

UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO

Facultad de Ciencias Empresariales

Departamento de Administración y Auditoría



MEMORIA PARA OPTAR A TÍTULO DE CONTADOR PÚBLICO Y AUDITOR

“Análisis Empírico sobre Divulgación de Información Financiera a través de Internet realizada por Organizaciones sin Fines de Lucro en Chile”

ALUMNOS : YENY GONZALEZ H.
DANIELA VEGA G.

PROFESOR GUIA: FERNANDO MORALES P.

CONCEPCION, 2008

AGRADECIMIENTOS

En primer lugar a Dios por ayudarme en estos cinco años y por darme la bendición de convertirme en profesional.

A mis padres por darme su constante apoyo, aliento y valores para convertirme en lo que soy.

A mis hermanos Luis, Abraham y Juan Carlos, por creer en mí y brindarme todo su apoyo sin importar las circunstancias.

A mi compañera de Tesis y amiga: Daniela por haberme dado la oportunidad de trabajar con ella y haber compartido todos estos años de universidad.

A mi amiga Denisse por ser mi compañera fiel en todos estos años y por brindarme su amistad sincera.

A mi familia y amigos por su apoyo constante y por su cariño.

A todos mis profundos agradecimientos.....

Dedicada especialmente a :
Ada Elena González Hermosilla
(Q.E.P.D)
Yeny González Hermosilla

Sinceramente agradezco a Jehová por haberme brindado la oportunidad de pasar parte de mi vida en la Universidad, ella me otorgo gratos y estresantes momentos, además me dio la oportunidad de cultivar amistades imborrables, me brindo la dicha de ser profesional y también fue en ella donde conocí a mi actual esposo, mi gran amor.

Agradezco a mi madre por darme su apoyo y ánimo incondicional en este sueño que emprendí, sin ella nada hubiese sido posible como también a mi hermana por brindarme su ayuda sin límites en todo lo que deseaba sin importar el costo y a todos mis familiares por estar junto a mí.

Agradezco a Eilen, Jenny y Denisse por brindarme su amistad y cariño sincero, también a Jacqueline y Susana por compartir con ellas gran parte de los momentos vividos por los rincones de la Universidad cultivando nuestra amistad y por último a ti Yeny mi amiga tesista, por estar juntas siempre brindándonos apoyo y por concretar este sueño juntas, a todas ellas les doy gracias por ser mis amigas.

Por último a Ricardo, por ser mi compañero, amigo, cómplice y esposo, gracias por todo.

A todos ellos les debo muchísimo.

Daniela Vega Gómez

Le damos las gracias a nuestro Profesor Guía Don Fernando Morales, por darnos su apoyo en esta etapa final Universitaria, gracias por corregirnos, ayudarnos y exigirnos en nuestro proyecto de título, sin usted este producto no hubiese sido igual.

Daniela y Yeny

INDICE

Introducción.....	006
Capítulo I: Referencias Bibliográficas.....	009
1.1 El uso de Internet por las Organizaciones Sin Fines de Lucro.....	009
1.2 Rendición de Cuentas y Transparencia de las Organizaciones de la Sociedad Civil (Fundación Soles, Chile).....	013
Capítulo II: Las Organizaciones sin fines de lucro y su expansión en Chile y el mundo.....	016
2.1 Antecedentes sobre el origen de las Organizaciones Sin Fines de Lucro.....	016
2.2 Diversas definiciones y características relevantes de las Organizaciones Sin Fines de Lucro (OSFL).....	018
2.3 Los distintos tipos de clasificación de las Organizaciones Sin Fines de Lucro..	020
2.4 Chile y su relación con las Organizaciones Sin Fines de Lucro.....	023
2.5 La Responsabilidad Social y su relación con las Organizaciones Sin Fines Lucrativos.....	032
2.6 Antecedentes generales referidos a la Contabilidad de las Organizaciones Sin Fines Lucrativos.....	033
Capítulo III: La transparencia informativa: Parte de una estrategia organizacional.....	035
3.1 Concepto de Transparencia Organizacional.....	035
3.2 Divulgación voluntaria de Información.....	036
3.3 Transparencia en las Organizaciones Sin Fines de Lucro.....	039
3.4 Accountability o Rendición de Cuentas en las OSFL.....	042
3.5 Auditoria Social.....	045
Capítulo IV: Internet como medio de divulgación Financiera.....	049
4.1 Las soluciones Tecnológicas: una ayuda necesaria para las Organizaciones.....	049
4.2 Internet en Chile.....	050
4.3 Internet. Una ventana al Reporting Financiero.....	053

4.4 Internet: herramienta de captación de Fondos para Organizaciones Sin Fines de Lucro.....	055
Capítulo V: Metodología Aplicada en el desarrollo de la investigación sobre las OSFL.....	060
5.1 Objetivo General y Objetivos Específicos del análisis sobre divulgación financiera en Internet por las organizaciones Sin Fines de Lucro.....	060
5.2 Índice a utilizar para el cálculo en uso de Internet por las Organizaciones Sin Fines de Lucro.....	062
5.3 Cálculo de los índices analizados en la investigación.....	063
5.4. Análisis estadísticos aplicados en la investigación.....	064
Capítulo VI: Análisis de los resultados extraídos mediante los datos muestral en relación a las OSFL.....	066
6.1 Resultados estadísticos de la investigación.....	066
6.2 Resultados específicos obtenidos por cada Organización Sin Fin de Lucro.....	067
6.3 Análisis descriptivo por cada ítem investigado a través de los Sitios Web.....	069
6.3.1 Divulgación de información sobre los Antecedentes Básicos entregados por las Organizaciones Sin Fines de Lucro.....	069
6.3.2 Divulgación de Información sobre los antecedentes que las Organizaciones Sin Fines de Lucro entregan a los Usuarios Externos.....	072
6.3.3 Análisis sobre los aspectos relativos a la navegabilidad, diseño y accesibilidad de la página Web, en las Organizaciones Sin Fines Lucrativos.....	074
6.3.4 Divulgación de Información Financiera en las Organizaciones Sin Fin de Lucro.....	077
6.4 Resultados Encuestas Vía E-mail y Personales.....	082
Conclusiones.....	089
Referencias Bibliográficas.....	092

Anexos:	095
Anexo N° 1: Cuadro Comparativo de recomendaciones sobre el uso de internet como herramienta de divulgación de Información Financiera a nivel mundial.....	096
Anexo N° 2: Clasificación Internacional De Las Organizaciones Sin Fines de Lucro.....	098
Anexo N°3: Agrupación de países comparados con Chile en relación a Organizaciones Sin Fines de Lucro.....	100
Anexo N° 4: Estrado de Actividades al 31 de diciembre de.....”.....	101
Anexo N°5: Estado de Flujo de Efectivo.....	102
Anexo N°6 : Notas Explicativas.....	103
Anexo N°7: Listado de Chequeo a considerar en la muestra.....	106
Anexo N°8: Cuestionario de Preguntas a Organizaciones Encuestadas.....	108
Anexo N°9 : “Paso a Paso de divulgación de Información, Sitio Web Teletón”.....	110

INTRODUCCION

Chile es un país en el cual la distribución de la renta es cada vez más desigual, la brecha entre “ricos y pobres” es muy amplia. Es por ello que el Estado trata de realizar sus mayores esfuerzos por eliminar esta desigualdad, pero sin lugar a dudas no alcanza a solventar todas las necesidades de las personas.

Como consecuencia al problema descrito anteriormente nacen las Organizaciones Sin Fines de Lucro (OSFL), cuyo fin es ayudar a las personas en sus necesidades básicas. En este tipo de organizaciones se cuentan Fundaciones, Corporaciones, Asociaciones Gremiales, Sindicatos, Juntas de Vecinos y Organizaciones Comunitarias, Cooperativas y Otras Instituciones cuyo objeto no es el lucro económico.

El Servicio de Impuestos Internos define a estas Organizaciones Sin Fines de Lucro (OSFL), como entidades que no tienen como objetivo el lucro económico; esto es que a diferencia de las empresas, los ingresos que generan no son repartidos entre sus socios, sino que se destinan a su objeto social.

Por tanto estas Fundaciones o Corporaciones para poder financiar sus propuestas o Proyectos recurren a Colectas Anuales, Donaciones, Cuotas de Socios, etc., en las cuales la mayoría de las personas hemos participado alguna vez.

Actualmente en nuestro país existe controversia frente a algunas Fundaciones que han sido objeto de escándalos públicos como son: la Sociedad Protectora de Animales, la cual recibía aportes de la comunidad por cuidar de los animales que mantenía dentro de la Protectora.

Otra de las Fundaciones que ha sido objetada públicamente es la Fundación “Regazo del Artista” la cual recibió como aporte aproximadamente \$100.000.000.- de parte del Estado, sin embargo todavía no abre sus puertas y lo que es peor no se ve una fecha clara de apertura.

Podemos agregar también en el listado a la Corporación del Niño Agredido, en la cual su fundador desviaba los fondos obtenidos en colectas o cuotas de socios a su cuenta corriente.

Lamentablemente estos casos no hacen más que dañar la imagen que posee la Sociedad de las Organizaciones Sin Fines de Lucro, aunque se debe destacar que existen Fundaciones o Corporaciones que son un modelo a seguir en cuanto a la Transparencia Corporativa que realizan.

Debido a la Importancia de los Fondos que son recaudados por dichas Organizaciones, nace la inquietud de analizar si tales entidades son llanas a revelar sus informes financieros hacia la comunidad o si las Personas donatarias se preocupan o les interesa saber el destino de los fondos que han entregado a su Fundación a través de una manera fácil y cada vez más masivo canal, como es Internet.

La presencia de Internet en nuestro país crece considerablemente, según un artículo del Diario El Sur, publicado recientemente, Chile se encuentra liderando el consumo de Internet a nivel Latinoamericano, por encima de Brasil, Puerto Rico y Argentina.

Pero la pregunta que nos debemos hacer es que a pesar que somos el país con mayor consumo de Internet, ¿se aprovecha esta vía de comunicación por parte de las Organizaciones para revelar información Financiera?

Según Koc y Sanz (2006), Las ONLs comúnmente reciben donaciones privadas y/o públicas, por eso podríamos considerar importante que toda persona pueda conocer la forma en que se gestionan, los proyectos y actividades en los que intervienen, el origen y uso de los fondos. En estos momentos, la forma más sencilla, económica y rápida que puede utilizar una entidad para llegar a toda la población es a través de Internet. Si la entidad quiere ser transparente con la sociedad, este es el medio idóneo.

Debido a las razones antes expuestas hemos considerado realizar esta Investigación a fin de saber cuál es la realidad Chilena frente a la tendencia de "Transparentar" a las Organizaciones, para ello hemos considerado una gama de puntos importantes a tratar y a tener en cuenta.

Comenzaremos en el Capítulo I con una Revisión Bibliográfica a diversos autores que se han preocupado de la divulgación de Información Financiera en Internet. Se revisarán

autores de diversas nacionalidades a fin de conocer la diversidad de opiniones frente al tema en cuestión.

En el Capítulo II se analizará el marco teórico de las Organizaciones Sin Fines de Lucro (OSFL), su realidad actual en Chile, características de este tipo de Fundaciones o Corporaciones, requisitos de constitución, Legislación Vigente, sus clasificaciones, las normas contables que le son aplicadas, etc.

En el Capítulo III se revisará el marco teórico de la Transparencia y Divulgación de Información, se describirán las tendencias que actualmente se están llevando a cabo mundialmente, términos como accountability, auditoría sociales, capital social, responsabilidad social, serán tratados y clarificados.

En el Capítulo IV se revelará la situación de Internet en Chile comparada con índices mundiales, las ventajas de poseer una página Web, como también las limitaciones y algunas recomendaciones sobre el buen uso de esta vía de comunicación por parte de las Organizaciones.

En el V Capítulo se describirá la metodología aplicada a esta Investigación, la extracción de datos, para obtener información acerca de las OSFL, la forma de tratar los datos y de agruparlos, análisis estadístico, etc.

En el capítulo VI, se mostrarán los resultados obtenidos de la exploración en sitios Web de las organizaciones como también de encuestas que le fueron aplicadas a estas.

CAPITULO I: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1.1 El uso de Internet por las Organizaciones Sin Fines de Lucro.

Son múltiples los trabajos previos que se pueden encontrar referidos a las Organizaciones Sin Fines de Lucro, creemos que ello se debe al fuerte impacto que tales tienen en la comunidad, tanto de nuestro país como del mundo entero. Sabemos que diariamente se crean en diversas partes sociedades lucrativas como no lucrativas y tal como su nombre lo indican las primeras dicen relación con el fin de generar ganancias económicas por su gestión, las que son distribuidas entre sus asociados. Sin embargo, las segundas, se relacionan con la ayuda social para lo cual fueron creadas, por ende, los beneficios económicos que ellas obtienen en un período determinado lo vuelven a reinvertir en su misma sociedad, es por este motivo que dichas sociedades son interesantes analizarlas, tanto para nosotras como para diversos autores.

Al respecto Fullana (2001), indica que el objetivo de los estados financieros de las O.S.F.L, es entregar información que satisfaga los intereses comunes de donantes, miembros, acreedores y otros que suministran recursos a estas entidades (usuarios externos). Dichos Intereses Comunes, para los usuarios externos de los estados contables consisten en determinar: 1. Los servicios proporcionados por la entidad y su capacidad para seguir proporcionándolos; 2. La manera en que los gestores de la entidad desempeñan sus responsabilidades y otros aspectos de su actuación.

