

Resumen ejecutivo

Fundaciones empresariales en México: *un estudio exploratorio*

Rodrigo Villar
Jacqueline Butcher
Luciana Gandini

con la colaboración de **Santiago Sordo**

Presentación

Hoy en día existe una creciente conciencia sobre la importancia de la contribución del sector empresarial a la solución de los desafíos que enfrentan nuestras sociedades y la responsabilidad que éste comparte con el Estado y la sociedad civil en esta tarea. Entre las diferentes formas de contribución de las empresas al desarrollo social, destaca una institución que se está expandiendo muy rápidamente en América Latina y sobre la cual, a pesar de su importancia, sabemos todavía muy poco: la fundación empresarial.

Las fundaciones empresariales son instituciones que articulan la esfera de los negocios y la de la solidaridad. Estas entidades no pertenecen enteramente al segundo —las empresas— o al tercer sector —las entidades sin fines de lucro—, sino a uno intermedio entre ambos, por lo cual pueden denominarse “el sector 2½”. Esta posición le imprime a las fundaciones empresariales una dinámica particular sobre la que resulta necesario profundizar.

En *Fundaciones empresariales en México: un estudio exploratorio* nos dimos a la tarea de explorar las dimensiones y dinámicas más relevantes de este sector para expandir nuestra comprensión de estas entidades. Para este efecto diseñamos y aplicamos la Encuesta Nacional a Fundaciones Empresariales (ENFE), coordinamos tres grupos focales y generamos un directorio actualizado de fundaciones.

En este documento ofrecemos los hallazgos más importantes de la investigación. Invitamos al lector a consultar el reporte completo en el sitio de internet del CIESC: www.ciesc.org.mx, donde encontrará un análisis detallado que le permitirá conocer a profundidad el estado que guardan las fundaciones empresariales en México.

Definición y alcance del estudio

A pesar de la existencia de algunas coincidencias entre los autores que estudian estas entidades, no hay un acuerdo sobre las definiciones y los aspectos centrales que permita establecer qué es y qué no es una fundación empresarial. Por ello, adoptamos una definición operativa que delimita claramente el alcance de la investigación y nos permitió establecer los criterios para la identificación del universo de fundaciones empresariales en el contexto particular de México:

D.R. © 2014, Centro de Investigación y

Estudios sobre Sociedad Civil, A.C.,

En el Tecnológico de Monterrey, Campus Ciudad de México,
Escuela de Humanidades y Ciencias Sociales, Calle del Puente 222,
col. Ejidos de Huipulco, 14380, Tlalpan, México, D.F.
www.ciesc.org.mx

Centro Mexicano para la Filantropía, A.C.

Cerrada de Salvador Alvarado #7,
col. Escandón, 11800, Miguel Hidalgo, México, D.F.
www.cemefi.org

Primera edición: 2014

Autores:

Rodrigo Villar, Jacqueline Butcher y Luciana Gandini
con la colaboración de Santiago Sordo

Diseño de interiores y portada:
www.genioyfigura.mx

Impreso y hecho en México

Una fundación empresarial es una organización privada, sin fines de lucro, orientada al beneficio público, que ha sido establecida por una empresa, constituida como una entidad legalmente independiente de la misma pero con estrechos vínculos con ella a nivel estratégico, financiero y del gobierno mismo de la fundación.

Para entender a las fundaciones empresariales nos concentramos en dos ejes de estudio. Por un lado, está el eje fundación–sociedad, pues las fundaciones empresariales están orientadas al beneficio público y para esto han desarrollado estrategias de intervención en la sociedad. En este eje estudiamos las temáticas atendidas, el alcance de los programas y las expectativas en torno a sus aportes a la sociedad. Por el otro, está el eje fundación–empresa, pues las fundaciones empresariales no pueden entenderse por fuera de la relación que mantienen con las empresas que les dieron lugar. En el estudio analizamos varios aspectos de este vínculo (flujo de recursos, gobierno, comunicación, etc.) pero sobretodo el papel que juega la fundación en la estrategia de responsabilidad social de la empresa. Antes de abordar nuestros hallazgos en estos rubros, ofrecemos primero algunas de las características más importantes de las fundaciones empresariales en México.

Características generales

Universo

El universo de las fundaciones empresariales en México está compuesto por 131 organizaciones. De éstas, 64% fueron creadas por alguna de las 500 empresas más importantes (en términos de facturación) de México. Dada la distribución de empresas con fundación en este grupo, es posible afirmar que —en términos generales— mientras más grande es una empresa es más común que ésta tenga fundación. Sin embargo, esto no obsta para que empresas pequeñas o medianas participen: el 36% de las fundaciones empresariales en México fueron creadas por empresas que no están dentro de las 500 más grandes. El sector de negocios que más fundaciones ha creado es el de los servicios financieros y seguros, con casi el doble de participación que el segundo lugar —bienes de consumo— y el triple que el tercero —el de medios y telecomunicaciones—.

