

UNA MEJOR COLABORACIÓN

**Fortaleciendo la contribución
de las empresas mexicanas
a la sociedad civil**





INSTITUTE OF THE AMERICAS



UNA MEJOR COLABORACIÓN

**Fortaleciendo la contribución de las
empresas mexicanas a la sociedad civil**



INSTITUTE OF THE AMERICAS

Embajador Jeffrey Davidow
Presidente, Instituto de las Américas

Lee M. Tablewski
Director, Proyecto México

Mariana Martínez Esténs
Coordinadora, Estudio de Filantropía

Everardo Iñiguez
Formación y Diseño

David Maung
International Community Foundation
Fundación del Empresariado Chihuahuense A.C.
Mesón de la Misericordia Divina A.C.
Fotografía

Ilustración utilizada con permiso de CORBIS
Esta publicación fue realizada con el apoyo de Comercial Mexicana de Pinturas

© 2005 Institute of the Americas
10111 N. Torrey Pines Rd.
La Jolla, CA 92037 USA
tel. +1 (858) 453-5560
fax +1 (858) 453-2165
lee@iamericas.org
www.iamericas.org

UNA MEJOR COLABORACIÓN	5
<i>Todo lo que quería era un refrigerador</i>	6
LAS ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL Y LAS EMPRESAS	7
ACERCA DEL ESTUDIO	9
FILANTROPÍA BAJO SOSPECHA	10
PERCEPCIONES SOBRE LAS EMPRESAS Y EL GOBIERNO	11
<i>La necesidad de transparencia</i>	12
21 RECOMENDACIONES	
OSC: Una dosis de transparencia	13
Gobierno: Simplifica	14
<i>Dando de una manera profesional: Soriana</i>	17
Empresas: Hacia la profesionalización	19
Implementación	21
Notas	23



Maestro Felipe Quiroz González ayuda a sus alumnos dentro de la Escuela David Lynch en la Colonia Fausto González, en Tijuana, B.C.

UNA MEJOR COLABORACIÓN

Fortaleciendo la contribución de las empresas mexicanas a la sociedad civil

México debe propiciar un entorno que facilite un papel más activo de las empresas en apoyo de las organizaciones de la sociedad civil (OSC), para enfrentar los retos que el Estado no puede, quiere o debe atender, para contribuir así a la creación de una democracia más vibrante.

Las organizaciones de la sociedad civil han adquirido un papel cada vez más importante en el México de hoy, promueven el cambio social, abogan por la protección ambiental y atienden las necesidades de la población más desprotegida. El apoyo de las OSC a través de la filantropía corporativa debe ser un elemento clave de la responsabilidad social de las empresas. El tema de este documento es como puede el sector empresarial de México involucrarse más en promover a la sociedad civil.

Actualmente no existen cifras confiables que indiquen el nivel de filantropía corporativa en México, pero la información disponible sugiere que, en comparación con otros países con niveles similares de desarrollo económico -Argentina, Brasil y Chile, por ejemplo- el apoyo de las empresas a la sociedad civil es bajo.

Ningún sector de la sociedad mexicana está exento de la responsabilidad de implementar los cambios necesarios para lograr un mejor nivel de justicia y equidad en este país. Creemos que una mejor colaboración entre empresas, OSC y gobierno es la clave para lograrlo.

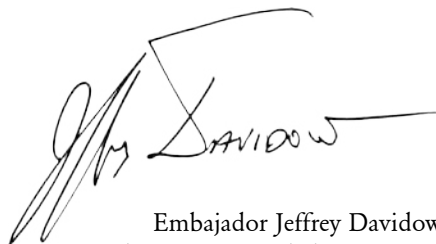
La necesidad de cambio es clara y casi incuestionable entre los sectores involucrados. Los cambios no necesitan esperar a una elección o a un consenso político, las OSC mexicanas, las compañías y el gobierno -juntos o separados- pueden adoptar medidas que impacten de manera positiva a los sectores menos favorecidos de México.¹

Este informe contiene las principales conclusiones de un estudio realizado a lo largo de un año, a cargo del Instituto de las Américas, un centro de investigación independiente, en colaboración con líderes sociales y expertos de múltiples sectores de la sociedad mexicana. El documento identifica los obstáculos que impiden que la sociedad civil, las empresas y el gobierno cooperen de la manera más efectiva posible.

En concreto, creemos que las OSC deben ser más transparentes y abiertas a escrutinio, el gobierno debe simplificar su trato al sector y las empresas deben ser más profesionales en su trabajo filantrópico. El documento propone recomendaciones que han surgido de un proceso de diálogo con una variedad de actores informados, involucrados en la filantropía.

El Instituto de las Américas agradece a la Fundación William y Flora Hewlett por su generoso apoyo para la realización de este esfuerzo. El Instituto también reconoce la generosa colaboración en este proyecto del Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), Fundación Para la Protección de la Niñez I.A.P., Universidad de Monterrey, Fundación del Empresariado Chihuahuense A.C. (FECHAC), el Centro Mexicano de Filantropía (CEMEFI), International Community Foundation (IFC) y Corporativa de Fundaciones A.C. de Guadalajara.