Por su parte Arnau (1999) al estudiar la normalización contable de estas organizaciones, menciona que el principal usuario de la información contable proporcionada por dichas entidades hasta fechas muy recientes, era el órgano encargado del registro y fiscalización de la información contable presentada por tales entidades. Además afirma en su estudio, que por tal motivo, la contabilidad de esas entidades se ha centrado en la rendición de cuentas, ya que muchas de ellas se financiaban con aportaciones públicas y debían justificar su destino. Afirma en su análisis, que la evolución en los últimos años de tales entidades ha ampliado el número de usuarios de la información contable, encontrándose entre ellos actualmente los donantes de recursos, usuarios de los servicios prestados, acreedores, sociedad en general y ya no basta cumplir con la legalidad, sino que además de transparencia se necesita claridad en el uso de los recursos, exigiendo que estos se

hayan utilizado de forma eficiente y eficaz, buscando no una rentabilidad económica pero si una rentabilidad social.

Dicha afirmación compatibiliza con lo mencionado por Moneva y Bellostas (2006), quienes indican que la principal respuesta de las O.S.F.L. a sus partícipes es la rendición de cuentas, definida como el deber de proporcionar cuentas, no necesariamente financieras, o tener en consideración aquellas acciones de las que es responsable. Además aclaran que existen tres partícipes a los que las O.S.F.L deben rendir cuentas, los cuales son: los proveedores de recursos, los beneficiarios de los servicios y la propia organización, representada en este caso por todo el staff. En su trabajo ellas concluyen con un respaldo de un 97.55% (según encuestas aplicadas) que las O.S.F.L deben rendir cuentas a sus partícipes, para satisfacer las demandas de estos, por tanto afirman que estas organizaciones al igual que las entidades lucrativas, también parecen estar sujetas a la rendición de cuentas de sus actividades.

Por su parte, Barrantes y Ruiz (2006), en su estudio sobre el control de la gestión de las Organización Sin Fines de Lucro, indican que dichas Organizaciones pueden adoptar cualquier forma jurídica no mercantil, además que existen bajo una combinación de condiciones ideológicas, interviniendo en su estructura organizacional en gran medida el voluntariado; agregan que en las actividades de estas entidades su financiamiento puede provenir de fondos públicos o privados, institucionales o particulares, sin que ello llegue a afectar su independencia como persona jurídica y por último agregan que el objetivo común de “no beneficio”, sino la satisfacción de necesidades sociales, condiciona el análisis de la gestión, el control y la información contable de estas entidades.

Los cuatro estudios analizados anteriormente coinciden en que dichas organizaciones deben dar a conocer la distribución de sus fondos; ya que dicha información debe ser de conocimiento público para todos los ciudadanos de una localidad y saber de esta manera en que se invierten dichas utilidades.

Relacionado con lo anteriormente expuesto, resulta interesante preguntarse, si dichas entidades al no estar obligadas a rendir cuentas, ¿pueden hacerlo voluntariamente? y ¿cuál sería el medio más adecuado de divulgar dicha información financiera?. Al respecto han sido bastantes los trabajos y estudios relacionados con las interrogantes planteadas,

entre ellos destaca Abad, Bravo, Trombetta (2005), quienes indican que la revelación de información financiera es un instrumento fundamental para las compañías para mejorar el proceso de comunicación con los usuarios externos. Indicando a la vez que la divulgación de información es clave para el funcionamiento eficiente de los mercados. Dicen además que en los últimos años han habido cambios en la naturaleza de los negocios, las necesidades informativas de los usuarios han evolucionado, lo que conlleva al planteamiento de nuevos modelos de información.

La revelación voluntaria ha sido un área de investigación desde los años sesenta del siglo pasado, es por esto que Bonsón, Escobar y Flores (2006) mencionan en su estudio que al margen de la información suministrada por los organismos oficiales, las empresas están empezando a facilitar por iniciativa propia información de negocio a través de Internet para satisfacer las demandas informativas de todos aquellos que estén interesados en la evolución de la misma.

Referido a la divulgación de información, resulta interesante mencionar lo que afirma Saitua (2005), al concluir que no hay razón para creer que las revelaciones divulgadas representan toda la información de la que dispone la empresa. Es más, indica que las empresas al elegir revelar parte (no toda) de la información, han tomado su decisión tras haber considerado cuidadosamente qué información revelar. En contraste con el modelo que considera una única señal, si consideramos la existencia de múltiples posibles señales, la empresa no sólo ejerce la discreción para decidir la revelación frente a la no revelación, sino que además la ejerce sobre qué señales debe seleccionar para revelar. Es por eso que se puede afirmar lo siguiente “Así como se puede comunicar información, también se puede ocultar”, eso provoca que la comunicación sea intangible, siendo esa característica difícil o imposible de cuantificar, por esto su valor está sustentado y traducido en la confianza que transmite.

Por su parte, una de las herramientas más útiles, prácticas y fáciles de divulgar información es Internet, así lo confirman diversos autores. Unos de ellos son Serrano, Fuertes (2003) quienes afirman lo siguiente: Cada vez más empresas divulgan información financiera en Internet, ya que otorga fabulosas posibilidades multimedia para presentar los datos, capacidad para llegar a todos los públicos y acceso a un mayor volumen o profundidad de la información. Así también lo afirma Gandía (2000), quien

sostiene que el desarrollo de Internet está revolucionando el proceso de difusión de la información financiera, ya que está incrementando exponencialmente la audiencia de sus potenciales usuarios, así como alterando la estructura y contenido de los "tradicionales" estados financieros con el fin de adecuarlos a las necesidades informativas actuales.

El código de buenas prácticas de AECA, sostiene lo siguiente referido al uso de Internet: es un vehículo para divulgación de información financiera. Puesto que la tecnología dominante de codificación, almacenamiento y recuperación de la información, ha codificado el grado de desarrollo y progreso económico, científico y cultural de la sociedad, el siglo XXI, se caracteriza por la aplicación y desarrollo de importantes avances tecnológicos en materia de procesamiento y transmisión de la información que han contribuido al nacimiento y extensión de la llamada < sociedad de la información>, afirma.

Resulta interesante mencionar a su vez que la divulgación de información sobre intangibles en Internet posee características definitorias: 1. El saber, ya que no se trata de un único medio de comunicación sino más bien un conjunto de medios que, utilizando un mismo canal físico de transporte, ofrece diversas alternativa, 2. El lema de Internet es el acceso de todos a toda la información en todo momento y en cualquier lugar, es de acceso universalizado y su costo es nulo o totalmente despreciable, este código sostiene. Otros autores como son Baeza y Callao (2006) indican que Internet ha revolucionado las formas tradicionales de comunicación que tienen las empresas, atrás han quedado las cartas certificadas, los fax y el teléfono. Además indican que es una estrategia comunicacional de la empresa para atraer nuevos inversores, donde la publicación de información es voluntaria, según el criterio propio de los directivos o siguiendo algún código de buenas prácticas. Un dato, continúan, si es útil para el receptor se convierte en información. Si esta información se transmite constantemente, se convierte en comunicación. La necesidad de comunicar ha existido siempre y en estos tiempos ha experimentado una evolución importante. El hecho de que se revele completamente la información es llamado como el principio de revelación total, el que se da cuando las empresas que tienen información desfavorable no tienen interés en revelarla y sólo mostrarán aquella obligatoria, mientras que las que tienen información favorable lo harán sin problemas.

Esto último concuerda con lo afirmado por Gandía (2006) donde indican que el proceso de comunicación de la información financiera esta evolucionando debido a la utilización de Internet como canal de distribución alternativo. Este nuevo medio permite múltiples posibilidades para mejorar dicho proceso e introduce un nuevo concepto: la información financiera digital. Con él se pretenden superar las limitaciones del modelo tradicional de divulgación, basado en el papel como soporte físico habitual para establecer el vínculo, ya que permite el uso de un amplio abanico de herramientas hiper-media que auguran mejoras en los contenidos de la información financiera. De esta forma, mencionan que se incrementa el flujo informativo y la utilidad de los datos para una cada vez más multimillonaria audiencia potencial de usuarios.

1.2 Rendición de Cuentas y Transparencia de las Organizaciones de la Sociedad Civil (Fundación Soles, Chile)

Desde 1993, Fundación Soles ha incorporado a sus áreas de trabajo la promoción y fortalecimiento de la sociedad civil chilena, teniendo como objetivo la investigación, difusión y promoción de temáticas que apuntan a nuevas formas de convivencia y participación social. Además, ha sido pionera en observar la importancia y establecer conexiones con el sector empresarial y estatal.

Esta Organización realizó un informe sobre Rendición de cuentas y transparencia de las Organizaciones de la Sociedad Civil, que se basaba en investigar sobre las percepción de las distintas Organizaciones interesadas tras una OSFL, como son las Organizaciones fiscalizadoras del Estado, Organizaciones que donan a las OSFL, los beneficiarios de los servicios que brindan las OSFL y también las mismas Organizaciones de la Sociedad Civil. Una de las partes que más nos interesan por la cercanía a nuestro tema de investigación es la revisión de sitios Web por parte de tal fundación, la cual tomó organizaciones sociales chilenas, ya sean del mundo de las organizaciones de la sociedad civil o del mundo estatal, o mundo empresarial, siendo su objetivo analizar la observación que se hace del tema de la rendición de cuentas y de la transparencia de ellas.

Como resultado de la extracción de datos desde las páginas Web, el estudio concluyó que de las 36 organizaciones revisadas, cuatro no presentan sitios Web, de esas cuatro, tres aparecen nombradas por otras organizaciones, ya sean éstas de la sociedad civil o estatal, de esta manera sólo una organización no pudo ser rastreada por Internet. De las 35 organizaciones rastreadas en Internet 15 de ellas no presentan ningún tipo de información con respecto al tema de rendición de cuentas, ya sea de uso de gastos, muestra de resultados, o temas relacionados con la transparencia. De las 20 organizaciones que presentan algún tipo de información, sólo tres de ellas clarifica el uso de los gastos, y los resultados alcanzados; cinco de ellas muestra cuentas públicas, cuadros con las finanzas y los gastos, o fuentes de financiamiento; seis muestran los resultados o describen las actividades que se han llevado a cabo. Finalmente seis de ellas hacen referencia al tema a través de noticias en las que se menciona la importancia de la transparencia o se refieren a meros nombramientos de las actividades o los gastos, sin un respaldo de ellos.

Así se ve que sólo las tres organizaciones que muestran el uso de los recursos y los logros alcanzados por sus actividades, se insertan en la definición que el sector de las organizaciones sociales de la sociedad civil, va a tener de rendición de cuentas. Esto corresponde al 8,5% de la muestra. Por otro lado, destaca la enorme variedad de métodos que se utilizan para dejar constancias de los movimientos financieros, como de los resultados obtenidos. Finalmente el 42.8% de las organizaciones revisadas en Internet no da ningún tipo de información con respecto al tema de la rendición de cuentas o de la importancia de la transparencia. Mientras la mayoría de las organizaciones que presentan algún tipo de información no cumplen con la información esperada.

Entre los principales hallazgos del estudio se pueden mencionarse los siguientes:

- ◆ **Concepto:** Existe una observación del proceso de rendir como algo más allá de lo relacionado con los dineros, cumpliendo en la sociedad el rol de exigir de ellas más ética, es decir, que tengan coherencia entre lo que dicen y lo que hacen.

- ◆ **Imagen:** proyectan una imagen negativa o nula ya que no visibilizan al interior del sistema social. Hay más visibilización en el sector estatal y el empresarial, ya que con ellos existe una relación de transparencia basada en las rendiciones de cuentas.

- ◆ **Audiencias:** Existe un consenso en observar a los destinatarios como los agentes que les donan sus recursos, ya sean estos estatales o privados. Además hay una preocupación por rendir hacia los beneficiarios, puesto que se relaciona directamente con la ética que constituye a las OSC .
- ◆ **Mecanismos:** Los principales mecanismos de rendición de cuentas observados son por el marco legal, a través del Ministerio de Justicia, además de mecanismos para rendir a los donantes, como Informes anuales, boletines y uso de sitios Web.
- ◆ **Marco Legal:** quienes favorecen la participación de la sociedad civil y de las organizaciones no gubernamentales, son los siguientes: Ley de Probidad, Normas de Contratación Pública, Las Oficinas de Información, Reclamos y Sugerencias, Ley de Gastos Reservados, Ley de Financiamiento de los Partidos Políticos, Comisión Especial Mixta de Presupuesto, Proyecto de Reforma Constitucional que Incorpora la Institución del Defensor del Ciudadano. Finalmente en materia de legislación sobre las organizaciones sociales de la sociedad civil, se esta discutiendo el proyecto de Ley de Participación Ciudadana, que establece la creación de un Registro Nacional de Organizaciones Sociales de Interés Público y de un Fondo de Desarrollo de la Sociedad Civil.
- ◆ **Obstáculo:** se dan por la rigidez del marco legal y por elementos culturales presentes en el país. También por la ausencia de un mecanismo común consensuado entre las OSC.
- ◆ **Buenas Prácticas:** Destaca Chile transparente, capítulo chileno de Transparencia Internacional, cuyo objetivo es consolidar una cultura de transparencia y probidad.
- ◆ **Lecciones aprendidas:** el tema de rendir cuentas es de suma importancia, pero la discusión sobre cuál va a ser el proceso está en auge. Lo que más importa es respetar la estructura de dichas organizaciones, su carácter diverso, autónomo, con objetivos destinados hacia otros, planteando la necesidad de funcionar como un todo para poder generar esta propuesta, de la cual no sólo se benefician ellas ganando en visibilidad y credibilidad, sino que la sociedad civil en su totalidad ya que se fortalecería la ciudadanía al hacerse cargo de determinadas prácticas.

CAPITULO II: LAS ORGANIZACIONES SIN FINES DE LUCRO Y SU EXPANSIÓN EN CHILE Y EL MUNDO.

2.1. Antecedentes sobre el origen de las Organizaciones Sin Fines de Lucro

Las Organizaciones Sin Fines de Lucro (OSFL) existen en todo lugar, no escapan de ellas ningún país ni rincón del mundo, sin embargo, hasta hoy en día no se ha logrado encontrar ni definir una fecha concreta en que surgieron.

