

UNIVERSIDAD DE OVIEDO

## Trabajo Fin de Máster

**Máster Universitario en Administración y Dirección de Empresas (MADE)**

**Departamento de Administración de Empresas de la Universidad de Oviedo**



¿Son realmente transparentes las  
organizaciones no lucrativas?  
Evidencias empíricas on-line

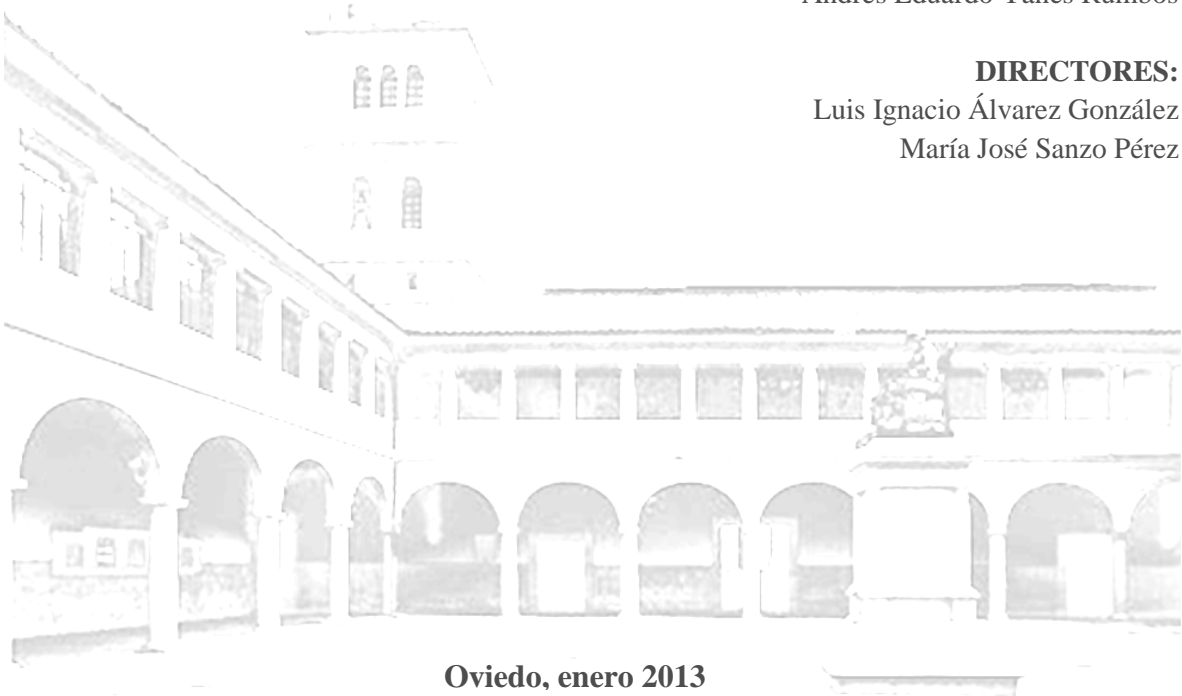
**AUTOR:**

Andrés Eduardo Yanes Rumbos

**DIRECTORES:**

Luis Ignacio Álvarez González

María José Sanzo Pérez



**Oviedo, enero 2013**

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	5
2. EL PAPEL DE LAS ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS EN LA REALIDAD SOCIOECONÓMICA ACTUAL .....	8
2.1. Origen y evolución del sector no lucrativo .....	8
2.1.1. La Iglesia y el modelo cívico voluntario .....	9
2.1.2. La Burguesía y el padrinazgo filantrópico .....	10
2.1.3. El Estado y la Sociedad de Bienestar .....	11
2.1.4. El sector no lucrativo actual y la competencia por recursos escasos.....	12
2.2. Concepto, características y clasificación de las organizaciones no lucrativas .....	15
2.2.1. ¿Qué son las organizaciones no lucrativas? .....	16
2.2.2. Características definitorias de las organizaciones no lucrativas.....	19
2.2.3. Clasificación de las organizaciones no lucrativas .....	20
2.2.4. Clasificación Internacional de Organizaciones No Lucrativas .....	20
2.2.5 Clasificación Jurídica de las Organizaciones No Lucrativas .....	22
Asociaciones .....	24
Fundaciones.....	25
Entes singulares.....	27
2.3. Importancia del sector no lucrativo .....	28
2.3.1. El sector no lucrativo en España .....	31
3. LA TRANSPARENCIA COMO HERRAMIENTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL ÁMBITO NO LUCRATIVO.....	37

3.1. La Responsabilidad Social Corporativa .....	37
3.2. Dimensiones de la RSC.....	42
3.2.1. Derechos Humanos .....	42
3.2.2. Derechos Laborales .....	43
3.2.3. Medio ambiente.....	43
3.2.4. Protección del consumidor .....	44
3.2.5. Salud.....	44
3.2.6. Transparencia .....	44
3.3. La Transparencia como dimensión de la RSC .....	46
3.3.1. Concepto .....	46
3.3.2. La transparencia como herramienta de RSC en el contexto no lucrativo.....	47
3.3.3. Indicadores de transparencia en el contexto no lucrativo.....	49
1. ORGANO DE GOBIERNO (Junta directiva para las asociaciones y Patronato para las fundaciones) Y EJECUTIVO.....	50
2. MISION, VISION Y VALORES .....	50
3. BASE SOCIAL Y APOYOS .....	51
4. PLANIFICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS.....	51
4. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO EMPÍRICO .....	53
4.1. Objetivo general: .....	53
4.2. Objetivos específicos: .....	53
4.3. Definición de indicadores, generación de datos y descripción de la muestra .....	54
4.4. Codificación de datos .....	56
5. RESULTADOS DEL ESTUDIO EMPÍRICO .....	57

5.1. Indicadores de transparencia online .....	58
5.2. Indicadores de transparencia online en función de las variables de clasificación de las fundaciones .....	61
5.2.1. Ámbito jurídico-administrativo de las fundaciones .....	61
5.2.2. Tipologías de fundadores .....	62
5.2.3. Ámbito geográfico.....	65
5.2.4. Áreas de actividad .....	66
5.2.5. Tipología de actividad.....	70
5.2.6. Beneficiarios de la actuación fundacional.....	73
5.2.7. Tamaño de la fundación .....	74
5.2.8 Fuente de ingresos.....	76
5.3. Intensidad en el uso de indicadores de transparencia online.....	78
6. CONCLUSIONES .....	80
6.1 Implicaciones prácticas .....	84
6.2 Limitaciones y futuras líneas de investigación.....	85
BIBLIOGRAFÍA.....	86

### 1. INTRODUCCIÓN

El hombre es un ser sociable por naturaleza. Y es que la historia se concreta en la consecución de actos individuales y colectivos que han evolucionado hasta constituir la sociedad estructurada y funcional en la que vivimos. Diariamente somos partícipes, de manera consciente o inconsciente de agrupaciones. En el trabajo, la familia, un partido político, la universidad, los amigos, los clubes, etc. Continuamente buscamos asociarnos para formar parte de algún colectivo. Esa característica intrínseca en el hombre de establecerse en sociedad está íntimamente ligada con la intención de cooperación y ayuda para alcanzar el bienestar y procurar una mejor convivencia. En la medida que el entorno que nos rodea esté bien, nosotros estaremos bien. En este sentido vemos con naturalidad cómo desde la antigua Grecia o desde los primeros establecimientos romanos, los seres humanos se han organizado creando “asociaciones” para ayudar a los más necesitados y procurar el bienestar de sus comunidades. Estos grupos de ayuda y cooperación son tan legítimos como la sociedad misma y también han evolucionado a la par de ésta.

Por paradójico que parezca, las actividades sociales – entendiéndose en el contexto de cooperación sin perseguir beneficio económico - que han estado siempre presentes en el hacer diario, así como el de las asociaciones que promueven la actividad, no habían tenido un reconocimiento propio dentro de la sociedad sino hasta escasas cuatro décadas atrás. Debido al importante trabajo que han desarrollado estas organizaciones dentro de los Estados, a la movilización de personas, tanto voluntarias como empleadas, y al impacto positivo dentro de las sociedades, estas asociaciones se han hecho su propio espacio y se han constituido en un sector aparte del público y el privado, denominado “Tercer Sector”. Este fenómeno social que ha venido evolucionando y consolidándose de una manera silenciosa, hoy por hoy constituye un importante sector económico y social de grandes dimensiones.

Debido al impacto social que generan estas organizaciones y por otros factores, de los que no vamos a profundizar, cada vez más son las empresas, y en especial las del sector

## CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

privado, que se suman a la tarea de mejorar sus actividades y establecer los canales para conseguir un comportamiento más responsable. En este sentido, se han establecido reglamentos y creado códigos de gobierno interno que buscan promover prácticas más responsables. Otra manera en que las empresas han conseguido comprometerse con las causas sociales, ha sido a través de la constitución o apoyo de fundaciones sin ánimo de lucro para hacer frente a las necesidades más próximas con su realidad. El trabajo desarrollado por estas instituciones implica altos niveles compromiso y sobre todo, honestidad. Por tratarse de fundaciones sin ánimo de lucro, el manejo de los recursos y la claridad de sus operaciones constituyen elementos de gran importancia dentro de la gestión. La confianza y respaldo de estas instituciones se consigue a través de una imagen transparente y una buena reputación. En función de la valoración positiva que reciban las fundaciones, posibilitará en mayor medida su financiamiento y la colaboración de voluntarios para llevar a cabo sus actividades. Por ello la importancia de establecer los canales más idóneos para comunicar sus actuaciones y mostrarse con transparencia a todos sus grupos de interés. A pesar de tratarse de un tema vital, muchas organizaciones ponen trabas para comunicar la información, o, teniendo la buena intención de hacerlo, carecen de los medios para hacerla llegar a un mayor número de personas; por esta razón, determinar el grado de transparencia entre una institución y otra se convierte en una tarea más difícil. En este sentido, en la actualidad, las páginas web resultan un canal de comunicación alternativo, fácil y directo entre la sociedad y la institución, brindándole a esta última la posibilidad de publicar información interna y hacerla de dominio público.

Tomando en consideración a las fundaciones sin ánimo de lucro y teniendo en cuenta la importancia de sus páginas web como una herramienta efectiva para comunicar información relevante y de interés público, en la presente investigación nos planteamos la siguiente interrogante: ¿Son realmente transparentes las organizaciones no lucrativas? Para responder a este asunto, llevamos a cabo una investigación entre una muestra representativa de 325 fundaciones españolas, a través de la revisión y el análisis de sus páginas web para constatar, de acuerdo a quince indicadores de transparencia, el grado de cumplimiento de cada uno con respecto a la información que publicaban en sus páginas. A través del estudio

## CAPÍTULO 1: INTRODUCCIÓN

empírico también se observaron relaciones interesantes entre el tamaño de las fundaciones y la intensidad de presencia de los indicadores, lo que originó nuevas inquietudes con respecto a cuáles eran las fundaciones más transparentes y cuáles podrían ser los motivos.

La estructura que se establece a continuación para el desarrollo del estudio e investigación es la siguiente. En primer lugar, se desarrolló un marco conceptual dividido en dos capítulos (Capítulo 2 y Capítulo 3) para establecer los fundamentos teóricos que respaldarán los argumentos expresados en la investigación. El Capítulo 2, comenzará describiendo el origen y evolución de las organizaciones no lucrativas hasta la actualidad, destacando los períodos clave que permitieron la consolidación de estas instituciones y del propio sector. Asimismo, se mencionará la importancia que tiene el sector en el contexto internacional y nacional. Seguidamente se definirá el concepto de organizaciones no lucrativas, sus características y clasificación tanto internacional como jurídica (en España) haciendo la distinción entre asociaciones y fundaciones. El Capítulo 3, se abordará el tema de la transparencia y la importancia que tiene como una herramienta de responsabilidad social corporativa. Para ello, se definirá en primer lugar, el concepto de RSC, sus dimensiones, y dentro de éstas, se dedicará un apartado especial a la transparencia como uno de los ejes principales de la investigación, así como la identificación de los indicadores de transparencia que servirán de parámetros para el desarrollo empírico.

En segundo lugar, desde un punto de vista empírico el Capítulo 4, correspondiente a la metodología de la investigación, especifica los objetivos de la misma y explica de forma descriptiva el proceso de análisis llevado a cabo. Complementariamente, en el Capítulo 5, se mostrarán los principales resultados de la investigación a través de mapas cartesianos y se comentará cada una de las figuras, resaltando los hechos más interesantes. Por último, se dedicará un capítulo a las conclusiones, en donde se compilará los asuntos más relevantes de la investigación, las implicaciones derivadas del análisis y las futuras líneas de investigación sugeridas a partir de los resultados obtenidos.

## 2. EL PAPEL DE LAS ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS EN LA REALIDAD SOCIOECONÓMICA ACTUAL

Este primer capítulo conceptual tiene como objetivo delimitar el papel de las organizaciones no lucrativas en la realidad socioeconómica actual. Para ello, se comienza describiendo el origen las organizaciones no lucrativas y sus principales etapas evolutivas a lo largo de la historia. Para facilitar la comprensión se estructuró la evolución en cuatro períodos identificados de la siguiente manera: 1) la Iglesia y el modelo cívico voluntario, 2) la burguesía y el padrinazgo filantrópico, 3) el Estado y la sociedad de bienestar, y 4) el sector no lucrativo actual y la competencia por recursos escasos. Posteriormente a esta revisión histórica, se definirá el concepto de organizaciones no lucrativas, sus características y sus clasificaciones según tipologías sectoriales y formas jurídicas. Por último, el capítulo concluye especificando la importancia del sector no lucrativo tanto en el contexto internacional como nacional.

### *2.1. Origen y evolución del sector no lucrativo*

Las manifestaciones de solidaridad han estado presentes en la sociedad a lo largo de toda la historia. En algunos casos de forma más palpable o mejor organizados que en otros, pero siempre ha existido la intención por establecer mecanismos de ayuda y cooperación entre los individuos para procurarles una mejora a los más desfavorecidos.

Palencia-Lefler (2001) señala que la mayoría de los investigadores reducen las dimensiones históricas del sector privado no lucrativo a la filantropía nacida en Grecia clásica, por un lado, y por otro, a la caridad, concepto nacido en los orígenes judeocristianos del Antiguo Testamento. En este contexto, Payton (1993) sitúa el origen del sector en *“la caridad dentro del mundo religioso, y del otro, la filantropía, dentro del mundo secular, contrastado el impulsivo acto de misericordia, altruista, con la reflexiva, prudente y planificada determinación de construir una comunidad mejor”*.



Sobre estos fundamentos históricos, el desarrollo de las civilizaciones ha proporcionado muchos ejemplos de solidaridad y acción social que pueden observarse en distintos ámbitos. Para facilitar la comprensión e intentar identificar aquellos elementos clave que gestaron la creación de instituciones no lucrativas y promovieron el desarrollo de actividades sociales en el mundo, a continuación se clasifican en cuatro etapas clave de desarrollo los hechos concretos de la historia, así como los principales actores que participaron en la institucionalización de este sector.

### 2.1.1. La Iglesia y el modelo cívico voluntario

En la cultura occidental un actor fundamental en la promoción, organización, desarrollo y fortalecimiento del trabajo social es, sin duda, la Iglesia Católica. Como señala Ruiz Olabuénaga (2000; p. 49) *“Remontándonos a la sociedad del mundo romano visigodo, puede señalarse como un primer esbozo el fenómeno no lucrativo de las instituciones de la - traditio corporis et anime -, implantada en el hospital del Obispo masona de Mérida (siglo VI), que luego se implantaría masivamente en los monasterios benedictinos, y que sería el inicio de la red de hospitales y albergues para peregrinos o enfermos urbanos”*. La influencia de la Iglesia durante siglos la convirtió en un actor indispensable en el desarrollo de la vida cotidiana y en establecer pautas de comportamiento y compromiso entre los ciudadanos. La enseñanza, por ejemplo, cayó bajo las espaldas económicas de la Iglesia que a través de sus beneficios eclesiásticos, hacía de soporte del pago de los maestros, de la promoción de edificios y aun del desarrollo institucional (Ruiz Olabuénaga, 2000).

Cabe destacar, que de estas formas de trabajo surgió un corporativismo gremial constituido principalmente por maestros y aprendices de una misma profesión u oficio, López (1986). Estas formas de gremio establecían mecanismos de protección a los afiliados ante situaciones de necesidad por medio de cuotas aportadas por los miembros. *“Estas formas caritativas, hoy superadas, estaban ligadas a sentimientos religiosos y piadosos, siendo fundamentalmente la Iglesia quien se ocupaba de la atención de pobres y marginados, ayudada en su labor de nobles movidos por sentimientos piadosos y religiosos”* (López, 1986).

### 2.1.2. La Burguesía y el padrinazgo filantrópico

Con el inicio de la Edad Media, el trabajo de los monasterios jugó un papel fundamental para el establecimiento de la actividad social. Eran instituciones dinámicas que fomentaban la cultura, la sensibilidad por la vida caritativa y la asistencia social (Ruiz Olabuénaga, 2000). Casi simultáneamente, la burguesía se convierte en un actor importante durante este período. Con el asentamiento de los pueblos, el desarrollo de la actividad comercial y el surgimiento de esta nueva clase social, se establecieron formas institucionales de ayuda social y caritativas a los pobres que vivían en los suburbios y que atravesaban las murallas a horas convenidas para recibir la limosna o la comida en casas de los burgueses enriquecidos por el comercio.

Debido al poder económico de la pujante clase burguesa, durante esta época proliferaron los institutos hospitalarios, las instituciones benéficas y las educativas. Como una suerte de estatus social o reconocimiento, las familias querían crear fundaciones y establecer diferencias entre unas y otras, según sus maneras de llevar las instituciones o el tipo de trabajo a que se dedicaban. *“Cada fundación buscaba una cofradía que la sustentase, aunque esta cofradía la compusieran miembros de su propia familia o del entorno que el patrocinado urbano controlaba. Su influjo social se concretaba en diferentes áreas de actuación tales como a) la asistencia material: (comida, vestido), b) la asistencia económico-moral, c) la asistencia jurídica y d) la asistencia médico-hospitalaria”* Ruiz Olabuénaga, (2000; p. 50). En este sentido, pudiera verse esta relación de áreas de actuación como un primer intento involuntario de clasificación y categorización de las organizaciones sociales.

A partir del Renacimiento *“las actividades de los gremios y de las fraternidades se hicieron cada vez más poderosas e imprescindibles en la organización laboral, social y asistencial de las ciudades. Durante esta época la propia sociedad siguió encargándose de la asistencia al pobre hasta que el Estado decidiese convertirla en una de las funciones de la Administración Pública”* Ruiz Olabuénaga (2000; p. 51). Este modelo de participación social se mantendrá durante mucho tiempo, incluso hasta la segunda mitad del siglo XX.

### 2.1.3. El Estado y la Sociedad de Bienestar

En el caso particular de España, otro momento significativo durante el fenómeno de transformación social y de “metamorfosis” de las instituciones no lucrativas sucede tras la guerra civil española y la época del franquismo vivida en España. En este período predominó la restricción del asociacionismo<sup>1</sup> y el Estado se ocupó cada vez más de los asuntos públicos vinculados con las acciones solidarias y el apoyo a los socialmente más desfavorecidos. Surge entonces la figura de un incipiente Estado de Bienestar que considera las intervenciones del Estado (tanto en el nivel central como en los niveles autonómico y local) dirigidas a mejorar el bienestar social y la calidad de vida de la población. Entre los ámbitos que pretendía abarcar este modelo se destacan los siguientes, (Navarro y Quiroga, 2003; p. 2):

1. Los servicios públicos: sanidad, educación, servicios de ayuda a las familias, vivienda social y otros servicios orientados a mejorar el bienestar de la población y la calidad de vida de sus ciudadanos.
2. Las transferencias sociales: pensiones de vejez, de viudedad y de discapacidad, procedentes de los fondos públicos de los trabajadores, empleados y empresarios (que cotizan a la Seguridad Social).
3. Las intervenciones del Estado encaminadas a proteger al ciudadano en su condición de trabajador, consumidor o residente.
4. Las intervenciones públicas encaminadas a producir buenos puestos de trabajo y condiciones favorables tanto del sector público como del privado.

---

<sup>1</sup> Toda asociación podía ser disuelta por un acto administrativo. Quedaron disueltas las logias masónicas, los partidos y los sindicatos. Al mismo tiempo, sin embargo, el Régimen fomentó una serie de asociaciones afines a su ideología, principalmente entre jóvenes(...) de inspiración franquista (Ruiz Olabuénaga, 2000).

## CAPÍTULO 2:

### EL PAPEL DE LAS ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS EN LA REALIDAD SOCIOECONÓMICA ACTUAL

Sin bien estos ámbitos de acción y cobertura no se establecieron de manera inmediata y tampoco en el mismo período de tiempo, permite esclarecer el importante papel que jugaba - y juega en la actualidad- el estado en los asuntos sociales.

No obstante, tras la muerte de Franco y la instauración de las libertades democráticas resurgió con fuerza la creación de nuevas asociaciones de carácter muy variado: ecologistas o defensores del medio ambiente, los feministas, las asociaciones de control de natalidad, etc. (Ruiz Olabuénaga, 2000). A estos sucesos, se sumó la descentralización y el fortalecimiento de las Comunidades Autónomas que desencadenaron el decaimiento del Estado Central como gran controlador de las actividades sociales y procurador de todas las soluciones y problemáticas del país.

#### 2.1.4. El sector no lucrativo actual y la competencia por recursos escasos

Al margen de la pugna política por la legitimación del monopolio de la beneficencia, por parte del sector público frente a la iniciativa social privada, en la década de los setenta comienza a cobrar fuerza el interés por estudiar a las organizaciones no lucrativas y considerarlas como un factor económico de peso dentro de la sociedad (Rodríguez y Codorniú, 1996). Durante las siguientes dos décadas las entidades no lucrativas continuaron fortaleciendo su actividad y asumiendo cada vez más responsabilidades, esto como consecuencia de un debilitamiento en las economías de los estados y la incapacidad de éstos por atender todas las necesidades sociales. Tras la crisis del Estado de Bienestar y la provisión de servicios, las asociaciones intentaron cubrir los déficits sociales que se producían. *“Paralelamente al descubrimiento económico de las asociaciones de voluntariado, tuvo lugar la crisis económica experimentada por los países de economía desarrollada, que cuestionó toda filosofía político-económica del Estado de Bienestar, puso en entredicho el hasta entonces indiscutible papel hegemónico (si no monopolista) del mismo y resucitó debates por el rol que podían (...) desempeñar las asociaciones no gubernamentales junto al Estado y el Mercado”* (Ruiz Olabuénaga, 2000; p.71).

## CAPÍTULO 2:

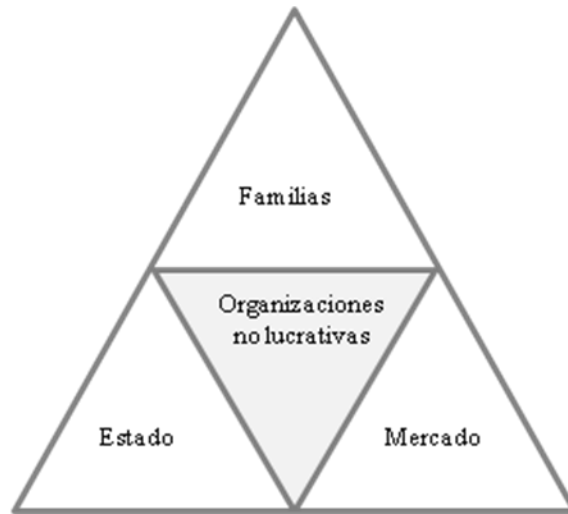
### EL PAPEL DE LAS ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS EN LA REALIDAD SOCIOECONÓMICA ACTUAL

Autores como Salamon y Anheiner (1992) consideran que los factores que han incidido en la consolidación del sector no lucrativo son, principalmente: la heterogeneidad del país - cuanto más heterogéneo y rico en cultura y costumbres es un país, menos espacio cede a los sectores público y privado-; el tamaño de Estado del Bienestar - cuanto más desarrolladas tenga las políticas sociales públicas, menos espacio le cede al sector voluntario-; el nivel de desarrollo económico- un país fuerte económicamente tiene, normalmente, un sector no lucrativo fuerte-; el marco legal -que favorece a las entidades no lucrativas en aquellos países de derecho común y las dificulta en aquellos países con régimen administrativo y concesional-; y finalmente, las tradiciones históricas y religiosas que inciden de manera positiva en la creación de organizaciones no lucrativas y en su desarrollo (Palencia-Lefler, 2004).