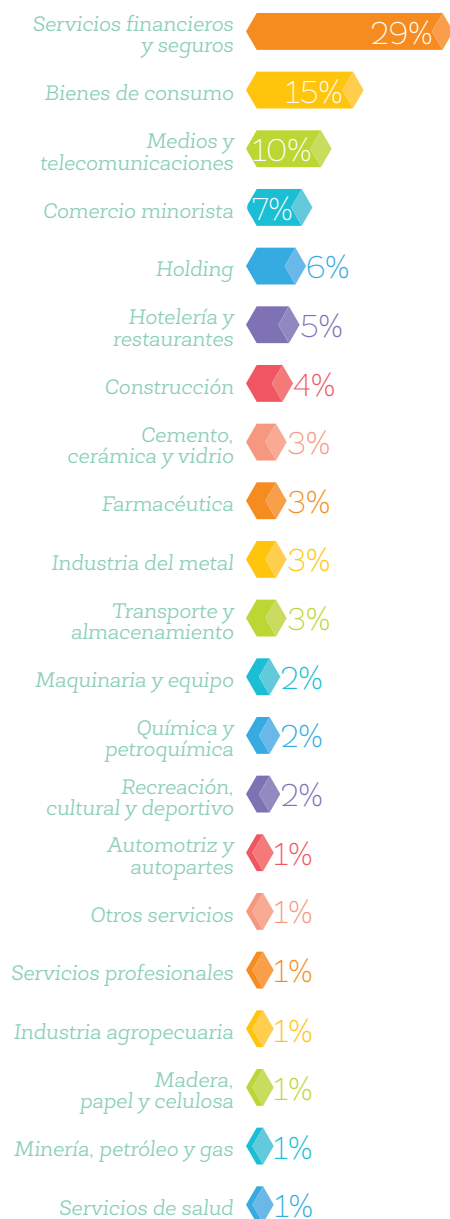
Empresas con fundación

Entre las ____ empresas más importantes, ____ tiene fundación

10	40%
20	55%
50	62%
100	49%
150	43%
200	41%
300	36%
400	31%
500	29%

Fuente: Las 500 empresas más importantes de México, Expansión (2013).

Sector al que pertenecen las empresas con fundación

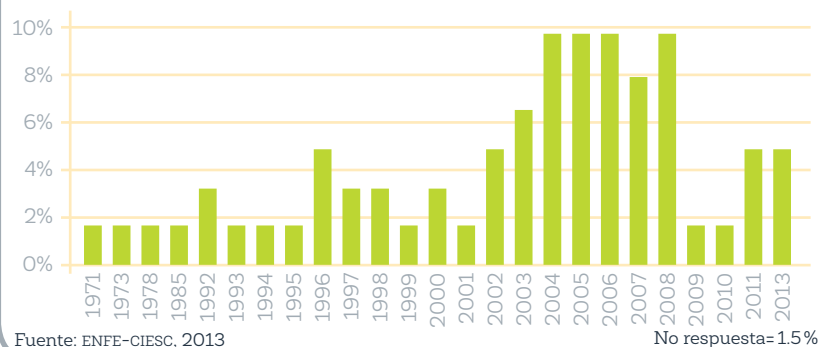


Fuente: ENFE-CIESC, 2013

Un sector joven

En términos generales, el sector de las fundaciones empresariales mexicanas es un grupo joven: el 94% de las fundaciones fueron creadas después de 1991. Se experimentó un importante auge en el nacimiento de fundaciones entre 2002 y 2008, periodo en el cual se crearon más del 50% de las fundaciones que actualmente componen el universo.

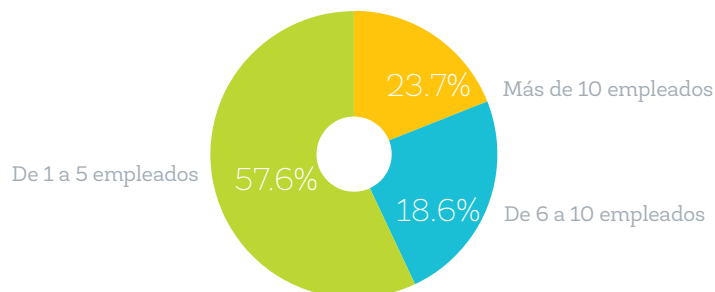
Fundaciones por año de creación, en porcentajes



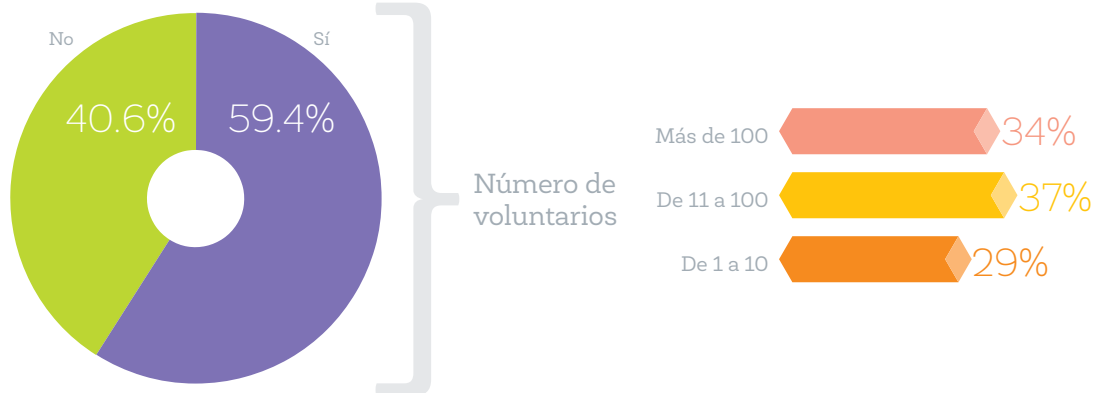
Organizacionalmente pequeñas pero operativamente grandes

La gran mayoría de las fundaciones —casi el 60%— cuenta únicamente con cinco o menos empleados en su plantilla laboral. Aunque la mayoría de estos empleados están en la nómina de la fundación, 40% de éstos recibe su salario de la empresa. Además, cerca del 60% de las fundaciones cuentan con la colaboración de voluntarios externos en sus tareas.