Lo invitamos a unirse a nuestro esfuerzo.



Embajador Jeffrey Davidow
Presidente Instituto de las Américas

La Jolla, California, 22 de abril, 2005

Todo lo que quería era un refrigerador

Becky Jarero tocó fondo al llegar una mañana y encontrar el refrigerador descompuesto.

Las tortillas acedas y el yogurt rancio fueron testigos de su profunda desesperación y agotamiento.

Voluntaria en el Mesón de la Misericordia Divina A.C. en Guadalajara, Becky trabaja con personas y familias impactadas por el VIH\SIDA, junto con un grupo de médicos, enfermeras, psicólogas, orientadoras espirituales y voluntarios, quienes dedican sus días a atender a la gente que más lo necesita. “Atendemos a 340 personas que viven con VIH, tenemos consulta externa y albergues, 14 camas para atención con personal médico de enfermería, área de recuperación y cuidado de personas que están cerca de morir”.

Pero en el 2001, a cinco años de la fundación del Mesón, la organización sufría una crisis económica terrible, que socavaba el ánimo de todos. “La población con necesidad de atención crecía y crecía y nosotros no. Tuvimos serios recortes de donantes, se nos acababan los amigos y familiares a los cuales acudir y llegamos al punto que la comida del albergue era de nuestras propias casas”.

Desesperada, Becky se enteró de la existencia de un grupo de empresarios que apoyaba a organizaciones y decidió acudir a ellos, con la única esperanza de obtener un refrigerador nuevo. En Corporativa de Fundaciones, la escucharon y al terminar dijeron “No te podemos dar el dinero para el refrigerador, lo que sí te puedo ofrecer es que trabajemos juntos para que crezcan”. A Becky le ganó el llanto, empujado por las tortillas acedas, las gelatinas sin cuajar y los años y años de arduo trabajo que parecían desvanecerse y vaciarla toda.

Una semana después estaba en su primera reunión con el personal de Corporativa de Fundaciones. Luego de un autodiagnóstico, se encontraron que el Mesón de Misericordia sufría de saturación de trabajo, falta de definición de funciones y compras precipitadas que encarecían los gastos de operación. Fue evidente la necesidad de contar con un procurador de recursos, así como un nuevo director general.

“Nos detuvimos a replantear” —cuenta Becky— “Estábamos en un círculo vicioso; sin tener recursos porque no hay quién procure fondos y sin personal por no poder pagarlo. Para conseguir recursos lo primero que necesitábamos era demostrar que somos una institución que merece ser apoyada”.

Luego de mucho esfuerzo, lograron presentar su caso en dos cuartillas y su primer “cliente” fue Corporativa de Fundaciones, a quien le solicitaron el dinero para cubrir el sueldo de un nuevo director de la casa, para así crear un coordinador general y contratar a alguien que se dedicara a la procuración de recursos. Sólo entonces les dieron el donativo.

En estos años Becky y sus compañeras han visto la transformación de la institución y están orgullosas de la manera que despertaron al profesionalismo. Con 22 personas asalariadas, diez pasantes de medicina, enfermería, nutrición y sicología, así como 35 voluntarios de todas las edades, en el Mesón todavía queda mucho que hacer, pero Becky tiene claro que, “Si ese día nos hubieran dado el dinero para el refrigerador, ahora sólo tendríamos un refri viejo y los mismos problemas con demasiado trabajo, agobio e incertidumbre...o a lo mejor no estaríamos aquí”.



Becky Jarero con un recién nacido en el Mesón de la Misericordia.

LAS ORGANIZACIONES DE LA SOCIEDAD CIVIL Y LAS EMPRESAS

Existen muchas razones por las cuales hay un número relativamente bajo de OSC registradas en México, pero un factor claro y determinante es la poca respuesta de la comunidad empresarial a las peticiones de ayuda y la creación de una cartera mayor de donantes potenciales.

Hasta enero del 2005 sólo estaban registradas ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT) 5,600 organizaciones de la sociedad civil trabajando en México. Según un vocero del Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI) debería de haber al menos 20 mil de ellas para cubrir las necesidades del país.² En comparación, Brasil tiene más de 230,000 organizaciones de la sociedad civil y una próspera cultura de filantropía corporativa basada en las fundaciones. (LatinFinance 2004).³

La ausencia relativa de OSC en México es acompañada por un bajo número de entidades de filantropía corporativa establecidas y bien administradas.

Actualmente, existen menos de 50 fundaciones filantrópicas corporativas en México. A pesar de que muchas compañías realizan algún tipo de filantropía durante el año, esta labor es frecuentemente limitada, improvisada, caracterizada por una falta de planeación coherente y seguimiento en su implementación.