Para De Vita y Fleming (2001) las instituciones de los sectores público, privado y no lucrativo, están íntimamente relacionadas, de una manera o de otra, porque intercambian ideas, recursos y responsabilidades. Los cambios externos que están afectando a estos sectores y a sus instituciones son de muy diversa índole: económicos, políticos, demográficos, de valores y de normas sociales. Como resultado de la coexistencia entre estos actores, es preciso destacar la opinión de Taylor (1992), con respecto al surgimiento de un “pluralismo del bienestar”, como el nuevo escenario de actuación de las organizaciones.

Para facilitar esta comprensión de pluralismo, a continuación se presenta el modelo de Evers (1993), en el que se identifican los actores que tienen un papel protagonista en la nueva configuración del sector de organizaciones no lucrativas (Figura 1). A través de la figura de un triángulo coloca en cada vértice un actor influyente o condicionante, mientras que en el centro de la figura se sitúa a las instituciones no lucrativas interactuando de manera intermedia entre el estado y el resto de los actores. El triángulo del bienestar de Evers (1993) permite visualizar el papel de intermediarias que el pluralismo del bienestar otorga a las organizaciones no lucrativas.

**Figura 2.1. Triángulo de bienestar**



**Fuente: Evers 1993**

En este modelo se concibe a las organizaciones no lucrativas como un agente muy activo que participa de manera directa con todos los actores de la sociedad, convirtiéndose en el centro que articula las situaciones sociales. Sin embargo, a pesar de las diversas teorías que se han escrito sobre este ámbito, en la actualidad no se tiene muy claro las fronteras de acción entre uno u otro actor. Hay quienes sostienen incluso que las organizaciones son un mero instrumento del Estado para conseguir, -a través de una “mano de obra barata”- objetivos de bienestar social, al afirmar que el Estado se desentiende de muchos de los asuntos sociales para dejar que las instituciones se encarguen de ellos.

Como señala Mendoza (1995), las organizaciones deben afrontar el reto de explicar cuál es su papel en este nuevo Estado del bienestar. Las asociaciones de voluntariado no son un obstáculo para la mejora del Estado del bienestar ni tampoco los aliados de una derecha privatizadora. De la misma forma, se afirma que seguramente esta tensión se vería reducida si se comprendiera que esta creciente relación entre el sector no lucrativo y las administraciones públicas no tiene por qué darse única y exclusivamente con las reglas del mercado, sino que es preciso crear nuevos mecanismos de colaboración entre ambos (Minow, 2002).

## 2.2. *Concepto, características y clasificación de las organizaciones no lucrativas*

Con prioridad a definir a las organizaciones no lucrativas, es indispensable introducirse en el concepto de filantropía, en la medida en que su desarrollo y generalización es consustancial a los objetivos y actividades de este tipo de organizaciones.

El origen etimológico de la palabra filantropía proviene de *-philos*, amigos, y *anthropos*, hombre-. La Real Academia Española la define como el - amor al género humano-, y, filántropo, como *“Persona que se distingue por el amor a sus semejantes y por sus obras en bien de la comunidad”*. En cambio, la Enciclopedia Británica en el contexto de la fundación filantrópica la define como *“instrumento legal y social para solicitar riqueza privada para propósitos públicos”*. Por su parte, Blanco (1990) afirma que *“la filantropía es una actividad privada llevada a cabo con un espíritu de libertad y sin ánimo de lucro, y normalmente, con carácter gratuito, para la cobertura de una necesidad que se considera de interés general para contribuir al bienestar social”*. En este sentido, la estrecha relación entre la filantropía y las organizaciones no lucrativas es ineludible. Pudiera considerarse a estas instituciones como una materialización de una de las dimensiones que constituye la filantropía. Palencia-Lefler (2004) conceptualiza las organizaciones no lucrativas como una de las tres caras de la filantropía y la estructura de la siguiente manera:

- Actuación individual: las donaciones
- Actuación asociativa: las organizaciones no lucrativas
- Actuación de servicio: el voluntariado

Por un lado, la donación supone el acto personal, voluntario y altruista de los seres humanos que se desprenden de sus bienes en favor del prójimo o de una causa específica. Por otro, la actuación asociativa está referida a las organizaciones o instituciones que aglutinan un conjunto de personas que, de manera voluntaria, actúan colectivamente en favor de una causa. Finalmente, la actuación de servicio se concreta con el voluntariado que ejercen los hombres y mujeres en favor de una causa específica.

El presente trabajo se centra concretamente en el análisis de las organizaciones no lucrativas, lo que supone que no se aborden en profundidad conceptos relativos al voluntariado, las donaciones u otros aspectos fundamentales que sirvan, no obstante, de marco conceptual para la investigación. En este sentido, sí es preciso detenerse en la filantropía corporativa, y comprender de qué manera la empresa privada contribuye con el bienestar de la sociedad. Cabe definir la filantropía corporativa como una forma de gestión *“que se basa en las contribuciones que provienen del sector empresarial, específicamente de las ganancias corporativas que se utilizan para apoyar al sector civil y sin fines de lucro. Estas donaciones pueden venir directamente de las compañías en sí o de las fundaciones privadas establecidas y patrocinadas por ellas”* (The Foundation Center, 2012). Asimismo, Chillida, (2007) señala que no se trata sólo de *“hacer actos de donación, sino de implicarse de modo directo y cercano con la comunidad de la que son parte. Hay quienes también lo llaman: - Ayudas de Contacto -, dejando de manifiesto la necesidad de poner al servicio de la comunidad no sólo el dinero, sino también los conocimientos, experiencias y la relación directa con las personas”*.

### 2.2.1. ¿Qué son las organizaciones no lucrativas?

Son múltiples las definiciones de organizaciones no lucrativas aportada por la literatura especializada. Así por ejemplo algunas de las más recientes son las de Fernández (1995) que las define como un conjunto de instituciones, formalmente establecidas, auto-gobernables, con personal voluntario que tienen como objetivo atender necesidades sociales. Son entidades que buscan promover el desarrollo integral de la sociedad de manera focalizada y según los objetivos o intereses de cada una. Por su parte, Socías (1999; p. 21) señala a las entidades privadas sin ánimo de lucro como *“unidades económicas del sector privado, que producen bienes y, sobre todo, servicios, ofreciéndolos a terceras personas, sin contraprestación equivalente a precio de mercado, siendo su objetivo el interés general (o público) o el particular no mercantil”*. Tal y como destaca Ruiz Olabuénaga (2000; p. 33) *“es un fenómeno social que brota como respuesta o reflejo del deseo/necesidad de participación social ciudadana (sociedad civil), de superar los déficit*



## CAPÍTULO 2:

### EL PAPEL DE LAS ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS EN LA REALIDAD SOCIOECONÓMICA ACTUAL

*estructurales de justicia social de la economía de mercado o estatal (economía social), de participar en el alivio de la desigualdad social (voluntariado), y de la corporatización de la vida social moderna (corporatización)*". Según Sajardo (2002, p. 377) una organización no lucrativa es "una entidad privada que no distribuye beneficios entre las personas que las controlan, reinvirtiéndolos en cambio en su actividad social". En la definición que ofrece Vernis *et ál* (2004) la describe como una asociación u organización constituida para prestar un servicio que mejore o mantenga la calidad de vida de la sociedad, formada por un grupo de personas que aporta su trabajo voluntario; no dedicada al lucro personal de ninguno de sus miembros/socios/fundadores; y que no tiene carácter gubernamental. En esta definición aportada por Vernis *et ál* (2004) es necesario aclarar que el trabajo voluntario no debe ser generalizable a todas las organizaciones sin fines de lucro. En este sentido, es preciso destacar que en las organizaciones no lucrativas que revisten la forma jurídica de fundación es hasta cierto punto habitual que se disponga de personal remunerado y no voluntario y una estructura laboral análoga a la cualquier empresa de carácter público o privado.

Tomando como referencia las definiciones anteriores, se considerarán los elementos más importantes de cada una de ellas con el fin de elaborar una definición propia que represente la esencia de estas organizaciones. En este sentido se establece que las organizaciones no lucrativas son: *instituciones formalmente establecidas, auto-gobernables, que producen bienes y servicios, con el objeto de atender necesidades sociales y mejorar la calidad de vida de la sociedad, sin recibir un beneficio económico entre las personas que la controlan y reinvirtiéndolos en cambio, en su actividad social.*

Debido a la naturaleza de las organizaciones no lucrativas, diversos autores coinciden en que existe cierta ambigüedad a la hora de denominar al sector al que se vinculan. Si bien todas estas instituciones a nivel general persiguen una misión filantrópica y están constituidas de manera similar, cada país o zona geográfica del mundo define el sector de una manera distinta. Según el análisis de Castillo y Juárez (2008; p. 41) "se puede constatar que Francia, por ejemplo, cataloga estas entidades como el tercer sector; mientras que Estados Unidos emplea el término de sector no lucrativo u organizaciones sin

## CAPÍTULO 2:

### EL PAPEL DE LAS ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS EN LA REALIDAD SOCIOECONÓMICA ACTUAL

*finés de lucro. También es posible referirse a él como sector caritativo (de origen inglés), sector de organizaciones no gubernamentales (ONG), sector voluntario (en literatura anglosajona predominantemente inglesa), sector independiente (usado en Norteamérica), sector filantrópico (empleado en los países anglosajones), sector no gubernamental privado (adoptado por los países que reciben ayuda internacional), economía social (de origen francés), sistema intermediario (de origen alemán) e iniciativa privada (en Holanda)”. Ruiz Olabuénaga (2000), confirma esta ambigüedad en los conceptos al decir que se solapan entre sí, sin llegar a coincidir plenamente, en su intento por definir y delimitar la naturaleza y alcance de un fenómeno social complejo y, al parecer, en progresivo desarrollo en las sociedades modernas.*

Esta situación de ambigüedad terminológica, lejos de ser exclusiva de la sociedad española, es común a todo el mundo, tanto académico como cultural, que se relaciona con esta temática (Burguer y Bekker, 1997). Pese a lo manifiesto, el término que parece tener mayor coherencia es el denominado “Tercer Sector”, debido a las características peculiares que poseen las entidades que lo conforman. Tradicionalmente se identifican con facilidad dos tipos de sectores: el *Público*, del que forman parte todas las instituciones gubernamentales, y el *Privado*, constituido por las empresas de capital privado. Las organizaciones no lucrativas, debido a la estructura jurídica, a su situación económica y a la actividad que desempeñan, con unos objetivos bien diferenciados, no es posible incluirlas ni en el sector privado ni en el público. En esta línea, afirma Donoso (2011) que “*la estructura clásica de las sociedades industrializadas capitalistas se forma por la existencia de dos grandes sectores: el sector Privado y el sector Público. Junto a estos dos coexiste un sector Privado No Lucrativo cuya función es la de producir un cambio en la estructura social a la vez que sirve productos no destinados, en principio, a la venta, para grupos particulares; con los recursos obtenidos de pagos voluntarios de los grupos particulares*”.

En definitiva, y como ponían de manifiesto ya hace dos décadas Salamon y Anheier (1993), “*el sector no lucrativo ha sido tradicionalmente el continente perdido del panorama social de la sociedad moderna, invisible para la mayoría de los políticos, empresarios y la prensa, e incluso para muchas personas dentro del mundo del propio sector*”.

### 2.2.2. Características definitorias de las organizaciones no lucrativas

Las organizaciones no lucrativas poseen características propias que las diferencian de otras entidades organizativas. Se puede destacar seis elementos diferenciadores indispensables (Ojeda, 2006):

1. Atienden necesidades sociales. Promueven y dirigen sus esfuerzos para mejorar las condiciones de vida en la sociedad tales como educación, salud, alimentación, vivienda y enfocados hacia el bien común.
2. Están organizadas formalmente, es decir, deben tener una estructura interna, estabilidad de objetivos formales y con una distinción entre socios y no socios.
3. Son privadas, por lo tanto, deben estar separadas institucionalmente de las administraciones públicas. Esto no significa que la organización en cuestión no pueda recibir apoyo público, o que pueda haber en ella funcionarios públicos en sus órganos de gobierno.
4. Ausencia de ánimo de lucro. Las organizaciones del Tercer Sector no deben repartir beneficios entre los propietarios, administraciones o directivos. Esto implica que su finalidad principal no es la de generar beneficios ni estar guiada por criterios comerciales. En caso de obtener beneficios, éstos deben ser reinvertidos en función de la misión corporativa de la organización.
5. Capacidad de autocontrol institucional, es decir, estas organizaciones han de tener sus propios mecanismos de autogobierno y han de gozar de un significativo grado de autonomía.
6. Participación voluntaria: la participación o no de sus miembros ha de depender de la libre voluntad de los mismos y no de imposiciones externas. Por otra parte, hay también un significativo grado de participación de voluntarios, esto es, personas que

aportan tiempo no remunerado. Como ya se comentó, esta característica no es generalizable a todas las organizaciones, tal como se ha señalado previamente en el caso de un buen número de entidades que revisten la forma jurídica de fundación.

Estas son las características más diferenciales de las organizaciones no lucrativas, sin embargo, cabe la posibilidad de ciertos matices o adaptaciones que cada organización deba realizar, según el tipo de trabajo o situación a la que se enfrente.

### 2.2.3. Clasificación de las organizaciones no lucrativas

Existen distintas clasificaciones de organizaciones no lucrativas. Sin embargo la considerada como más relevante a nivel internacional es la denominada Clasificación Internacional de Organizaciones No Lucrativas (ICNPO) que las estructura por sectores de actividad. Además, se considera muy relevante la clasificación en función de las consideraciones jurídicas de estas organizaciones según lo contemplado en la legislación española. A continuación, se dedican sendos sub-apartados a describir brevemente ambas clasificaciones.

### 2.2.4. Clasificación Internacional de Organizaciones No Lucrativas

Probablemente, la clasificación sectorial de organizaciones no lucrativas que goza de mayor prestigio y aceptación por su aplicabilidad en cualquier contexto internacional sea la Clasificación Internacional de Organizaciones no Lucrativas (ICNPO). Esta clasificación identifica 12 tipologías de organizaciones dependiendo de su finalidad o sector de actividad. La Tabla 2.1 describe detalladamente a las entidades que se vinculan a cada una de estas tipologías.

**Tabla 2.1. Clasificación internacional de organizaciones no lucrativas (ICNPO)**

<b>Cultura y recreación</b>	<b>Educación e investigación:</b>
<p><b>Cultura y arte:</b> Producción de medios y comunicaciones; artes visuales, arquitectura, cerámica; desarrollo de artes; sociedades humanísticas, históricas y literarias; museos; zoológicos y pisciculturas</p> <p><b>Deportes:</b> Clubes deportivos amateur, clubes deportivos de barrio, centros de entrenamiento y competencias, fitness centers.</p> <p><b>Otras actividades recreativas:</b> Clubes sociales y de recreación para individuos o comunidades; clubes de la tercera edad, clubes de mujeres y clubes de servicios.</p>	<p><b>Educación:</b> Educación básica, media y superior. Educación proveedora de grados académicos</p> <p><b>Otra educación:</b> Educación técnica; formación para adultos; capacitación; educación diferencial; escuelas de especialidades.</p> <p><b>Investigación:</b> Investigación médica; investigación de ciencia y tecnología; investigación social y estudios políticos.</p>
<b>Salud</b>	<b>Servicios sociales</b>
<p><b>Hospitales y rehabilitación:</b> Hospitales, clínicas y rehabilitación de pacientes.</p> <p><b>Residencias de la tercera edad:</b> Asilo de ancianos, cuidado residencial.</p> <p><b>Salud mental y servicios de urgencia psiquiátricos:</b> Hospitales psiquiátricos, tratamientos mentales, prevención de crisis mentales.</p> <p><b>Otros servicios de salud:</b> Educación sobre salud, cuidados terapéuticos, servicios médicos de rehabilitación, servicios médicos de emergencia.</p>	<p><b>Servicios sociales:</b> Servicios para menores, servicios para jóvenes, servicios familiares, servicios para discapacitados, servicios para ancianos, autoayuda y otros servicios sociales personales.</p> <p><b>Emergencias y ayuda humanitaria:</b> Prevención y control de emergencias y desastres; asilos temporales, asistencia para refugiados.</p> <p><b>Apoyo económico y manutención:</b> Asistencia económica y material para discapacitados.</p>
<b>Desarrollo social y vivienda</b>	<b>Medio ambiente</b>
<p><b>Desarrollo económico, social y comunitario:</b> Organizaciones comunitarias y vecinales, desarrollo económico, desarrollo social.</p> <p><b>Vivienda:</b> Desarrollo, construcción y financiamiento de hogares, asistencia para hogares, comités de desarrollo urbano y rural (agua, luz, caminos y otros).</p> <p><b>Empleo y formación:</b> Programas de capacitación, orientación vocacional, rehabilitación vocacional y de cesantes.</p>	<p><b>Medio ambiente:</b> Control de polución, conservación y protección de recursos naturales, desarrollo de espacios abiertos.</p> <p><b>Protección de animales:</b> Protección y preservación animal y de vida silvestre; servicios veterinarios.</p>

**Fuente: Salamon y Anheir (1996)**

**Tabla 2.1. Clasificación internacional de organizaciones no lucrativas (ICNPO) (continuación)**

<b>Promoción de derechos, asesoramiento legal y política</b>	<b>Intermediarios filantrópicos y promoción de voluntariado</b>
<p><b>Promoción de derechos y asesoramiento legal:</b> Organizaciones de defensa de derechos de grupos y civiles, asociaciones étnicas y asociaciones cívicas y de derechos humanos.</p> <p><b>Derecho y servicios jurídicos:</b> Servicios legales, prevención de crímenes, rehabilitación de inculcados, apoyo a víctimas, asociaciones de derechos de consumidores.</p> <p><b>Organizaciones políticas:</b> Partidos y organizaciones políticas.</p>	<p><b>Intermediarios filantrópicos:</b> Fundaciones privadas que intermedian y otorgan becas y fondos concursables.</p> <p><b>Promoción de voluntariado:</b> Instituciones que promueven el voluntariado</p>
<b>Asociaciones de empresarios, profesionales y empleados</b>	<b>Organizaciones internacionales</b>
<p><b>Asociaciones de empresarios:</b> Asociaciones que promueven, regulan y protegen los derechos de los empresarios.</p> <p><b>Asociaciones de profesionales:</b> Asociaciones que promueven, regulan y protegen los derechos de los profesionales.</p> <p><b>Asociaciones de empleados:</b> Uniones laborales, sindicatos y sindicatos de trabajadores independientes.</p>	<p><b>Actividades internacionales:</b> Programas de intercambio, amistad y cultura; organizaciones de asistencia; organizaciones que actúan en desastres; organizaciones de paz y derechos humanos.</p>
<b>Religión</b>	<b>Otros, no clasificados</b>
<p><b>Congregaciones y asociaciones religiosas:</b> Congregaciones y asociaciones religiosas</p>	

**Fuente:** Salamon y Anheir (1996)

### 2.2.5 Clasificación Jurídica de las Organizaciones No Lucrativas

La legislación española distingue entre asociaciones y fundaciones como formas jurídicas básicas, a las que habría que añadir los denominados entes singulares con régimen jurídico propio y específico: Organización Nacional de Ciegos de España (ONCE), Caritas Diocesanas y Cruz Roja Española.

## CAPÍTULO 2:

### EL PAPEL DE LAS ORGANIZACIONES NO LUCRATIVAS EN LA REALIDAD SOCIOECONÓMICA ACTUAL

Tanto las asociaciones como las fundaciones son instituciones sociales reconocidas y amparadas en los artículos 34 y 22 de la Constitución Española, respectivamente, y consideradas como instrumentos de promoción del interés general o colectivo, de carácter privado y sin ánimo de lucro. A lo largo de 2002, fruto de la mayor importancia, preocupación social y necesidades de control de las entidades del Sector no Lucrativo, tuvo lugar la promulgación de tres leyes fundamentales en materia de fundaciones y asociaciones que derogan las normativas precedentes e introducen ciertas novedades:

- En primer lugar, la *Ley Orgánica 1/2002 de 22 de marzo, reguladora del derecho de Asociación*, que viene a sustituir a la ya obsoleta Ley de Asociaciones de 1964.
- En segundo lugar, la *Ley 50/2002 de 26 de diciembre, de Fundaciones* que deroga la *Ley 30/1994 de 24 de noviembre, de Fundaciones y de Incentivos Fiscales a la Participación en Actividades de Interés General*. Esta última regulaba conjuntamente tanto las fundaciones como las ventajas de carácter impositivo que se conceden a las personas privadas por sus actividades o aportaciones económicas de apoyo a determinadas finalidades de interés público o social.
- Y, en tercer lugar, la *Ley 49/2002 de 23 de diciembre, de Régimen Fiscal de las Entidades Sin Fines Lucrativos y de los Incentivos al Mecenazgo* que deroga a la ya citada Ley 30/1994 y que da un tratamiento específico a los incentivos fiscales para actividades de interés general.

A continuación, se delimita el trato que recibe cada una de estas formas jurídicas en el ordenamiento español, con especial atención a la figura de la fundación en la medida en que es objeto de análisis empírico en los posteriores apartados metodológicos del presente trabajo.

## Asociaciones

Según establece la *Ley de Asociaciones de 2002*, estas organizaciones son agrupaciones voluntarias de personas constituidas para desarrollar un determinado fin o actividad colectiva de forma estable, organizadas democráticamente, sin ánimo de lucro e independientes, al menos formalmente, del Estado, los partidos políticos y las empresas.

Características esenciales de las asociaciones:

- Agrupación de personas que, además, debe ser voluntaria.
- Persecución de actividades y objetivos colectivos de forma estable.
- Funcionamiento interno democrático.
- Estar sujetas al Principio de No Distribución de Beneficios (PNDB)
- Independientes.

En virtud de la regulación constitucional, las asociaciones pueden buscar los fines u objetivos que sus fundadores deseen. Libertad absoluta para tener el objeto social - de interés público o privado- que los socios deseen, fuera de los considerados como delitos. Una consideración aparte merecen las asociaciones que quieran ser reconocidas como “interés público”, que además de valiosos efectos fiscales y de imagen, debe cumplir con amplios requisitos tales como:

- Que sus fines estatutarios sean asistenciales, cívicos, educativos, científicos, culturales, deportivos, sanitarios, de cooperación para el desarrollo, de la defensa del medio ambiente, de fomento de la economía social o de la investigación, de promoción del voluntariado social, o cualesquiera otros que tiendan a promover el interés general.
- Que su actividad esté abierta a cualquier posible beneficiario.
- Carecer de ánimo de lucro.



## Fundaciones

Por su parte, el artículo 2 de la *Ley de Fundaciones de 2002* las considera como organizaciones constituidas sin ánimo de lucro que, por voluntad de sus creadores, tienen afectado de un modo duradero su patrimonio a la realización de fines de interés general.

La fundación, a diferencia de la asociación, no se caracteriza por la unión de personas, sino el hecho de tener “*afectado de modo duradero su patrimonio a la realización de fines de interés general*”. Y ese patrimonio podrá estar constituido por toda clase de bienes y derechos susceptible de valoración económica.

Características esenciales de las fundaciones:

- El patrimonio.
- La adscripción voluntaria de dicho patrimonio a los fines de interés general.
- La organización formal.
- El funcionamiento interno sujeto a la voluntad del fundador.
- Y los fines de interés general.