Bien se sabe que este tipo de organización no son un invento y al respecto Soldevilla P, Roca E. (2006) indican que las primeras organizaciones con estas características surgieron en la China Antigua con la aparición del budismo, mencionan que en ese entonces no estaban constituidas como organización formal, pero sí poseían el perfil de actividad voluntaria y social que han desarrollado hasta ahora. A la vez estas autoras indican que en la China Antigua la aparición de dicha sociedad coincide con la surgida en Japón el año 1829, llamada en ese entonces como la "Sociedad de la Gritud", por su objetivo de ayuda al que estaba dirigido. Resulta interesante indicar que si estas organizaciones tuvieron un origen asiático, ellas surgieron casi un siglo antes de la primera fundación americana. Otro indicio esta relacionado con un surgimiento africano, ya que al tener el objetivo de ayudar a los pobres se puede considerar que los orígenes de las Organizaciones Sin Fin de Lucro o No Lucrativas o Sin Animo de Lucro (como son denominadas en otros países) son más antiguos, en la civilización egipcia donde desarrollaron un código legal que alentaba a las personas a ayudar a los demás, además en la India de aquella época se daba facilidades medicas para los pobres, según comentan Soldevilla P, Roca E. (2006).

Todos tenemos conocimiento, tanto a nivel nacional e internacional, que hoy en día estos tipos de entidades son consideradas como unas de las instituciones más influyentes y poderosas de la sociedad actual. Las razones para argumentar lo anteriormente planteado pueden ser variadas, entre ellas podemos destacar su prospera economía, se desarrollan y desenvuelven en sociedades democráticas y lo más importante es que poseen un papel fundamental en la sociedad tanto para su desarrollo y crecimiento. Cubren actividades inimaginables como por ejemplo: salud, bienestar, investigación, educación, religión, servicios sociales y asociaciones profesionales. Conforman este

grupo Fundaciones, Asociaciones, Hospitales, Colegios y Org. Políticas. Además debemos admitir que todas las personas deseamos tener una buena salud, un buen bienestar, accesibilidad a educación de calidad, lograr servicios humanitarios, mejorar el medioambiente y tener esparcimiento cultural para así mejorar el mundo en el que vivimos, es por eso que todos los ciudadanos esperamos que estas organizaciones no trabajen para obtener beneficios económicos, como es el objetivo de las empresas normalmente constituidas.

Al considerar lo anterior, resulta interesante meditar en el incremento y aprobación que han tenido tales entidades durante la historia, es así como han surgido múltiples teorías sobre dicha materia y crecimiento de estas organizaciones dentro de un tiempo definido, una de ellas es la afirmación de Soldevilla P, Roca E. (2006), las que argumentan en los tres puntos siguientes la respuesta a tal inquietud.

- ◆ Afirman que existen un **Criterio sobre el estado de bienestar**, el que se relaciona cuando el estado debe dar respuesta a un problema social otorgando servicios a la comunidad y al existir inoperancia del sector público surge la iniciativa privada con las asociaciones de grupos como de voluntarios, o entidades de todo tipo que están dispuestas a sustituir la función del sector público y ayudar de esta manera al estado.
- ◆ La siguiente teoría esta relacionada con la **Crisis del desarrollo** provocada por la crisis del petróleo, argumentan que la recesión económica ocurrida a principios de los ochenta, ocasionó que la renta por persona disminuyera en bastantes países, provocando que una de cada cinco personas viviesen en la miseria.
- ◆ El último motivo afirmado dice relación con la **Crisis del medio ambiente**. Bien se sabe que el planeta esta en crisis y que todos somos responsables de tal problema, esto ha estimulado la iniciativa privada para evitar la degradación del medio y es así como han surgido organizaciones dedicadas a la protección del medioambiente, como es el caso de greenpeace .

Por su parte Marcuello (2000) indica que actualmente una teoría potencia el crecimiento de tales organizaciones, denominada "Teoría sobre fallas del Sector público". En ella, un ente privado satisface la necesidad de los ciudadanos de una localidad al ver que el Sector Público cuyo responsable, el Estado, no logra cubrir tal requerimiento principalmente por motivos financieros. Por tanto esta teoría considera que las OSFL se

han ido incrementando en el último tiempo porque ellas satisfacen la demanda de bienes públicos que no ha logrado ser satisfecha por el Sector Público.

2.2. Diversas definiciones y características relevantes de las Organizaciones Sin Fin de Lucro (OSFL)

Son múltiples las definiciones que podemos encontrar para este tipo de organizaciones, es por eso que daremos una definición de Organización Sin Fin de Lucro dependiendo del área al que nos enfoquemos. La primera definición tiene relación con un enfoque económico, en esta materia Rodríguez (2003) distingue tres grandes sectores: el sector lucrativo, el sector público y el sector no lucrativo (denominado tercer sector). El primer sector, lucrativo, desarrolla actividades con ánimo de lucro y esas son controladas por propietarios privados, el segundo denominado El sector público, está formado por las Administraciones Públicas, al que pertenecen organismos autónomos y las empresas públicas, entre ellas destacan municipios y otras. Por último existe el Tercer Sector, siendo más complejo y heterogéneo que los demás, las entidades que a él pertenecen se definen por exclusión, es decir no forman parte de los sectores anteriores, por tanto no tienen fines lucrativos pero tampoco son entidades públicas. La motivación principal de este último sector se basa en la búsqueda de fines de interés general, bien para el colectivo social que interviene o forma parte de la entidad. Su objetivo es obtener mayores beneficios y maximizar el valor de la empresa por lo que revierten los beneficios sobre la propia organización, por lo tanto, una OSFL no tiene limitaciones para generar beneficios pero sí se impide expresamente la apropiación privada de los mismos.

Es el Código Civil (2000) que define a estas Organizaciones en términos legales, en el Título XXXIII del Libro Primero de dicha ley, en su artículo 545, encontramos en parte que la persona jurídica es una persona ficticia, capaz de ejercer derechos y contraer obligaciones civiles y de ser representada judicial y extrajudicialmente. Las personas jurídicas son de dos especies: corporaciones y fundaciones de beneficencia pública.

El artículo 547 menciona que el Código Civil no regula a las corporaciones o fundaciones de derecho público, como la nación, el fisco, las municipalidades, las iglesias, las comunidades religiosas, y los establecimientos que se costean con fondos estatales ya que estas corporaciones y fundaciones se rigen por leyes y reglamentos especiales.

Referente a las Corporaciones, el art. 549 menciona que lo que le pertenece a una corporación, no pertenece ni en todo ni en parte a ninguno de los individuos que la componen y por último resulta interesante indicar que el art. 559 de tal ley menciona que las corporaciones no podrán disolverse por sí mismas, es decir, sin la autoridad legítima

Sobre las Fundaciones el artículo 562 de dicho código menciona que las fundaciones de beneficencia que hayan de administrarse por una colección de individuos se regirán por los estatutos que el fundador les hubiere dictado y si el fundador no hubiere manifestado su voluntad a este respecto, o sólo la hubiere manifestado incompletamente, será suplido este defecto por el Presidente de la República.

Las Fundaciones son OSFL que por voluntad de sus creadores tienen afectado de modo duradero su patrimonio a la realización de fines de interés general.

En términos impositivos el Servicio de Impuestos Internos (SII) es quien regula la materia Tributaria de las entidades estudiadas, este organismo estatal las define como: entidades que no tienen como objetivo el lucro económico, es decir que a diferencia de las empresas, los ingresos que generan no son repartidos entre sus socios sino que se destinan a su objeto social. En consecuencia, los ingresos que obtienen y que solo estén constituidos por cuotas sociales que aportan sus asociados, para el financiamiento de las actividades sociales que realiza, no constituyen renta para los efectos tributarios, como asimismo no lo es todo otro ingreso que una ley determinada lo tipifique como no constitutivo de renta imponible.

El Colegio de Contadores de Chile (1999) emitió el Boletín Técnico nº 63, titulado Organizaciones Sin Fines de Lucro, para regular el área financiera de tales entidades, allí son definidas como aquellas que persiguen un fin común distinto a la obtención de una ganancia a repartir entre los asociados, en las que se encuentran Universidades, Colegios y otros establecimientos educacionales, Hospitales y establecimientos de salud, Instituciones religiosas, Instituciones Deportivas, Sindicatos, Asociaciones y Federaciones Gremiales, Instituciones de Seguridad para trabajadores y Cajas de Compensación de asignación familiar, indica que este tipo de instituciones se financian por aportes iniciales, las cuotas periódicas que aporten los asociados y las donaciones recibidas de terceros o de los mismos asociados.

En términos mercantiles se pueden definir como aquellas organizaciones cuyo objetivo es distinto a la obtención de un beneficio para sus propietarios, ya que generalmente su objetivo consiste en facilitar servicios. Además en este tipo de organizaciones, las decisiones tomadas por los directivos se encaminan a facilitar los mejores servicios posibles con los recursos disponibles y cuyo éxito se mide primeramente por la cantidad de servicios que provee y la calidad de ellos.

Considerando las definiciones mencionadas anteriormente se pueden mencionar los cinco elementos que definen y caracterizan en términos simples y concretos a las Organizaciones en análisis según Rodríguez (2003):

1. Son org. formales, se fijan objetivos generales disponiendo de los recursos necesarios para alcanzarlos. La forma jurídica que deben poseer son las mencionadas en el Código Civil, expuesto anteriormente, las cuales son: fundaciones o corporaciones.
2. Son organización privada o pública. Al ser públicas se deben excluir las entidades donde sus pptos estén integrados en los Ppto Públicos, ya sea municipios y otros.
3. Deben ser organizaciones sin ánimo de lucro, esto dice relación con el no reparto del beneficio, tal como su nombre lo indica y así como lo mencionan diversos autores.
4. Deben poseer una organización interna, es decir, tales entidades deben disponer de sus propios órganos de gobierno.
5. Deben ser organización con carácter altruista, posee directa relación con el voluntariado en las actividades que realizan.

Lo analizado anteriormente es lo que motivo a Stoltze (2007) mencionar que una OSFL existe para producir cambios en la vida de las personas y en la sociedad, cuyo fin es lograr excedentes sociales y no “beneficios particulares”

2.3. Los distintos tipos de clasificación de las Organizaciones Sin Fines de Lucro.

Tal como vimos anteriormente existen diversas definiciones de Organizaciones sin Fines de Lucro que se pueden extraer dependiendo del enfoque que deseamos, así mismo podemos obtener diversas clasificaciones de estas organizaciones las cuales se detallan a continuación. La primera clasificación que analizaremos es la que otorga Marcuello (2000), que se presenta en la tabla nº 1 siguiente, ella entrega una visión general y específica de todo tipo de organizaciones existentes, a través de un enfoque económico.

Tabla N°1:

Clasificación de organizaciones no lucrativas, mediante un enfoque económico

Criterio	Actividad lucrativa	Actividad no lucrativa
Organización no lucrativa	(1) Mutualismo, Cooperativas	(3) Interés general Asociaciones, Fundaciones
Organización Lucrativa	(2) Sociedades Mercantiles	(4) Acción social de la empresa

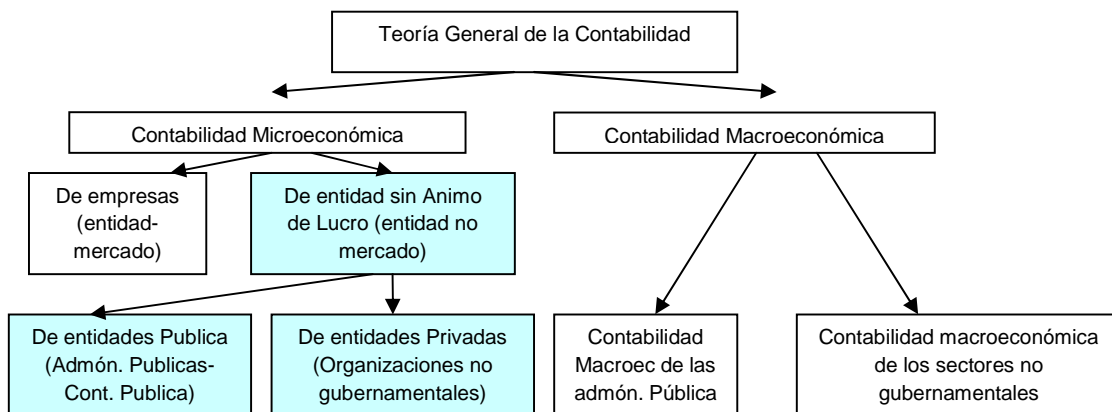
Fuente: Marcuello, 2000. Economía de las organizaciones no lucrativas

Las entidades en estudio, Organización Sin Fin de Lucro, se agrupan en el apartado (3) denominadas de Interés General, encontrándose en ellas las Fundaciones y Asociaciones, ya que su desarrollo y actividad son funciones cuyo objetivo no es la de obtener recursos lucrativos. Las actividades no lucrativas se definen como aquellas que se desarrollan sin la expectativa de recibir una contrapartida explícita de quien se beneficia de la misma, es decir las utilidades que la organización puede generar son depositadas en la misma entidad y no retiradas por los socios. A su vez la organización no lucrativa se define como aquella que agrupa a propietarios de recursos, los cuales en una parte significativa no condicionan la aportación de recursos a una contrapartida explícita y en todo caso los miembros de la entidad con capacidad de decisión no pueden apropiarse privadamente los excedentes de la acción colectiva.

La segunda clasificación que daremos a estas entidades tendrá relación con el enfoque contable que ellas poseen, para eso consideramos la clasificación entregada por García A. 2006 que se detalla en el cuadro siguiente:

Tabla N° 2:

Clasificación de las organizaciones no lucrativas a través de enfoque contable.