Parte de la explicación para ello, dada por el CEMEFI, u otras organizaciones, es que las empresas mexicanas “No tienen una cultura filantrópica desarrollada”.⁴ Esta falta de interés corporativo aumenta las dificultades a las que se enfrentan las

OSC para establecerse y operar de una manera más efectiva, creando así un círculo vicioso en el cual las necesidades del país no son atendidas de manera adecuada ni por las empresas ni por las OSC. Lo que da como resultado la existencia de pocas organizaciones civiles que cubran las necesidades de asistencia social no cubiertas por el gobierno, o que sirvan como agentes independientes a éste, pidiendo al gobierno para que tenga un mejor desempeño o modifique su proceder.

Según CEMEFI, la falta de apoyo corporativo se traduce en que las organizaciones civiles tienen que pasar una parte extraordinaria del tiempo buscando fondos a través de conferencias, rifas, cenas u otras actividades. Menos del 10% de sus recursos provienen de donativos de empresas, individuos o fundaciones. Un estudio realizado en 1995, el cual necesita ser actualizado, indica que México ocupa el número 34 entre 35 países incluidos en el estudio, respecto al porcentaje del PIB (0.12%) destinado a la filantropía.⁵

A pesar de la falta de apoyo filantrópico, en los últimos diez años, las organizaciones de la sociedad civil han tomado una responsabilidad sustancial en una amplia variedad de temas, lo cual es de esperarse de las OSC en una democracia.

Hoy, las OSC trabajan en desarrollo comunitario, derechos humanos y democracia, así como la salud y protección de los niños, cuidado de los ancianos, desarrollo sustentable, protección ambiental y educación; no sólo dedicadas a lo que el gobierno no puede hacer, sino apoyando a éste en labores de ayuda y muchos casos sirviendo como contrapeso al gobierno, exigiéndole rendir cuentas.

Existe una creciente aceptación al hecho de que la sociedad civil tiene un papel esencial a lado del gobierno, muchas veces en lugar de éste, en áreas de interés y preocupación de los ciudadanos. Esto es relativamente nuevo en México:

“ Por décadas el Estado monopolizó prácticamente todos los aspectos de la vida pública y el desarrollo social, asfixiando la acción social independiente, incluso en temas donde su incursión no era necesaria. Esto dañó la capacidad de la sociedad para auto-gobernarse y resolver sus propios temas comunitarios”.⁶

El sector privado tiene un papel en esta evolución: la responsabilidad ciudadana debe ser impulsada por la responsabilidad social corporativa. Las empresas necesitan “Moverse más allá de los estrechos intereses de sus socios, hacia los intereses más amplios de todos los interesados, incorporando esto a sus programas de donaciones corporativas y en su sentido de responsabilidad social corporativa”.⁷



Personal de OSC recibe capacitación a través del Centro para el Fortalecimiento ubicado en Chihuahua. Un proyecto en alianza con el ITESM y la Fundación del Empresariado Chihuahuense A.C. (FECHAC).

Este estudio expone la aparente escasez de filantropía como un elemento importante de la Responsabilidad Social Corporativa [RSC] en México, su impacto en las organizaciones de la sociedad civil y qué se puede hacer para enfrentar esta problemática.

Desde nuestro punto de vista, incluir a más actores en el análisis de los problemas de la sociedad civil puede resultar en una mejor toma de decisiones. Nuestro planteamiento para el proyecto fue invitar a más de 150 pequeñas, medianas y grandes empresas, así como organizaciones sin fines de lucro y autoridades del gobierno para establecer foros de diálogo en el país.

El Instituto de las Américas trabajó junto con el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM), la Fundación Para la Protección de la Niñez I.A.P., la Universidad de Monterrey, la Fundación del Empresariado Chihuahuense A.C. (FECHAC).

Colaborando también con el Centro Mexicano de Filantropía (CEMEFI), International Community Foundation (IFC) y el Corporativo de Fundaciones, A.C. de Guadalajara.

En conjunto, realizamos reuniones en la frontera, en La Jolla, California; La ciudad de México; Monterrey; Chihuahua y Guadalajara, con personas involucradas en la filantropía de los tres sectores. A pesar de que vemos diferencias regionales, también encontramos un consenso acerca de la apremiante necesidad de dar pasos concretos para aliviar la carga bajo la cual operan las organizaciones de la sociedad civil.

En este documento, el Instituto de las Américas condensa los puntos de vista e ideas de aquellos involucrados en el diálogo convocado. Presentamos las recomendaciones para el cambio divididas en tres sectores.

En concreto, creemos que las OSC deben ser más transparentes y abiertas a escrutinio, el gobierno debe simplificar su trato al sector y las empresas deben ser más profesionales en su trabajo filantrópico.

FILANTROPÍA BAJO SOSPECHA

Frecuentemente y de manera consistente, existe una falta de confianza entre los representantes de las empresas, el gobierno y las organizaciones de la sociedad civil. Esta falta de confianza se agudiza hacia las organizaciones de la sociedad civil, según un observador que escribe para la Cámara de Comercio Americana en México.