La Constitución española consagra el derecho de fundación (artículo 34) y lo reconoce para fines de interés general con arreglo a la Ley. La Ley surge, tal como se expresa en su exposición de motivos, porque la “*necesidad ineludible de actualizar la legislación sobre fundaciones viene determinada, de un lado, por el artículo 34 de la Constitución, que reconoce el derecho de fundación para fines de interés general con arreglo a la Ley; y de otro lado, por la importancia que en la vida social ha adquirido el ejercicio indicado de derecho de fundación*”. Otras características propias de las fundaciones son:

- Las fundaciones se rigen por la voluntad del fundador, por sus estatutos y, en todo caso, por la presente Ley.
- Toda disposición de los estatutos de la fundación o manifestación de la voluntad del fundador que sea contraria a la presente Ley se tendrá por no puesta. Asimismo,

podrán modificarse los estatutos de la fundación siempre que resulte conveniente en interés de la misma.

- En caso de extinción de la fundación se reserva a la voluntad del fundador declarada en el acto fundacional, el destino del patrimonio remanente una vez hecha la oportuna liquidación. Eso sí, siempre que ese destino sea de interés general.

Respecto al funcionamiento interno de las fundaciones, la *Ley de Fundaciones* señala que la fundación es un patrimonio dotado de personalidad jurídica, por tanto, no hay base asociativa. Sin embargo, para la adscripción del patrimonio al cumplimiento de los deseos del fundador o fundadores o, de forma más genérica, a los fines de interés general, es necesario un órgano de gobierno y representación, el *Patronato*, que deberá estar compuesto por, al menos, tres personas, y cuyos miembros reciben el nombre de Patronos y desempeñan su cargo de forma gratuita.

Al igual que las asociaciones de interés general, las fundaciones deben perseguir los mismo fines: asistencia social, cívicos, educativos, científicos, culturales, deportivos, sanitarios, de cooperación para el desarrollo, de la defensa del medio ambiente, de fomento de la economía social o de la investigación, de promoción del voluntariado social, o cualesquiera otros que tiendan a promover el interés general.

Es importante destacar que en los artículos se hace especial hincapié en asegurar que la fundación no servirá como instrumento fraudulento para beneficiar de modo exclusivo o preferente los intereses del fundador, su familia o sus allegados, es decir, que se promueva efectivamente el interés general. Asimismo se especifica que la institución no podrá beneficiar a grupos determinados y cerrados, debe tratarse de colectividades genéricas y abiertas, a pesar de que sean muy reducidas. En este sentido, se dispone:

- La finalidad fundacional debe beneficiar a colectividades genéricas de personas.
- En ningún caso podrán constituirse fundaciones con la finalidad de destinar prestaciones a los cónyuges o parientes del fundador hasta el cuarto grado inclusive.

- No se incluyen en el apartado anterior las fundaciones cuya finalidad exclusiva o principal sea la conservación y restauración de bienes del patrimonio histórico español.

### Entes singulares

Finalmente, la denominación de entes singulares se aplica a ciertas entidades que tienen un régimen jurídico propio en cada caso, atendiendo a su especificidad y a su importancia. En España las tres Entidades Singulares de mayor relevancia económica son: Organización Nacional de Ciegos Españoles (ONCE), Cruz Roja Española y Cáritas Española. Se trata de tres entidades de gran significación para el Tercer Sector aunque las tres se apartan del modelo de entidad no lucrativa identificado con Asociaciones y Fundaciones y caracterizado por las notas de independencia del Estado y afiliación voluntaria (García Delgado, 2004).

La ONCE es una Corporación de Derecho Público sometida a la tutela del Estado que, además de sus funciones privativas, ejerce otras delegadas de las Administraciones Públicas. La ONCE es una Corporación sin ánimo de lucro con la misión de mejorar la calidad de vida de las personas ciegas y con discapacidad visual de toda España. Cruz Roja Española se configura como auxiliar y colaboradora de las Administraciones Públicas en actividades humanitarias y sociales, lo que relativiza su independencia; Es una organización que ayuda a personas vulnerables en los ámbitos nacional e internacional a través de acciones de carácter preventivo, asistencial, rehabilitador y de desarrollo, realizadas esencialmente por voluntarios. Cáritas, por su parte, es una institución religiosa sometida a la jerarquía eclesiástica y, en último término, con arreglo al vigente Concordato de España con la Santa Sede, dependiente del Vaticano. De ahí la especificidad muy marcada de cada una de ellas (García Delgado, 2004).

### *2.3. Importancia del sector no lucrativo*

Como se viene anticipando, el fenómeno social que se ha desarrollado en los últimos tiempos ha generado la aparición de numerosas organizaciones no lucrativas y el fortalecimiento del “tercer sector”. Tal como señala Vernis *et ál* (2004) cada vez son más numerosas las personas que voluntariamente colaboran con organizaciones ecologistas, con entidades de ayuda a personas enfermas o con grupos de solidaridad.

También los estudios de McCarthy, Hodgkinson y Sumarruwalla (1992); o de Salamon (1994; p. 3) resalta el crecimiento de este sector, “*en efecto, parece estar produciéndose una verdadera revolución asociativa mundial, un surgimiento masivo de actividades de voluntariado privadas y organizadas prácticamente en todos los rincones del mundo*”. En el ámbito internacional el estudio comparativo más relevante sobre el sector ha sido desarrollado por el *Center for Civil Societies Studies* de la Universidad Johns Hopkins, a cargo del profesor Lester M. Salamon, en el que se analizan 22 países de todo el mundo con datos del año 1995. Según Salamon (2001; pp.19-20) todas las organizaciones analizadas comparten rasgos comunes propios del “tercer sector”: son organizaciones privadas que no reparten beneficios, autónomas y con participación de voluntarios. Entre los principales hallazgos obtenidos en el estudio desarrollado por Salamon (2001) se destaca lo siguiente:

*Importante fuerza económica:* Aparte de su importancia social y política, el sector no lucrativo resulta ser una notable fuerza económica en la mayoría de las regiones que se han examinado, representando importantes cuotas del empleo y de gasto nacional. Es un sector que genera más de 1,1 billones de dólares y que emplea aproximadamente el equivalente de 19 millones de trabajadores a jornada completa. En consecuencia, los gastos del sector no lucrativo de dichos países alcanzan un promedio del 4,6% del producto interior bruto, y el empleo en este sector es casi el 5% de todo el empleo no agrario, el 10% de todo el empleo del sector servicios y el 27% de todo el empleo del sector público.

*La octava mayor economía del mundo:* si el sector no lucrativo de los 22 países estudiados formase una economía nacional independiente, constituirían la octava mayor economía del mundo, por delante de Brasil, Rusia, Canadá y España (Tabla 2.2).

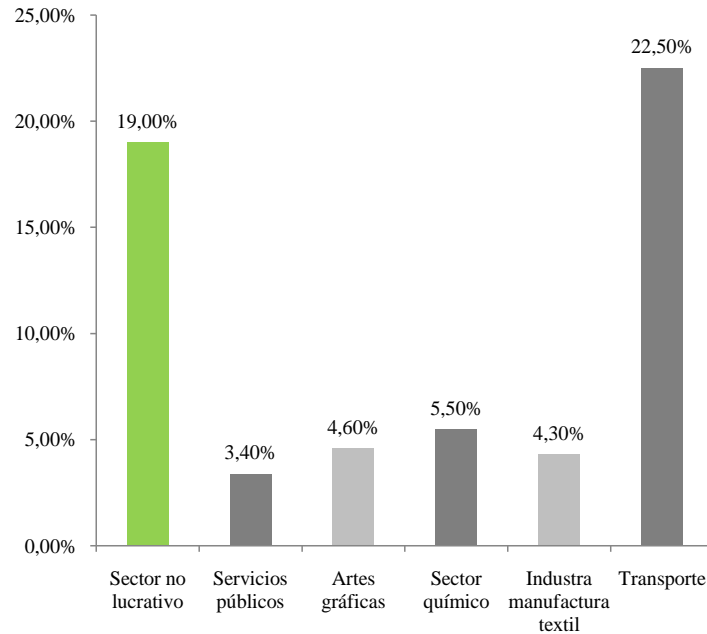
**Tabla 2.2. PIB de las principales economías del mundo.**

País	PIB (en billones USD)
Estados Unidos .....	7,2
Japón .....	5,1
China .....	2,8
Alemania .....	2,2
Francia .....	1,5
Reino Unido .....	1,1
Italia .....	1,1
<b>Gastos del sector no lucrativo (22 países).....</b>	<b>1,1</b>
Brasil .....	0,7
Rusia .....	0,7
España .....	0,6
Canadá .....	0,5

**Fuente:** Salamon, *et ál.* (2001).

*Supera a numerosos sectores:* el número de personas adscritas al sector no lucrativo supera al del sector de servicios públicos, la industria manufacturera textil, la industria papelera y de artes gráficas o el sector químico de los 22 países, y casi tanta, mano de obra como en los sectores de transportes y comunicaciones (Figura 2.2). Asimismo, el empleo del sector no lucrativo de estos países fácilmente supera al conjunto del empleo de las mayores empresas privadas de cada país, en una proporción de 6 a 1 (19 millones de empleados del sector no lucrativo frente a 3,3 millones del conjunto del personal de las mayores empresas privadas de cada uno de estos 22 países).

**Figura 2.2. Empleo del sector no lucrativo en comparación con otros sectores (22 países)**



**Fuente:** Salamon, *et ál.* (2001).

*Variación en el tamaño según cada país y región:* en general, el sector no lucrativo es mayor en los países más desarrollados y mucho menor en apariencia en Latinoamérica y Europa Central y Oriental. Así, mientras que la media para el conjunto de los países es del 4,8%, las organizaciones que integran este sector constituyen cerca del 7% de la mano de obra no agrícola de Europa Occidental y de los restantes países desarrollados examinados, pero únicamente el 2,2% en Latinoamérica y el 1,1% en Europa Central y Oriental. Evidentemente, la magnitud del sector no lucrativo puede que tenga mucho que ver con la disponibilidad de recursos, así como con la presencia de necesidades sociales o económicas.

*La contribución a la formación de empleo significativamente en Europa Occidental:* el crecimiento del empleo en el sector no lucrativo entre 1990 y 1995 fue

mayor en Europa que en ningún otro lugar. El empleo en este sector aumentó una media del 24% en los cuatro países europeos para los que se dispone de datos para todo el periodo (Francia, Alemania, Países Bajos y Reino Unido), lo que supone un 40% de la creación de empleo total (3,8 millones de puestos de trabajo equivalentes a jornada completa). En los otros tres países desarrollados para los que se dispone de datos referentes al empleo (Israel, Japón y Estados Unidos), el incremento es de un 21% de promedio, que corresponde a un 11% de los 16 millones de empleos equivalentes a jornada completa creados durante el período.

### 2.3.1. El sector no lucrativo en España

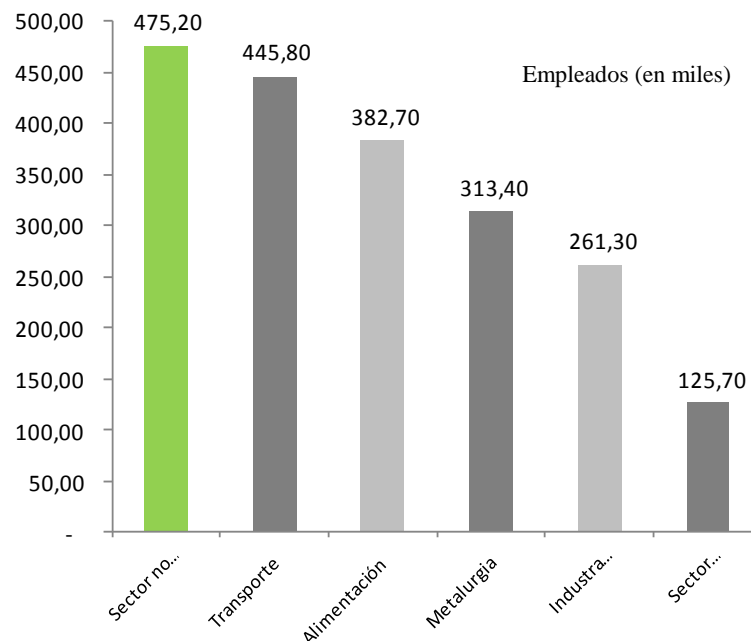
Por su parte en España, la falta de información, seguimiento y actualización de datos en relación al sector no lucrativo, ha generado ciertas dificultades a la hora de abordar este tema. Así lo indicaba, por ejemplo, Rodríguez (1991) al referirse al sector a comienzo de la década de los noventa cuando decía que el primer problema a solventar en el análisis del sector no lucrativo español, es el de la información y reconocimiento social, es decir, el conocimiento a fondo de su dimensión, estructura, ámbito de intervención, peso financiero, condicionantes y eficacia social. Sin estadísticas de calidad no es posible definir el papel y posibilidades reales del sector. No obstante, se aportan a continuación los datos más significativos de distintos estudios relevantes, en primer lugar, sobre el sector no lucrativo en general y, en segundo lugar, sobre el sector fundacional en particular.

En primer lugar, cabe señalar la aplicación al contexto español del estudio comparativo del sector no lucrativo de la Universidad Johns Hopkins efectuada por Ruiz y Jiménez (2001). En él se señala como principal rasgo diferenciador de España el hecho de que gran parte de los recursos tanto humanos como financieros están destinados al área de servicios sociales. Otras diferencias importantes son que los ingresos que perciben las organizaciones sin fines de lucro provienen de cuotas privadas y de los pagos que reciben del Estado por servicios realizados de sus actividades sociales. Los resultados de la investigación señalan lo siguiente:

*Fuerza económica en alza:* un sector de 22.600 millones de dólares el equivalente al 4% del Producto Interior Bruto español, una cifra bastante significativa.

*Importante fuente de empleo:* existe una fuerza laboral que incluye el equivalente a 475.179 trabajadores remunerados a jornada completa. Esta cifra constituye el 4,5% del total de los trabajadores españoles, exceptuando los que se dedican a la agricultura; el 6,8% de los trabajadores del sector de servicios; y casi la cuarta parte (22,9%) del personal empleado por la Administración pública en cualquiera de sus ámbitos: nacional, autonómico (regional) y municipal. De igual manera, el estudio revela que el empleo no lucrativo en España sobrepasa con creces al empleo de la mayor empresa privada española, en una proporción de casi siete a uno. Así, en comparación con los 475.179 trabajadores remunerados de las organizaciones no lucrativas españolas, la mayor empresa privada de España, Telefónica, cuenta con sólo 68.380 empleados (Figura 2.3.).

**Figura 2.3. El empleo no lucrativo en España, en contexto (1995)**



**Fuente:** Ruiz y Jiménez (2001).

*Sobrepasa a numerosos sectores:* el sector no lucrativo emplea a más gente en España que muchas otras industrias del país, incluidos los sectores de transportes y



comunicaciones; alimentación, bebidas y tabaco; metalurgia; industria textil; y las industrias químicas.

*Tamaño y dimensión:* Ruiz Olabuénaga (2001) recoge información sobre las organizaciones no lucrativas y de las empresas de la Economía Social del subsector de mercado como cooperativas, sociedades laborales y mutualidades, entre otras, se observa lo siguiente (Tabla 2.3.):

**Tabla 2.3. Número de organizaciones sin ánimo de lucro  
según tipo de organización en España 1995**

<b>Tipo de organización</b>	<b>Número</b>	<b>Porcentaje</b>
Asociaciones	174.916	69%
Club es deportivos	58.085	22,91%
Cooperativas	7.822	3.08%
Centros de Enseñanza	6.392	2,52%
Fundaciones	5.698	2,25%
Mutualidades de Previsión	400	0,16%
Centros de Salud	144	0,06%
Cajas de Ahorro con Obra Social	50	0,02%
<b>Total</b>	<b>253.507</b>	<b>100%</b>

Fuente: Ruiz y Jiménez (2001).

Siguiendo con el análisis del sector no lucrativo español, a continuación se mencionará el estudio realizado por García Delgado publicado en el año 2009 con datos del año 2005. Para ese momento el sector estaba conformado por casi 141.245 entidades y cerca de los seiscientos mil asalariados (Tabla 2.4). Representa el 3,5 por 100 del empleo asalariado en España, proporción que se eleva al 5,9 por 100 si se considera, una vez reducido al tiempo equivalente de una jornada laboral media, el trabajo aportado por sus más de cuatro millones de voluntarios. De hecho, si al empleo equivalente de los asalariados del Tercer Sector se le suma el empleo, también equivalente, de los voluntarios, se alcanza la muy importante cifra de 944.359 empleados (García Delgado, 2009; p. 20).

**Tabla 2.4. Magnitudes del Tercer Sector en España\*, 2005**

(magnitudes monetarias, en millones de euros)

Magnitudes	Asociaciones	Fundaciones	Entidades Singulares
Número de entidades	135.195	6.047	3
Número de asalariados	417.475	116.370	56.477
Voluntariado	3.793.572	149.789	221.025
Voluntariado equivalente	374.740	16.293	21.917
Asalariados equivalentes	375.104	104.560	50.745
Empleo equivalente <sup>(e)</sup>	749.844	120.852	72.662
Remuneración asalariados	6.304	2.571	1.516
Excedente bruto (y social)	1.545	- 2.027	486
Excedente social	5.800	360	515 <sup>(f)</sup>
Valor añadido bruto (a c.f.)	7.849	544	2.002
Valor añadido bruto (a p.m.)	7.881	558	2.002

Fuente: García Delgado (2009)

En cuanto a las magnitudes monetarias, la remuneración de los asalariados representa el 2,4 por 100 del total nacional. Y el valor añadido generado anualmente por el sector se sitúa en torno al 1 por 100 del total nacional. Propiamente dentro del sector económico social, señala García Delgado (2009; p. 31) que entre las organizaciones no lucrativas – Asociaciones, Fundaciones y Entes singulares- unas 141.245, representan el 75% de la economía social y los asalariados (cerca de 590.322) un 57% de este sector.

Respecto a las fuentes de financiación el autor señala que en el caso de fundaciones, la dependencia del altruismo privado es evidente. La cifra de donaciones y subvenciones que las fundaciones consiguen de agentes privados supone más del 37 por 100 del total de ingresos de éstas (...) Este comportamiento permite afirmar que, en España, las asociaciones son las principales beneficiarias del Estado benefactor mientras las fundaciones se benefician del patrocinio y amparo del sector privado (García Delgado, 2009; p. 200).

Otro estudio destacado con datos más recientes relacionados al sector no lucrativo proviene del Instituto de Análisis Estratégico de Fundaciones (INAEF) a cargo de Rey y Álvarez (2011) con el objeto de establecer el tamaño del sector (fundaciones) así como el de determinar su peso e importancia para la realidad social y económica española. Según datos de 2009, el país dispone de 12.921 fundaciones registradas, de las cuales 9.050 (70%) se encuentran activas. Asimismo señalan los autores que el sector de las fundaciones es mayoritariamente joven con un 65,3% de organizaciones que no alcanzan los quince años de ejercicio.

En cuanto la distribución y densidad de estas instituciones a nivel nacional Rey y Álvarez (2011; p. 21) señalan que existe *“un promedio de 27 fundaciones por cada 100.000 habitantes. Las comunidades con mayor densidad de fundaciones son Cantabria –con 45 fundaciones por cada 100.000 habitantes-. Comunidad de Madrid, Comunidad Foral de Navarra y Cataluña –con 44, 44 y 39 fundaciones, respectivamente, por cada 100.000 habitantes-. Por provincias, además de Cantabria, Navarra y Madrid, otras tres superan las 40 fundaciones, respectivamente, por cada 100.000 habitantes: Soria, Burgos y Barcelona”*.

En relación al tamaño, tomando como referencia los ingresos que perciben, el estudio demuestra que la mayoría de las fundaciones tienen una dimensión reducida. Más del 60% son catalogadas como “fundaciones pequeñas” o “micro-fundaciones”. En concreto, un 23,3% son micro-fundaciones que han contado ingresos totales iguales o inferiores a 30.000 euros en 2008, y un 42,6% son pequeñas fundaciones con ingresos entre los 30.000 y 500.000 euros (Rey y Álvarez, 2011; p.27).

La magnitud del sector de fundaciones español, según Rey y Álvarez (2011) moviliza a más de 200.000 personas desde voluntarios, empleados o con alguna relación con la institución. Según estos autores entre el año 2008 y 2010 los empleos directos generados por las fundaciones españolas han aumentado. A continuación se presenta una tabla comparativa (tabla 2.5) con la evolución de empleos directos en el sector.

**Tabla 2.5 Evolución del empleo directo en el sector fundacional (2008-2010)**

	31/12/2008	31/12/2009	31/12/2010	Var.%( 2008-2010)
<b>N° de empleos</b>	95.942	100.216	103.410	7,78%
<b>N° de fundaciones</b>	3.515	3.649	3.724	5,95%
<b>N° de empleos medio</b>	27,3	27,5	27,8	1,73%

**Fuente: Rey y Álvarez (2011) a partir de los datos de la Dirección General de Ordenación Económica de la Seguridad Social para 3.515 fundaciones activas.**

Otro de los datos significativos que arroja el estudio de Rey y Álvarez (2011) destaca el impacto económico en materia de gastos de este sector. Para una muestra de más de 3.800 fundaciones, dio como resultado un volumen de gasto agregado superior a los 5.222 millones de euros en 2008. Estableciéndose que poco más de la mitad de las fundaciones (53%), supera los 150.000 euros de gasto total y un 11% cuenta con un gasto anual por encima de 2.400.000 euros.

El estudio también destaca la importante posición económica con relación a las cifras alcanzadas entre sus activos y dotaciones. Según la investigación, el 60,1% de las fundaciones cuenta con activos superiores a los 150.000 euros y más del 51,4%, cuenta con dotaciones patrimoniales superiores a 30.000 euros. *“Sólo una tercera parte de las fundaciones españolas cuentan con dotaciones iguales o superiores a sus ingresos totales, lo cual pone de manifiesto el carácter no patrimonial de la inmensa mayoría de las fundaciones españolas (entendiendo por patrimonial la fundación cuya dotación tienen un volumen suficiente como para que la actividad fundacional se financie de modo principalmente con los rendimientos de dicho patrimonio)”* Rey y Álvarez (2011; pp. 47 y 48).

### 3. LA TRANSPARENCIA COMO HERRAMIENTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA EN EL ÁMBITO NO LUCRATIVO

En el segundo capítulo conceptual se aborda el tema de la transparencia y su importancia para el correcto funcionamiento de la estrategia de responsabilidad corporativa de las organizaciones, particularizando el desarrollo teórico en el ámbito de las entidades no lucrativas. Para ello, se presenta en sendos apartados iniciales el concepto de responsabilidad social corporativa y sus dimensiones clave de análisis, para a continuación profundizar en el concepto de transparencia como elemento central del estudio.

#### *3.1. La Responsabilidad Social Corporativa*

La empresa, además de ser una célula económica, es una célula social. Está formada por personas y para personas. Está insertada en la sociedad a la que sirve y no puede permanecer ajena a ella. La sociedad le proporciona la paz y el orden garantizados por la ley y el poder público; la fuerza de trabajo y el mercado de consumidores; la educación de sus obreros, técnicos y directivos; los medios de comunicación y la llamada infraestructura económica. La empresa recibe mucho de la sociedad y existe entre ambas una interdependencia inevitable. Por eso no puede decirse que las finalidades económicas de la empresa estén por encima de sus finalidades sociales. Ambas están también indisolublemente ligadas entre sí y se debe tratar de alcanzar unas, sin detrimento o aplazamiento de las otras. Así pues, una adecuada concepción de lo que es una empresa exige ampliar el concepto de la misma para incluir en él los aspectos que se encuentran más allá del legítimo fin económico (Barco, 2010).