Número de empleados de las fundaciones



Presencia de voluntarios externos en las fundaciones

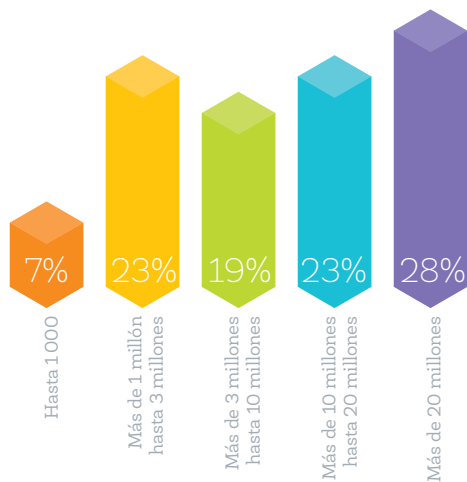


Fuente: ENFE-CIESC, 2013

No respuesta=1.5%

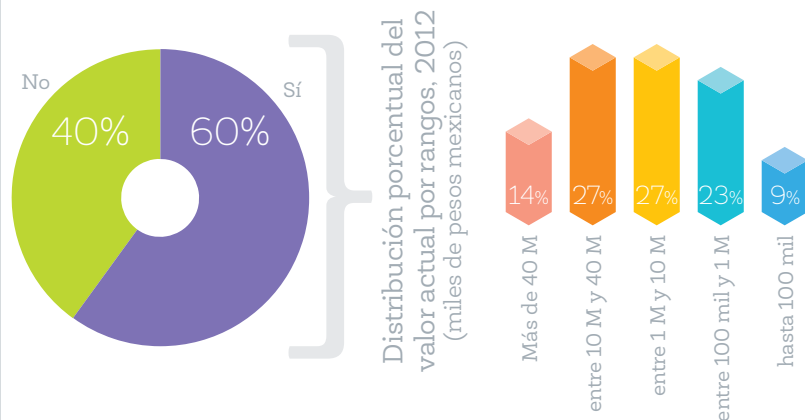
A pesar de tener una nómina pequeña, la mayoría de las fundaciones empresariales cuenta con presupuestos anuales considerables, siendo estos mayores a los 10 millones de pesos en más de la mitad de los casos. Por otro lado, 60% de las fundaciones cuenta con un fondo patrimonial y, de éstos, cerca de un tercio asciende a 10 millones de pesos o más.

Tamaño de la fundación de acuerdo al presupuesto



Fuente: ENFE-CIESC, 2013

Tiene fondo patrimonial



Fuente: ENFE-CIESC, 2013 No respuesta: 6.3%

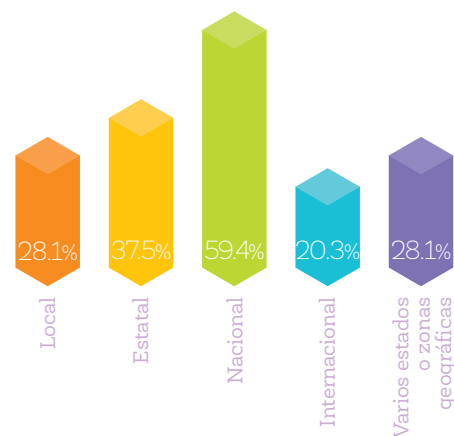
No respuesta= 38.9%

El eje **fundación-sociedad**

Ubicación y alcance geográfico

La gran mayoría de las fundaciones empresariales tienen su sede en el Distrito Federal, Nuevo León y Jalisco. Sin embargo, esta concentración no implica necesariamente lo mismo para las zonas de impacto de sus actividades. El alcance de un alto porcentaje de las intervenciones de las fundaciones que tienen sede en el D.F. es nacional o de varios estados. Las fundaciones que tienen sede fuera del D.F. tienen un alcance estatal o local mayor.

Alcance geográfico que tienen los programas de la fundación



Fuente: ENFE-CIESC, 2013

No respuesta= 1.5%

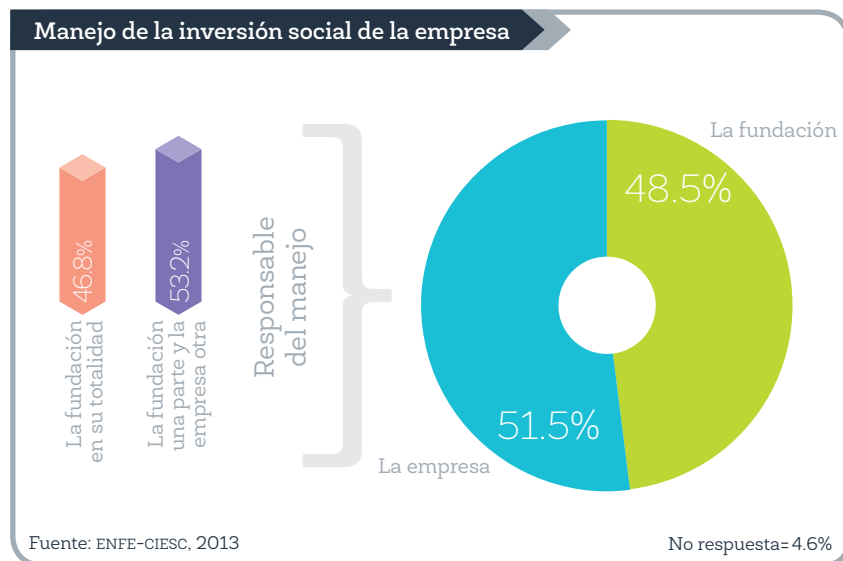
Ubicación de las sedes de las fundaciones



Fuente: SAT, 2012

Inversión social

La inversión social privada de las empresas con fundación no se realiza solamente a través de las últimas. En un poco más de la mitad de los casos tanto la fundación como la empresa tienen programas de inversión social. Cuando esto sucede, un poco más de la mitad del total de la inversión es manejada por la empresa. El voluntariado corporativo es otro buen ejemplo de la interacción entre la empresa y la fundación: en casi tres cuartas partes de los casos, la empresa cuenta con dichos programas y en esa misma proporción, la fundación es la líder o coordina los programas de voluntariado.