“[Esta desconfianza] ha dado como resultado la creencia generalizada –y muchas veces injustificada– de que gran parte del dinero destinado a una buena causa va a terminar engordando los bolsillos de aquellos que lo solicitaron. [Además] debido a la dependencia histórica entre iglesia y Estado, los mexicanos en su mayoría creen que el gobierno debe proveer a los necesitados, una actitud que ha mutado a la falta de conciencia social. Hasta hoy, con su fuerte campaña televisiva [promoviendo sus programas de asistencia] el gobierno trata de perpetuar esta percepción activamente”.⁸

Durante gran parte del siglo XX, el poder político en México vio a la mayoría de las OSC de manera sospechosa. A pesar de que el clima político ha cambiado, la sospecha permanece:

“El gobierno todavía muestra predilección hacia la acción directa, en lugar de utilizar a las OSC. En consecuencia, los recursos del gobierno han sido siempre escasos o casi inexistentes. Se puede decir que las OSC mexicanas han sobrevivido casi a pesar de los gobiernos a lo largo de los años.”⁹

Hasta hoy, el motivo más notorio de esta poca de confianza en las OSC es la preocupación de su falta de transparencia al utilizar los fondos. Existe una renuencia generalizada, tanto de las empresas como del gobierno, para dar recursos a organizaciones que, en muchos casos, no pueden cumplir con los requerimientos de rendición de cuentas.

Todos los representantes de OSC con quienes nos reunimos, están dispuestos a superar esta falta de confianza, dando más información y acceso a sus posibles donadores y voluntarios, pero la mayoría de las OSC necesitan ayuda para aprender cómo hacerlo.

También existe una sospecha mutua entre el gobierno y las empresas. El gobierno es frecuentemente percibido como poco atento o como un agente que complica más los procesos filantrópicos, para así proteger sus ingresos por concepto de impuestos. Por su parte, el gobierno está preocupado por el fraude y la manipulación de las leyes fiscales para beneficio de las propias empresas y no de las OSC.

PERCEPCIONES SOBRE LAS EMPRESAS Y EL GOBIERNO

Los participantes de las OSC en nuestros foros, compartieron frustraciones comunes tanto con las empresas como con el gobierno.

El sector empresarial es percibido como difícil de entender. Las OSC frecuentemente encuentran que las compañías cambian sus políticas y objetivos sin previo aviso, dan como resultado en el rechazo de peticiones de ayuda. Con políticas poco claras y cambiantes, las OSC encuentran agotador obtener ayuda.

Es muy difícil para personas fuera de las empresas conocer quien es la persona correcta para presentar proyectos, además que la rotación de personal dificulta el seguimiento de los proyectos filantrópicos.

En cuanto al gobierno, tanto las empresas como las OSC están de acuerdo que la simplificación es crucial. Describen experiencias de trabas fiscales, jurisdicciones poco claras, rotación de personal, información incompleta o errónea y papeleo interminable.

La motivación de la filantropía corporativa no es comprendida y los departamentos a cargo de las donaciones muchas veces no operan bajo los estrictos estándares de calidad y resultados que imperan en el mundo empresarial.

La filantropía corporativa es percibida muchas veces como caprichosa y manejada de manera poco profesional.

Para empezar a superar estas percepciones negativas, las empresas deben trabajar para asegurarse de que sus contribuciones a las OSC lleven a resultados palpables, comunicados a través de los medios a la sociedad, mientras que el gobierno debe trabajar hacia la unificación y claridad de sus políticas en cuanto a la filantropía y las OSC.

La necesidad de transparencia

Don Gabriel, de 67 años de edad, salió a caminar un rato por la ciudad de Tijuana, cuando observó las oficinas de Fundación para la Protección de la Niñez I.A.P. Luego de meditarlo, decidió que al recibir su pensión la próxima semana, apartaría una suma para darla a los niños, que tanto dolor le causa ver pidiendo limosna.

El siguiente lunes, luego de la larga fila para recibir su pensión engrapada, se dirigió sin demora a la Fundación, donde Karina Mejía –Kari–, repartía donaciones de una empresa de alimentos a casas hogar y centros de rehabilitación.

Sacando su cartera, Don Gabriel dijo, “Quiero donar 150 pesos, es poco, pero soy ya pensionado que quedó viudo hace poco, por lo que no tengo mucho que dar; pero algo es algo y si puede ayudar a un niño, vale la pena”.

Kari acostumbrada a canalizar producto donado por empresas, sonrió y antes de que Don Gabriel se fuera, le pidió sus datos para expedirle un recibo, pero Don Gabriel insistió en no querer saber para que era y no necesitar recibo, diciendo “Confío en que hacen su labor” afirmó.

Paciente, Kari explicó que “Esto no es poco, es suficiente para que un niño tenga una consulta médica y un examen de la vista o para que, en nuestra próxima campaña, compremos un paquete de útiles escolares. Queremos hacerle saber en qué invertimos su donativo”.

Finalmente, Don Gabriel dejó sus datos para recibir el reporte y se fue contento, prometiendo volver al mes siguiente, a dar lo que pudiera de su pensión para los niños.