Si bien cada negocio *per se* busca un beneficio económico, también es necesario que tenga una “conducta” responsable al momento de realizar la actividad. Esta conducta en un ejercicio continuo por evaluar el impacto que todos los aspectos de sus actividades generan sobre sus clientes, empleados, accionistas, comunidades locales, medioambiente y sobre la

sociedad en general. Ello implica el cumplimiento obligatorio de la legislación nacional e internacional en el ámbito social, laboral, medioambiental y de Derechos Humanos, así como cualquier otra acción voluntaria que la empresa quiera emprender para mejorar la calidad de vida de sus empleados, las comunidades en las que opera y de la sociedad en su conjunto (Observatorio de RSC, 2009).

El Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social (2007) define la RSC como “*una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sostenible de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales*”. Con esta visión no se pretende que las empresas se conviertan en obras de beneficencia, ya que las empresas están hechas para ser rentables; implica en todo caso que las empresas adopten una postura activa y responsable en torno al impacto de sus operaciones. Una cultura de trabajo que posibilite hacer negocios permitiendo una sostenibilidad a lo largo del tiempo y un crecimiento económico. En otras palabras, tener una actitud socialmente responsable radica en generar un impacto positivo en los distintos ámbitos con los que una empresa tiene relación, pero al mismo tiempo que contribuya a la competitividad y sostenibilidad de la empresa.

Álvarez y Pedreira (2007; p. 22) citando al Foro de Expertos de RSE del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, la definen como “*el cumplimiento estricto de las obligaciones legales vigentes, la integración voluntaria en su gobierno, y gestión, en su estrategia, políticas y procedimientos, de las preocupaciones sociales, laborales medio ambientales y de respeto a los derechos humanos que surgen de la relación y el diálogo transparentes con sus grupos de interés, responsabilizándose así de las consecuencias y los impactos que se derivan de sus acciones*”.

Al comprender que las empresas son un elemento más en el diverso conglomerado social, se podrá entender con mayor claridad cómo las acciones de ésta repercuten de manera directa en el entorno. Funciona como una cadena de acontecimientos en la cual, cada uno

de sus elementos sufre cambios en alguna parte del proceso. El asunto está en procurar un círculo virtuoso de acciones que generen resultados positivos y que se alimente de continuo de nuevos elementos que aporten valor en todo el proceso. Álvarez y Pereira (2007; p. 18) la describen como una *“gestión ética que pretende centrar la acción de las empresas en torno a su esencia social, induciendo comportamientos responsables con todas las personas y grupos sociales que interactúan con ellas – empleados, clientes, accionistas, proveedores, competidores, comunidad local y sociedad en general- de forma tal que alcancen la confianza y la reputación necesarias para ser legitimadas por la sociedad”*.

IESE, PricewaterhouseCoopers y Fundación Entorno elaboraron el Código de buen gobierno de la empresa sostenible, con el objetivo de propiciar un entorno más saludable a partir del ejercicio empresarial y consiguiendo un mejoramiento en la sociedad. El código se caracteriza por crear valor económico, medioambiental y social a corto y largo plazo, contribuyendo de esta forma al aumento del bienestar de las generaciones presentes y futuras, tanto en su entorno inmediato como en el planeta en general (IESE *et ál*, 2002).

Para Nieto y Fernández (2004) el buen gobierno de la empresa es un proceso complejo de negociación que busca equilibrar los intereses de todos los grupos. La adopción de criterios de RSC permite a las empresas resolver los conflictos y distribuir el valor creado entre los distintos grupos de interés. Los comportamientos socialmente responsables inducen efectos positivos a largo plazo que contribuyen a aumentar el rendimiento y el valor de las empresas, gracias a que las prácticas de RSC mejoran las condiciones del entorno en el que operan las empresas, reducen riesgos y aumentan su reputación.

Como señala Reyno (2006), la RSC renueva la concepción de la empresa, otorgando a ésta una dimensión amplia e integradora, que va más allá de la mera cuestión económica en la que se incorpora perfectamente la triple faceta de la sostenibilidad: económica, social y medioambiental o 3 “P’s” (profit, people, planet). El desarrollo sostenible se sitúa como fin a alcanzar por medio de la adecuada implantación de un modelo de empresa socialmente responsable, en el que los distintos grupos de interés, *stakeholders*, son el centro de atención esencial para la gestión (Reyno, 2006).

Abrahamson y Fairchild (1999) sostenían que la RSC era un fenómeno pasajero y que los directivos sólo realizaban estas prácticas para proyectar una imagen de racionalidad y eficiencia ante los propietarios. Para refutar este argumento Nieto y Fernández (2004) afirman que *“en la actualidad, el empleo de criterios de RSC permite a las empresas proyectar una imagen positiva ante todos los grupos de interés, y no solamente ante los propietarios, lo que contribuye a mejorar su reputación (...) la reputación de las empresas depende de la percepción que tengan los stakeholders sobre el grado en que éstas satisfacen sus expectativas. Por lo tanto, es imprevisible que las prácticas de RSC continúen empleándose, más allá del inexorable ciclo que marca la moda”*.

El interés cada vez más presente en las organizaciones por demostrar un comportamiento responsable y mejorar su imagen y reputación, no es un proceso que se haya generado únicamente por iniciativa de las organizaciones. Como se ha dicho, las organizaciones en general son un actor inmerso en la sociedad, que participa, interactúa y convive con los demás agentes. En este sentido, uno de los grupos de interés que ha ejercido una presión importante lo constituyen las personas / consumidores / usuarios / clientes / voluntarios. Algunos autores se refieren a un cambio en los valores de la sociedad (para bien). Las personas han ido desarrollando criterios de responsabilidad, ética, honestidad, compromiso, entre otros, y han tomado cada vez más peso a la hora de evaluar el comportamiento de las empresas. Estudios sobre las actitudes de los consumidores europeos realizados por CSR Europe durante el año 2000 en doce países ha puesto de manifiesto la existencia de una elevada sensibilidad entre los ciudadanos europeos ante todos los temas relacionados con la RSC. Más del 25% de los europeos se encuentra comprometido con algún tipo de responsabilidad social (Nieto y Fernández, 2004).

En España, el movimiento a favor del desarrollo sostenible y la promoción de la RSC aparece en los años 90 debido al proceso de internacionalización de las empresas y al desarrollo de sus actuaciones fuera de sus fronteras. Esta situación estimuló el interés de las empresas por contribuir al desarrollo sostenible y asumir la responsabilidad de sus actos.



CAPÍTULO 3:  
LA TRANSPARENCIA COMO HERRAMIENTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

En marzo de 2005 el Foro de Expertos de la RSC, constituido por iniciativa del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, con la participación de varios ministerios y de expertos provenientes de grupos empresariales, organizaciones de la sociedad civil y del ámbito académico acordaron Las Políticas Públicas de fomento y desarrollo de la RSC en España, así como El Código del Buen Gobierno para el Gobierno de España; los Códigos Olivencia y Conthe; la Ley de Igualdad; el Plan Concilia; y la incorporación de cláusulas sociales en las contrataciones públicas (Observatorio RSC, 2009).

A pesar de que existen mecanismos y reglamentos que garantizan las prácticas de RSC de una manera impuesta, existen otros elementos atractivos que motivan a las empresas a realizar sus actividades de manera responsable y aceptar este “modelo de gestión” con mejor disposición. En primer lugar se destaca a la sociedad como un factor de presión positivo que estimula una conducta responsable en las organizaciones. Álvarez y Pereira (2007; pp. 24,25) señalan que *“la RSC afecta al conjunto de relaciones de la empresa con la sociedad, por lo que los valores y prácticas que ésta transmita van a tener una repercusión en el futuro de la entidad. Nos encontramos ante un cambio que ha de influir en las empresas del siglo XXI. En función de ello, la pregunta es qué espera la sociedad de las empresas (...) Existe una importante sensibilización de los ciudadanos hacia las grandes corporaciones considerando que éstas deben actuar con criterios de RSC más allá del cumplimiento estricto de sus obligaciones legales”*.

Otros elementos que destacan en las prácticas de RSC es la mejora de las condiciones tanto internas como externas en las corporaciones. Cuando los trabajadores se desenvuelven en un clima laboral armónico en donde se respetan las condiciones de trabajo y se ofrecen oportunidades, tanto profesionales como personales, los empleados responden de una manera más positiva, lo que repercute directamente en un mayor rendimiento para la empresa. Tal y como destacan Álvarez y Pereira (2007; pp. 27) a través de estas políticas las empresas consiguen mejorar la eficiencia, incrementar la calidad de los productos, aumentar las cuotas de mercado, motivar y satisfacer a los empleados, mejorar las relaciones con la comunidad, acceder a ayudas financieras, y obtener ventajas de adelantarse a la competencia.

### *3.2. Dimensiones de la RSC*

Para desarrollar este apartado, se tomará en consideración el aporte realizado por el Observatorio de RSC (2009), una red de cooperación e investigación que opera desde el año 2004 y trabaja en conjunto con organizaciones representativas de la sociedad civil. Entre los objetivos que persigue este organismo está impulsar la educación y divulgación de temas relacionados con la responsabilidad social de las empresas. Como parte de su trabajo de investigación, el Observatorio ha establecido seis aspectos básicos que deben considerar las empresas al momento de llevar a cabo su actividad de explotación. Constituyen la columna vertebral del “buen hacer” para toda entidad.

#### 3.2.1. Derechos Humanos

Las empresas, como órganos de la sociedad, tienen la obligación de cumplir la normativa internacionalmente aceptada en materia de Derechos Humanos y promover el respeto por estos derechos y libertades en sus respectivas esferas de influencia. Esto supone que las compañías deben hacer lo posible por:

- Promover los Derechos Humanos en los países donde operan.
- Investigar cómo los Derechos Humanos pueden verse afectados por sus actividades en un país, antes de empezar a operar en él.
- Velar por que la empresa cumpla con las normativas de Naciones Unidas.
- Incluir una referencia explícita a la Declaración Universal de los Derechos Humanos u otros tratados internacionales de Derechos Humanos en sus códigos de conducta. Dichos códigos deben defender los Derechos Humanos de los empleados, proteger los de los miembros de las comunidades en las que operan, e implementar procedimientos y mecanismos de control suficientes.

### 3.2.2. Derechos Laborales

La Organización Internacional del Trabajo (OIT), establece cuatro derechos fundamentales de los trabajadores: libertad de asociación, prohibición del trabajo forzoso, prohibición del trabajo infantil y no discriminación. Asimismo incluir dentro de sus políticas de empleo en general, la formación del personal, la gestión de quejas de empleados, y la negociación colectiva, entre otros. También se contempla una serie de disposiciones por parte de los empleados de cumplir con las obligaciones concretas del puesto de trabajo, con buena fe y diligencia, observar las medidas de seguridad e higiene establecidas, cumplir las órdenes e instrucciones del empresario, contribuir a la mejora de la productividad, y los derechos concretos que deriven del contrato de trabajo.

### 3.2.3. Medio ambiente

Las Naciones Unidas reconocen el desarrollo sostenible como un Objetivo Universal. En este sentido, existen importantes tratados y convenciones entre los que se incluyen las Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales, que especifican asimismo la responsabilidad de las empresas respecto a los efectos que tienen sus procesos, productos y servicios en la calidad del aire, del agua, en el clima y en la biodiversidad. También se incluyen principios generales sobre la preservación del medioambiente tanto en el Tratado Constitutivo de la Unión Europea como en la Declaración de Río de 1992, como son los de principios de cautela y de acción preventiva, el principio de corrección de los atentados al medio ambiente y en el principio de "quien contamina paga". En concreto, los principios que recogen el compromiso ambiental son:

*Principio 7:* las empresas deberán mantener un enfoque preventivo que favorezca el medio ambiente.

*Principio 8:* las empresas deben fomentar las iniciativas que promuevan una mayor responsabilidad ambiental.

*Principio 9:* las empresas deben favorecer el desarrollo y la difusión de las tecnologías respetuosas con el medio ambiente.

#### 3.2.4. Protección del consumidor

Se basan en ocho principios establecidos por las Naciones Unidas que legitiman internacionalmente los intereses de los consumidores: el derecho al acceso a bienes y servicios básicos, el derecho a la seguridad, el derecho a la salud, el derecho a la información, el derecho a elegir, el derecho a ser escuchados y reclamar, el derecho a la educación como consumidor, así como el derecho a la sostenibilidad. Las corporaciones deberían ayudar a implementar los principios de producción y consumo sostenible, según lo establecido por tratados nacionales e internacionales. El derecho del consumidor a una producción y un consumo sostenibles están especificados, entre otros, en la Declaración de Río (1992), en el Informe Brundtland y en la Unión Europea.

#### 3.2.5. Salud

El Derecho Universal a la Salud está recogido en la Declaración Universal de Derechos Humanos y en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales. Las empresas tienen la obligación de contribuir a la no discriminación respecto al acceso a bienes y servicios relacionados con la salud, especialmente para los grupos más vulnerables de la sociedad. Están además obligadas a asegurar el acceso a la alimentación, refugio y condiciones de salubridad básicos, así como al suministro de agua potable. Por último, tienen la obligación de proporcionar a las comunidades donde operan, educación y acceso a la información relevante sobre salud y métodos de prevención de enfermedades. Adicionalmente, las empresas tienen la obligación de garantizar un entorno de trabajo saludable lo que implica la prevención de accidentes y enfermedades.

#### 3.2.6. Transparencia

La responsabilidad empresarial en el ámbito de la corrupción se encuentra recogida en el Convenio de la OCDE<sup>2</sup> de lucha contra la corrupción de funcionarios públicos extranjeros

---

<sup>2</sup> También conocido como Convenio Archipiélago, los países de la OCDE adoptaron en 1997 el Convenio de Lucha contra la Corrupción de Agentes Públicos Extranjeros en las Transacciones Comerciales Internacionales para reforzar la lucha contra la corrupción de funcionarios públicos extranjeros en las transacciones comerciales internacionales y sus Anejos.

CAPÍTULO 3:  
LA TRANSPARENCIA COMO HERRAMIENTA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

en las transacciones comerciales internacionales, que establece como delito que las empresas sobornen funcionarios públicos. Las empresas deberán tomar las medidas que sean necesarias, dentro del marco de sus leyes y reglamentos relativos a la contabilidad, a la publicación de estados financieros y las normas de auditoría, con el fin de prohibir el establecimiento de cuentas fuera de libros, la realización de transacciones extracontables o insuficientemente identificadas, el registro de gastos inexistentes, la existencia de partidas con una incorrecta identificación de su objeto, así como la utilización de documentos falsos, con el fin de corromper a agentes públicos extranjeros o de ocultar dicha corrupción.

Un caso muy sonado en diciembre de 2001 y que permite medir el grado de impacto que genera la “no transparencia” dentro de la gestión empresarial fue el protagonizado por ENRON, una de las empresas más importantes del sector de la energía en EEUU y que se ubicada en el séptimo lugar del ranking como las mejores empresas del país. Luego de rumores de manipulación de datos y ocultación de información se le practicaron una serie de auditorías las cuales arrojaron que los ejecutivos de la empresa habían declarado ganancias inexistentes durante cuatro años consecutivos. La empresa cerró sus operaciones con una deuda de 35.900 millones de dólares (El mundo.es, 2006). Otro caso parecido fue el de la telefónica *Worldcom*, segunda más importante de su tipo en EEUU, la cual falsificó cuentas de utilidades por un total de 3.850 millones de dólares. Cuando se supo la noticia sus acciones bajaron bruscamente en más de 94%.

Casos fraudulentos ocurren con frecuencia, sin embargo en la medida que se procure un manejo responsable de la información y se publique sin trabas, las empresas disminuirán las probabilidades de incurrir en actos de corruptela. De ahí la importancia de practicar a diario un ejercicio de transparencia en la gestión empresarial e incluir a ésta, la transparencia, como una herramienta indispensable de la responsabilidad social corporativa.

### *3.3. La Transparencia como dimensión de la RSC*

Sin duda, la transparencia, como se acaba de anticipar, es una dimensión clave de la estrategia de responsabilidad social corporativa de cualquier organización. En este sentido, el presente apartado pretende delimitar, en primer lugar, conceptualmente, qué se entiende por transparencia en general, para a continuación poner de manifiesto el valor de esta herramienta en el contexto de las organizaciones no lucrativas en concreto, delimitando los indicadores precisos para su efectiva implementación.

#### 3.3.1. Concepto

Según la Real Academia Española, la transparencia se refiere aquello que se deja adivinar o vislumbrar sin declararse o manifestarse; algo claro y evidente que se comprende sin duda ni ambigüedad; la propiedad que hace visible a un objeto a través de su cuerpo.

En el ámbito empresarial, y como afirma Puentes (2007; p. 2) *"la transparencia es un principio fundamental en el mercado. Implica la presencia de información relevante, de manera suficiente, fidedigna y oportuna sobre las empresas emisoras y sus emisiones, sobre los intermediarios y los productos o servicios que ofrecen."*

Por su parte, Herranz (2006) precisa el concepto como la cualidad que permite a todos los grupos de interés conocer y descubrir el funcionamiento y la identidad de una entidad. En el ámbito de las organizaciones, la transparencia se podría identificar como un valor, una actitud, un comportamiento, una percepción, un principio de confianza o un instrumento de buen gobierno y gestión. Es decir, podemos entender la transparencia como la claridad en lo que la organización hace o no hace.

La transparencia incluye cuestiones como la publicación de cuentas y presupuestos auditados, estadísticas financieras, comerciales y monetarias. Que la información esté disponible sin trabas o requisitos, que sea comprensiva al incluir todos los elementos

relevantes, que sea confiable y de calidad, y que permita tanto una contribución al diseño de políticas, como a dar certidumbre y confianza a las organizaciones (Puentes, 2007).

En conclusión, la transparencia se entiende como el grado de información y la actitud con la cual se afronta el proceso de rendición de cuentas. Este grado está influenciado por los valores organizativos, la cultura participativa de la entidad, los destinatarios, el entorno social, etc. Lejos de eludir responsabilidades, esta visión vincula la transparencia con los propios valores organizativos y sectoriales, más exigentes que los mínimos legales requeridos (Observatorio RSC, 2009).

### 3.3.2. La transparencia como herramienta de RSC en el contexto no lucrativo.

Como se indicaba previamente, la transparencia es una condición indispensable dentro de cualquier organización. Pero en el caso de las entidades sin fines de lucro, unidad de análisis del presente trabajo, representa un activo de incalculable valor para la entidad. A través de una conducta responsable y visible ante el público se consigue crear confianza y credibilidad; dos atributos de peso al momento de establecer vínculos de cooperación entre los distintos actores de la sociedad. En este sentido, Montserrat (2009), señala que la transparencia consiste en informar de las políticas y actuaciones de la organización, de justificar sus actos y de someterse a cualquier tipo de control adecuado para verificar la consistencia de la información. Se trata de una responsabilidad y obligación moral del órgano de gobierno que va más allá de la obligación legal de proveer información económico-financiera. Genera confianza, credibilidad y legitimidad (Rey, Álvarez y Martín; 2010).

Entre los pilares fundamentales que sostienen a las organizaciones sin fines de lucro se encuentran las donaciones y el voluntariado, que suponen el desprendimiento de recursos, tiempo y capacidades humanas -por mencionar unos pocos- de una manera desinteresada. Sin embargo, conseguir ese apoyo, que es vital para el desarrollo de proyectos y actividades, es indispensable ganar la confianza y la credibilidad de los grupos de interés. Y

esto sólo se consigue a través de un comportamiento honesto y transparente en la gestión que se realice.

Para Fukuyama (1998), la confianza es la expectativa que surge en una comunidad con relación a un comportamiento ordenado, honrado y de cooperación basándose en normas compartidas por todos los miembros que la integran. En el campo de las organizaciones, la confianza es la aceptación y conformidad de una persona hacia lo que una organización hace y gestiona.

Como se menciona en el II Encuentro Iberoamericano sobre Transparencia en el Tercer Sector (2009) *“la credibilidad de las entidades depende, en gran medida, de la confianza social que éstas sean capaces de generar. La confianza social, motor de las entidades, permite tener una base social involucrada, unos financiadores, y en definitiva, todo aquello que les da legitimidad para poder hacer incidencia política y construir una ciudadanía comprometida y activa. La confianza social es un reto para las entidades, porque es difícil de conseguir y fácil de perder (...) En este nuevo contexto social, donde también hay nuevos públicos, nuevos donantes y nuevas colaboraciones con otros agentes sociales relevantes (empresa, administración pública, universidad...) la transparencia y la rendición de cuentas (accountability) se convierten en elementos clave. Dos conceptos que, día a día, se van consolidando entre las entidades como un valor básico y distintivo del Tercer Sector. La rendición de cuentas se refiere a la explicación de aspectos organizativos como la razón de ser, los valores, las actividades y su impacto, la financiación, las políticas de gestión y desarrollo de personas, la visión, las políticas de comunicación, entre otros.”*

Asimismo, Valls (2009) señala que las organizaciones sin fines de lucro han vivido un proceso de maduración y en la actualidad gozan de un reconocimiento cada vez mayor entre la opinión pública. Por esta razón, es pertinente que se examinen con detalle sus intervenciones y que las organizaciones sean capaces de mostrar y explicar que lo que hacen, lo hacen bien, y de forma coherente con su misión y valores.



Sin embargo, la decisión por sacar a la luz asuntos que, originalmente, se manejaban internamente, no es exclusivo de las organizaciones no lucrativas. Según Nieto y Fernández (2004), en la actualidad la mayor parte de las empresas listadas en Fortune 500<sup>3</sup> describen en su página web sus logros en materia de RSC y casi la mitad de las incluidas en el Fortune 250 elaboran informes específicos sobre aspectos sociales y medioambientales de sus actividades (Bhattacharya, 2003)<sup>4</sup>. Del mismo modo señalan que las diez empresas más admiradas del mundo según el ranking de PricewaterhouseCoopers (2002) desarrollan prácticas de RSC y las difunden para aprovechar efectos positivos que genera la transparencia informativa.

Tal como señalan Rey, Álvarez y Martín (2010), con el propósito de impulsar la transparencia y rendición de cuentas en las organizaciones no lucrativas, han surgido algunas iniciativas que promueven códigos de conducta a fin de garantizar un clima de honestidad empresarial. En este sentido, destacan: 1) códigos éticos y de conducta cuyo objetivo es favorecer un conjunto de normas y criterios sobre determinados comportamientos; 2) certificaciones que tienen por objeto acreditar el cumplimiento de determinados estándares relacionados con el gobierno corporativo como funcionamiento del patronato, comunicación corporativa, información económica-financiera o políticas de capacitación de fondos; 3) servicios de información cuya función es proporcionar a la opinión pública información sobre diferentes aspectos del gobierno y funcionamiento de las organizaciones; 4) grupos de trabajo que se constituyen para impulsar determinadas prácticas y compartir conocimientos (Warren y Lloyd, 2009).

### 3.3.3. Indicadores de transparencia en el contexto no lucrativo

Para establecer unos parámetros concretos que permiten conocer el grado de transparencia en las organizaciones sin ánimo de lucro se tomará el modelo implantado entre los años

---

<sup>3</sup> Fortune 500 es una lista publicada de forma anual por la revista *Fortune con las 500* mayores empresas estadounidenses de capital abierto a cualquier inversor (es decir, no solo empresas cotizadas) según su volumen de ventas.

2006-2008 por la Coordinadora de ONG para el Desarrollo-España (CONGDE), una asociación sin ánimo de lucro, integrada por más de 100 organizaciones no gubernamentales de desarrollo. La herramienta fue diseñada como guía que sirviera para la mejora continua y conseguir evaluaciones de debilidades y fortalezas en el ámbito de la transparencia, así como un ejercicio público de rendición de cuentas. El estudio separaba el análisis en cuatro bloques estructurados de la manera que se indica a continuación:

#### 1. ORGANO DE GOBIERNO (Junta directiva para las asociaciones y Patronato para las fundaciones) Y EJECUTIVO

- Composición del órgano de gobierno accesible y a disposición pública (nombre, cargo y descripción de su trayectoria)
- Si más del 40% de miembros del órgano de gobierno ostentan cargos en una misma institución (partido político, sindicato, grupo empresarial, congregación religiosa o administración pública) y/o su pertenencia a la misma es reconocida públicamente, se hace pública dicha vinculación (sin detallar los datos personales).
- El organigrama y nombres de los principales responsables de la estructura ejecutiva es accesible y está a disposición pública.
- Los estatutos son accesibles y están a disposición pública.