Fuente. Castelvi, A. 2006. La contabilidad de las fundaciones y asociaciones. p.11

El objetivo de esta clasificación es estipular en que lugar se encuentra las OSFL en términos contables y tal como se puede apreciar, ellas están enmarcadas dentro de la contabilidad microeconómica. Al ser microeconómica significa que poseen agentes individuales que están a cargo de dirigir dichas entidades, sin embargo tal contabilidad a la vez se subdivide en normativas especiales para dirigir y controlar tanto a entidades que tienen el objetivo final de conseguir lucro, las que en el cuadro anterior se denominan Empresas de Mercado, entre ellas encontramos sociedades mercantiles tales como Sociedades Anónimas (S.A.), de Resp Ltda, Comandita por acciones, entre otras. Por otro lado están las Entidades Sin Ánimo de Lucro, a la cual se dirige nuestro análisis, las que se constituyen como Fundaciones o Corporaciones y que en nuestro país están controladas y reglamentadas por el B. T. n° 63 emitido por el Colegio de Contadores.

Otro tipo de agrupación se relaciona con la clasificación internacional de las Organizaciones Sin Fines de Lucro¹, entregada por Salaman (2006) quien entrega un enfoque societario y que a continuación es presentada en la siguiente tabla n° 3.

Tabla N° 3:
Clasificación internacional de las Organizaciones Sin Fines de Lucro, a través de un enfoque societario

1.	Cultura y recreación
2.	Educación
3.	Salud
4.	Servicios Sociales
5.	Medio Ambiente
6.	Desarrollo comunitario
7.	Defensa de derechos y política
8.	Fundaciones Financistas
9.	Organizaciones Internacionales
10.	Religión
11.	AG y sindicatos
12.	Otros

Fuente: Salaman, 2006. Estudio Comparativo del Sector Sin Fines de Lucro, 16p

Este apartado es más específico porque al tener claro las clasificaciones anteriores, tanto contable como económicas, podemos detallar y especificar los tipos de organizaciones existentes que tratan de ayudar a la comunidad en todas sus áreas. Sin embargo de él se pueden distinguir a la vez dos grupos, el primero de ellos se relaciona con la proyección externa, ya que los beneficiarios de ellas son terceras personas que no pertenecen a la organización y el segundo grupo puede ir dirigido al beneficio interno, es decir esta enfocado a incrementar el bienestar de los miembros que pertenecen a la misma organización.

¹ Para mayor detalle sobre esta clasificación ver anexo n° 2

La última clasificación que daremos esta relacionada con los medios que utilizan estas organizaciones para obtener recursos y poder así funcionar, sobre el tema Soldevilla P, Roca E. (2006) establecen el siguiente cuadro que presentamos a continuación:

Tabla nº 4:
Clasificación de Organizaciones Sin fines de Lucro de acuerdo a los fondos que perciben para su financiamiento.

Financiamiento de las Organizaciones Sin Fines de Lucro
Financiadas con las ventas de productos o servicios
Financiadas con becas
Financiadas con donaciones
Financiadas con cuotas de los socios

Fuente: Soldevilla P, Roca E. (2006) .La gestión de las Organizaciones Sin fines de lucro

Este apartado agrupa a las organizaciones de una manera diferente, ya que se encuentran de acuerdo a la forma en que obtienen sus ingresos. Resulta interesante analizarlas puesto que en nuestro país, al igual que el resto de mundo, existe un sin fin de organizaciones enfocadas a diversas áreas, sin embargo independiente del grupo objetivo al que están dirigidos, sus ingresos los pueden percibir de diversas maneras; una de ellas es gracias a las campañas que realizan constantemente a nivel nacional durante todo el año ejemplo de ellas son: farmacias, supermercados, puerta a puerta y otra forma es por la venta de productos o servicios de dichas instituciones, como es el caso del Hogar de Cristo, que genera ingresos por medio de campañas o por la venta de artículos religiosos

2.4. Chile y su relación con las Organizaciones Sin Fines de Lucro.

Salaman (2006), realizó un exhaustivo estudio sobre el comportamiento de las OSFL en nuestro país, arrojando interesantes resultados que se estudiarán en este apartado.

Mencionaremos que la aparición de las OSFL en Chile, se remonta al período colonial donde existían organizaciones benéficas auspiciadas mayoritariamente por la iglesia católica. Allí el estado estaba enfocado en consolidar fuertemente la economía y política de la nación, dejando las tareas legales y caritativas en manos de tales instituciones de beneficencia, desde entonces hasta la fecha estas se han ido ampliando hasta la época actual. La ampliación y diversificación de dichas instituciones durante la historia ha

logrado que las OSFL en nuestro país sea un importante actor de la economía Chilena. La tabla nº 5, extraída del estudio realizado por Salaman de la Universidad de Johns, resume a nivel general la importancia de las organizaciones en estudio a nivel nacional.

Tabla Nº 5:
Relevancia de las Organizaciones sin fines de Lucro en Chile

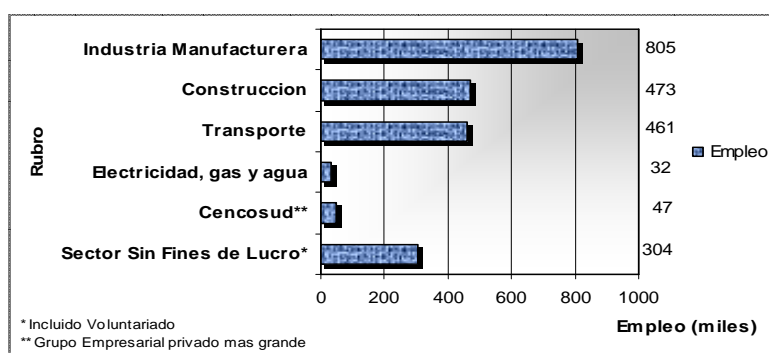
303.883 empleo total jornadas completas equivalentes	160.259 empleos remunerados jornada completa equivalente 149.624 voluntarios jornada completa equivalente 4.89% de la población económica activa
US \$ 1.408, 9 Millones en gastos	1.5% del PIB

Fuente: Estudio Comparativo Sector Sin Fines de Lucro- Chile

El cuadro refleja que son alrededor de 303 mil personas en Jornada Completa que otorgan sus recursos tanto de manera voluntaria y remunerada. Al considerar el empleo remunerado, éste representa al 2,6% de la población económicamente activa. Si se expresa el tamaño relativo del sector en términos de gastos las Instituciones de beneficencia representan un 1,5% del PIB² en gastos que son 1.400 millones de dólares

Otro interesante alcance en el estudio es que Chile es un gran empleador, para describir la afirmación mencionada se presenta el siguiente cuadro que compara el Sector no Lucrativo con otras actividades generadoras de empleo a nivel nacional:

Gráfico nº 1:
Empleo total de las Organizaciones sin fin de Lucro (OSFL) a nivel nacional



Fuente: Estudio Comparativo Sector Sin Fines de Lucro- Chile

El grafico anterior refleja que la cantidad de empleados que este sector posee alcanza a 304.000 cupos, ocupando unos de los más altos índices a nivel nacional en la producción de empleo,

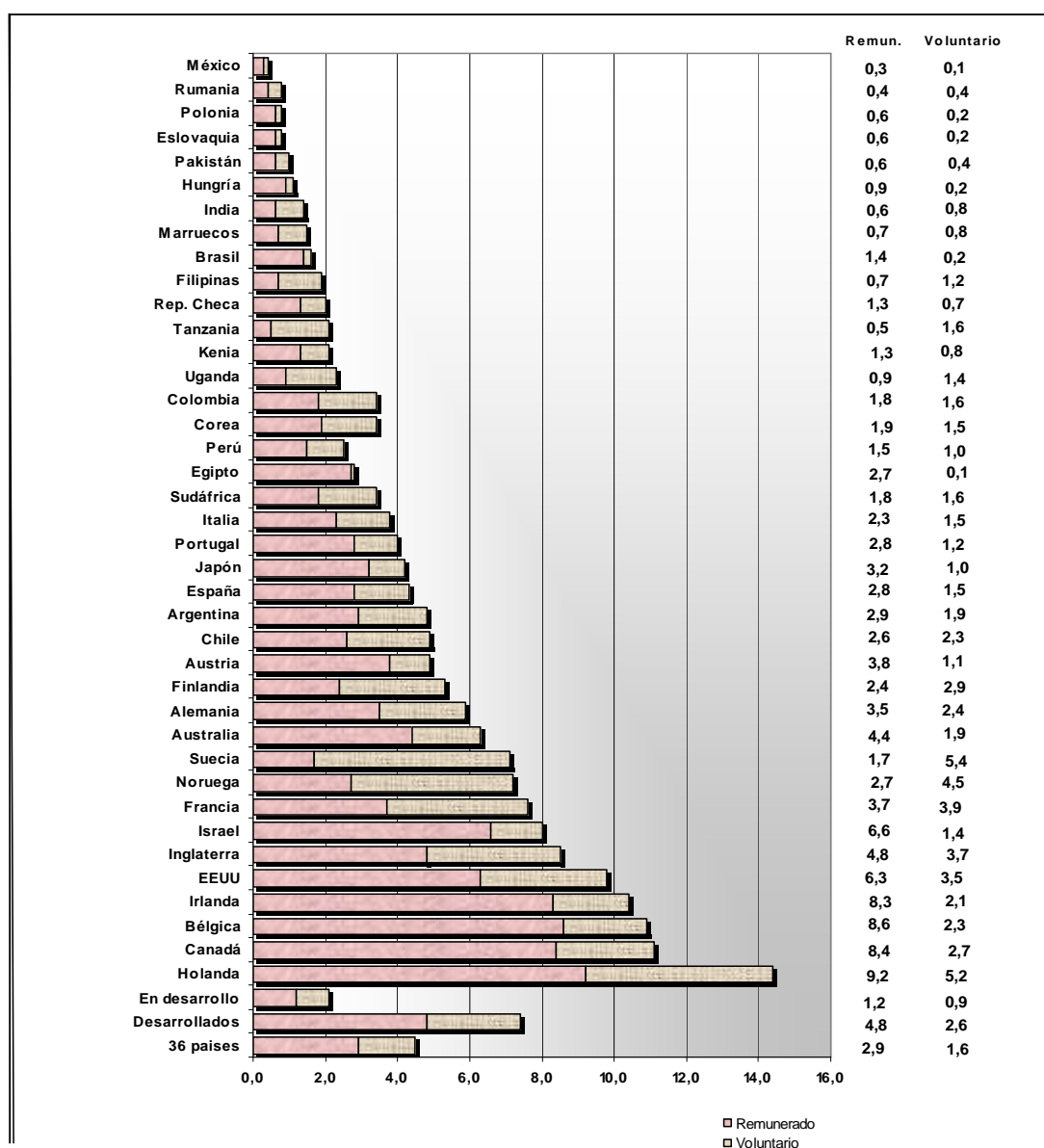
² La medición que realiza el Banco Central de Chile para las instituciones privadas sin fines de lucro que sirven a los hogares, corresponde a una visión a nivel de sectores institucionales, según la metodología utilizada por Cuentas Nacionales. Sin embargo en el análisis se consideran todas las instituciones sin fines de lucro, independientemente del sector institucional al que pertenezcan.

sexuplicando la cantidad de empleos que otorga Cencosud, una de las cadenas de distribución más grandes país, que cubre áreas tales como: alimenticias, comerciales, entre otras.

Si se analiza la relevancia de estas organizaciones, en términos internacionales, se puede obtener como resultado que Chile es un país voluntario e interesado por el bienestar y surgimiento de tales organizaciones. Así lo afirma el gráfico siguiente que establece una comparación de remuneraciones entre diversos países.

Gráfico nº 2:

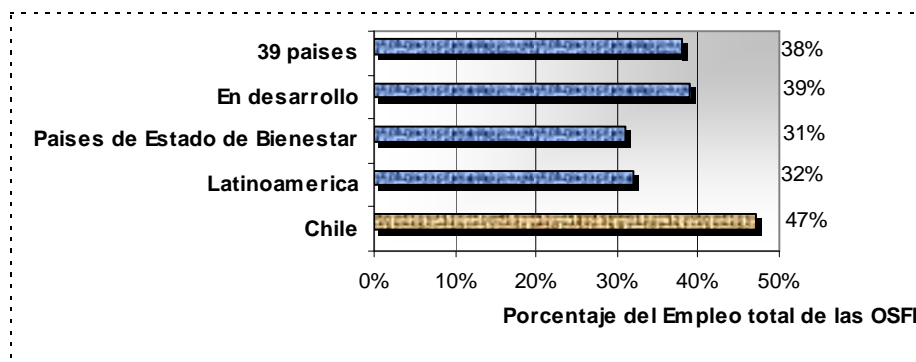
Empleo total de las OSFL como porcentaje de la población económica activa, por países.



Fuente: Estudio Comparativo Sector Sin Fines de Lucro- Chile

La grafico anterior arroja como resultado que Chile posee el mayor Sector Sin Fin Lucrativo de Latinoamérica, cuyo tamaño duplica a Brasil y Colombia, además se afirma que si se considera sólo el empleo remunerado, nuestro país aparece después de Argentina y con una distancia considerable respecto de otros países del continente, como son: Perú, Colombia, Brasil y México. A su vez, se afirma que Chile posee las más altas tasas de voluntariados en comparación con otros países, tal como se refleja en el gráfico n°3 que continua:

Gráfico n° 3:
Voluntariado como porcentaje del empleo total de las OSFL³



Fuente: Estudio Comparativo Sector Sin Fines de Lucro- Chile

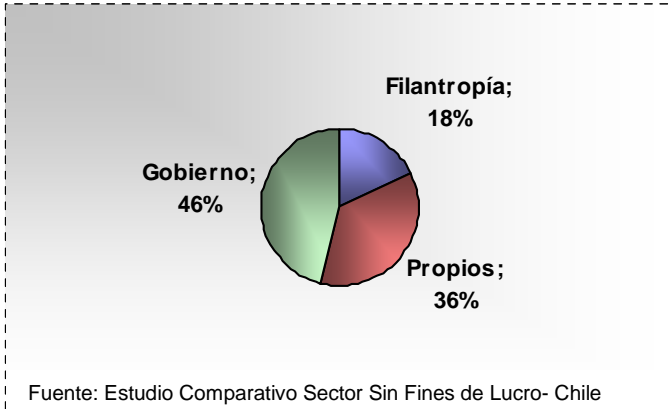
Creemos que el motivo generador de tal alto índice dice relación con la opinión que la ciudadanía posee sobre el tema, ya que consideran que el voluntariado es una obligación por parte de las personas otorgarlo, el motivo más revelante para afirmarlo se relaciona con el lema “hay que retribuir lo que se posee”.