En cuanto a la inversión que es canalizada mediante las fundaciones, la opción mayoritaria es combinar los donativos a organizaciones o individuos con la operación de programas propios (61%). Las fundaciones que son sólo donantes o sólo operativas constituyen grupos menores. El porcentaje de fundaciones que realizan donaciones, ya sea que son sólo donantes o que combinan con los programas propios, es muy alto (89%). Entre las fundaciones que son donatarias autorizadas registradas ante el Servicio de Administración Tributaria (SAT) —casi el 90% del universo— el monto total de donativos entregados en el ejercicio fiscal 2012 ascendió a cerca de 2,700 millones de pesos. Un hallazgo importante en este rubro es que, independientemente de la estrategia empleada para invertir, el efecto multiplicador es importante: por cada peso que invierten las fundaciones, otras instituciones o personas aportan 1.14 pesos.



ACTUACIÓN DE FUNDACIONES



las fundaciones empresariales que fueron donatarias autorizadas en el ejercicio fiscal 2012 donaron:

\$ 2,697,883,963

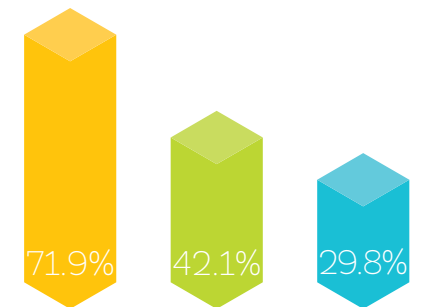
A la hora de entregar donativos, aunque cerca de un tercio de las fundaciones los entrega mediante algún tipo de convocatoria, la mayoría de las fundaciones eligen directamente a los beneficiarios de sus donativos. En relación a la operación de los

programas, dos terceras partes de las fundaciones lo hace directamente con su propio personal, y un grupo importante hacer alianzas u opera a través de terceros.

Estrategias de donación

Hace donaciones

89.1%



Selección directa de beneficiarios

Convocatoria pública

Convocatoria cerrada

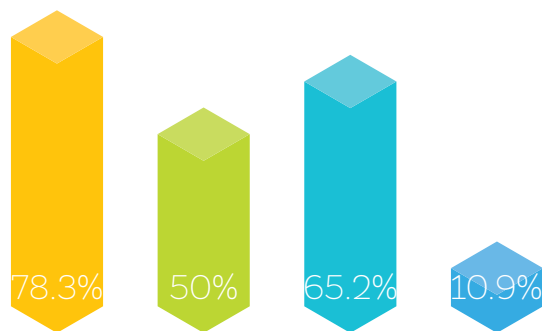
Fuente: ENFE-CIESC, 2013

No respuesta= 1.8%

Operación de programas y estrategias de operación

Opera programas

71.9%



En forma directa, con personal de la fundación

A través de terceros como operadores o contratistas

A través de alianzas

Otra

Fuente: ENFE-CIESC, 2013

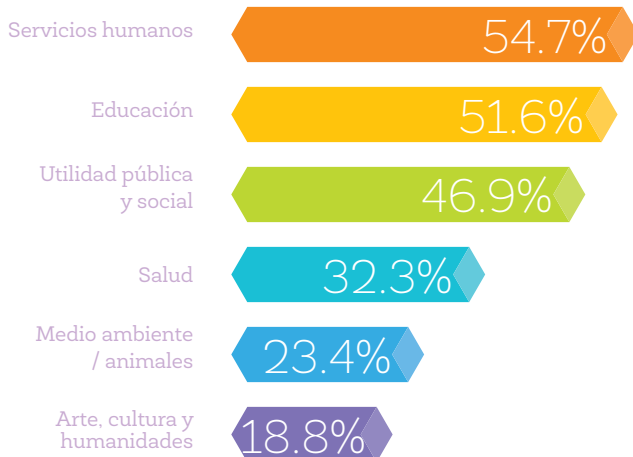
No respuesta= 1.5%

Estrategias, causas y beneficiarios

Las áreas que reciben mayor atención por parte de las fundaciones empresariales en México son los servicios humanos, la educación y la utilidad pública y social. Llama la atención la pequeña proporción de fundaciones que tienen programas de desarrollo comunitario y desarrollo económico empresarial. Estas áreas, como proporción del total de las fundaciones (y no como parte de la cate-

goría 'utilidad pública y social'), representan solamente el 16.9% en el caso de programas de mejoras y desarrollo para la comunidad y únicamente 4.6% en el caso de programas de desarrollo económico empresarial.