La Fundación para la Protección de la Niñez I.A.P. repartiendo 7 mil ventiladores donados por Wal-Mart México; 1400 de los cuales beneficiaron a 24 OSC en Baja California y Baja California Sur.

21 RECOMENDACIONES

Creemos que las siguientes veintiún recomendaciones, basadas en nuestras extensas pláticas con los actores involucrados en todos los niveles de la filantropía, ofrecen una estrategia concreta para lograr mejoras en la percepción, desempeño y beneficios sociales de esta actividad.

OSC: Una dosis de transparencia

Las OSC deben:

1. Proveer acceso a las declaraciones de impuestos de las OSC, por medio de su propia página de Internet.
2. Ofrecer a los donantes una copia auditada del estado financiero de la organización de la sociedad civil. Además, se debe proporcionar un resumen de sus proyectos anteriores –ya terminados– en los que se incluyan indicadores de éxito. De ser posible, ambos documentos deben estar disponibles en su propia página de Internet.
Las OSC deben invitar a los representantes de los donantes a visitar sus instalaciones y sus proyectos de campo, para que vean de primera mano su método de trabajo y el uso transparente de los recursos otorgados.
3. Entregar a la Secretaría de Hacienda toda la información que requiere, en tiempo y forma, actualizando la información de manera periódica. Esta información debe estar disponible para los donatarios, previa autorización de la OSC.
4. Fomentar la creación –entre las mismas OSC– de una base de datos pública, que incluya información sobre los programas de atención, finanzas, uso de recursos de todas las Asociaciones Civiles (A.C.) así como de las Instituciones de Asistencia Privada I.A.P. en México. Esta base de datos debe incluir las declaraciones de impuestos y puede ser administrada por una OSC para asegurar su transparencia. Para ello existen modelos internacionales que pueden ser adaptados a las circunstancias mexicanas.¹⁰
5. Aplicar los principios de administración sin sacrificar su misión filantrópica. Esto incluye la creación de una junta directiva; planeación a corto, mediano y largo plazo, además de poner mayor énfasis en la obtención de fondos, creando así sustentabilidad financiera.

Gobierno: Simplifique

El gobierno debe:

6. Proveer acceso a los estados financieros de las OSC donatarias –autorizadas para expedir recibos deducibles de impuestos–, a los probables donantes, bajo previa solicitud de la OSC involucrada. La Secretaría de Hacienda tiene en su página una lista de donatarias autorizadas, pero no ha estado dispuesta a hacer pública la información financiera de éstas, bajo argumento de que esta información es considerada secreto fiscal.

7. Promover la simplificación del Título III de la Ley de Impuesto sobre la Renta.

Algunas OSC registradas actualmente en la Secretaría de Hacienda y Crédito Público (SHCP), aseguran que las numerosas leyes fiscales y civiles aplicables a la asistencia social siguen siendo extremadamente complejas, a pesar de las reformas realizadas en los últimos años.

Durante el 2005, el Instituto Tecnológico Autónomo de México (ITAM) estará colaborando con OSC y la SHCP para crear una propuesta que ayude a simplificar las regulaciones y diseñar una ley más integrada para este sector. Los directores de este esfuerzo solicitan sugerencias de personas involucradas en el tema para contribuir con su esfuerzo. Puede contactarse con ellos por medio de la siguiente dirección de correo electrónico: donatarias@tnatax.com.mx

8. Fomentar el registro de OSC que aún no estén registradas ante Hacienda o en el Servicio de Administración Tributaria (SAT) de la Secretaría de Hacienda, bajo el Título III. El gobierno debe construir una “ruta” de las regulaciones de Hacienda que incluya un registro provisional para las OSC permitiéndoles recopilar toda la información y hacer los cambios necesarios para cumplir con los requisitos del registro.

9. Proveer una página de Internet con información sobre qué donaciones en especie son deducibles de impuestos. La experiencia en algunas regiones del país en cuanto a éstas, ha sido que en ocasiones enfrentan obstáculos que ocasionalmente provocan que el donante retire la oferta. Existe un alto grado de confusión en cuanto a este tipo de donaciones y cuál de ellas puede ser deducible de impuestos.
10. Faciliten presupuestos multi-anales que permitan a las empresas asumir compromisos multi-anales, para que las OSC puedan planificar sus proyectos con mayor confianza en su sustentabilidad. De no hacerse, creemos que las empresas pueden explorar con su departamento de contabilidad, la posibilidad de estructurar las donaciones de manera que los periodos fiscales no interfieran con el apoyo otorgado a las OSC.
11. Colaborar con Aduanas de Estados Unidos para reducir las trabas existentes en donaciones en especie, para simplificar los procesos de transportar las donaciones a través de la frontera, estandarizándolos para cada tipo de producto y simplificando las formas aduanales necesarias. Además, la sección sobre importaciones del SAT debe contener los procedimientos para importación de cada producto.



Dra. Lilia Palomares revisa a Ismael Carrillo de 11 meses en un centro de salud en la colonia El Niño.