Hasta el momento hemos realizado diversas comparaciones tanto nacionales como internacionales de las Organizaciones Sin Fines de lucro, logrando interesantes conclusiones como por ejemplo: que posee una alta generación de empleo, a su vez posee uno de los índices más altos a nivel internacional relacionado con el voluntariado, sin embargo resulta interesante preguntarse ¿Cómo estas organizaciones logran obtener los recursos para su funcionamiento?, el grafico que continúa responde a tal interrogante concluyendo lo siguiente:

³ Ver anexo n° 3 para conocer la 39 países en análisis

Gráfico n° 4:

Fuentes de Ingresos de las Organizaciones sin Fines de Lucro



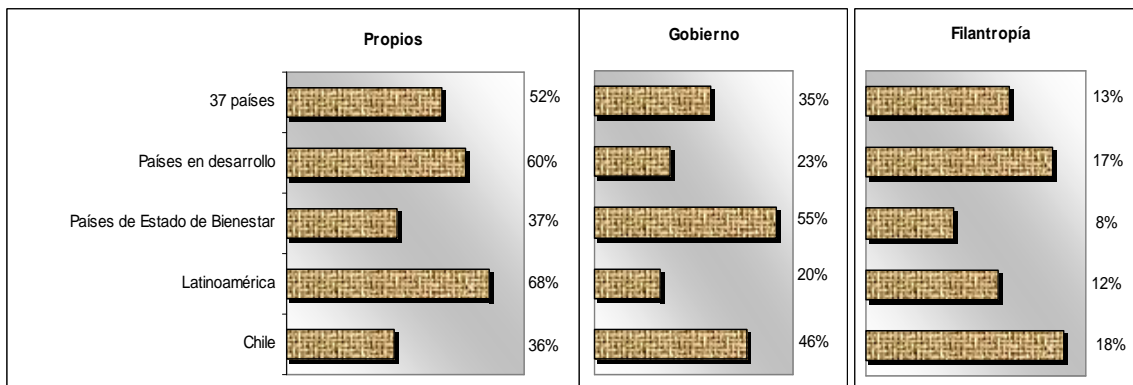
Como se observa en la gráfica, los recursos propios de las organizaciones alcanzan un 36% del total aportado, mientras que el gobierno mediante subsidios y otros aportes alcanza el 46% del total, siendo el más alto financista de dichas instituciones. Sin embargo nosotros, los

ciudadanos, que hacemos nuestras donaciones en diversos lugares del país, como también las empresas de carácter privado que las ayudan logramos cubrir el 18% del financiamiento global.

Si se considera la comparación en términos internacionales se logran obtener los siguientes resultados que se expresan en la Gráfica n°5.

Gráfico n° 5:

Comparación sobre las fuentes de ingresos de las Organizaciones Sin fines de Lucro



Fuente: Estudio Comparativo Sector Sin Fines de Lucro- Chile

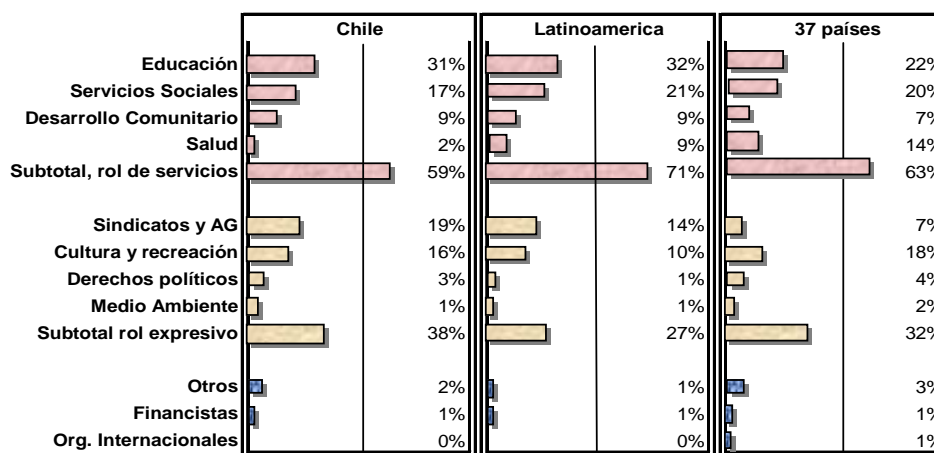
Se concluye del gráfico anterior, que al evaluar la fuente de financiamiento “Gobierno”, nacionalmente es el principal medio de ingreso (46%) según el gráfico n° 5 y al observa esta cifra internacionalmente ocupamos el 2º lugar entre los demás países con diferencia

de 11 puntos porcentuales de quienes integran el 3º lugar. No ocurre lo mismo con el Financiamiento Propio y Filantrópico, el suceso es adverso para ambos, puesto que según el gráfico nº 5, los recursos Propios (36%) es la Segunda fuente de Financiamiento para tales organizaciones separándola solo un 10% de la principal. Internacionalmente los montos otorgados por los dueños de dichas organizaciones integran el último lugar, distanciándolo del primero en sobre 32% y por último los montos entregados por nosotros los ciudadanos y empresas privadas cubren una mínima parte en los dineros recaudados destinados en ayuda, internacionalmente logramos el primer lugar en tal área, es por eso que Chile es considerado un país solidario y voluntario.

Por otro lado resulta interesante evaluar a Chile con el resto comparativo, para identificar el enfoque que otorga los más altos niveles de empleo, dicha comparación se expresa en la ilustración siguiente:

Gráfico nº 6:

Comparación del empleo total de las Organizaciones Sin Fin Lucrativo según actividad



Fuente: Estudio Comparativo Sector Sin Fines de Lucro- Chile

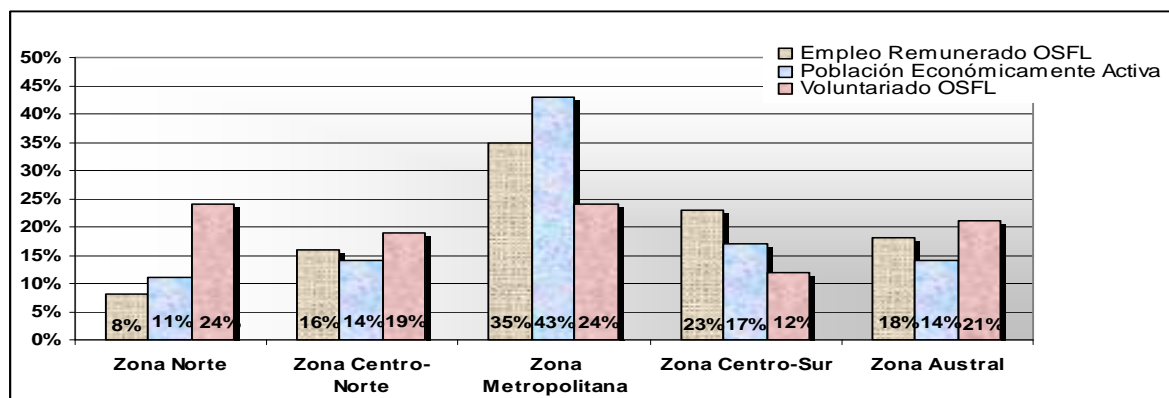
Se logra observar en dicha gráfica que la Educación es del interés de todos y por tanto ocupa el primer lugar tanto nacional como internacionalmente, el segundo lugar de interés es el de Servicios Sociales. Por el contrario la clasificación que ocupan los índices más bajos de interés son las Financistas y las Organizaciones internacionales. Se debe hacer mención que la clasificación esta agrupada por roles. Se logran distinguir dos roles, el primero de ellos es el rol de servicio cuyo enfoque esta dirigido en ayudar a los demás

para el desarrollo de la ciudadanía, su finalidad es el bienestar de los demás y el segundo rol es el expresivo, este rol considera las actividades que promueven espacios para diversas expresiones, culturales, espirituales, ambientales, etc.

Por último lo compararemos sobre los índices que existen en nuestro país, en relación a las OSFL, clasificados según la zona geográfica en que se encuentran y el voluntariado que ofrecen, dicha información la contiene el gráfico siguiente:

Gráfico nº 7:

Empleo remunerado y voluntario de OSFL y población económicamente activa



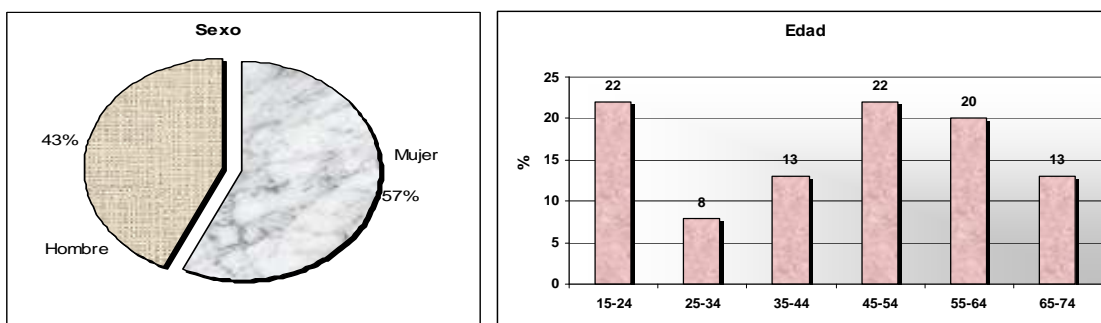
Fuente: Estudio Comparativo Sector Sin Fines de Lucro- Chile

Se concluye de el gráfico anterior que la Zona Metropolitana posee los más altos niveles de Empleo Remunerado (35%). de Población económicamente activa (43%) y de Voluntariado hacia las OSFL (24%), sin embargo se deja claro que la población de la Zona Metropolitana es la más alta a nivel nacional. A su vez se observa que la Zona Norte tiene los niveles más bajos de Empleo Remunerado (8%) y de Población Económicamente activa (11%), no así la actividad de voluntariado ya que junto a la Zona Metropolitana alcanza el primer lugar (24%), se debe considerar que la Zona Austral posee un alto nivel de voluntariado (21%) ocupando el segundo lugar en dicha clasificación. Resulta interesante mencionar que las Zonas Extremas del país poseen junto a la Región Metropolitana los niveles más altos de voluntariado. Referido a lo anterior la Fundación Trascender realizó un estudio el año 2006, relacionado con el voluntariado, obteniendo diversos resultados que a continuación se analizan:

- ◆ **Sobre la participación en el voluntariado**, la gráfica siguiente destaca que el sexo femenino (57%) supera en un 14% al sexo masculino (43%) en la actividad del voluntariado y el promedio más alto relacionado con la edad en dicha actividad fluctúa entre 45 a 64 años, con un porcentaje de 42%. El nivel más bajo de voluntariado se encuentra en el segundo grupo de edad que va desde los 25 a 34 años, con un 8% de actividad en el área, por tanto la gráfica rompe la creencia que los jóvenes lideran las actividades de voluntariado.

Grafico nº 8:

Participación en actividad de voluntariado.



Fuente: Fundación Trascender. 2006

Tabla nº 6:

¿Participa usted en alguna actividad de voluntariado?

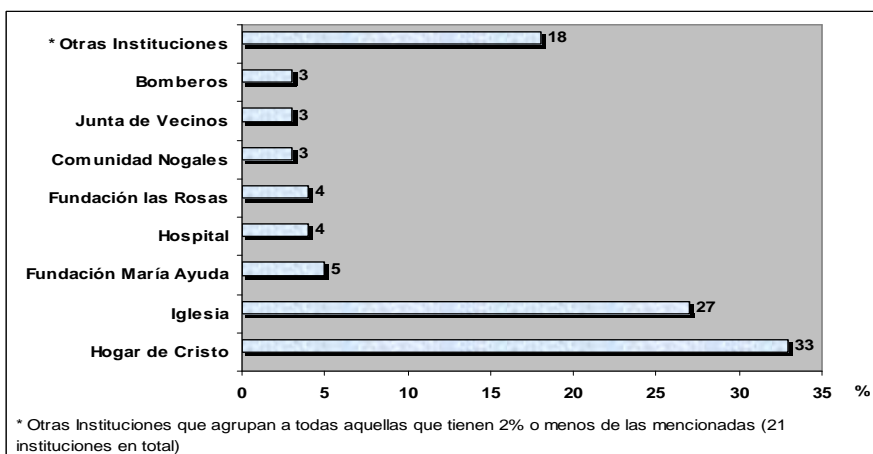
Ciudad	SI	NO
Arica	5%	95%
Iquique	13%	87%
Antofagasta	5%	95%
Valparaíso	7%	93%
Viña del Mar	6%	94%
Rancagua	2%	98%
Talca	6%	94%
Concepción	5%	95%
Talcahuano	4%	96%
Temuco	5%	95%
Puerto Montt	11%	89%
Gran Santiago	8%	92%

- ◆ **Sobre la distribución de voluntariado a nivel nacional**, en el cuadro siguiente se destaca el porcentaje regional de voluntariado que se posee, extrayéndose que: las ciudades con una mayor tasa de voluntariado son Iquique (13%) y Puerto Montt (11%), argumentando dicho estudio que estas ciudades al estar alejadas del centro del país perciben que la comunidad debe actuar ya que a la administración central no les importa sus problemas. Por el contrario las ciudades con más bajo voluntariado son Rancagua (98%), Arica, Antofagasta, Concepción y

Fuente: Fundación Trascender.
Temuco (95%)

Gráfico n° 9:

Instituciones a las que se les entregan ayuda voluntaria



Fuente: Fundación Trascender. 2006

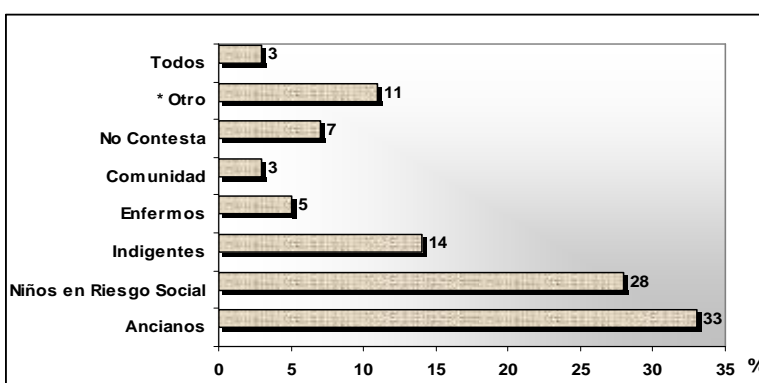
♦ **Sobre las Instituciones:**

La organización no lucrativa que percibe mayor ayuda voluntaria a nivel nacional es el Hogar de Cristo, que alberga a

personas desamparadas y desprotegidas socialmente; en segundo lugar se encuentra la Iglesia con un 27% (sin distinguir a que religión pertenece), a su vez tanto la Comunidad Nogales, la Junta de Vecinos y El Cuerpo de Bomberos son los que perciben la menor cantidad de voluntarios a nivel nacional, los antecedentes mencionados anteriormente son presentados en el siguiente gráfico.