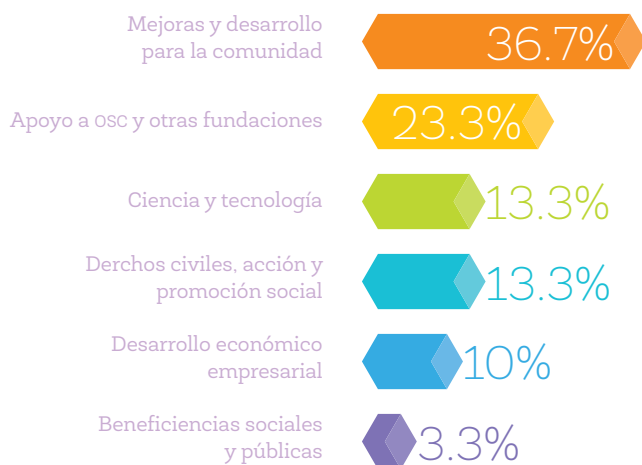
Líneas o áreas programáticas que atiende la fundación



Fuente: ENFE-CIESC, 2013

No respuesta=3.1%

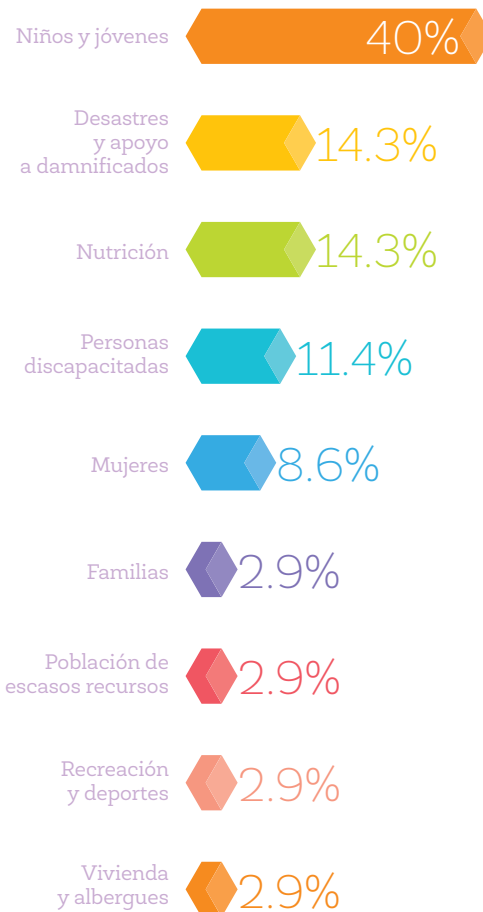
Utilidad pública y social



Fuente: ENFE-CIESC, 2013

N=30

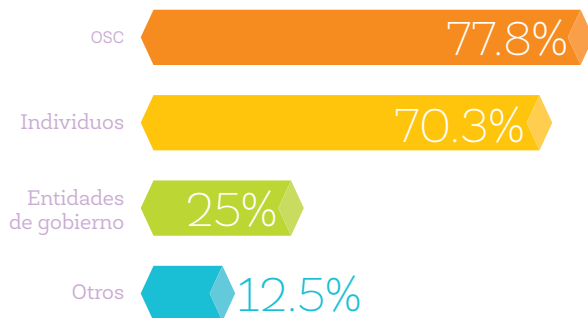
Servicios humanos



Fuente: ENFE-CIESC, 2013

N=35

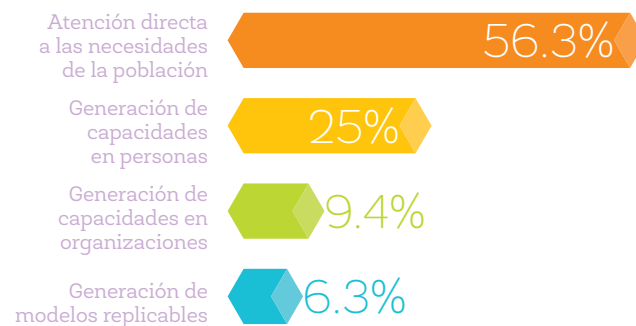
Tipos de beneficiarios



Fuente: ENFE-CIESC, 2013

No respuesta= 1.5%

Objetivos estratégicos de las fundaciones

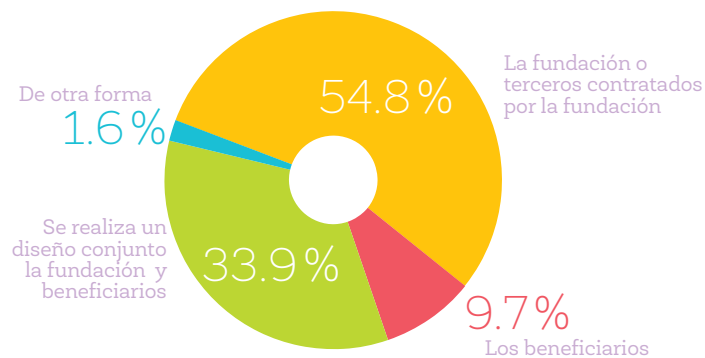


Fuente: ENFE-CIESC, 2013

No respuesta= 1.5%

Los beneficiarios de las iniciativas de las fundaciones son, en orden de importancia, organizaciones de la sociedad civil (osc), individuos apoyados sin intermediarios y entidades de gobierno. La gran mayoría de las fundaciones orienta sus programas a la atención directa de las necesidades de la población. El porcentaje de fundaciones que tiene a la generación de capacidades (individuales u organizacionales) en su horizonte estratégico es bastante menor y aún menor el de quienes orientan sus programas a la generación de modelos replicables. En esta misma línea, se aprecia una todavía escasa participación de los mismos beneficiarios en el diseño de los proyectos en los cuales están involucrados.

¿Quién elabora los proyectos de la fundación?