Una mujer que inició su propio negocio a través del programa Grupos Microempresariales (microcréditos) de FECHAC.

Dando una mano de manera profesional: Soriana

La cadena de supermercados Soriana, fundada en 1968 por una familia de origen español establecida en Torreón, Coahuila, ha sido un ejemplo de filantropía corporativa constante.

Con 167 tiendas en 70 ciudades de 27 estados de la república, Soriana donó tan sólo el año pasado, 70 millones de pesos, integrados por ayudas directas, en efectivo y en especie, como materiales de construcción o víveres, canalizados a 275 instituciones a través de la decisión de un comité evaluador.

Soriana decidió crear una fundación el año pasado, a cargo de Pedro Mejía, a través de la cual se canaliza toda la labor filantrópica de la empresa. Cada vez más, la filantropía fue tomando importancia en la labor de la empresa, explica Mejía, por lo que desde hace 3 años había la intención de buscar el modelo de Fundación, para que la ayuda prestada fuera de manera más ordenada y profesional, no estando sujeta a la administración del momento, si no que obtenga fuerza propia.

Según Mejía, la Fundación Soriana nace con un enfoque general –sin especializarse en un área de atención– y funciona como institución de segundo piso; canalizando apoyos de Soriana, pero también de sus proveedores y clientes, a instituciones dedicadas a servir a la población en cuestión de salud, alimentación y educación.

Parte de los cambios al crear recientemente la fundación, es la formalización del manejo de las ayudas, no siguen un modelo establecido, sino creando uno propio. “Sí había documentación de los donativos, pero

la mayoría ha sido interna y no pública, además de que no había un análisis sobre la política de la empresa y los resultados obtenidos”, cuenta Mejía.

Actualmente, el reto de la fundación es involucrar a los clientes en el apoyo a otras instituciones y se está trabajando para instaurar un programa de voluntariado entre los empleados. Cada vez que empieza un programa de ayuda se le instruye a los 7,600 cajeros de Soriana sobre el tipo de institución que se está ayudando, por lo que Mejía confía en la sensibilidad de los trabajadores.

“Las constantes campañas de redondeo de cuenta son a beneficio de una institución local, que opera en la propia ciudad donde se realizan y las donaciones de mercancía también se hacen a bancos de alimentos locales, lo que fortalece la pertenencia y permite que cada ciudad establezca sus prioridades” –concluye Mejía– “finalmente ayudar es una labor que necesita una actitud entregada y profesional para que sea efectiva”.



Marisela Sosa Maldonado (izquierda) y Nicolasa Lucero colaboran en la fabricación de bloques para construir la casa de Lucero en Tijuana. Ellas están participando con la Fundación Esperanza que funciona como cooperativa para ayudar gente a construir sus casa a un costo muy accesible.

12. Tener políticas filantrópicas duraderas, claras y consistentes.

Las empresas con capacidad y recursos para crear una fundación deben considerarlo, ya que proveen un mejor seguimiento de proyectos y aprovechamiento de recursos donados. Aun sin crear una fundación, se puede profesionalizar la filantropía a través de personal más capacitado y seguimiento de proyectos. Las empresas pueden acercarse a las instituciones de segundo piso para que éstas ayuden a la empresa a alcanzar sus metas filantrópicas.

13. Aprovechar la ayuda disponible por medio de fundaciones comunitarias y OSC intermediarias especializadas, que pueden apoyar a las empresas que recién se involucran en la filantropía corporativa, ya que éstas proveen servicios de evaluación, monitoreo y entrenamiento, asegurándose que los deseos del donatario en cuanto a su apoyo, se cumplan.
Enfatizamos la necesidad de que las empresas se unan en apoyo a la expansión de la red de fundaciones comunitarias, usando alguno de los modelos operativos ya existentes en México¹¹.
14. Conocer las leyes y normas de la filantropía, involucrándose con las entidades dedicadas a este fin. Estas son excelentes fuentes de información en cuanto a cómo establecer una fundación y otros temas legales y financieros en relación a la filantropía corporativa.
15. Establecer metas comunes, calendarización, rendimiento y resultados con las OSC, para luego establecer un compromiso por escrito*.
16. Proveer entrenamiento profesional para el personal responsable del trabajo filantrópico en la compañía. Patrocinar iniciativas de universidades y otras instituciones para el entrenamiento de aquellos responsables del manejo de la filantropía corporativa.

*Para mayor información sobre este modelo de contrato entre OSC y empresa donante puede visitar el sitio <http://walmartmexico.com.mx/esr.html> o contactar a María Gisela Noble por medio de la siguiente dirección de correo mmgnobl@wal-mart.com.