#### 2. MISION, VISION Y VALORES

- La Misión, Visión y Valores son accesibles y están a disposición pública.
- La información sobre la evolución histórica de la organización es accesible, está a disposición pública y contiene como mínimo año de constitución, motivación, fundadores e hitos.
- El Código de conducta de la Coordinadora de ONGD y otros códigos de conducta (propios o suscritos) son accesibles y están a disposición pública.

### 3. BASE SOCIAL Y APOYOS

- Hay datos cuantitativos de cada uno de los siguientes colectivos (personas físicas o jurídicas) de la base social de la organización, especificando qué se entiende por cada uno de ellos: socios/ as, donantes y voluntarios/as
- Hay datos cuantitativos de las personas contratadas en la organización.
- Existe un listado público y accesible sobre las redes o federaciones a las que pertenece la organización.
- Existe un listado público y accesible de los financiadores públicos y privados que son personas jurídicas.
- Existen canales claros y accesibles (correo electrónico y teléfono) a través de los cuales los principales grupos de interés pueden solicitar información sobre la organización.
- Existe información pública y accesible sobre la implantación territorial de la organización (sedes).

### 4. PLANIFICACIÓN Y RENDICIÓN DE CUENTAS

- La planificación estratégica, como mínimo sus líneas generales, es accesible externamente.
- La Planificación Estratégica es accesible internamente.
- Las cuentas anuales de la organización (balance situación, cuenta de resultados y memoria económica), auditadas en el caso de las organizaciones que deben pasar auditoría externa obligatoriamente, son accesibles al público en general. Hasta los últimos tres años debe pública y accesible.
- Se difunde públicamente con carácter anual una memoria social de actividades.
- Las memorias sociales de los últimos tres años son públicas y accesibles.
- La organización reporta a la Coordinadora la distribución del origen y aplicación de los fondos del periodo siguiendo los criterios que establece la Coordinadora.
- En la memoria social se facilita, como mínimo, la siguiente información de todos los programas y proyectos: título, país, importe ejecutado y socios locales.

En la actualidad internet juega un papel imprescindible como fuente de información. Del mismo modo, las páginas web de las organizaciones ofrecen una ventana pública para mostrar información y mantener una comunicación directa con el mundo exterior. Es una herramienta primordial para impulsar el marketing pero también como un ejercicio muy claro de transparencia para mostrar al mundo el comportamiento de las empresas. Como señalan Rey, Álvarez y Martín (2010; pp. 8), *“la Web se ha convertido en el principal medio de comunicación a la hora de hacer accesible de manera voluntaria información externa, tanto hacia arriba (es decir, con donantes, mecenas, colaboradores, medios de comunicación, etc.; en definitiva con aquellos stakeholders interesados en la organización pero que no tienen vínculo directo con las actuaciones realizadas como usuarios, beneficiarios o partícipes)*. Asimismo destacan que el primer y único informe sobre transparencia para 2.000 entidades no lucrativas en EEUU en el año 2008 demostró que el 93% de las organizaciones utilizaba internet para proporcionar información sobre los programas y servicios que se llevaban a cabo (Guidestar, 2009).

Como señala la Revista Española del Tercer Sector (2009) en su portal web, en una publicación a cerca de la transparencia online en las organizaciones no lucrativas españolas, menciona que actualmente las fundaciones son un centro de atención por sus actividades de interés social, pero *“también por los escándalos de fraude protagonizados en los últimos años. Estos hechos han cuestionado su legitimidad y su credibilidad. Para fomentar la confianza hacia este colectivo, autores, entes públicos y las propias ONG manifiestan la necesidad de transparencia, de elaboración de códigos de buenas prácticas y del uso de Internet, y más concretamente las páginas web, como herramienta de comunicación”* (Revista Española del Tercer Sector, N°13, 2009).

En España se han comenzado una serie de trabajos e informes para abordar los temas de gobierno corporativo y de transparencia en las organizaciones no lucrativas entre los que se destaca el Código de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA, 2002) sobre buenas prácticas relativas a la divulgación de información financiera en internet y la Ley de Transparencia de 2003 (Rey, Álvarez y Martín, 2010).

## 4. METODOLOGÍA DEL ESTUDIO EMPÍRICO

En los capítulos previos se plantearon los antecedentes y elementos clave que conforman a las organizaciones no lucrativas en España, con la intención de conocer su situación actual y establecer un marco conceptual que fundamente y dé respaldo a las ideas o planteamientos desarrollados en esta investigación o estudio empírico. En este sentido, en el presente capítulo se procederá a describir la metodología empleada para conocer la disposición que tienen las fundaciones españolas en materia de transparencia a través del análisis online de sus páginas web. A efectos expositivos del apartado, se ha establecido un objetivo principal y tres sub-objetivos con la intención de profundizar y dar complemento a la investigación. La estructura se establecerá de la siguiente manera.

### *4.1. Objetivo general:*

*“Medir el grado de transparencia de las organizaciones no lucrativas, utilizando como unidad de análisis una muestra representativa de fundaciones españolas, a través del análisis de sus páginas web y del recurso a una serie de indicadores de transparencia online”.* Para este objetivo, en primer lugar, es indispensable entender la importancia que tiene para las fundaciones una buena reputación y mostrar una imagen transparente que genere confianza entre sus grupos de interés. Asimismo, es importante comprender el entorno en el que se desenvuelven estas organizaciones para determinar de manera más asertiva cuáles deben ser los criterios que evalúen su grado de transparencia. Para ello, se desarrollaron en los capítulos previos conceptos alusivos a la responsabilidad social corporativa, sus dimensiones, la transparencia como una herramienta de RSC, principales características de las fundaciones, constitución y orígenes de su sector, etc.

### *4.2. Objetivos específicos:*

- Determinar cuáles son los indicadores de transparencia más frecuentes en las fundaciones objeto de estudio.
- Determinar a través del cruce de variables cuáles son las fundaciones más proclives a la transparencia.

- Establecer si el tamaño de las fundaciones (según sus ingresos) estimula un comportamiento más transparente en las fundaciones.

#### *4.3. Definición de indicadores, generación de datos y descripción de la muestra*

Para establecer los indicadores de transparencia, se utilizó el trabajo de Rey, Álvarez y Martín (2010) que pretendía medir la transparencia voluntaria online como una fuente de ventaja competitiva para las fundaciones españolas. A través de una tabla de datos se introdujeron 15 indicadores de transparencia online que servirían de parámetros para medir el grado de cumplimiento o no, de la fundación con respecto a cada criterio. Los indicadores se establecieron con las siguientes categorías:

##### **Contacto**

- Dirección postal: Dirección de la sede.
- Teléfono: Teléfono de contacto.

##### **Misión**

- Misión y objetivos: Misión y objetivos.

##### **Programas y actividades**

- Descripción de actividades: Detalle de los nombres de los principales programas / proyectos que se llevan a cabo, y descripción de los mismos y de sus objetivos.
- Beneficiarios de actividades: Información sobre los beneficiarios o la población atendida, ya sea por proyectos o por líneas de acción.

##### **Directivos**

- Director General: Nombre y apellidos del Director General.
- Otros cargos directivos: Nombres y apellidos de los Directivos funcionales (financiero, RRHH, proyectos, comunicación, etc.).

##### **Gobierno**

- Miembros del patronato: Nombre y apellidos de las personas que forman parte del órgano de gobierno.
- Perfil de los miembros: Breve perfil de los componentes del órgano de gobierno con especial énfasis en la ocupación profesional.

- Cargo de los miembros: Cargo que dentro del patronato tiene cada uno de sus miembros.

#### **Información económica**

- Estados financieros: Balance de situación y la Cuenta de Pérdidas y Ganancias del último ejercicio.
- Memoria anual: Memoria anual con estados contables.
- Informe de auditoría: Informe del auditor externo.

#### **Estatutos y Código de buen gobierno**

- Normativa de gobierno: Estatutos u otros reglamentos de gestión.
- Código de buen gobierno: Código de buen gobierno, transparencia.

Una vez definidos los criterios se comenzó la revisión de las fundaciones. Para ello, los directores del presente trabajo pusieron a mi disposición una base de datos inicial de una muestra representativa de 325 fundaciones españolas en las que se señalaba el grado de cumplimiento de cada uno de los 15 indicadores de transparencia online. A partir de ella, mi tarea consistió en corroborar vía web los datos de la tabla si ya existían, o revisarlos y completarlos. La selección de 325 fundaciones españolas se realizó mediante un proceso de muestreo aleatorio con fijación proporcional a las variables de clasificación del sector según el Instituto de Análisis Estratégico de Fundaciones, INAEF (Rey y Álvarez, 2011). En concreto, las variables de clasificación consideradas fueron:

- Tamaño de la fundación (volumen de ingresos): (a) micro o pequeñas fundaciones (hasta 500.000 euros), (b) medianas (entre 500.000 y 2.400.000 euros) y (c) grandes, macro o mega fundaciones (superior a 2.400.000 euros.)
- Tipología de fundación: Fundaciones de iniciativa pública o privada.
- Tipología de fundadores (personas): (a) físicas y (b) jurídicas, tanto (b.1) públicas como (b.2) privadas
- Ámbito geográfico de actuación: (a) local, comarcal, provincial o autonómico, (b) nacional e (c) internacional.
- Área de actividad: (según The International Classification of Non-Profit Organizations, ICNPO): (a) cultura-recreo, (b) educación-educación, (c) sanidad, (d) servicios sociales, (e) medio ambiente, (f) desarrollo y vivienda, (g)

asesoramiento legal y político, (h) actividades internacionales, (i) religión y (j) asociaciones empresariales y profesionales, y sindicatos.

- Tipología de actividades fundacionales: (a) gestión de proyectos o programas propios, (b) ayuda a terceros, (c) sensibilización social o movilización cívica y (d) gestión de entidades o centros propios.
- Tipos de beneficiarios (personas) de las actividades fundacionales: (a) físicas y (b) jurídicas.

Tomando como referente un universo de 9.050 fundaciones activas (Rey y Alvarez, 2011), y para un nivel de confianza del 95%, el error muestral asumido en el estudio fue del +/- 5,34%. La actualización de los datos se realizó entre noviembre y diciembre de 2012.

#### *4.4. Codificación de datos*

Una vez completados todos los campos de indicadores para cada fundación, se procedió a codificar los datos en (0) para los campos vacíos y (1) para los que se obtuvo información. A través del programa estadístico SPSS en su versión 19.0 se vaciaron los resultados y se inició el proceso de cuantificación. En primer lugar, se estableció una frecuencia para determinar el porcentaje de fundaciones que poseía una página web activa y las que no. A partir de esta distinción se comenzaría a vislumbrar una primera intención de transparencia por parte de las fundaciones. El siguiente paso consistió en el cálculo de tablas de contingencia para cruzar las variables de clasificación establecidas por INAEF con los 15 indicadores de transparencia. La intención de este procedimiento era identificar relaciones significativas entre sendos elementos (variable e indicador) y a través de la formulación del estadístico de la “chi-cuadrado” determinar si esta relación era generalizable al conjunto entidades del sector fundacional español. Con los resultados obtenidos se procedió a la elaboración de mapas cartesianos para visualizar con mayor facilidad los datos. Se estableció en el eje “X” la variable de clasificación de la fundación y en el eje “Y” aquellos indicadores que tenían relaciones significativas en cada caso. Posteriormente se analizaron las figuras y se redactaron los comentarios pertinentes para cada situación obtenida.



## 5. RESULTADOS DEL ESTUDIO EMPÍRICO

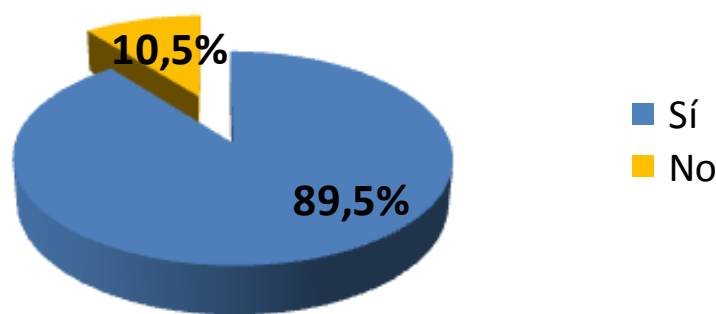
En el presente capítulo se presentan los resultados obtenidos tras la revisión y análisis de las páginas web de una muestra representativa de fundaciones españolas, con el objetivo de medir el grado de implicación de estas instituciones con respecto a los 15 indicadores de transparencia señalados en el anterior capítulo metodológico. Es necesario aclarar que no se puede catalogar de “*transparente*” o “*no-transparente*” a las instituciones objeto de estudio sólo con estos indicadores, es preciso llevar a cabo un estudio de mayor profundidad, tal como se planteará en el posterior capítulo de conclusiones, implicaciones y futuras líneas de investigación. En este momento tan sólo se permitirá determinar cómo las fundaciones, en mayor o menor medida, emplean su página web como un canal más para comunicar información relevante y directamente relacionada con la transparencia.

Para la estructura de este capítulo, en primer lugar, se hará la distinción entre las fundaciones que poseen una página web activa y las que no, como criterio inicial para continuar con el análisis de los indicadores. Posteriormente, en un primer subapartado se presentará el porcentaje de indicadores de transparencia online presentes en las fundaciones identificando las diferencias entre aquellos más recurrentes y menos recurrentes dentro de toda la muestra. Tras ello, se dedicará un segundo epígrafe a establecer las relaciones significativas entre diversas variables como adscripción administrativa, tamaño, actividad que realizan, tipología, constitución, entre otras, y de cómo éstas condicionan el comportamiento de las entidades al momento de mostrar información.

Por último, en el tercer y último epígrafe o subapartado, se determinará cuál es el porcentaje de fundaciones que se ubica por encima o por debajo de la media en el cumplimiento de los criterios, y se intentará determinar si existe alguna variable básica de clasificación para que las fundaciones cumplan, en mayor o menor medida, con los parámetros de transparencia establecidos.

En la Figura 5.1 que se presenta a continuación se observa que el 89,5% de las fundaciones poseen una página web activa o en funcionamiento, mientras que el 10,5% restante carecen de dirección web o se encontraban temporalmente fuera de servicio para el momento de la investigación. Este porcentaje elevado de fundaciones con página web significó una señal positiva al pretender medir niveles de transparencia. Como se dijo anteriormente, contar o no con una web, no es razón suficiente para catalogar a las instituciones de transparentes o no-transparentes, es necesario profundizar en indicadores de transparencia complementarios para determinar el grado o propensión hacia la transparencia. En este sentido, a partir de este primer requisito (contar con una web activa) se analizarán sus páginas y se cruzarán las variables con cada uno de los indicadores de transparencia. Sólo en aquellos casos en los que se encuentre una relación significativa, serán incluidos dentro de este capítulo.

**Figura 5.1. Fundaciones con Página Web Activa**



### *5.1. Indicadores de transparencia online*

A continuación se presenta la Figura 5.2 con el porcentaje de presencia de cada indicador en las fundaciones analizadas. En los resultados se observa una tendencia decreciente de indicadores en la medida que éstos se relacionan con información más interna, menos evidente y más comprometedor para la institución. Pudieran identificarse tres grupos de porcentajes en la que oscilan los indicadores. Para el primer grupo, los porcentajes se

CAPÍTULO 5:  
RESULTADOS DEL ESTUDIO EMPÍRICO

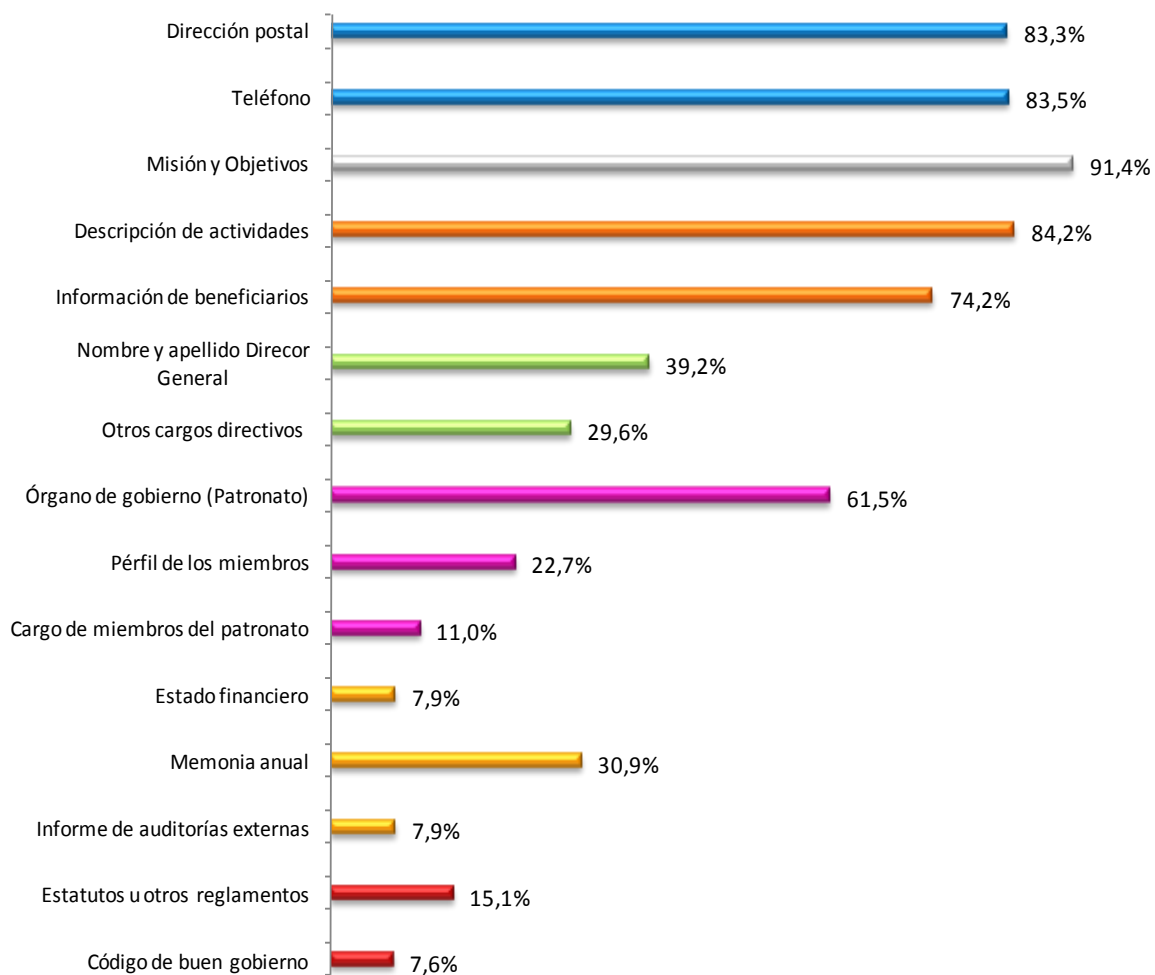
establecen entre los 70% y 90%, en el segundo, la intensidad de presencia de los indicadores disminuye y se establece entre el 20% y 40%, y en el tercer grupo, los indicadores rondan el 7%. A continuación se describe detalladamente cada criterio y su porción dentro del análisis general de las fundaciones:

Primera grupo: los primeros cinco indicadores pertenecientes a las categorías de: Contacto, Misión, y, Programas y Actividades – son los indicadores más frecuentes en las páginas web analizadas. Los porcentajes se establecen de la siguiente manera: dirección postal (83,3%); teléfono de contacto (83,5%); misión y objetivos (91,4%); descripción de actividades (84,2%); e información de beneficiarios (74,2%). Generalmente, la información que contienen estos indicadores son de carácter general y conocidos por la mayoría del público sin necesidad de indagar en profundidad. El indicador - órgano de gobierno – que alcanza un 61,5% de presencia, a pesar de que pertenece a la categoría – Gobierno - se incluyó a este grupo porque sus porcentajes son similares con los indicadores anteriormente señalados.

Segundo grupo: con una presencia menos frecuente se establecen los indicadores pertenecientes a las categorías – Directivos y Gobierno –. Al mirar los resultados, se observa cómo el porcentaje de presencia comienza a disminuir drásticamente. En concreto se obtiene: nombre y apellido de director general (39,2%); otros cargos directivos (29,6%); perfil de los miembros (22,7%); y, cargo de los miembros del patronato (11,0%). El indicador – memoria anual – que obtiene un 30,9%, a pesar de que pertenece a la categoría – Información económica – su porcentaje de presencia guarda más similitud con los indicadores de este grupo.

Tercer grupo: para estos indicadores la frecuencia con la que aparecen publicados en las páginas web analizadas es todavía menor. Estos pertenecen a las categorías – Información económica y Estatutos y Código de buen gobierno. Los resultados reflejan el siguiente comportamiento: estados financieros (7,9%); Informe de auditorías externo (7,9%); estatutos u otros reglamentos (15,1%); código de buen gobierno (7,6%).

**Figura 5.2. Indicadores de transparencia online**



**Categorías de indicadores:**

- Contacto
  - Misión
  - Programas y Actividades
  - Directivos
- Gobierno
  - Información económica
  - Estatutos y Código de buen gobierno

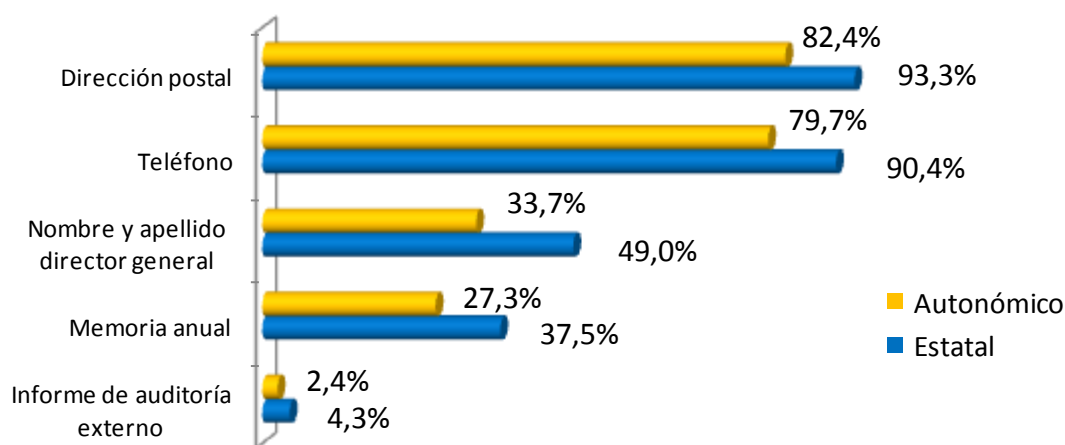
## *5.2. Indicadores de transparencia online en función de las variables de clasificación de las fundaciones*

En el presente epígrafe se profundizará en la descripción de los indicadores de transparencia online en función de las distintas variables que definen o clasifican a una fundación. Para ello, se dedicará un apartado específico para cada una de las variables que arrojaron datos significativos.