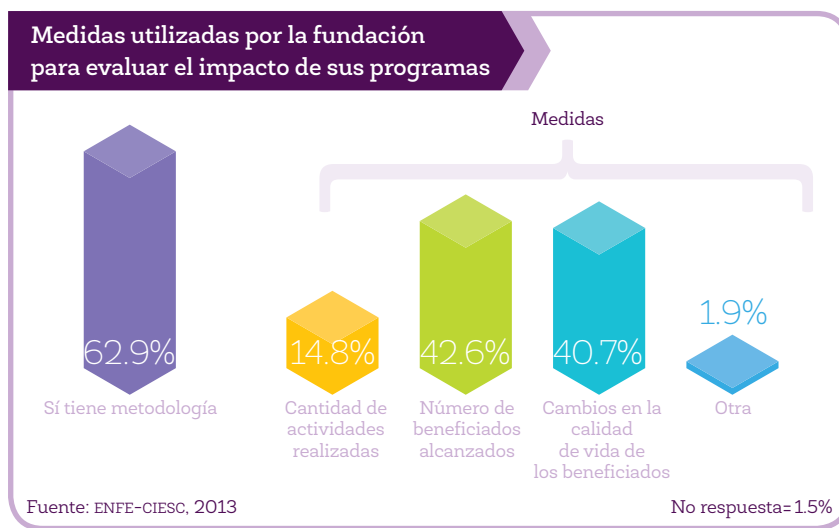
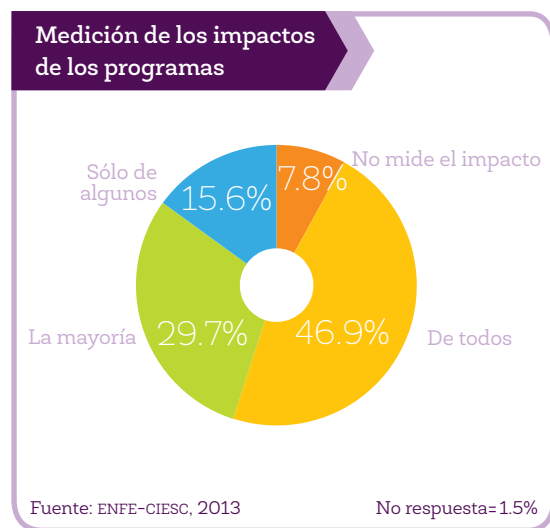


Fuente: ENFE-CIESC, 2013

No respuesta= 4.7%

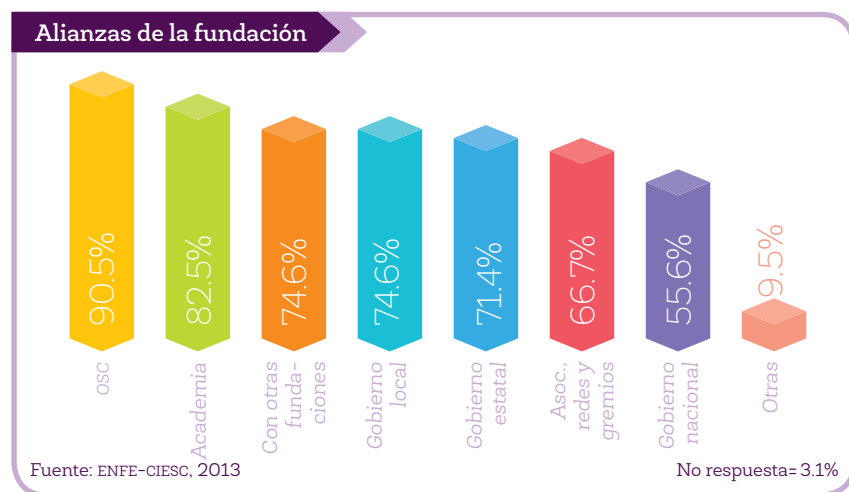
A pesar de que un importante porcentaje de fundaciones dice llevar a cabo actividades de medición de impacto, entre las fundaciones en México es más

común el conteo de actividades realizadas y beneficiarios atendidos que la evaluación de los cambios en la calidad de vida y el impacto propiamente dicho de los proyectos.



En lo que respecta a la colaboración con otros actores las principales alianzas de las fundaciones se realizan con OSC y con la academia. Los gobiernos (local, estatal y federal) constituyen un tercer grupo con el que las fundaciones colaboran frecuente-

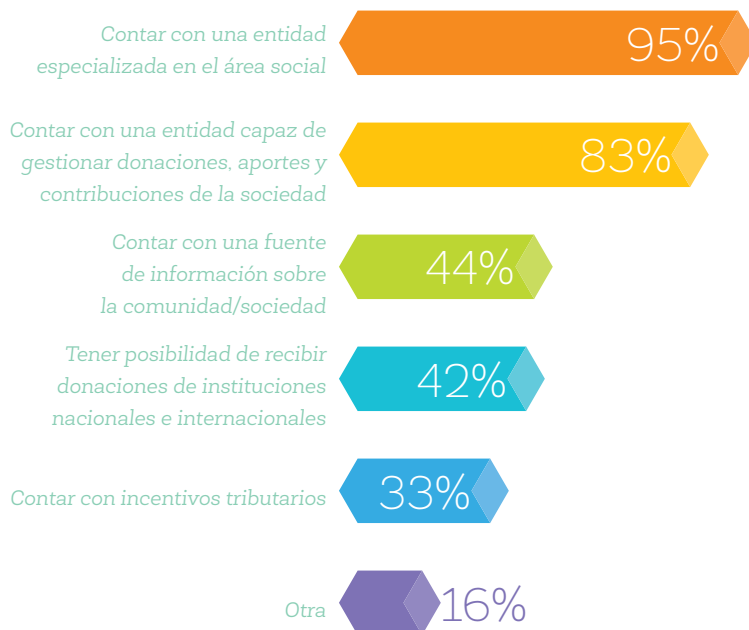
mente para establecer alianzas. Finalmente, en cuanto a la transparencia hacia la sociedad, poco más de la mitad de las fundaciones publica su informe anual en su página de internet. La información que con más frecuencia aparece en estos documentos es la relativa a los resultados y la evaluación de los programas y la financiera.