Gráfico n° 10:

Grupos de principal importancia al entregar ayuda voluntaria



Fuente: Fundación Trascender. 2006

♦ **Sobre los sectores desprotegidos de la sociedad:**

se muestra como resultado en la última tabla de este apartado que las ancianos son el segmento que perciben mayor

ayuda voluntaria por parte de la sociedad,

con un 33% y en segundo término se encuentra los niños en riesgo social con un 28%, por tanto los extremos de vida son el segmento preocupante de la comunidad actual. En el caso

contrario los segmentos que alcanzaron los más bajos índices (3%) son aquellos que consideran que todos tienen el mismo nivel de importancia y quienes consideran que la actividad voluntaria debe ir dirigida a la comunidad en general.

2.5 La Responsabilidad Social y su relación con las Organizaciones Sin Fines Lucrativos.

En nuestro país, según Salaman (2006), existen aproximadamente 107.000 OSFL, de norte a sur y tal como se ha mencionada en los puntos anteriores estas entidades son unas de las fuentes principales en la generación de empleo. Una de las causas que justifican dicha cantidad es la expuesta por Oliveira y Zarandona (2003) indican que los individuos tenemos también una Filantropía que contribuye con los esfuerzos colectivos de las personas para con las organizaciones de caridad, fundaciones que son consideradas OSFL, por tanto, los actos de Filantropía son la dimensión inicial del ejercicio de la Responsabilidad Social, dicha responsabilidad es la solución para los temas relacionados con la organización y su entorno.

Se puede entender que el Objetivo de una Organización Sin Fin de Lucro para su creación tiene relación con la búsqueda de un valor social que es la característica más importante de la empresa social, entendiéndose que el incentivo de búsqueda del progreso social, por medio de mejora de las condiciones de vida removiendo barreras que dificultan la inclusión, la ayuda a aquellos temporalmente debilitados o que carecen de voz propia, la mitigación de los afectos secundarios indeseables de la actividad económica, apoyar a poblaciones debilitadas o sin voz o disminuir las externalidades negativas (como la degradación medioambiental), son las razones para el origen de dichas organizaciones, según Barrera (2007). Según Manfredi (2007) las empresas sociales son aquellas que se orientan a mejorar la calidad de vida mediante la satisfacción de las necesidades sociales emergentes y busca resolver problemas sociales de la sociedad entera, por tanto las OSFL son parte integrantes de este grupo, desplegando un modelo de negocio autosuficiente, cuya estrategia social apunta al mejoramiento de la sociedad.

Una característica distintiva que poseen las empresas sociales es que ellas son organizaciones que buscan soluciones de negocios para dichos problemas, o sea, su

fuerza de ingresos proviene del pago que realizan los mismos beneficiarios (no los donaciones) a cambio de las propuesta de valor ajustada a sus necesidades básicas insatisfechas, como es el caso de diversas fundaciones existentes en la actualidad, ejemplo de ello es: Hogar de Cristo, Fundación las Rosas y otras casas de Acogidas, quienes solicitan como requisito de incorporación una cuota mensual que corresponde a un porcentaje de la pensión u otro ingreso que percibe el beneficiado.

Según Thompson (2006) algunas de las características que poseen las empresas sociales, son las siguientes: Logra sus objetivos bajo las normas del mercado; los beneficios y excedentes no son distribuidos a los accionistas; los asociados y los empleados influyen en el gobierno de la organización y participan en la toma de decisiones estratégicas; Construye una reputación positiva en la comunidad y en sus asociados respecto de su actuación responsable en la sociedad; logran simultáneamente resultados financieros y sociales. Como apreciamos los conceptos mencionados en su mayoría coinciden con las características generales que deben poseer las Organizaciones sin Fines de Lucro en nuestro país para que sean consideradas de tal manera, como mencionamos en uno de los apartados iniciales.

2.6 Antecedentes generales referidos a la Contabilidad de las Organizaciones Sin Fines Lucrativos

Como ya vimos las OSFL, están reguladas tanto financiera, tributaria y mercantilmente. Este punto analizará la contabilidad de dichas organizaciones en el ámbito nacional, debido a que es un reducido número de personas quienes saben que las OSFL es el mayor empleador del mundo, que a través de diversos segmentos cubren necesidades de la sociedad, (Educación, Salud, riesgo social, entre otras), sin embargo, aunque todas tienen el objetivo común de ayudar a la comunidad y sus fuentes de ingresos son similares, no todas logran tener éxito al generar recursos financieros que les ayude a cumplir el objetivo de su misión, el motivo de ello se puede deber al desconocimiento del desembolso en costos operacionales en los que incurren. Generalmente las OSFL se interesan más en los recursos económicos que las empresas mercantiles, el motivo es que a ellas les cuesta más trabajo conseguirlo y una vez que lo poseen es una tarea aún mayor administrarlo eficientemente. Por regla general, los criterios contables reguladores

los define el Colegio de Contadores de Chile mediante los Boletines Técnicos, vigentes actualmente, siendo obligación de dichas instituciones observarlos, guiarse y respetarlos.

El Colegio de Contadores en dicho boletín menciona lo siguiente en relación al financiamiento de las OSFL, cuya aplicación comenzó a regir desde el año 1999:

- ◆ **Los aportes iniciales:** que son las sumas que entregan los fundadores de la institución para comenzar las actividades propuestas y alcanzar los fines sociales
- ◆ **Las cuotas periódicas que aporten los asociados:** son las cuotas que se comprometen a aportar las personas que ingresan a la organización en carácter de socio aportante o contribuyente.
- ◆ **Las donaciones recibidas de terceros o de los mismos asociados:** es la transferencia de dinero, de otros activos o de servicios que una persona efectúa a otra en una transacción no recíproca. Dicha donación puede ser con o sin restricciones

Los tres puntos mencionados anteriormente son las diversas formas en las que una OSFL puede percibir ingresos de acuerdo a los principios contables generalmente aceptados bajo la normativa nacional.

Para Socías (2006) un análisis de estados Financieros, utilizando ciertas técnicas, trata de investigar y enjuiciar, a través de la información contable, cuales han sido las causas y los efectos de la gestión de la empresa para llegar a su actual situación, además señala que cada vez es más importante la búsqueda de las técnicas necesarias y adecuadas para llevar a cabo un análisis contable de las entidades no lucrativas. Sin embargo, el añade, que esta tarea no resulta fácil, ya que como sabemos una gran parte del análisis y de la valoración de la gestión se basa en el resultado, concepto a matizar y de significado bien diferente en las entidades sin ánimo de lucro. Referente a lo anterior nuestra norma local (B.T. nº 63) estipula que al considerar las características especiales que presentan las OSFL, se requiere que además de la información establecida por las disposiciones vigentes sobre presentación de estados financieros, entreguen la información que requieren sus asociados, contribuyentes, donantes e instituciones financieras; en lo que se refiere a la obtención y uso de recursos, a los servicios sociales prestados por la institución y a la posibilidad de que ésta continúe obteniendo recursos y prestando dichos servicios, estipulando para ello antecedentes que deben presentar como son: Notas explicativas, Estado de Flujo Efectivo, entre otras, que se detallan entre los anexos 4 a 6.

CAPITULO III: LA TRANSPARENCIA INFORMATIVA: PARTE DE UNA ESTRATEGIA ORGANIZACIONAL

3.1 Concepto de Transparencia Organizacional.

Hasta hace poco, las únicas declaraciones públicas de una empresa eran sus cuidados informes de prensa y algún poco frecuente discurso del presidente ejecutivo. Pero ahora, las compañías derraman torrentes de información, publican sus memos internos y metas estratégicas, y permiten que todos desde el Jefe Supremo hasta los empleados de limpieza, opinen en su blogs de acceso público sobre los aciertos y los errores de la empresa. (Thompson, 2007)

Las empresas eran cada vez más reticentes a la idea de divulgar todo tipo de información, más que la que legalmente se les impone divulgar. Para Thompson (2007) el que mantenía en reserva sus planes, corría con ventaja. Si no revelaba su gran idea, nadie podría robársela. Ahora los Presidentes ejecutivos dan a conocer ideas de US\$1.000 millones, y las corporaciones que publicitan sus errores crecen más sólidamente.

Esta “era de la Transparencia” no es tan sólo un tema de negocios: es un cambio cultural, en donde la imagen de una compañía se puede construir vía on-line, actualmente una simple búsqueda en Google es más determinante, en cuanto a la percepción que se tiene de una compañía de publicidad multimillonaria.

“Prácticamente toda la gente con la que hablé tuvo una advertencia para los presidentes transparentes: no se puede hacer la mitad del camino desnudo; es todo o nada. Los ejecutivos que prometen ser abiertos y no tornarse evasivos con las noticias problemáticas” Thompson (2007)

Para Weinberger, (2007) La Información es un activo Organizacional vital que debe ser fuertemente controlado. Las empresas se sorprenden al ver que se benefician cuando su información es agrupada con la de otras empresas. Al dejar fluir su información, la firma aumenta su presencia en el mercado y disminuye el costo de dar información.

Muchos han sido los investigadores que han dedicado tiempo y esfuerzo a este tema, la mayoría de estos estudios consideran al informe anual como el medio más relevante a través de la cual la compañía difunde información sobre la situación del negocio. Por lo tanto cuanto más información contenga dicho informe anual, en especial la incluida con carácter voluntario, mayor será el grado de transparencia informativa de la empresa.

El cuidado que se debe tener en cuenta con la información suministrada es que alcance los niveles aceptables de fiabilidad y relevancia y no responda a estrategias Organizacionales. En este sentido, la evidencia empírica coincide al señalar que el mercado valora positivamente la divulgación de información voluntaria en los informes anuales, destacando entre los efectos más beneficiosos de esta política: la reducción del coste de capital, el aumento de la liquidez de los títulos, un mayor seguimiento de la compañía por parte de los analistas, así como una mayor precisión en las predicciones que estos realizan sobre ciertas variables. (Gandía y Pérez, 2005). En este sentido la evolución que ha tenido la información financiera se ve reflejada en la tabla N°7:

Tabla N° 7

La divulgación de información financiera en un periodo de cambio.

Antiguo	Tendencia actual
Orientada a los accionistas	Orientada a los usuarios
Basada en el papel	Basada en la Web
Información estandarizada	Información personalizada
La empresa controla la información	Información disponible desde varios puntos de vista
Información periódica	Información continua
Distribución de la Información	Diálogo
Estados Financieros	Amplio conjunto de medidas de rendimiento
Información Histórica	Interés por la Información Previsional
Predomina el coste histórico	Información a valor sustancial
Auditoría de cuentas	Asegurar el sistema subyacente
Orientación al ámbito nacional	Orientación Global
Modelo estático	Modelo dinámico
Preparada para cumplir con la normativa	Preparada para satisfacer la demanda del mercado.

Fuente: ICAEW (1998)

3.2. Divulgación voluntaria de Información.

En nuestro país actualmente no hay una legislación que regule la información que debe revelar las compañías, es por eso la importancia que toma el concepto de “divulgación voluntaria de Información”, porque mientras no exista la dicha reglamentación se apela a las razones ya sea de índole financiero, medioambiental, Fiscal, social, etc. o estrategias que emplee una empresa para posicionarse en un mercado.

En general las empresas que se ven más propensas a utilizar el concepto de voluntario, son las que cotizan en bolsa ya que brindan mayor información por varios motivos relacionados con la necesidad de obtener financiación del mercado de capitales en las mejores condiciones posibles.