### 5.2.1. Ámbito jurídico-administrativo de las fundaciones

Existen dos tipos de adscripción jurídico-administrativa para las fundaciones: estatal y autonómico. En el análisis (figura 5.3.) se puede observar una relación significativa entre esta variable y cinco indicadores de transparencia: dirección postal; teléfono; nombre y apellido director general; memoria anual; e informe de auditoría externo. Ambas modalidades –estatal y autonómica- tienen una tendencia similar; sin embargo, se evidencia que las fundaciones administradas por el estado, tienen un porcentaje de recurrencia de indicadores superior – en todos – frente a las administradas de manera autonómica. En este sentido se identifica que la dirección postal y teléfono son para ambas la información más frecuente con porcentajes superiores al 90% para las estatales frente a un 80% aproximadamente para las autonómicas. Luego se abre una brecha de casi un 40% por debajo para los siguientes indicadores. Como se mencionó anteriormente, en la medida en que se profundiza para identificar a las personas responsables de la gestión, los porcentajes comienzan a disminuir. El indicador relacionado con el nombre y apellido del director general obtiene un 33,7% para las autonómicas y un 49,0%, para las estatales. El siguiente criterio corresponde a la publicación de la memoria anual, nuevamente las autonómicas obtienen un porcentaje menor frente a las del estado con un 27,3% y 37,5%, respectivamente. El indicador de menor presencia para ambas adscripciones (estatal y autonómica) corresponde a los informes de auditorías externo cuyo porcentaje se ubica en 2,4% y 4,3%, de modo respectivo.

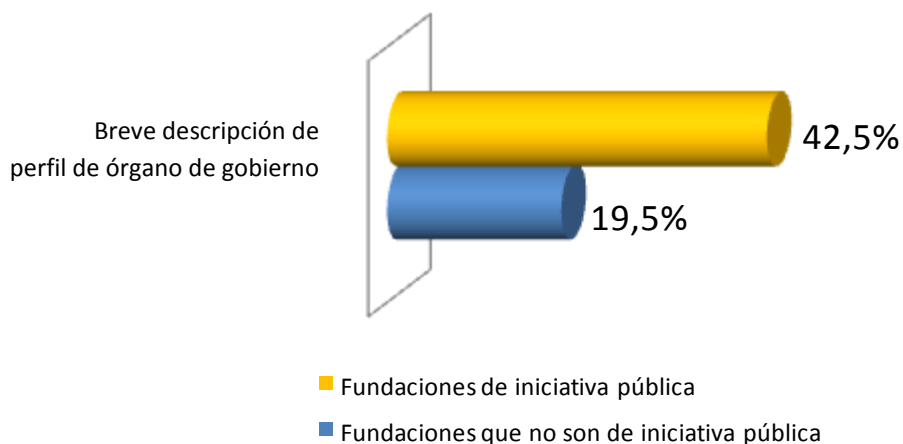
**Figura 5.3. Ámbito jurídico de adscripción administrativa**



### 5.2.2. Tipologías de fundadores

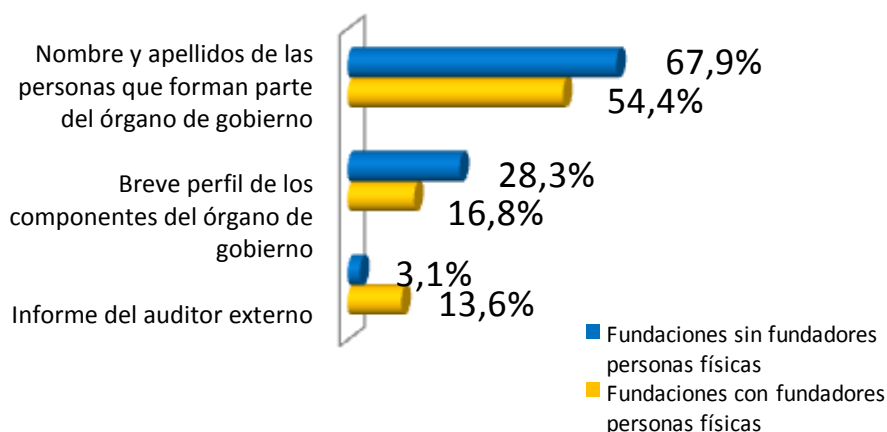
En este caso se considera un doble tipo de análisis. En primer lugar, en función de que las fundaciones hayan surgido o no por iniciativa de algún ente de la Administración Pública. En este caso, existe una relación significativa con el uso del indicador de transparencia correspondiente a la descripción del perfil de los componentes que conforman el órgano de gobierno. En concreto, en la Figura 5.4 se observa cómo el 42,5% de las fundaciones de iniciativa pública incluyen en su web este descriptor de transparencia, frente a tan sólo el 19,5% de las que tienen la condición de fundaciones estrictamente privadas. Al observar este resultado, es necesario destacar una realidad no muy favorable para las fundaciones de iniciativa pública al señalar que de los 15 indicadores de transparencia empleados, sólo en uno se obtuvo una relación significativa para con estas instituciones; y más aún, que menos de la mitad de éstas cumplen con este criterio. Por tratarse de fundaciones surgidas al amparo de la Administración Pública, deberían dar el ejemplo y trabajar un poco más en la publicación de esta información y que además es interés para todos los ciudadanos.

**Figura 5.4 Indicadores de transparencia  
en fundaciones de que sean o no de iniciativa pública**



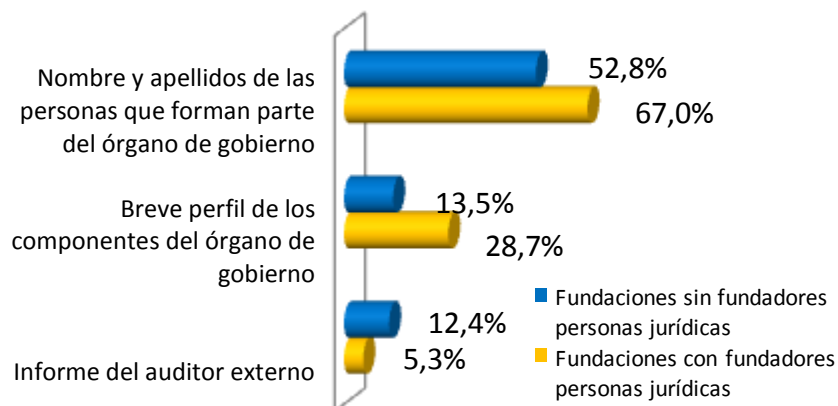
El segundo tipo de análisis de este apartado es el que tienen en cuenta que las fundaciones tengan como fundadores a personas físicas o privadas. Respecto a las entidades con fundadores personas físicas (Figura 5.5) se encontraron relaciones significativas con tres de los indicadores de transparencia; estos son: órgano de gobierno, descripción del perfil de los componentes que lo conforman y el informe de auditoría externa. El recurso a los dos primeros de estos indicadores es más acusado en el caso de las fundaciones que no disponen de personas físicas entre sus fundadores. En concreto, el 67,9% de las que no disponen de esta tipología de fundador, incluyen en su web el nombre y apellidos de las personas que forman parte del órgano de gobierno, frente al 54,4% de las que sí disponen de dicha tipología de fundador. Estos porcentajes son del 28,3% y 16,8%, respectivamente, cuando nos referimos a la difusión en la web de un breve perfil de los componentes del órgano de gobierno (patronato). Por su parte, la relación se invierte cuando hablamos del tercer indicador de transparencia: el informe del auditor externo. En este caso, el porcentaje de fundaciones que lo incorporan a su web es significativamente mayor (el 13,6%) entre aquellas entidades que contaron con la colaboración de personas físicas en su fundación.

**Figura 5.5 Indicadores de transparencia en función de que disponga de fundadores personas físicas**



En el caso de los fundadores personas jurídicas, las diferencias significativas se identifican nuevamente en los 3 mismos indicadores de transparencia que se acaban de analizar para las personas físicas (Figura 5.6). Sólo, que en esta ocasión los términos de la relación se invierten, como era lógico esperar. En concreto, tanto el nombre y apellidos de las personas que forman parte de los órganos de gobierno como un breve perfil de los mismos se incorporan en mayor medida a las fundaciones que contaron como fundadores con personas jurídicas. El 67% frente al 52,8%, en el caso del nombre y apellidos, y el 28,7% frente al 13,5%, en el del perfil de los mismos. Por su parte, el informe del auditor externo es más común en la web de las fundaciones en las que no participaron las personas jurídicas como fundadores: el 12,4% frente al 5,3%.

**Figura 5.6 Indicadores de transparencia en función de que dispongan de fundadores personas jurídicas**

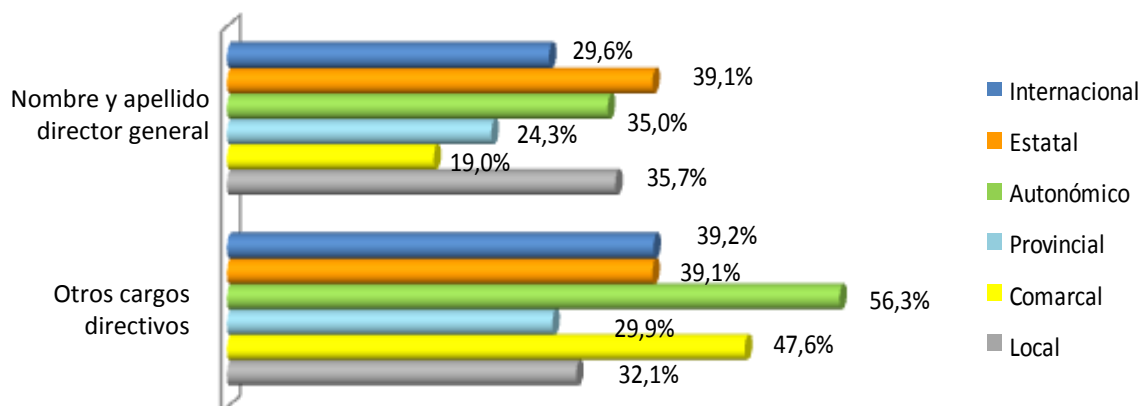




### 5.2.3. Ámbito geográfico

En esta investigación, el ámbito geográfico corresponderá a la cobertura que tienen las fundaciones al realizar sus actividades. Las dimensiones del alcance estarán clasificadas como locales, comarcales, provinciales, autonómicas, estatales e internacionales. Al analizar esta variable geográfica (Figura 5.7) con los indicadores de transparencia se constató que sólo se relacionan dos, los relacionados al quipo directivo de la fundación. El primero, revela el nombre y apellido del director general, el segundo, el de otros miembros que conforman el grupo con jerarquía similar. A pesar de tratarse de información muy parecida, el comportamiento de las instituciones fue distinto para sendos indicadores. Los resultados obtenidos fueron los siguientes.

**Figura 5.7 Indicadores de transparencia en función del ámbito geográfico**



El primer indicador (nombre y apellido del director general) evidencia que las fundaciones de carácter estatal y local con 39,1% y 35,7%, respectivamente, son las principales instituciones que cumplen con esta información. Muy cerca se encuentran las autonómicas que ocupan el 35,0%. Luego las proporciones comienzan a disminuir en las instituciones de carácter internacional con un 29,6% y provincial con un 24,3%. En el último lugar y con una brecha más acentuada se ubican las fundaciones cuyo ámbito geográfico es comarcal con un 19,0%.

## CAPÍTULO 5: RESULTADOS DEL ESTUDIO EMPÍRICO

Para el segundo indicador vinculado con la información accesible de otros cargos directivos identificados en la fundación se observa que las entidades de ámbito geográfico autonómico son las que mayoritariamente publican esta información con un 56,3%. En segundo lugar, las comarcales alcanzan un 47,6%. Luego se encuentran en proporciones similares las de carácter internacional, estatal y local con 39,2%, 39,1% y 32,1%, respectivamente. Las fundaciones provinciales ocupan el último lugar con un 29,9%.

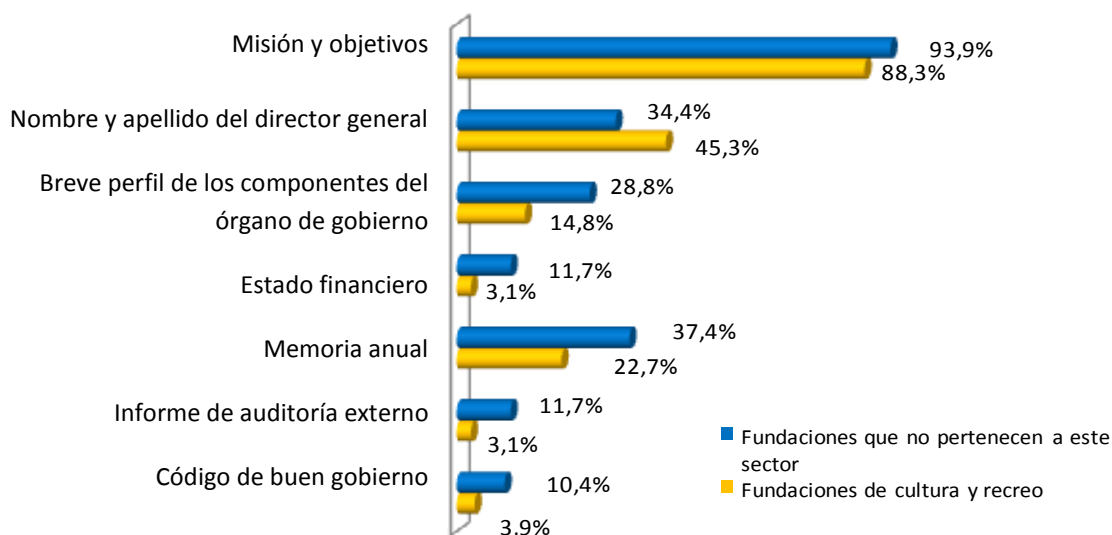
### 5.2.4. Áreas de actividad

Para este apartado se considerará la clasificación ICNPO, descrita con anterioridad en el Capítulo 2, para diferenciar a las fundaciones según el sector de actividad en el que desarrollan sus actividades. De acuerdo con el análisis se establecen diferencias relevantes para seis sectores: cultura y recreo; educación e investigación; sanidad; servicios sociales; asesoramiento; y actividades internacionales. A continuación se comentará cada relación y los respectivos indicadores más significativos de cada caso.

Las fundaciones de cultura y recreo fueron las organizaciones con más relaciones significativas en el uso de indicadores de transparencia (Figura 5.8), en concreto, siete. Sin embargo, salvo el indicador relacionado con el nombre y apellido del director general que alcanza un 45,3% en las fundaciones que pertenecen al sector, frente a un 34,4% para el resto de las fundaciones, todos los demás obtienen porcentajes por debajo. En este sentido tenemos que el indicador más frecuente corresponde con Misión y objetivos con un 88,3% en las instituciones de cultura y recreo, frente al 93,9% para las fundaciones que no pertenecen. Luego disminuyen considerablemente las proporciones tanto para las de cultura y recreo, como las que no lo son. El indicador que sigue corresponde con la memoria anual, en las de cultura y recreo se sitúa en un 22,7%, frente al 37,4%. El siguiente indicador está relacionado con la breve descripción del perfil de los componentes del órgano de gobierno. Nuevamente, las fundaciones de cultura y recreo se establecen por debajo con un 14,8%, frente al 28,8% correspondiente al resto de las organizaciones. Por último, se establecen tres indicadores con porcentajes muy similares tanto en las fundaciones que pertenecen al sector de cultura y recreo como las que no. A continuación los describimos: indicador de

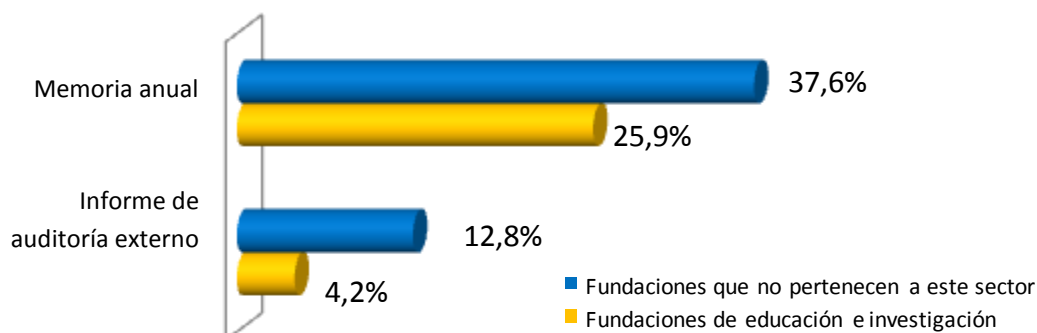
estados financieros, 3,1% frente a 11,7%; informe de auditoría externo con 3,1% frente a 11,7% y código de buen gobierno con 3,9% frente al 10,4%.

**Figura 5.8 Indicadores de transparencia en función del Sector de actividad: Cultura y recreo**



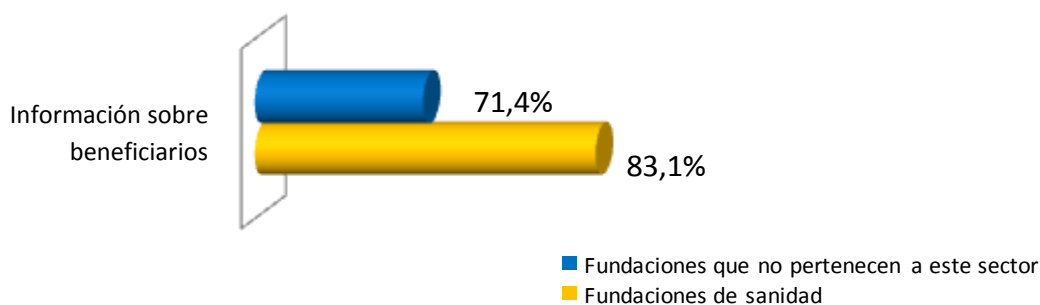
Continuando con el análisis para el resto de sectores, la relación con los indicadores es muy escasa; en general se observa para uno o dos criterios de transparencia. La siguiente Figura 5.9 corresponde al sector de educación e investigación en el cual se observa relaciones sólo con la difusión de dos de los documentos relacionados con los aspectos económicos, estos son –memoria anual e informe de auditoría externo-. Caso similar al sector anterior, el de educación e investigación también presenta porcentajes por debajo del resto de las organizaciones. Entre las fundaciones no vinculadas a este sector, el 37,7% publica en su página web la memoria anual; para las de educación e investigación, sólo el 25,9% cumple con este criterio. El otro indicador con relación significativa está vinculado con la publicación de informes de auditoría externo. En general, un porcentaje muy bajo de las fundaciones no vinculadas a este sector cumplen con este indicador, sólo el 12,8%. Pero más alarmante aún es que las fundaciones pertenecientes al mismo; solamente lo cumple el 4,2%.

**Figura 5.9 Indicadores de transparencia en función del Sector de actividad: Educación e investigación**



El siguiente sector de análisis fue el de sanidad. En estas instituciones sólo se encontró una relación significativa con respecto al indicador de información de beneficiarios. En la Figura 5.10 se observa que el 71,4% de las organizaciones que no desarrollan actividades en este sector cumplen con esta información en su página web; sin embargo las de sanidad superan este porcentaje y consiguen que el 83,1% de las fundaciones que pertenecen al sector de la sanidad publican información de sus beneficiarios en la página web.

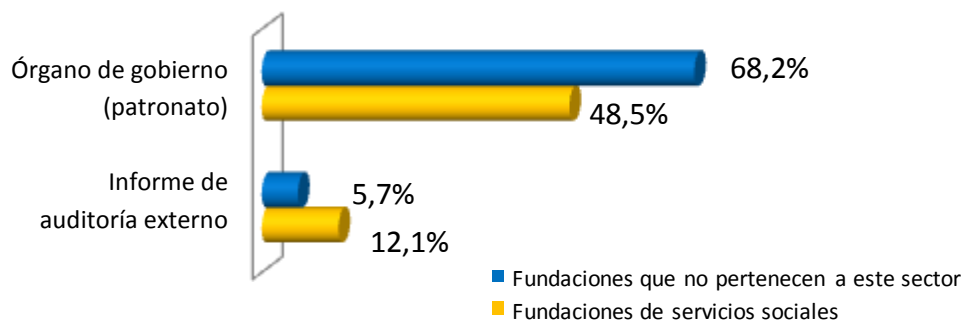
**Figura 5.10 Indicadores de transparencia en función del Sector de actividad: Sanidad**



En las fundaciones de servicios sociales (Figura 5.11), las relaciones significativas se identificaron para dos indicadores: 1) Órgano de gobierno, en la que se identifica a las personas que forman el patronato, y 2) Informe de auditoría externo. Para el primer indicador, el porcentaje de fundaciones pertenecientes al sector de servicios sociales que

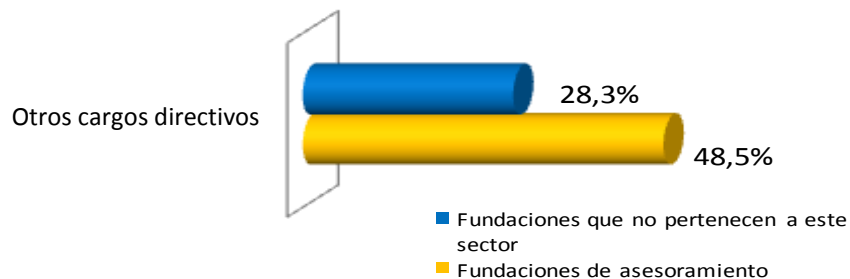
publica en su página web el órgano de gobierno fue de un 48,5%, casi la mitad del sector. Sin embargo, para el resto de las fundaciones que no forman parte, el porcentaje se supera estableciéndose en un 68,2% que si cumplen con el criterio. Caso contrario ocurre en el segundo indicador. Aquí las fundaciones de servicios sociales superan con el 12,1% en la publicación de sus informes de auditoría externo, frente al 5,7% del resto de las fundaciones que no forma parte del sector.

**Figura 5.11 Indicadores de transparencia en función del Sector de actividad: Servicios sociales**



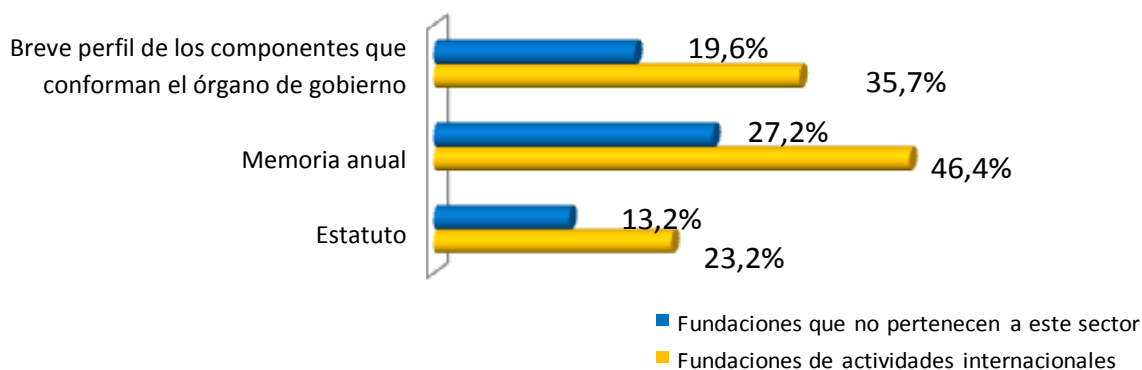
El sector de asesoramiento (Figura 5.12) obtuvo el menor número de indicadores con relación significativa. En este aspecto, el indicador denominado como -Otros cargos directivos- que buscaba obtener información de otros miembros que conforman el equipo directivo de la organización, fue el único que guardó una relación con las fundaciones de asesoramiento. Según los resultados, el 48,5%, casi la mitad de las fundaciones que pertenecen a este sector, publican en su página web esta información. Mientras que sólo el 28,3% de las fundaciones que no forman parte de él la publica.

**Figura 5.12 Indicadores de transparencia en función del Sector de actividad: Asesoramiento**



Por último, dentro de la variable de áreas de actividad, se encuentran las fundaciones del sector de actividades internacionales. Según los resultados, este sector es el segundo con más relaciones significativas, luego de cultura y recreo y a diferencia de todos los demás sectores, sus porcentajes están por encima de los del resto de las fundaciones en todos los indicadores. En concreto se consiguieron relación con tres indicadores: el primero corresponde con la breve descripción de los componentes que conforman el órgano de gobierno. El 35,7% de las fundaciones pertenecientes al sector de actividades internacionales publica la información, mientras que sólo el 19,6% del resto de las fundaciones que no pertenecen lo informan. El siguiente, vinculado a la memoria anual, casi la mitad de las fundaciones del sector, el 46,4% coloca la información es sus portales web, mientras que el 27,2% del resto de las instituciones lo hace. Por último, el indicador referido a los estatutos, nuevamente las fundaciones de actividades internacionales supera a al resto con un 23,2%, frente a un 13,2%, respectivamente.