El eje **fundación-empresa**

En la gran mayoría de los casos las fundaciones fueron creadas para que la empresa contara con una entidad que hiciera las veces de brazo social y para profesionalizar las actividades filantrópicas que ya se desempeñaban. En dos terceras partes de los casos la decisión de crear la fundación fue de la empresa aunque el liderazgo individual también tuvo un peso importante. Esta decisión fue tomada —en la mayoría de los casos— para contar con una entidad especializada en lo social que fuera capaz de gestionar contribuciones que impulsaran el desarrollo de la zona de influencia de la empresa.

Beneficios para la empresa de haber creado una fundación



Fuente: ENFE-CIESC, 2013

No respuesta=1.5%

¿Para qué crear una fundación?



El principal retorno esperado por las empresas que tienen fundación es el apoyo para el desarrollo local de la zona de influencia de la empresa y el segundo, la mejora en reputación.

Retornos que espera la empresa de la fundación



Fuente: ENFE-CIESC, 2013

No respuesta=1.5%

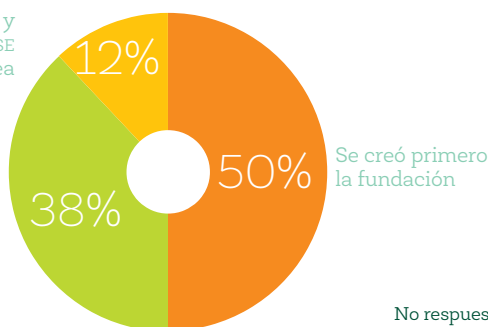
La fundación y la responsabilidad social empresarial

En la mitad de los casos, las fundaciones empresariales mexicanas aparecieron antes de que las empresas hubieran establecido una política de responsabilidad social empresarial (RSE). Las razones principales para crearlas tenían pocos vínculos con la RSE y más con estrategias filantrópicas (crear un brazo social, profesionalizar la filantropía, etc.). Actualmente, las funciones principales de las fundaciones empresariales se relacionan en mayor proporción con las estrategias de RSE, tema que ha ido adquiriendo una importancia estratégica central.

Relación entre el año de creación de la fundación y el año de definición de la política de RSE

Se creó la fundación y se definió la política RSE de manera simultánea

Se definió primero la política de RSE



Fuente: ENFE-CIESC, 2013

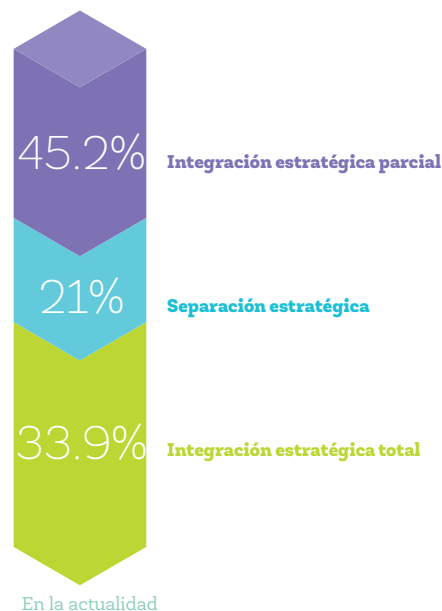
No respuesta=2.3%

Entre las fundaciones empresariales de México —como sucede en otros países de la región— hay una tendencia creciente a la alineación entre la fundación y la estrategia de RSE. Para analizar este fenómeno establecimos tres modelos: (1) integración estratégica total, (2) integración estratégica parcial y (3) separación estratégica. En el primero, empresa y fundación trabajan para garantizar la realización de la política y de la estrategia de sostenibilidad o de RSE y funcionan como dos unidades diferenciadas pero alineadas. En el segundo caso, la fundación se alinea con la estrategia corporativa para algunos programas o la asesora en temas sociales, pero mantiene su autonomía para otros, diseñando y ejecutando sus propias estrategias y programas. En el tercer caso, el equipo de RSE de la empresa se encarga de los temas sociales de dicha estrategia o de sostenibilidad y la fundación de sus propios temas estratégicos. Casi la mitad de los casos de las fundaciones operan con el esquema de integración parcial. Estos, junto a los que operan con un esquema de integración total, equivalen a cuatro veces los que tienen un modelo de separación estratégica total.