Otra característica de esta tendencia es que la mayoría de las empresas revela voluntariamente sólo a nivel nacional, por tanto se presta poca atención a la revelación voluntaria transnacional. Otro detalle que afecta a la divulgación financiera es el factor cultura o más bien de país, ya que como resultado de comparaciones de investigaciones en general las empresas europeas continentales divulgan mayor información que las americanas e inglesas (Meek & Gray 1995; Barret 1976). A nivel europeo se aprecia una mayor importancia a la información que tiene que ver sobre los empleados o información medioambiental. (Mueller 1994; Meek & Gray 1995)

Para Ahammad (2006), los factores que llevan a las Empresas a divulgar información son los siguientes:

- ◆ **Dimensión de las empresas:** las mayores necesidades de financiación de las grandes empresas requieren una mayor demanda informativa por parte de los inversores y prestamistas, para un mejor conocimiento de su negocio.
- ◆ **La Cotización Bursátil:** las empresas cotizadas se ven más involucradas a dar información adicional por las presiones impuestas por las autoridades que regulan el funcionamiento del mercado de capitales. En general se asume que las empresas cotizadas son las que pueden beneficiarse en mayor medida a la difusión de información, fundamentalmente a través de un incremento en el precio de sus títulos.
- ◆ **El nivel de endeudamiento:** acreedores demandan mayor información que reduzca la asimetría de información en cuanto al conocimiento de la situación de la empresa y ayude a predecir los futuros flujos de caja y la capacidad de rembolsar las deudas.
- ◆ **Sector de pertenencia:** Dye (1995) menciona que si una empresa del mismo sector revela datos voluntarios a los inversores, las empresas del mismo sector la siguen.
- ◆ **La rentabilidad:** si esta es alta, la empresa muestra esta calidad a los inversores. Sin embargo en la opinión de Wagenhofer (1990) las empresas con baja rentabilidad serán más propensas a dar más información.

- ◆ **La firma de la auditoría:** la relación entre el nivel de información y el tamaño de la firma de auditoría parte de la hipótesis de que las firmas de auditoría de mayor tamaño y reconocido prestigio tienen capacidad para influir en sus clientes, a fin de divulgar más información al mercado. Deangelo (1981) afirma que las empresas de auditoría perderán prestigio si sus clientes no proporcionan buena información financiera.
- ◆ **La liquidez:** es la capacidad de tener la empresa de cubrir sus necesidades y obligaciones de deudas a corto plazo. Los ratios de liquidez se usan por los analistas para la predicción de la quiebra (Beaver 1966, Altman 1968)
- ◆ **Estructura de propiedad**
- ◆ **Presiones de los trabajadores:** Depoers (2000) parte de la hipótesis que las presiones de los sindicatos pueden tener un impacto sobre el nivel de revelación de información.

Tabla Nº 8

Conclusiones de estudios de empresas que revelan información financiera.

Autores	Población	Conclusiones
Botosan (1997)	115 compañías americanas para el año 1990.	-Las empresas con mejores revelaciones voluntarias le corresponden menor coste de capital con bajo seguimiento por parte de los analistas financieros. -No existe relación significativa para las empresas seguidas por mayor nivel de analistas.
Richardson y Welter (2001)	700 empresas canadienses de 9 sectores diferentes. Periodo de estudio 1990-1992	Se confirma que altos niveles de divulgación reducen el coste de capital. Revelar más información social aumentará el coste de capital y el número de analistas que siguen la empresa no afecta este resultado.
Botosan y Plumlee (2002)	688 empresas periodo de estudio de 1986 a 1996, 43 sectores diferentes.	-Asociación negativa entre el coste de capital y el nivel de revelación voluntaria. -Relación positiva entre el coste de capital y la divulgación de información intermedia (Quarterly reports en EE.UU.)
Luzi Hail (2002)	73 empresas suizas, año estudio 1997.	Relación negativa entre el coste de capital y el nivel de divulgación por las empresas suizas.

Fuente: Ahammad (2006)

Se ha demostrado empíricamente en el estudio de Lang y Lundholm (1993) que analizó la relación entre las prácticas de revelación de empresas y el número de analistas, determinó que las empresas que divulgan voluntariamente mejor benefician de mayor número de seguidores analistas financieros y que tienen menos dispersión en sus predicciones y menos volatilidad de los precios de sus acciones.

Las estrategias de Revelación voluntaria de información son las siguientes:

- ◆ **Revelación total:** Consiste en que en condiciones ideales, no es posible ocultar información y toda la información privilegiada será revelada. Los directivos suelen tener información privilegiada sobre la situación de sus empresas y tienen interés en revelarla cuando perciben que su empresa no está recibiendo una valoración adecuada en los mercados, puesto que solamente de esta manera pueden evitar caer en una situación de selección adversa.
- ◆ **La ausencia de revelación:** La empresa sólo revela información que la Ley obliga a revelar, es extremo encontrar esta estrategia por las grandes empresas que buscan financiación en los mercados de capitales.
- ◆ **La revelación parcial:** Es el caso más frecuente por las empresas ya que revelan solamente parte de la información que posee y oculta el resto.

Tabla N°9

Resumen de Estrategias de revelación voluntaria de información.

Estrategia	Ventajas	Desventajas
Revelación Total	-Máxima Transparencia -Buenas relaciones con los inversores -Bajo coste de capital	-Sobrecarga de información -Pérdida de ventaja competitiva.
Revelación Parcial	-Selectividad -Difícil de distinguir desde la revelación total -Se evitan costes de revelación	-Posible alto coste de capital -Posible pérdida de ventaja competitiva.
Ausencia de Revelación	-Protección de ventaja competitiva -Ocultar las malas noticias	-Alto coste de capital -Mala reputación en los mercados -Posible reacción de los reguladores.

Fuente: Elaboración Propia

3.3. Transparencia en las Organizaciones Sin Fines de Lucro.

Para las Organizaciones Sin Fin de Lucro es muy importante la imagen o la comunicación que se tenga con el público en general, porque la mayoría del financiamiento de sus proyectos proviene de los aportes que realiza la sociedad a la Institución. El problema que enfrenta la mayoría de las Organizaciones es que las entidades del tercer sector son percibidas de manera difusa por sus diferentes públicos de interés, como consecuencia de su falta de transparencia y de su deficiente gestión de la comunicación, lo que supone un claro inconveniente a la hora de alcanzar los objetivos socioeconómicos que persiguen. (Balas, 2008). Esta imagen que se muestra en los medios de comunicación ha sido estudiada y a continuación se muestra un análisis FODA de la imagen que presentan estas Organizaciones en los medios de comunicación.

Tabla Nº 10

Imagen de las ONG que se transmite a través de los medios de comunicación.

Un análisis Foda

Fortalezas de la Imagen	Debilidades de la imagen
-Las ONG se perciben en la sociedad española como una de las entidades sobre las que merece sentir orgullo -Son un modelo de referencia positiva -Son necesarias -Complementan en muchos casos a la Administración	-Victimización del sujeto de ayuda -Negativismo respecto a los sujetos y al fenómeno -Ser competitivas entre ellas
Oportunidades de la imagen	Amenazas o riesgos en cuanto a la imagen
-Presentar una imagen real de colectivos desfavorecidos y de situaciones precarias -Avanzan en transparencia -Expresión de nueva ciudadanía -Espacios de interculturalidad -Experiencias e instrumentos de convivencia interna y externamente	-Idealización, falta de realismo a la historia tratada -Mistificación, ilusión de que pueden arreglar todas las injusticias.

Fuente: Montserrat Balas Lara a partir de los datos del profesor Carlos Jiménez Romero en la jornada de debate: la plataforma ONG: el valor de la comunicación en el tercer sector (Madrid, 2005).

A partir de este mismo planteamiento podemos afirmar que la imagen de una organización sin ánimo de lucro debe estar basada como mínimo en tres puntos:

1. Debe basarse en la propia realidad de la organización, en lo que la ONG, hace cada día puesto que está sobradamente demostrado que las imágenes de laboratorio no dan buenos resultados a largo plazo.
2. El segundo hecho diferenciador, es que en la imagen transmitida por la organización deben prevalecer los puntos fuertes de la misma. Ello implica una adecuada gestión de la comunicación para sacar a la luz y capitalizar los resultados de la ONG, con el fin de propiciar una correcta imagen intencional.
3. Identidad o la comunicación, sino que debe tenerse en cuenta que, en definitiva, todo comunica y por lo tanto el manejo de las áreas funcionales de la organización y de sus directivos e integrantes tiene un impacto directo sobre la imagen.

Sirven de muy poco costosas campañas de comunicación, si la imagen que pretende crear, reforzar o modificar, no se ve confirmada por la practica del día a día. García y Ramírez (2001)

Balas (2008) explica que las organizaciones sin fin de lucro carecen de estrategias de comunicación. Esta falta de preocupación por la imagen se detalla a continuación:

1. Las ONG carecen de recursos técnicos y humanos adecuados debido a una deficiente organización interna y falta de profesionales en el ámbito de la comunicación en el seno de estas entidades.

2. Se percibe una falta de discurso coherente consensuado por parte de la directiva de estas organizaciones y sus portavoces.
3. Se produce una falsa proyección de la identidad de la ONG y una deficiente construcción de su imagen corporativa y de su reputación.
4. El objetivo de la mayoría de las campañas de comunicación de las ONG ha sido conseguir financiamiento para desarrollar sus proyectos y potenciar su independencia, focalizándose en la mayoría de los casos en el Fundraising, desatendiendo los mensajes fundamentados en el impacto o el resultado real de la actividad.

Poco varía la opinión de Herranz de la Casa, el cual muestra los prejuicios que existen e la ONG para dedicar esfuerzos, recursos y tiempo a la comunicación:

- ◆ La gestión de la comunicación es sólo un gasto y no una inversión.
- ◆ Gestionar la comunicación es caro porque se asocia sólo con la publicidad.
- ◆ La comunicación es poco rentable porque es difícil de cuantificar sus resultados.
- ◆ La comunicación se limita a editar una revista para el trabajador o socios que en muchos casos apenas se lee.
- ◆ La gestión de la comunicación precisa de abundantes recursos humanos y financieros.
- ◆ La formación en comunicación no es necesaria, todas las personas saben comunicarse.

Las ONG necesitan entender que se necesita comunicar, fundamentalmente para dar a conocer a la sociedad los proyectos que llevan a cabo, para obtener colaboraciones y captar donantes, simpatizantes, voluntarios y socios, pero también para sensibilizar sobre los auténticos problemas del mundo actual (derechos humanos, medio ambiente, marginación) a la opinión pública y a las distintas administraciones.

Para Balas (2008) hay varias razones por los que las ONG deberían impulsar especialmente su transparencia:

- ◆ Porque es un valor intrínseco a su manera de actuar.
- ◆ Porque les permite tener una base social amplia y comprometida.
- ◆ Porque les obliga a medir el resultado de sus actuaciones.
- ◆ Porque les permite compararse con otras organizaciones parecidas.
- ◆ Porque ayuda a los líderes a velar por el cumplimiento de la misión de la organización.

Como afirma Herranz de la Casa (2006) “la transparencia es el camino que permitirá a los ciudadanos reconocer la legitimidad del trabajo que realizan las ONG y la comunicación se puede convertir en el mejor elemento generador transmisor de credibilidad. La comunicación corporativa es la herramienta estratégica que hace de la comunicación un acto planificado y coherente para mostrar transparencia, ganar confianza y consolidar reputación “

3.4 Accountability o Rendición de Cuentas en las OSFL

Como ya hemos señalado anteriormente las Organizaciones sin fines de lucro son financiadas en su mayoría por los aportes de la entidad, excepcionalmente se pueden encontrar personas que nunca han participado de alguna u otra forma en colectas, cenas, cuotas, etc. en una Fundación de Beneficencia. Para Balas (2008), “este aumento de la financiación ha propiciado muchos recelos y no pocas críticas. Las preguntas que están en el aire son el destino de los fondos que gestionan las organizaciones no lucrativas y la efectividad real de su actividad. Muchas de esas objeciones ponen acento en el hecho de que el principal reto que tienen estas organizaciones es la transparencia en la gestión de los fondos y en el destino de los mismos”

Paradójicamente son estas Instituciones las que administran mayores recursos desde la ciudadanía y también por parte del Gobierno. Por lo tanto es increíble que ninguna Entidad reguladora fiscalice la gestión y el destino que tienen los recursos que obtienen en sus diversas actividades. Esta situación sólo se exceptúa si el Estado brinda subvenciones o aportes, ya que este mismo es el que pide una rendición de los dineros que han aportado a la Institución. Por lo tanto si no recibe ayuda del Gobierno no hay ninguna Obligación en rendir esos dineros y se apela a la buena voluntad de las Instituciones para realizarlo. Actualmente en nuestro país se ha producido un caso en que se ve envuelta una Fundación o más específicamente una “casa de acogida” en donde el Gobierno ha aportado \$100.000.000.- y la Institución todavía no atiende al público, por lo tanto se ve cuestionada y en donde los que más piden explicaciones son los “donantes” o público en general. En los medios hemos escuchado comentarios como “son dineros de todos los chilenos, los que están invertidos en esa institución”, “el gobierno no fiscaliza el dinero que entrega a estas Instituciones”, o “yo quiero ver en que se ha gastado el dinero en la Fundación”

Frente a este problema que describimos anteriormente, toma la importancia de la rendición de cuentas por parte de las Instituciones, para Moneva y Bellostas (2006), la rendición de cuentas se ha entendido como “el conjunto de medios a través de los cuales individuos y organizaciones informan a una autoridad reconocida, asumiendo su responsabilidad en el proceso, de sus acciones” (Ebrahim, 2003, p. 813).

Esta acción de rendir cuentas o “Accountability” ha ido evolucionando junto con los cambios sociales ya que no sólo las Instituciones rinden cuentas a sus Órganos reguladores, sino hay muchas personas o Instituciones a las cuales le interesa la gestión de la OSFL, los que son reconocidos como “stakeholders”, los que también muestran interés en verificar la conducta de la Organización ante la legislación vigente. A continuación en la tabla Nº 11 se pueden apreciar los demandantes potenciales de la Información Financiera.