**Figura 5.13 Indicadores de transparencia en función del Sector de actividad: Actividades internacionales**

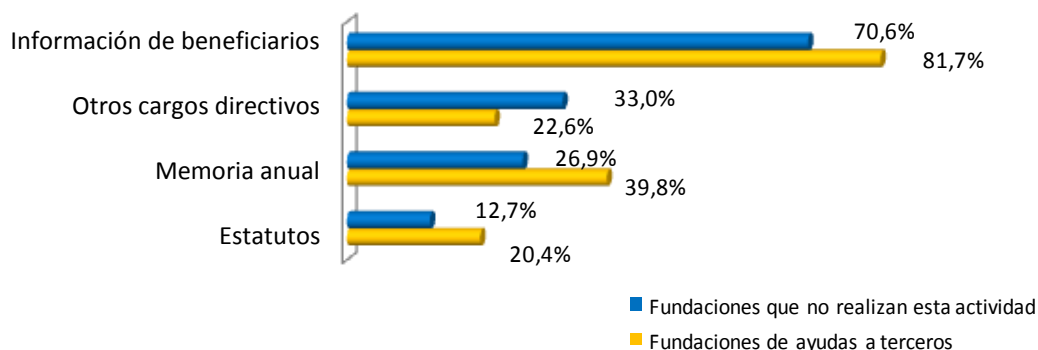


#### 5.2.5. Tipología de actividad

Esta variable corresponde con tres modelos básicos de actuación desarrollados por las fundaciones: donante, movilizador y operativo. La siguiente Figura 5.14 recoge los resultados de las fundaciones – donantes – cuyos recursos se destinan en ayudas a terceros en una función redistributiva traducida en becas y ayudas de todo tipo. Para estas fundaciones se obtuvieron relaciones significativas para cuatro indicadores, de los cuales sólo uno está por debajo del resto de las fundaciones de otro tipo. Primero analizaremos los

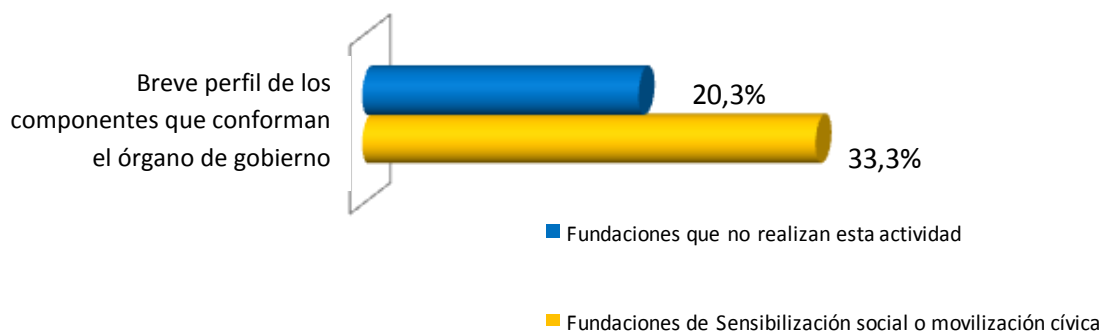
tres indicadores que obtuvieron porcentajes por encima. Debido al modelo de fundación – donantes- dar a conocer información de sus beneficiarios es fundamental, por esta razón, el indicador que corresponde con este aspecto está presente con gran intensidad en estas fundaciones. El 81,7% de éstas publican en su página web información relacionada a este criterio, frente a un 70,6% del resto de fundaciones que no realizan esta actividad. El siguiente indicador, correspondiente a la memoria anual, el 39,8% de las fundaciones donantes cumple con el indicador, mientras que sólo el 26,9% del resto de las fundaciones, lo cumple. En el indicador relacionado con los estatutos, nuevamente las fundaciones donantes se ubican por encima del resto de las fundaciones al obtener un 20,4%, frente a un 12,7%. El único caso en donde el porcentaje está por debajo al resto de las fundaciones que no son donantes, se establece con el indicador de - otros cargo directivos – en éste, sólo el 22,6% de las fundaciones donantes lo publica, frente al 33,0%, del resto de las fundaciones.

**Figura 5.14 Indicadores de transparencia en función del Tipo de actividad: Ayudas a terceros**



Continuando con el tipo de actividad a continuación (Figura 5.15) se analizarán las fundaciones movilizadoras, quienes destinan sus recursos a la sensibilización social o a la movilización cívica a través de campañas destinadas a influir en el comportamiento y opiniones de los ciudadanos. Para este tipo de organizaciones sólo se encontró una relación significativa con el indicador correspondiente al breve perfil de los componentes que conforman el órgano de gobierno. Según el análisis el 33,3% de las fundaciones que realizan esta actividad publican esta información en sus páginas web, mientras que sólo el 20,3% del resto de las fundaciones dedicadas a otras actividades, lo publican.

**Figura 5.15 Indicadores de transparencia en función del Tipo de actividad: Sensibilización social o movilización cívica**

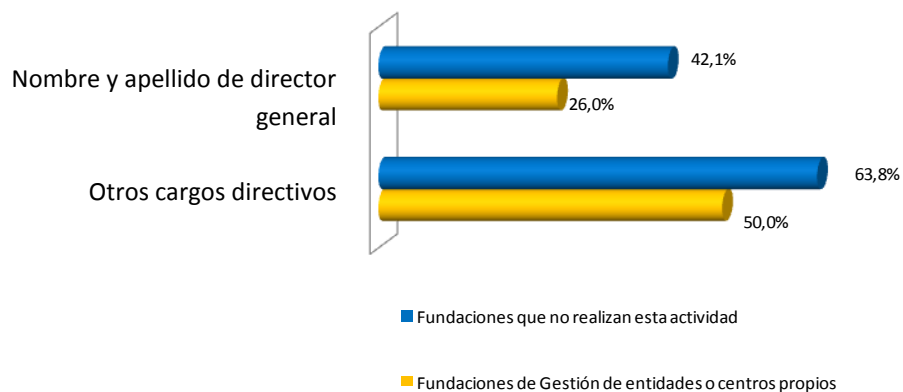


El último de los tres modelos es el – operativo- o de gestión de entidades que consiste en destinar sus recursos a la gestión de sus propios proyectos, programas, establecimientos, centros o entidades. El resultado de su operación consiste en prestaciones de servicios. Con respecto a los resultados arrojados por estas fundaciones, los indicadores de mayor relevancia correspondieron con aspectos relacionados con la dirección de gestión (Figura 5.16).

Por tratarse de instituciones cuya naturaleza de actividad corresponde con el manejo y la gestión, sería pertinente pensar que para ellas, es importante identificar a los responsables de la gestión operativa y sus resultados reflejarían altos niveles en el uso de indicadores, sin embargo, el porcentaje de organizaciones que publica el nombre y apellido del director general es bajo. Sólo el 26,0% de las fundaciones de gestión lo cumple, frente a un 42,1% de fundaciones no ocupadas en esta actividad. El otro indicador con relación significativa está vinculado a – Otros cargos directivos – en este caso, los porcentajes de presencia aumentan tanto para las fundaciones de gestión de entidades como las que no realizan esta actividad. En el análisis se destaca que, el 63,8% de las fundaciones que no realizan esta actividad, publican en su página web esta información y nuevamente por debajo, se establecen las fundaciones encargadas de gestión, con la mitad de las instituciones cumpliendo con el criterio (50,0%).



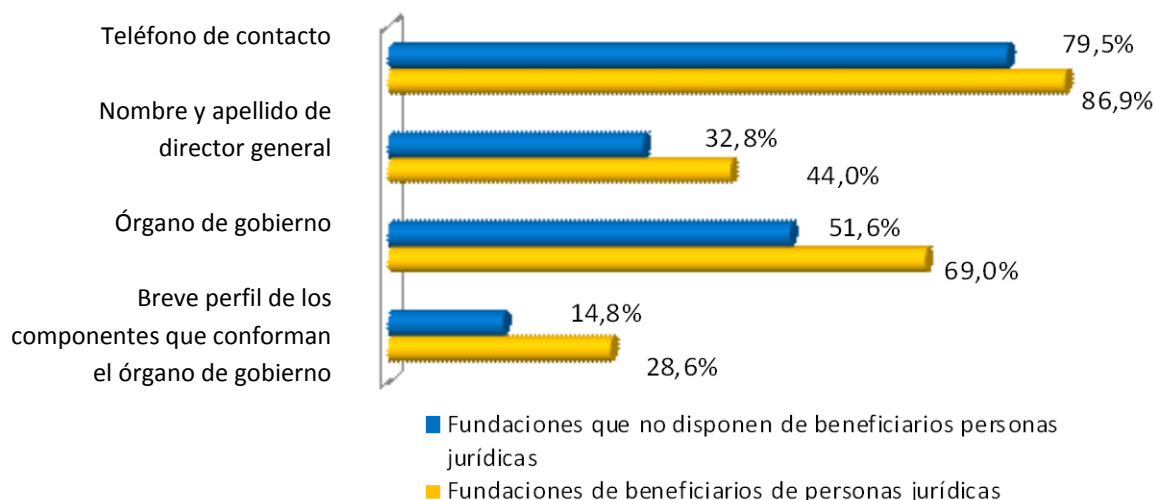
**Figura 5.16 Indicadores de transparencia en función del Tipo de actividad: Gestión de entidades o centros propios**



#### 5.2.6. Beneficiarios de la actuación fundacional

Los beneficiarios de la actuación fundacional corresponden a los destinatarios finales y directos de la actividad promovida por la fundación. Para esta investigación sólo se consiguieron relaciones significativas respecto a las personas jurídicas como beneficiarios. Se observan tales diferencias para cuatro de los quince indicadores de transparencia considerados y además sus porcentajes están en todos los criterios, por encima de los del resto de las fundaciones (Figura 5.17). En primer lugar, el teléfono de contacto está presente en la web del 86,9% de fundaciones de este tipo, frente a un 79,5% de las que no tienen este tipo de beneficiarios jurídicos. El siguiente indicador, relacionado con el órgano de gobierno, nuevamente las fundaciones con beneficiarios personas jurídicas están por encima del resto de las otras fundaciones con un 69,6% frente a un 51,6%, respectivamente. Para el indicador de – nombre y apellido del director general- las fundaciones beneficiarias personas jurídicas obtienen un 44,0%, frente a un 32,8%. El último indicador, correspondiente con la publicación en la página web de una breve reseña de los perfiles que conforman el órgano de gobierno, las beneficiarias personas jurídicas alcanzan el 28,6%, frente al 14,8% para el resto de las fundaciones.

**Figura 5.17 Indicadores de transparencia en función de sus Beneficiarios: Personas jurídicas**

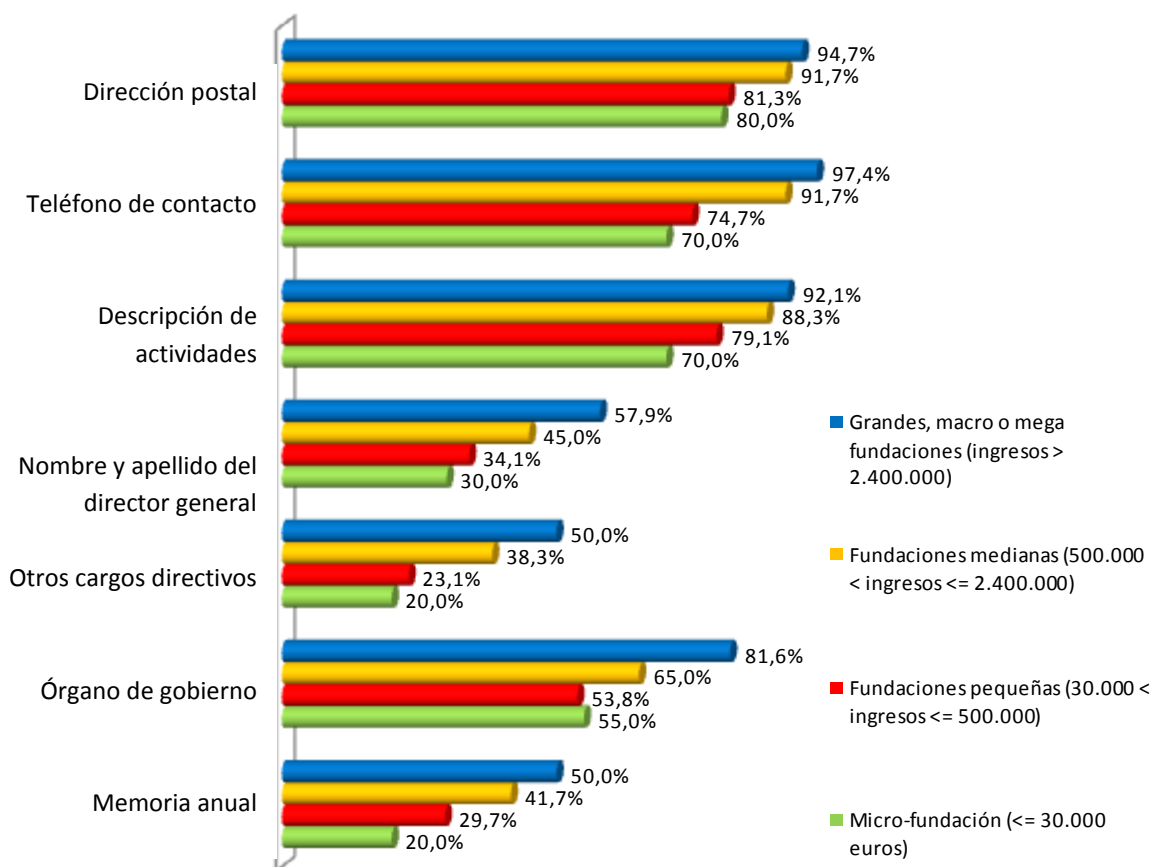


#### 5.2.7. Tamaño de la fundación

El tamaño de la fundación se establecerá en función de los ingresos registrados por las entidades. Para ello se definen cuatro tipos de fundaciones: (1) grandes, macro o mega fundaciones, con ingresos mayores a los 2.400.000 euros; (2) fundaciones medianas con ingresos entre los 500.000 y hasta 2.400.000 euros; (3) fundaciones pequeñas con ingresos entre los 30.000 y hasta los 500.000 euros; y (4) las micro-fundaciones con ingresos inferiores o iguales a los 30.000 euros.

Para la variable de tamaño se obtuvieron relaciones significativas con siete indicadores de transparencia online. En la Figura 5.18 se observa claramente que a mayor dimensión de la fundación, mayor es su compromiso con los indicadores de transparencia. Los tres primeros indicadores, Dirección postal; Teléfono de contacto; y Descripción de las actividades que realizan las fundaciones, el comportamiento de las fundaciones es similar. Para las fundaciones grandes y medianas, los porcentajes de presencia superan casi el 90% para los tres indicadores. Las pequeñas y micro fundaciones disminuyen su porcentaje y se mantienen entre un 70% y un 80% para sendos indicadores.

**Figura 5.18 Indicadores de transparencia en función del Tamaño de la fundación (según ingresos)**

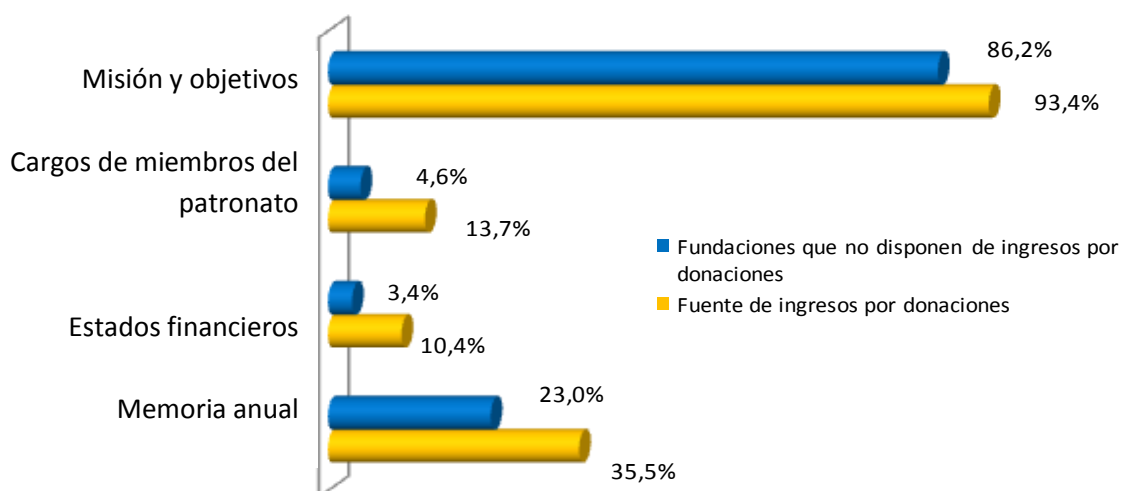


Los siguientes dos indicadores corresponden con la identificación del director general y los miembros que conforman el equipo directivo. En estos aspectos la tendencia de todas las organizaciones por difundir u ocultar esa información es similar. Para cada indicador el resultado arrojó: para las grandes, un 57,9% y un 50,0%, respectivamente; para las medianas, un 45,0% y 38,3%, respectivamente; para el caso de las pequeñas y micro fundaciones, la brecha se acentúa, con un 34,1% y 23,1% (pequeñas) y un 30,0% y un 20,0% (micro). La difusión de los aspectos de gestión y económicos, en este caso la memoria anual, continúa la tendencia por disminuir la intensidad de indicadores en la medida que el ingreso de la fundación disminuye. En la figura se observa que el 50,0% de las grandes fundaciones cumple con este criterio, las medianas en un 41,7%, las pequeñas en un 29,7% y las micro fundaciones en un 20,0%.

### 5.2.8 Fuente de ingresos

Para las fundaciones cuya fuente de ingreso proviene de donaciones privadas (de personas jurídicas o de particulares) es fundamental que gocen de confianza y buena reputación frente a sus colaboradores. En ese sentido es preciso procurar una imagen de transparencia. A pesar de ello, en el análisis se pudo constatar (Figura 5.19) que las fundaciones cuya fuente de ingresos provienen de donativos, existen relaciones significativas con sólo cuatro de los quince indicadores de transparencia y sus porcentajes están, en todos los casos, por encima de los del resto de las fundaciones. Los resultados arrojaron que el 93,4% las fundaciones cuya fuente de ingresos proviene de donativos publica es su página web información relacionada con la misión y objetivos, frente a un 86,4% de fundaciones que carecen de esta fuente de ingresos. El siguiente indicador, con un porcentaje muy por debajo lo obtiene la memoria anual con un 35,5% de presencia para las fundaciones con esta condición, frente a un 23,0%. El indicador que describe los cargos de los miembros del patronato, nuevamente se establece por encima con un 13,7%, frente al 4,6%. Por último, el indicador relacionado con los estados financieros, las fundaciones cuyas fuentes de ingresos provienen de donaciones, el 10,4% publica en su página web esta información, mientras que sólo el 3,4% de las que no disponen de ellas lo cumplen.

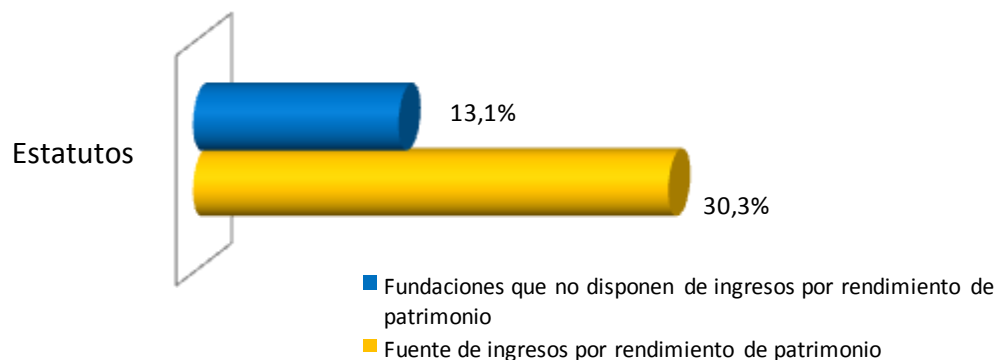
**Figura 5.19 Indicadores de transparencia en función de su Fuente de ingresos: Donaciones**



Los donativos no son la única fuente de ingresos de las fundaciones. También pueden financiarse con el rendimiento de su patrimonio, mobiliario o inmobiliario. Para las fundaciones cuyo origen de ingresos corresponde con este último, los resultados arrojaron que sólo un indicador de transparencia posee una relación significativa con respecto a esta variable. Según las cifras, las fundaciones con ingresos de rendimiento de patrimonio son más propensas a publicar en su página web los estatutos o reglamentos de la institución. En la Figura 5.20 se observa que el 30,3% de las fundaciones cuya fuente de ingreso proviene de rendimiento de patrimonio, publica en su página web información relacionada con los estatutos, mientras que sólo el 13,1% del resto de las fundaciones con otras fuentes de ingreso, la pública debidamente.

Como vemos estas fundaciones le dan mayor importancia a la publicación de estatutos que al resto los indicadores. Tal vez por tratarse de fundaciones cuya fuente de financiación proviene de la propia institución, la necesidad por comunicar sus asuntos económicos, así como la rendición de sus cuentas, es menor. Si contrastamos estos resultados con los obtenidos por las instituciones cuya fuente de ingresos provienen de donativos, las diferencias en la cantidad de indicadores es mayor. Para éstas, la necesidad de generar confianza y obtener mayor financiación, se conseguirá en la medida que comunique con mayor claridad y transparencia, tanto el manejo de sus recursos, como el resto de las operaciones que realice.

**Figura 5.20 Indicadores de transparencia en función de sus Fuentes de ingresos: Rendimiento de patrimonio**



### 5.3. *Intensidad en el uso de indicadores de transparencia online*

El apartado que se presenta a continuación pretende medir la intensidad en el uso de los indicadores de transparencia con respecto a cada variable de clasificación. En primer lugar, tras haber sumado todos los indicadores presentes en la web de cada una de las fundaciones, se presentará una tabla con los descriptivos básicos del uso de estos indicadores - medio, mínimo y máximo -. Por último, a través del cruce de todas las variables de clasificación y la intensidad en la que se emplean estos indicadores de transparencia online, se podrá determinar en qué casos se establecen relaciones más relevantes para la investigación.

Durante el análisis se pudo observar que ninguna de las fundaciones cumple con todos los indicadores de transparencia (15 indicadores). En el cuadro 5.22 se presentan los datos básicos. De las fundaciones objeto de estudio cuya página web se encontraba activa, todas cumplían con un mínimo de un indicador y las que poseían la mayor cantidad de criterios, alcanzaron un máximo de trece. La presencia media de indicadores en las páginas web fue de 6,5.