Comparación de la relación de las fundaciones con la estrategia de RSE en el origen y actualmente

Actualmente: hace parte de la estrategia de RSE	Origen: ser instrumento de RSE		Total
	No	Sí	
Sí	32.8%	48.4%	81.3%
No	9.4%	9.4%	18.8%
Total	42.2%	57.8%	100%

Tres modelos de relación de la fundación con estrategia de RSE



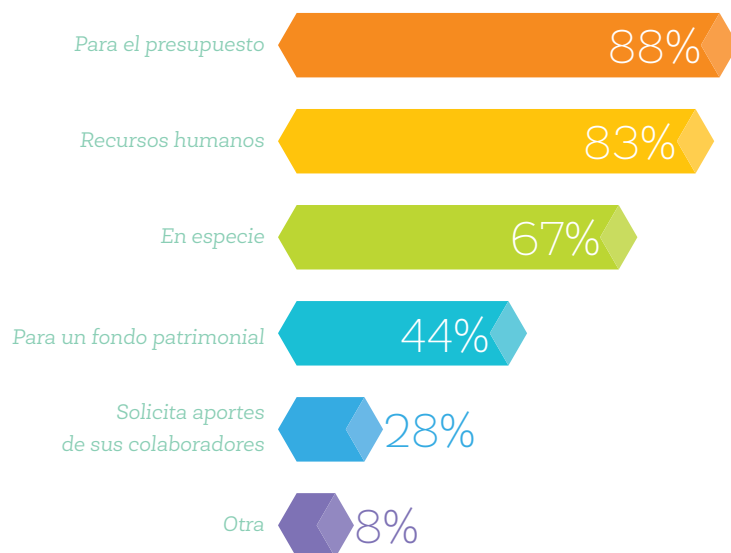
Fuente: ENFE-CIESC, 2013

No respuesta=7.8%

La relación empresa-fundación

En la mayoría de los casos, las empresas mantienen una relación estrecha con sus fundaciones y las dimensiones más importantes de ésta son los recursos y el gobierno de la fundación. En cuanto a la primera, los recursos que más le aportan las empresas a sus fundaciones son los de carácter económico y humano. En cuanto a la segunda, la mayoría de los integrantes de los órganos directivos de las fundaciones pertenece a la empresa que las originó. En los casos en los que existe un comité asesor, la mitad de los miembros de éste están vinculados a la empresa. En general, la participación de elementos externos en la dirección y orientación de las fundaciones empresariales es bastante baja.

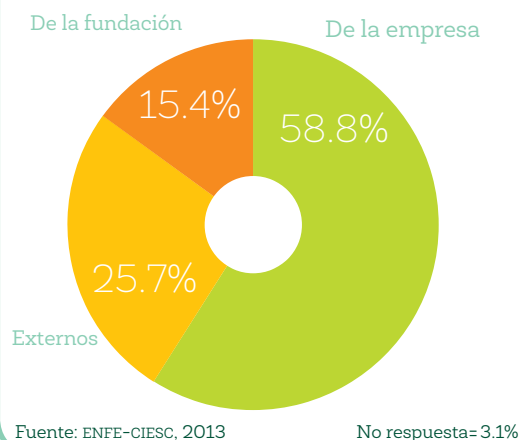
Tipo de recursos que aporta la empresa a la fundación



Fuente: ENFE-CIESC, 2013

No respuesta= 6.2%

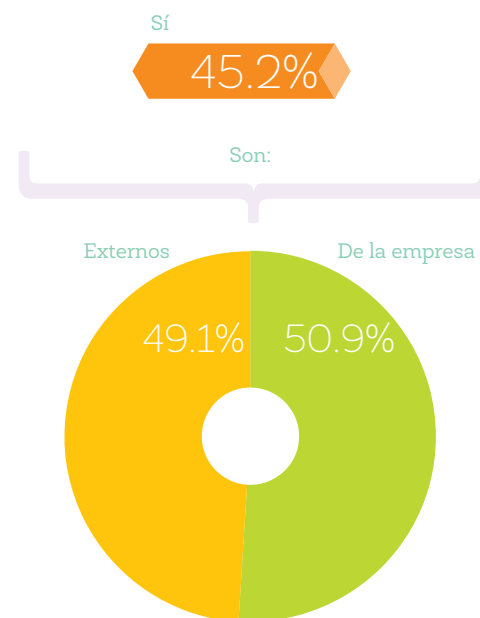
Pertenencia institucional de las personas que conforman el consejo ejecutivo o la junta directiva de la fundación



Fuente: ENFE-CIESC, 2013

No respuesta= 3.1%

Existencia de comité asesor en la fundación y pertenencia institucional



Fuente: ENFE-CIESC, 2013

No respuesta= 4.6%

La comunicación entre fundación y empresa es bastante fluida y se da especialmente con el objetivo de compartir información sobre actividades y resultados.

Comunicación formal de la fundación hacia la empresa, frecuencia y objetivo de la comunicación

Comunicación formal de la empresa hacia la fundación **98.4%**

Objetivos de la comunicación

Informar sobre los programas y proyectos **96.8%**

Informar sobre las actividades de la fundación **93.4%**

Informar sobre los resultados de la fundación **88.9%**

Motivar a los voluntarios de la empresa **44.4%**

Otra **11.1%**

Frecuencia de la comunicación

Diaria **8.1%**

Semanal **27.4%**

Quincenal **3.2%**

Mensual **24.2%**

Bimestral **6.5%**

Trimestral **21%**

Cuatrimestral **0%**

Semestral **6.5%**

Anual **3.2%**

No respuesta= 3.1% (fundación) y 4.6% (empresa)

Fuente: ENFE-CIESC, 2013

Conclusiones generales

Las fundaciones empresariales en México son un pequeño pero muy influyente grupo dentro del amplio campo de la inversión social privada. Sus aportes en recursos humanos, financieros y programas son muy importantes para el país, pero existe un gran campo de oportunidad para hacer más efectivo su contribución social. La creación de un foro de aprendizaje de fundaciones empresariales

contribuiría de manera importante a facilitar el encuentro, intercambio y reflexión de las fundaciones con sus pares, para conjuntamente aprender y mejorar la efectividad de sus intervenciones.

Resumen ejecutivo

Con el apoyo de:



FUNDACIÓN MANUEL ARANGO

