0.5 % y 1 %

Más del 1 % Especifique ()

4. **¿ Que área administrativa dentro de su empresa maneja los donativos ?**
- Dirección de Donativos
 - Fundación
 - Otra
5. **¿ A qué tipo de instituciones canaliza su empresa recursos financieros ?**
- Gubernamentales (DIF, CONACULTA, INBA, etc.)
 - Asistenciales (Cruz Roja, APAC, etc.)
 - Organizaciones Sociales de Promoción del Desarrollo (desarrollo social, comunitario, ecología, defensa de los derechos humanos, etc.)
6. **¿ Qué criterios utiliza su empresa para seleccionar a la institución a la cual canalizará los donativos?**
7. **¿ A qué áreas de trabajo social canaliza sus donativos ?**
- Salud
 - Educación
 - Vivienda
 - Ecología
 - Arte y Cultura
 - Ciencia y Tecnología
 - Derechos Humanos
 - Deporte

8. ¿ Mencione los nombres de las instituciones de Ayuda Social a las que su empresa canalizó donativos en 1994 ?

9. En los últimos 3 años, los montos reales de los donativos que canaliza su empresa a la ayuda social se han:

Mantenido igual

Incrementado

Disminuido

10. ¿ Tomando en cuenta la inflación, en 1995 su empresa dona(rá) más o menos recursos que en el año pasado ?

Más

Menos

Igual

11. ¿ Si su empresa dona(rá) menos, indique, por orden de importancia, las razones ?

La crisis económica

Impacto económico del tratado de libre comercio

Nuevos planes de inversión

Carecer de una política de donativos

Falta de información sobre las instituciones

Otra razón (especificar)

12. Derivado del Tratado de Libre Comercio, se estableció entre México y los Estados Unidos un Convenio para evitar la Doble Tributación ?

¿ Sabe usted en que consiste este Convenio ?

Si

Más o menos

No

13. ¿ Su empresa cuenta con participación de capital extranjero ?

Si

No

En caso de contar con capital extranjero, por favor indique de que país procede:

País

Porcentaje de Participación

14. El Convenio para evitar la doble tributación permitirá que las empresas con capital norteamericano (total o parcial) que tengan ingresos en México, deduzcan en los Estados Unidos los donativos otorgados a instituciones no lucrativas mexicanas. Considera (en su caso) que dicho Convenio alentará a su empresa a canalizar mayores donativos a éstas instituciones ?

Si

Más o Menos

No

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

- Por generosidad
- Por deducir impuestos
- Por imagen
- Por una responsabilidad cívica en beneficio del desarrollo social
- Otros

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

- Porque no nos interesa
- Porque no contamos con recursos económicos
- Porque no sabemos hacia dónde canalizar los recursos
- Porque dudamos que el dinero que aportamos sea utilizado correctamente
- Por la ineficiencia de las instituciones no lucrativas
- Otros

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

18. ¿ Dar el 1% de las utilidades de la empresa antes del pago de impuestos a la ayuda social es ?

- Poco
- Adecuado
- Mucho

ANEXO 4. CURRICULUM ACADEMICO Y PROFESIONAL

NOMBRE: Rosa María Fernández Rodríguez

DIRECCION: Antonio Ancona # 31-A-302, Col. Cuajimalpa, C.P. 05000, México, D.F., México.

TELEFONO: (525) 812-41-51, 256-37-39, 256-37-62

FECHA DE NACIMIENTO: 4 de junio de 1964

ESCOLARIDAD:

Primaria a Preparatoria Colegio Merici
1971-1983

Universidad
1983-1987

Licenciatura en Sociología,
Universidad Iberoamericana

1993

Diplomado en Voluntariado Social y Filantropía,
Universidad Iberoamericana.

1994

Diplomado en Filantropía, Johns Hopkins University,
Baltimore, Maryland.