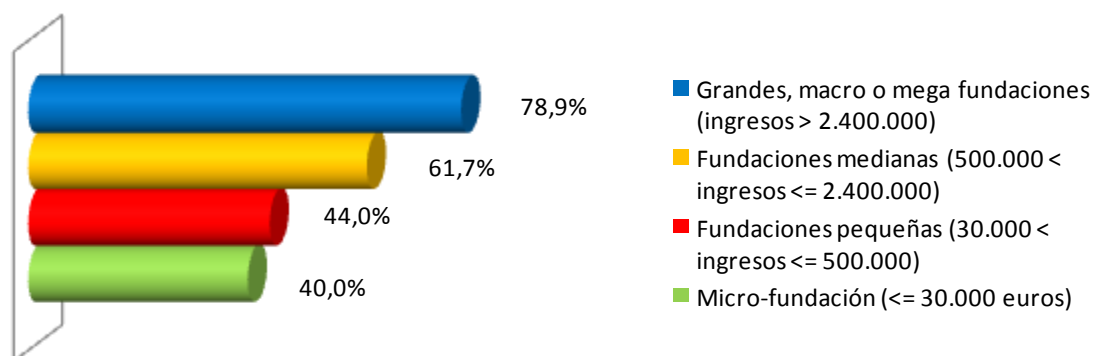
#### 5.22. Cuadro de sumatoria de indicadores de transparencia

	Mínimo	Máximo	Media
Suma del número de indicadores de transparencia	1	13	6,5

Luego de establecer la intensidad en la que se presentan los indicadores para cada fundación, se realizó un último cruce de variables para determinar si existe alguna relación significativa según sus variables de clasificación. En esta investigación se pudo constatar que el tamaño de la fundación, medido a través de sus ingresos, fue la única variable de

clasificación en mostrar una relación relevante. Según los resultados las fundaciones que más indicadores de transparencia emplean (mayor intensidad), en sus páginas web, son las organizaciones más grandes o con mayores ingresos. En concreto, en la Figura 5.21 se evidencia que las grandes fundaciones, cuyos ingresos son superiores a los 2.400.000 euros, tienen una presencia de indicadores en su página web superior a la media en el 78,9% de los casos. Asimismo, de manera escalonada y decreciente, empiezan a disminuir los porcentajes de intensidad en el uso a medida que el tamaño o los ingresos de las fundaciones disminuye. En la segunda posición se establecen las fundaciones medianas, con un 61,7%, le sigue las fundaciones pequeñas con un 44,0% y por último, las micro fundaciones, cuyo porcentaje de intensidad de indicadores en sus páginas web alcanza el 40,0%.

**Figura 5.21 Intensidad en el uso de indicadores en función del Tamaño de la fundación (según ingresos)**



Vale la pena destacar que el tamaño no debería ser una razón suficiente para que las fundaciones estén más o menos dispuestas a publicar información. En realidad no debería ser así. Todas, sin excepción, deberían procurar una mayor intensidad en el uso de indicadores. Se trata de auto evaluarse y establecer los mejores canales de comunicación para informar de manera clara, precisa y sincera información relevante y de interés para toda la población, con independencia de que dispongan de más o menos recursos monetarios. En tal sentido, es preocupante que las fundaciones no valoren en toda su importancia el significado de la transparencia y la dobleguen a las disponibilidades económicas.

## 6. CONCLUSIONES

A continuación, se establecerán las principales conclusiones del trabajo, con especial hincapié en los resultados del estudio empírico relativo a la transparencia on-line de una muestra representativa de las organizaciones no lucrativas (fundaciones) españolas. En primer lugar, se expondrán los principales aspectos relevantes mencionados a lo largo del marco conceptual, así como el de los resultados obtenidos de la observación empírica, tal como se indicó previamente. También se expresarán, en los casos que se considere pertinente, juicios de valor y reflexiones según las interpretaciones captadas del estudio. Posteriormente, se dedicará un epígrafe para establecer las implicaciones prácticas suscitadas a raíz de la investigación. Por último, con la intención de enriquecer el estudio, a través de una reflexión crítica se plasmarán las principales limitaciones u obstáculos presentados durante estudio, así como las posibles futuras líneas de investigación que pudieran surgir a partir de este análisis.

Desde un punto de vista conceptual:

- **En la actualidad las organizaciones no lucrativas constituyen un importante sector para la economía, tanto en el ámbito internacional como el nacional.** Tras el estudio realizado por Salamon *et ál* (2001), este sector genera más de 1,1 billones de dólares y emplea el equivalente a 19 millones de trabajadores en jornada completa. Asimismo se destaca que si de los 22 países estudiados, se extrajese sólo la economía del sector no lucrativo, ésta constituiría la octava mayor economía del mundo. Dentro del ámbito español, hasta la fecha del estudio (2001), el sector no lucrativo constituía el 4% del PIB de la nación y representaba una fuente de empleos superior a la de otros sectores como el transporte, la alimentación, la metalurgia y la industria textil. Otro estudio más reciente, el de Rey y Álvarez (2011), señala que sólo el sector fundacional, integrado por poco más de 9000 entidades, moviliza a más de 200.000 personas entre empleos directos, indirectos, patronos y voluntarios.



- **Un comportamiento socialmente responsable se traduce en bienestar y mejoras en la sociedad.** La adopción de criterios de RSC, como señala Nieto y Fernández (2004) no solamente generan impactos positivos y mejoran los procesos internos de las organizaciones. Las implicaciones de procurar una conducta ética y responsable traspasan los límites de la empresa. Además de crear valor y optimizar el rendimiento de sus actividades, las empresas que se preocupan por ayudar a sus comunidades y a establecer vínculos de cooperación con otros actores sociales, desarrollan relaciones más sólidas y mejoran sus niveles de reputación, imagen y aceptación entre la sociedad. Asimismo, a través de buenas prácticas las organizaciones contribuyen a un desarrollo sostenible, a la conservación del ambiente y a generar un clima de armonía beneficioso para todos.
  
- **La importancia de las páginas web como herramientas necesarias para promover la transparencia online.** Como señalan Rey, Álvarez y Martín (2010), a través de la web las organizaciones tienen la oportunidad de publicar de manera voluntaria información interna de la fundación. Es una ventana pública y de canal directo con el mundo exterior. Además, me atrevería a decir que hoy por hoy, es la primera fuente de búsqueda y consulta. En tal sentido, estamos frente a una poderosa herramienta de comunicación con amplísimas posibilidades de alcance. Por ello, es importante que las instituciones exploten este recurso y empleen, en mayor medida, sus páginas web para mostrar información relevante, tanto de sus actividades como de sus operaciones internas, que faciliten los canales para dejarse ver y que publiquen con claridad una relación justificada de sus actuaciones. De esta forma, generarán mayor confianza y obtendrán un mayor apoyo, tanto financiero como humano, para llevar a cabo sus proyectos.

Desde un punto de vista práctico o empírico:

- **La mayoría de las fundaciones (89,5%) cuenta con una página web activa.** Tras el análisis online se pudo constatar que un porcentaje muy elevado de fundaciones

cuanta con una página en funcionamiento. Esto es una señal positiva al pretender medir niveles de transparencia. Está claro que, el hecho de contar o no con un portal web, no es razón suficiente para catalogar a las instituciones de transparentes o no-transparentes, es necesario la presencia de determinados indicadores para conocer el grado o propensión hacia la transparencia. Sin embargo que ya posean una página web, constituye un primer paso para mostrarse al mundo y comunicar según los criterios de cada una, la información más pertinente y relevante para la sociedad.

- **En la medida en que los indicadores de transparencia profundizan en la información interna de la institución, el hermetismo de la fundación, es mayor.** Según los resultados observados, los indicadores correspondientes con los datos de contacto o identificación de la fundación, su misión organizativa y la descripción de sus actividades, para la mayoría de las fundaciones es una información casi indispensable en sus portales web, en promedio, el 83,3% lo cumple. Sin embargo, para las dos siguientes categorías – identificación de directivos y cargos de gobierno - disminuye la frecuencia de publicación y comienzan a restringirse los contenidos (32,8%, en promedio). El hermetismo se hace más evidente al medir las últimas dos categorías: información económica y estatutos y códigos de buen gobierno. Para estos indicadores, un porcentaje muy bajo de fundaciones cumple con la recomendación de colgarlos en su página web; en promedio, sólo el 13,8% de ellas realiza este esfuerzo. El hecho de presentarse unos porcentajes tan bajos, pudiera generar suspicacia en cuanto a la claridad de las gestiones y el manejo transparente de los recursos, hasta el punto de poner en entredicho la reputación y posteriormente, la disminución de la confianza general que se tiene a estas organizaciones.
  
- **Las fundaciones de adscripción jurídico-administrativa estatal (supervisión por órganos administrativos de competencia estatal) son más transparentes que las autonómicas.** Esta afirmación se sustrae al comparar ambas adscripciones y observar que en cinco indicadores, las fundaciones estatales obtienen porcentajes superiores en presencia de indicadores que las autonómicas. Tal vez por su

condición estatal, se exponen a una mayor cantidad de personas o de implicaciones de las que no tienen que ocuparse necesariamente las autonómicas.

- **Bajos niveles de transparencia para las fundaciones de iniciativa pública.** Cabría pensar si la crisis económica que atraviesa el Estado ha repercutido significativamente en el comportamiento de las fundaciones de iniciativa pública al momento de sacar a la luz el resultado de sus gestiones. Es francamente negativo que tratándose de fundaciones de iniciativa pública sólo destaquen frente a las de iniciativa privada por ser más transparentes en un único de los quince considerados.
- **Según la clasificación ICNPO, de los 12 sectores de actividad de las fundaciones, en España solamente en seis sectores se identifica una mayor disposición en el uso de indicadores de transparencia.** Los sectores de actividad más transparentes lo conforman las fundaciones de cultura y recreo; educación e investigación; sanidad; servicios sociales; asesoramiento; y actividades internacionales. En estos resultados destacan las fundaciones de cultura y recreo que arrojaron un mayor número de indicadores (siete) frente al resto de los sectores que obtuvieron entre uno y tres indicadores.
- **Las fundaciones cuya actividad consiste en ayudas a terceros muestran una mayor transparencia que el resto de las fundaciones.** Estas fundaciones destacaron en el mayor número de indicadores (cuatro), frente al resto de las fundaciones – de sensibilización y de gestión – que obtuvieron sólo dos indicadores cada una. Para las fundaciones de ayudas a terceros, se destaca la intensidad de los indicadores de - Memoria anual y Estatutos – que se establecen por encima del promedio general con un 39,8% y 20,4%, respectivamente. Este hecho demuestra una mayor disposición a la claridad y transparencia, sin dejar de lado, que siguen siendo porcentajes bajos.
- **El tamaño de las fundaciones (según ingresos) determina en gran medida el grado o disposición que tienen las instituciones frente a un comportamiento -**

**más o menos – transparente.** El estudio arrojó claramente que a mayor dimensión de la fundación, mayor es su compromiso con los indicadores de transparencia. De la misma forma que si disminuyen sus ingresos, también disminuirá el porcentaje de presencia de los indicadores. Complementariamente, este resultado pone de manifiesto un comportamiento inadecuado por parte de los responsables de las fundaciones – Directivos y Gobierno – a la hora de difundir con claridad sus estados contables, así como que la publicación de información relevante, no puede estar condicionada por intereses monetarios. Se trata siempre de procurar una conducta ética y responsable por convicción, en un ejercicio diario para mejorar y aportar valor a la sociedad.

### *6.1 Implicaciones prácticas*

Como se ha señalado en el marco conceptual, concretamente en el Capítulo 3, a cerca de la RSC y la importancia que supone para las organizaciones no lucrativas mantener un comportamiento correcto y proyectar una imagen responsable frente a sus grupos de interés, en la teoría, está muy claro, sin embargo, en la práctica surgen las dudas. Pareciera haber dos realidades, la que mencionan los libros, por un lado, y la que se pone en práctica, por otro. Los resultados arrojados en el estudio dejan un regustillo poco agradable con respecto a la forma en que las organizaciones sin ánimo de lucro manejan el tema de la transparencia. Tras el análisis, se evidencia cómo las fundaciones se hacen de la vista gorda con aspectos tan importantes como los - estados financieros - o la publicación de reglamentos y códigos de conducta, o, la identificación de sus directivos. Y no se trata de menospreciar aquellos criterios que sí obtuvieron mayores porcentajes (contacto, misión, programas y actividades), se trata de aumentar y equiparar a todos los indicadores en presencia e intensidad. En la medida en que las instituciones no se comprometan con valores tan fundamentales como la honestidad, la ética, la responsabilidad y la transparencia, estaremos en el umbral de un deterioro institucional.

Es preciso que las fundaciones reflexionen sobre sus actuaciones y replanteen los criterios de comunicación internos para que publiquen temas más pertinentes. En concreto, es

necesario una mayor difusión de tres asuntos fundamentales: 1) Directivos y Gobierno: que incluya la identificación de los responsables de la dirección operativa y de los miembros del patronato. 2) Información económica: que se publiquen los balances de pérdidas y ganancias, la memoria anual y los informes de auditoría externo. Y, 3) Estatutos y Códigos de buen gobierno, que garanticen el cumplimiento de buenas prácticas laborales y promuevan una conducta más ética y moral.

### *6.2 Limitaciones y futuras líneas de investigación*

La principal limitación que impidió el enriquecimiento de la investigación fue la barrera del idioma. Los estudios y bibliografías más completos y actualizados relacionados con el sector no lucrativo están publicados en inglés. Este hecho dificultó la búsqueda y la inclusión de información más relevante o complementaria a la investigación. Otra razón que perjudicó al desarrollo del estudio lo constituyó el factor tiempo. La fecha de inicio para la investigación sufrió algún retraso lo que significó la simplificación u omisión de algunos temas que pudieron aportar más valor a la investigación.

Sería interesante llevar a cabo este modelo de investigación y hacer una comparación con tres países de características muy distintas: España, Reino Unido y Venezuela. En primer lugar, España, debido al trabajo realizado y los avances en materia empírica obtenidos hasta ahora, Reino Unido, aprovechando una estancia temporal que realizaré durante los próximos meses, y entendiendo que el sector fundacional británico es uno de los más desarrollados, sería una gran oportunidad para enriquecer la investigación y conocer otras realidades en materia fundacional. Por último, Venezuela, por tratarse de mi país de origen, también constituiría una gran oportunidad para constatar muy de cerca la situación actual de las instituciones venezolanas y contrastarlas con los países anteriormente mencionados cuya trayectoria en el sector no lucrativo es más destacado.

BIBLIOGRAFÍA

- Álvarez, L. y Pereira J. (2007): *La Responsabilidad Social de la Mediana y Gran Empresa Asturiana*. Septem Ediciones. España.
- Albertchi, T. (1994): *Aspectos del Asociacionismo en España*, en Documentación social, enero-marzo, pp.69.
- Barco, J. (2010): *El Papel de la Empresa en la Sociedad*. Documento on-line disponible en: [www.responsabilidadsocialempresarial.com](http://www.responsabilidadsocialempresarial.com) (Consultado en noviembre de 2012).
- Bhattacharya, C. (2003): *Does it pay to be a good citizen?. A market based view*. International Corporate Citizenship Conference. Texas.
- Blanco, J. (1990): *El sector no lucrativo y las fundaciones como pieza fundamental del mismo: visión general y consideraciones sobre su futuro*. Ministerio de Asuntos Sociales, Madrid.
- Burguer, A. y Bekker, P. (1997), citado por Ruiz Olabuénaga J. (2000): *El Sector No Lucrativo en España*. Fundación BBVA, Madrid, p.15.
- Casado, D. (1996): *Visión Panorámica de las Organizaciones Voluntarias en el Ámbito Social*, en Documentación social, nº 103, abril-junio, pp. 263-281.
- Castillo, R. y Juárez A. (2008): *Análisis organizacional y de imagen de Asociaciones no lucrativas*. Grupo EUMEDNET, Universidad de Málaga. España.

## BIBLIOGRAFÍA

- Chillida, G. (2007): *Filantropía o responsabilidad Social Corporativa*. Filoempresa. Documento on-line disponible en:  
<http://filoempresa.wordpress.com/2007/08/28/filantropia-o-responsabilidad-social-corporativa/> (Consultado en noviembre de 2012)
- Coordinadora de ONG para el Desarrollo-España (2012): *Indicadores de Transparencia y Buen Gobierno Corporativo*, Madrid.
- De Vita, J. y Fleming, C. (2001): *Building capacity in nonprofit organizations*. The Urban Institute. Washington.
- Conferencia de las Naciones Unidas (1992): *Declaración de Río sobre Medio Ambiente y el Desarrollo*. Río de Janeiro. Documento online, disponible en:  
[http://www.un.org/esa/dsd/agenda21\\_spanish/res\\_riodecl.shtml](http://www.un.org/esa/dsd/agenda21_spanish/res_riodecl.shtml) (Consultado noviembre de 2012).
- Donoso J. (2011): *Entidades Sin Fines Lucrativos. El beneficio: ¿paradigma o paradoja?*. Documento on-line, disponible en: <http://www.donoso.es> (Consultado el en octubre de 2012).
- El Mundo.es (2006): *Caso ENRON*. Documento on-line disponible en:  
<http://www.elmundo.es/mundodinero/2006/01/30/economia/1138592963.html>  
(Consultado en diciembre de 2012).
- Evers, A. (1993): *Balancing Pluralism. New Welfare Mixes in Care for the Elderly*. Ashgate Publishing Company. Aldershot, Inglaterra.
- Fernández R. (1995): *Las fundaciones norteamericanas y las instituciones no lucrativas en México*. Centro Mexicano para la Filantropía. México.

## BIBLIOGRAFÍA

- FES (2001). *Las empresas mejor percibidas por su acción social. Ranking 2003*. Fundación Empresa y Sociedad, Madrid.
- Fukuyama, F. (1998): *La confianza (Trust)*. Ediciones B. Barcelona.
- García Delgado, J. (2004): *Las Cuentas de la Economía Social, el Tercer Sector en España*. Fundación ONCE, Madrid. (pp 22, 59).
- GUIDESTAR (2009): *The State of nonprofit transparency 2008*. Citado por Rey, M., Álvarez, L. y Martín, J. (2010): *La transparencia on-line, fuente de ventaja competitiva para las fundaciones españolas: un análisis comparativo*. XX Congreso Nacional de ACEDE. Granada.
- Herranz de la Casa, J. (2006): *La comunicación y la transparencia en las organizaciones no lucrativas*. Universidad Complutense de Madrid. España.
- IESE, PricewaterhouseCoopers y Fundación Entorno (2002): *Código de buen gobierno de la empresa sostenible*. Barcelona.
- Iniciativa Social y Estado de Bienestar (2004): *Clasificación ICNPO*. Documento on-line disponible en: <http://www.iniciativasocial.net/clasificacion.htm> (Consultado en noviembre de 2012)
- Instituto Ethos, Empresas y Responsabilidad Social Empresarial (2007): *El Compromiso de la Sociedad para un Mundo Sustentable y Justo: La Contribución de la Empresa*. Sao Paulo, Brasil.



## BIBLIOGRAFÍA

- López, C. (1986): “*Memoria Introdutoria*” en *Cuatro siglos de acción social de la beneficencia al bienestar social. Seminario de Historia de la acción social*. Editorial Siglo XXI, Madrid. Citado por *Iniciativa Social y Estado de Bienestar*, disponible en: <http://www.iniciativasocial.net/historia.htm> (Consultado en noviembre de 2012).
- Mendoza, X. (1990): *Técnicas gerenciales y modernización de la administración pública en España*. Documentación administrativa, n° 223, 261-90. España.
- Minow, M. (2002): *Partners not Rivals*. Beacon Press. Boston.
- Navarro, V. y Quiroga, A. (2003): *La protección social en España*. Universidad Pompeu Fabra. Capítulo 1, p.2.
- Nieto M. y Fernández R. (2004): *Responsabilidad social corporativa: la última innovación en management*. Universia Bussiness Review. España.
- Ojeda, J. (2006): *Estudio Comparativo del Sector Sin Fines de Lucro*. PNUD. Chile.
- Observatorio Tercer Sector (2009): *La Transparencia, un valor en la práctica*. Documento on-line disponible en:  
[http://www.observatoritercersector.org/pdf/publicacions/2009\\_12\\_debates11.pdf](http://www.observatoritercersector.org/pdf/publicacions/2009_12_debates11.pdf)  
(Consultado en noviembre de 2012).
- Palencia-Lefler, M. (2004): *FUNDRAISING, El arte de captar recursos*. Instituto de Filantropía y Desarrollo. Barcelona.
- Payton, R. (1993): *La Tradición Filantrópica*. University Center on Philanthropy. Indiana.

## BIBLIOGRAFÍA

- Pérez-Díaz, V. y López, J. (2003): *El tercer sector social en España*. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Madrid.
- Prieto-Lacaci, R. (1993): *Tendencias sociales en España*. Asociaciones voluntarias. Fundación BBV. Bilbao.
- Puentes A. (2007): *Transparencia en la gestión ética del sector empresarial. El papel del líder*. Publicado en Revista Futuros nº19, vol. V. Documento on-line disponible en:  
[http://www.revistafuturos.info/futuros19/transp\\_empr1.htm](http://www.revistafuturos.info/futuros19/transp_empr1.htm) (Consultado en noviembre de 2012).
- PWC (2002): *The World Most Respected Companies Survey 2002*. PricewaterhouseCooper y Financial Times. Documento on-line disponible en:  
[www.pwcglobal.com](http://www.pwcglobal.com) (Consultado en noviembre de 2012).
- Revista Española del Tercer Sector (2009): *La transparencia Online de las ONG españolas*. nº13, septiembre-diciembre. Documento on-line disponible en:  
<http://www.fundacionluisvives.org/rets/13/articulos/48044/index.html> (Consultado en diciembre de 2012)
- Rey, M., Álvarez, L. y Martín, J. (2010): *La transparencia on-line, fuente de ventaja competitiva para las fundaciones españolas: un análisis comparativo*. XX Congreso Nacional de ACEDE. Granada.
- Rey, M. y Álvarez, L. (2011). *El Sector Fundacional Español*. Instituto de Análisis Estratégico de Fundaciones (INAEF). Madrid.
- Reyno, M. (2006): *Responsabilidad Social Empresarial como ventaja competitiva*. Universidad Técnica Federico Santa María. España.

## BIBLIOGRAFÍA

- Rodríguez G., (1991). *La división social del bienestar: posibilidades y límites de la gestión mixta del Estado de Bienestar*. Economistas. España.
- Rodríguez, G. y Codorníu, J. (1996): *Las Entidades Voluntarias en España. Institucionalización, estructura económica y desarrollo asociativo*. Ministerio de Asuntos Sociales. Madrid.
- Ruiz Olabuénaga J. (2000): *El Sector No Lucrativo en España*. Fundación BBVA, Madrid.
- Sajardo, A. (2002): *Las organizaciones no lucrativas de acción social*. Citado por Barea J. y Monzón José Luis (2007): *La economía social en España en el año 2000*. Valencia, España. p. 377.
- Salamon, L. (1994). *The Emerging Nonprofit Sector: An Overview*. Institute Policy Studies. Baltimore.
- Salamon, L. (1994): *The Rise of the Nonprofit Sector*. Foreign Affairs, vol. 74, n° 3.
- Salamon, L. y Anheier, H. (2001): *A Comparative Study of the Non Profit Sector*. Charities Aid Foundation. Manchester.
- Socías, A. (1999): *La información contable externa en las entidades privadas no lucrativas. Especial referencia a las ONGs*. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Madrid.
- Taylor, M. (1992). *The Changing Role of the Nonprofit Sector in Britain, Moving Toward the Market*. Jossey-Bass, C.A. San Francisco.

## BIBLIOGRAFÍA

- The Foundation Center (2012): *Filantropía corporativa*. Documento on-line disponible en:  
<http://www.grantspace.org/Tools/Knowledge-Base/Preguntas-y-respuestas-en-espanol/Recursos-para-la-investigacion/Filantropia-corporativa-Corporate-giving>  
(Consultado en diciembre de 2012)
  
- UNIVERSIA (2009): *Fundaciones y ONG'S*. Documento On-line disponible en:  
<http://universitarios.universia.es/voluntariado/ongs-fundaciones/fundaciones-ong-s-PRINTABLE.html> (Consultado en noviembre de 2012)
  
- Vargas, J. (2006): *Responsabilidad Social Empresarial (RSE) desde la perspectiva de los consumidores*. Naciones Unidas. Santiago de Chile.
  
- Vernis, A., Iglesias, M. Sanz, B., Solernou, M., Urgell, J. y Vidal, P. (2004): *La gestión de las organizaciones no lucrativas*. Bilbao.
  
- Warren, S. y Lloyd, R. (2009): *Civil Society Self-Regulation*. One World Trust, Briefing Paper, n°119, junio. Londres.