17. Colaborar con las OSC en la definición de un proyecto antes de que estas preparen la propuesta escrita. Es muy importante que las compañías vayan más allá del apoyo financiero y las donaciones en especie y provean asesoría profesional a las OSC.
18. Expandir el trabajo filantrópico de manera vertical, por medio de su cadena de proveedores y clientes, para lograr un efecto multiplicador en las donaciones.
Esta es un área de gran potencial de desarrollo en México. De manera similar, las cámaras de comercio e industria pueden hacer un mejor esfuerzo para impulsar este tipo de colaboración horizontal entre compañías del mismo rubro, ya que éstas pueden tener fines comunes y trabajar mejor en conjunto.
19. Asistir en la creación de una infraestructura operativa dentro de las OSC, para asegurarse de que la donación sea aprovechada al máximo. Esto puede incluir ofrecer apoyo fiscal o legal para propiciar la creación de sistemas de administración propios.
20. Utilizar a las “instituciones de segundo piso” cuando sea pertinente, ya que son organizaciones idóneas para proveer recibos deducibles e incluso hacerse cargo del manejo y distribución del dinero o los bienes donados. Esto es de gran ayuda para empresas que han experimentado dificultad al realizar donaciones, al recibir recibos deducibles de impuestos o enfrentan problemas de logística para hacer llegar sus donativos.
21. Adoptar modelos de conducta de Responsabilidad Social Corporativa (RSC) propuestos por CEMEFI y sus instituciones hermanas, yendo más allá de la filantropía corporativa. Un énfasis al interior de la empresa y a los problemas sociales del exterior en general, es esencial para la elaboración de un plan completo de responsabilidad social.
Considerar la pertinencia de valerse de un auditor externo para evaluar el desempeño de la empresa en cuanto a RSC.
Los trabajadores deben ser incentivados a participar en la filantropía, incluso en donativos muy pequeños. Existen ya varias compañías mexicanas que han adoptado modelos exitosos y emulables en ese sentido.

La relación tripartita entre el gobierno, las OSC y el sector empresarial, plantea un reto de colaboración que debe superar la mutua sospecha y fortalecerse, al asumir que una mayor eficiencia en su labor se traduce en una mejor manera de aprovechar los recursos y por ende, de servir a la comunidad.

Estas recomendaciones –donde se condensan las preocupaciones externadas por cada sector y su posible solución– no son un punto final, sino una aportación para los procesos de diálogo, reflexión y análisis crítico que se han venido dando entre los diversos actores de la filantropía corporativa en México.

Existen también acciones necesarias que no corresponden a un sólo sector, sino que implican un esfuerzo conjunto. Creemos que la profesionalización de las OSC –incluido en el punto cinco de las recomendaciones– puede apoyarse en los recursos de asesoría de las instituciones de segundo piso, o aquéllas que pueden ofrecer las empresas, que ya cuentan con departamento jurídico o de contabilidad.

El gobierno, las empresas y las fundaciones comunitarias en particular, deben acercarse a las numerosas OSC no registradas que son honestas, laboriosas y dedicadas a resolver necesidades reales. Para fomentar el registro el gobierno deberá simplificar el proceso por el cual establecen estatus de organización sin fines de lucro las OSC y pueden expedir recibos deducibles de impuestos; hacer más eficiente el proceso de formas de registro entre las dependencias involucradas, explicando el proceso a seguir, –de preferencia en su página de Internet– y ayudar a las OSC a realizar los trámites del gobierno.

Creemos que la implementación de las recomendaciones no necesita esperar un consenso nacional, sino que debe ser impulsado por acciones locales, las cuales resultan más efectivas si son promovidas por grupos de OSC o empresas con objetivos similares (clusters) y un papel más activo de las cámaras de comercio e industria, que son ya entidades empresariales organizadas.

Cada sector debe considerar las recomendaciones como planteamientos básicos para su desempeño a futuro, haciéndolas propias y adaptándolas a su realidad, así como difundir esta información con otros para que éstas se vuelvan prácticas viables.

También consideramos de crucial importancia que este proceso no se deje a la deriva, sino que sea encabezado por entidades y personas comprometidas a impulsar estas reformas de una manera inclusiva y transparente.

El compromiso del Instituto de las Américas con este proyecto, incluye trabajar como promotor y socio de organismos mexicanos, quienes se encuentran ya trabajando en materia de responsabilidad social, para juntos avanzar hacia la simplificación, profesionalización y transparencia de cada sector.



Alumnas de la Escuela Primaria e Internado Indígena Gabriela Mistral en Nogoachi, Guachochi en la Sierra Tarahumara de Chihuahua.

1. La modificación de las leyes en apoyo del desarrollo de las organizaciones de la sociedad civil ha sido la meta de las organizaciones lideradas por CEMEFI, la Fundación Miguel Alemán y la Universidad Iberoamericana desde hace más de diez años.
En 1998, Fernando Castro y Castro escribió, “El clima legal actual no es suficiente para los incentivos y propósitos de la sociedad civil independiente y organizada. El gobierno de la República considera de la mayor importancia promover el establecimiento de un nuevo clima legal regulatorio, que reconozca, favorezca e impulse las actividades sociales, cívicas y humanitarias. Por otra parte, no existen las condiciones fiscales que permitan la creación de medidas adecuadas para el desarrollo de organizaciones civiles (...) Este plan se propone analizar la conveniencia de establecer una regulación general para este tipo de actividades.”
“Justificación para un proyecto de Ley de Fomento a las actividades de Bienestar y Desarrollo Social,” Las Organizaciones Civiles en la Transición, México: Red de Centros y Organismos Ecuménicos de Latinoamérica y el Caribe.
2. Alcántara, Liliana, “El Centro de Filantropía dice que en México hace falta una cultura del dar fuerte; El país no tiene una cultura fuerte de esfuerzos filantrópicos, dijo un representante de CEMEFI”. El Universal (México) 17 de enero, 2005.
3. O’Brian María. “Going Better on Good Causes”. Latin Finance, septiembre 2004. P.57
4. Op. cit 2, “El Centro de Filantropía dice que en México hace falta una cultura del dar fuerte; El país no tiene una cultura fuerte de esfuerzos filantrópicos, dijo un representante de CEMEFI”. El Universal (México) 17 de enero, 2005.
5. Salamon, Lester M., S. Wojciech Sokolowski y Asociados, Global Civil Society: Dimensions of the Nonprofit Sector, Volume Two (Kumarian Press, 2004).
6. Butcher, Jacqueline, “A New Perspective in Voluntarism and Citizen Participation in Mexico: Recreating Civil Society/Government Relationships.” Quinta Conferencia de la Sociedad Internacional para la Investigación del Tercer Sector, julio 7-10, 2002, p. 6.

7. Gaberman, Barry, "Building the Global Infrastructure for Philanthropy", 11 de abril, 2003. Conferencia en el Seminario de Temas de Filantropía Waldemar A. Nielsen en Georgetown University. <http://cpnl.georgetown.edu>
8. Messenger, Rawdan, "Have you given today: A look at corporate philanthropy shows Mexico still has a long way to go." Business Mexico, junio 2003.
9. Op. cit 6.
10. "GuideStar" <http://www.guidestar.org> provee acceso a las finanzas de las organizaciones caritativas, publicando sus reportes fiscales, además de impulsar el que las organizaciones destaquen su misión, programas, metas y resultados.
La base de datos de GuideStar contiene datos básicos de más de un millón de organizaciones de la sociedad civil, con informes detallados de al menos 85 mil de ellas. Charity Navigator utiliza un sistema de búsqueda basado en las necesidades financieras de la organización. Con tres mil organizaciones de caridad en su lista, Charity Navigator utiliza una sistema de calificación del 1 al 4 basado en la información financiera de estas, comparándolas con el rendimiento financiero de sus similares. <http://www.charitynavigator.org>
11. Como ejemplo de esta colaboración, está la Fundación del Empresariado Chihuahuense A.C. como mejor modelo operativo. (FECHAC), una iniciativa de empresarios, quienes solicitaron una sobretasa al Impuesto sobre Nómina en Chihuahua, cuya recaudación va a un fondo manejado conjuntamente por representantes de las empresas y el gobierno. A lo largo de más de diez años en funciones ha apoyado 1,526 proyectos y programas sociales, con una inversión de 407 millones de pesos.



INSTITUTE OF THE AMERICAS

El Instituto de las Américas es una institución independiente, sin fines de lucro, líder en la promoción de la cooperación entre Estados Unidos y América Latina.

Su misión es actuar como catalizador para promover el desarrollo y la integración, con especial énfasis en el papel del sector privado como medio para mejorar el bienestar económico, político y social de los habitantes de las Américas.

Ubicado en la Universidad de California, San Diego, el Instituto ofrece una perspectiva única del hemisferio sobre las oportunidades y retos resultantes de las reformas económicas y sociales en América Latina.

El Instituto realiza sus actividades primordiales a través de la red de sus miembros, conferencias orientadas al sector privado, investigaciones, publicaciones y proyectos en colaboración con otros ONGs en América Latina y Canadá, así como con agencias nacionales y multilaterales.

Este trabajo se lleva a cabo por el personal capacitado del Instituto y miembros de los diversos sectores que conforman el núcleo central de los programas: energía, medio ambiente, filantropía, periodismo científico, telecomunicaciones e informática, comercio y desarrollo de infraestructura.

Para mas información: <http://www.iamericas.org>



El Instituto de las Américas en 2003 lanzó un programa que recomendará políticas públicas para contribuir a que las estructuras políticas y económicas de México respondan a los desafíos actuales, con la colaboración de consejeros gubernamentales, privados, organizaciones del sector civil y académicos Mexicanos.

Las áreas claves del Proyecto México son:

- Fortalecer las capacidades institucionales a niveles estatales y municipales.
- Crear amplias estrategias benéficas para que las empresas y el gobierno colaboran en conjunto para mejorar la competitividad económica.
- Incrementar el rol de las organizaciones filantrópicas y las organizaciones no gubernamentales al promover cambios.

El objetivo del Proyecto México es desarrollar recomendaciones concretas que puedan ser transformadas en nuevas políticas públicas.