Tabla Nº 11
Demandantes potenciales de la información financiera

Usuario Interno	Entidades no lucrativas
Con funciones de planificación y control	Los administradores, en el sector privado y la Administración pública, en el sector público.
Proveedores de Recursos	Asociados o Contribuyentes, Acreedores comerciales, donantes y colaboradores, empleados.
Receptores de bienes y servicios. Intereses directos	La comunidad en entidades públicas y asociados en las privadas. Organismos reguladores, el Gobierno, Instituciones de carácter local. Legislador y cualquier otro agente económico potencialmente afectado por la actividad económica de la entidad.

Fuente: Fuentes (2007), Las organizaciones no lucrativas: necesidades de los usuarios de la Información Financiera.

San Martín (2008), nos brinda diversos significados o interpretaciones del término Accountability, entre los cuales podemos encontrar:

1. Que el término Accountability es más profundo que el mero informar del buen uso que se ha dado a los dineros, por parte del cuentadante, que es lo que comúnmente se entiende por “rendir cuentas”.
2. El término anglosajón tiene el sentido de dar cuenta de cómo se ha utilizado la autoridad conferida por un grupo social y, por consiguiente, se aplica a todas las personas que desempeñan cargos de elección o designación, sean autoridades de gobierno, municipales, gremiales, vecinales, miembros del directorio de una sociedad anónima o similar.

3. El diccionario Webster define a este término como “obligación de dar cuenta sobre los actos de uno”, también como “la obligación de sufrir las consecuencias por los fallos en el desempeño esperado”
4. En definitiva, la palabra en cemento tiene su equivalencia con la muy castellana “responsabilidad” de hecho, los dos diccionarios citados señalan que uno de los sinónimos de Accountability es responsibility. (San Martín, 2008)

Además Fuentes (2007), agrega que la necesidad de la transparencia de la información está vinculada con la rendición de cuentas en las organizaciones sin fines de lucro. Esta rendición de cuentas debe abarcar al menos cinco grandes áreas, Vernis (2001).

- ◆ **Área Financiera o Fiscal:** explicar con detalle el uso que hace la organización de sus aportaciones recibidas y el cumplimiento de sus obligaciones legales.
- ◆ **Área de gestión:** demostrar la utilización de procedimientos adecuados de gestión, con criterios de eficacia y eficiencia.
- ◆ **Área de actividades:** rendir cuentas de cómo realiza sus actividades y proyectos para demostrar que trata de implementarlos siempre con altos niveles de calidad y maximizando el resultado que reciben los usuarios o beneficiarios.
- ◆ **Área directiva:** explicar que personas forman parte de los órganos de gobierno, quiénes la dirigen y quiénes trabajan en la organización.
- ◆ **Área estratégica:** la organización enfoca su trabajo hacia el cumplimiento de la misión y tratando de aportar el máximo valor añadido a la sociedad.

De este modo la Organización brindaría un mayor nivel de Información a todos los grupos de interés y no sólo revelaría información financiera sino de toda la Organización a nivel global. Moneva y Bellostas (2006). señalan que la iniciativa voluntaria de rendir cuentas a “stakeholders” ajenos a los poderes administrativos (por parte de las Entidades sin fines de lucro) ha llevado a que en Junio de 2006, los medios de comunicación hayan anunciado que 11 Organizaciones no gubernamentales de cooperación y desarrollo internacional –entre ellas Amnistía Internacional, Ayuda en Acción, Greenpeace, Oxfam, presentaban el primer código común de responsabilidad, denominado “Accountability Charter”, con objetivos tales como garantizar la transparencia y mantener la confianza y el diálogo permanente con sus “stakeholders”. Detrás de estos objetivos se dilucida la necesidad de darse a conocer, de informar sobre sus intenciones y logros, de mostrar su eficacia, y en definitiva de legitimar su existencia, proyectos y actuaciones.

Tabla Nº 12

Principios de Transparencia y Buenas prácticas de la Fundación Lealtad

- | |
|------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.- Funcionamiento y Regulación del Órgano de Gobierno |
| 2.- Claridad y Publicidad del Fin Social |
| 3.- Planificación y Seguimiento de la Actividad |
| 4.- Continuidad e Imagen Fiel en la Información |
| 5.- Pluralidad y Transparencia en la Financiación |
| 6.- Control en la Utilización de Fondos |
| 7.- Presentación de las Cuentas Anuales y Cumplimiento de la Obligaciones Fiscales |
| 8.- Obligatoriedad de Elaboración y Liquidación del Presupuesto Anual |
| 9.- Promoción del Voluntariado |
| Otros indicadores de transparencia y buenas prácticas |

Fuente: Fundación Lealtad 2006

A partir de estos indicadores se han diseñado unos constructores y un cuestionario, que se le dirige a la entidad que se somete a la evaluación. Con las respuestas recabadas se evalúa la adecuación de las actuaciones, hábitos y realizaciones a lo que la Fundación Lealtad comprende como “buen hacer”. Con esta evaluación se ha pretendido ir más allá de la rendición de cuentas tradicional, proporcionando una visión, una opinión objetiva, ajena a las entidades, a los “stakeholders”, sobre el cumplimiento de la organización con sus obligaciones legales, sus estatutos y sus fines no lucrativos. Con todo ello, el objetivo perseguido por la Fundación Lealtad, tal y como declara en un comunicado el 22 de abril de este año es “reforzar la confianza de la sociedad y de las empresas en el tercer sector español”. Moneva y Bellostas (año)

3.5 Auditoria Social

Cotidianamente nos dirigimos a muchas Instituciones para realizar trámites o pedir ayuda en algún problema que tenemos. Recurrimos entonces a Hospitales, Colegios, Municipalidades, Oficinas Públicas, etc. Y a veces nuestra satisfacción como usuarios no es de las mejores, decimos por tanto que el servicio prestado es malo. Como el objeto de nuestra Investigación son las OSFL, nos hemos preguntado alguna vez, si ¿los beneficiarios de estas Instituciones se sienten satisfechos con la ayuda que les brindan?, o si ¿los procedimientos que mantienen estas Organizaciones son los más idóneos para satisfacer necesidades?

Una de las soluciones que se ha creado a fin de realizar un “control de calidad” a la Organización, es lo que denominamos una Auditoría Social y a diferencia de la Auditoría Financiera que conocemos, este proceso no necesita contar con Auditores profesionales (depende de los requerimientos) y puede ser asumida por los mismos ciudadanos beneficiarios de los servicios brindados por las Organizaciones. “Una cualidad importante de la auditoría social es la independencia.

Para guardar la independencia quienes hacen auditoría social evitan participar en decisiones que comprometan la evaluación. Tratan de ser ecuanímes, incorporando diferentes perspectivas acerca de un problema. Basan su análisis en la argumentación, es decir que sustentan lo mejor posible sus juicios. Y además, su labor y los resultados de la misma pueden ser verificados por cualquier persona interesada.”López (2008)

El concepto de auditoría social en su globalidad se ve definido por varios autores como: López (2008) “Su propósito es verificar que el beneficio social generado, o el daño provocado, de la aplicación de una ley, una política, un proyecto o la prestación de un servicio corresponde a lo esperado. Se lleva a cabo recopilando, analizando y presentado información sobre diversos tópicos que ayudan a visualizar el beneficio social.” Para Ávila (2002), La auditoría social “es un proceso que permite a una organización evaluar su eficacia social y su comportamiento ético en relación a sus objetivos, de manera a que pueda mejorar sus resultados sociales o solidarios y dar cuenta de ellos a todas las personas comprometidas por su actividad.” Finalmente para Marcuello y otros (2006) “La Auditoría Social se convierte en el proceso por el que una organización pasa cuentas de su acción social, dando cuentas de ésta y mejorando su acción. Evalúa el impacto y el comportamiento ético de la organización en relación a sus objetivos y a sus “stakeholders” o implicados”.

Para poder pasar cuentas de su acción social, las organizaciones, primero tienen que recopilar y registrar determinada información que será la que les dirá como se está llevando a cabo su acción: esto es la “contabilidad social” o llevar las cuentas sociales. Cuando estas cuentas sociales son analizadas (resultado de ‘pasar cuentas’), comprobadas y verificadas por alguien ‘independiente’ al finalizar el año y entonces publicadas, el ciclo de la Auditoría Social se ha completado, menciona tal autora

Con ello la auditoría social tiene tres elementos fundamentales, además de los partícipes:

1. La evaluación del impacto social de la entidad,
2. La información de dicho impacto dirigida a los stakeholders y
3. La verificación (auditoría) independiente de la información

Señala Ávila (2002), que entre las potencialidades que encontramos en las Auditorías Sociales, podemos mencionar las siguientes:

1. Son un medio de participación activa de la ciudadanía.
2. Levanta la auto estima de la ciudadanía al obtener los medios idóneos de hacerse escuchar, tanto en la queja, en la protesta, como en la propuesta.
3. Llena los espacios no cubiertos por los entes contralores del Estado.
4. Son un complemento de investigación, evaluación y control para contralores .
5. Con una visión integradora, contribuyen al mejoramiento económico, social y político de las comunidades.
6. Fortalecen las organizaciones de la sociedad civil.
7. Contribuyen al fortalecimiento de la democracia y la gobernabilidad.

Siguiendo el modelo de auditoría social de Moneva et al (2002) que es un modelo de evaluación, más que social, socioeconómica, basada en el compromiso y diálogo con los partícipes de la misma. De acuerdo a esta consideración, podemos plantear un modelo de auditoría social en el que la organización tenga en cuenta los elementos antes señalados, considerados como claves para tal auditoría.

- ◆ Fase de **planificación** su factor principal es la configuración de los partícipes o stakeholders de la entidad, así como los compromisos entre ambos. Estos compromisos suponen los valores de la organización, o una revisión de los mismos.
- ◆ Fase **contabilidad**, el objetivo es la recogida de datos, su procesamiento y análisis, preparando las bases de la información.
- ◆ Fase de la **información**. Tal como hemos señalado, la organización dispone de propuestas, siendo la más destacada la “Guía para la elaboración de informes de sostenibilidad del GRI”. En este sentido, dicha guía esta basada en el suministro de indicadores económicos sociales y medioambientales, por lo que se adapta perfectamente a la fase anterior del proceso de la auditoría.

- ◆ La fase siguiente y simultánea a la información es la de **verificación**. El objetivo de esta es proporcionar fiabilidad a los partícipes de la información, garantizándoles que los datos publicados se adecuan a la realidad de la organización.
- ◆ Fase de culminación, es que esto debería iniciar un nuevo proceso de **retroalimentación del proceso**, que debería ser continuado, tal como lo es la realidad social continuamente en movimiento.

Así para el desarrollo del modelo de auditoría social de Moneva et al. (2002) la propuesta de indicadores internos y externos de eficiencia social que se definen, son los que se enumeran a continuación:

- ◆ **Contexto:** son datos relativos al entorno de la organización, todos aquellos que permitan una comprensión de las circunstancias. Se describen aspectos tales como: trayectoria de la entidad, se enumeran los resultados, obras, actuaciones tanto positivas como negativas, utilizando siempre como fuente a las propias personas implicadas en la organización.
- ◆ **Medios:** Se han de listar, por categorías, los recursos que se disponen, tanto humanos, tecnológicos, materiales, financieros.
- ◆ **Destinatarios:** Cada organización tiene un conjunto de personas que participan tanto directa como indirectamente de sus actuaciones. Se hace especial énfasis a los destinatarios de la acción.
- ◆ **Redes Sociales:** En este caso hemos de detallar el tipo de vínculos externos que promueve y en los que participa: federaciones, coordinadoras, plataformas...
- ◆ **Integrantes:** Enumerar y describir el tipo de personas que se inscriben o pertenecen a la entidad. Recorriendo desde los empleados hasta los simpatizantes...
- ◆ **Alcance:** Aclarar la orientación de los objetivos que se propone la entidad. Primero se trata de ver los postulados iniciales y después los resultados de sus actividades:
- ◆ **Procedimientos:** se trata de aclarar utilizando la enumeración y descripción de casos cotidianos de la entidad cuáles son los procesos y los medios utilizados.
- ◆ **Actividades:** se quiere dar un paso más respecto de lo dicho en el 7, reflejando las actividades hacia fuera de la entidad, con su periodicidad, talante, condiciones.

Destacando cuál es el tipo de “mundo” que construyen con su presencia en la sociedad formulada a la inversa, sería responder a qué cosas no estarían disponibles si la entidad en cuestión no hubiera desarrollado sus iniciativas.

CAPITULO IV: INTERNET COMO MEDIO DE DIVULGACIÓN FINANCIERA.

4.1. Las soluciones Tecnológicas: una ayuda necesaria para las Organizaciones.

En los Tiempos que corren, ninguna Organización puede darse el lujo de competir sin contar con herramientas tecnológicas que le permitan gestionar mejor sus recursos, optimizar sus procesos, mejorar sus comunicaciones, desarrollar nuevas posibilidades de relacionarse con sus clientes y generar más negocios.

Las soluciones tecnológicas generan eficacia a las empresas porque les permite lograr rentabilidad, exactitud e inmediatez en la toma de decisiones al interior de la organización. De cara al exterior (es decir, en lo que se refiere a las relaciones de las empresas con sus socios de negocios como proveedores, clientes, aliados y competidores), permite una integración real gracias a la capacidad de respuesta de la empresa ante los requerimientos de los públicos mencionados, pues logran una ventaja comparativa con respecto a si no se contara con una solución Tecnológica.

Estas soluciones Tecnológicas deben contribuir a que las empresas ahorren, es decir, gasten menos que antes pues ello les permite no sólo salvar sus operaciones, sino además ganar en competitividad, un factor de progreso y supervivencia vital en el mundo globalizado.

IBM Chile (2007) indica que si comparamos a la empresa chilena con las del mundo desarrollado, evidentemente hay un importante retraso tecnológico. En promedio, la empresa chilena gasta menos de la mitad en tecnología como porcentaje de sus ventas comparadas con las del primer mundo. Si la comparación es con Latinoamérica probablemente se esté sobre el promedio regional. También depende del sector de la economía, pues en la Banca, por ejemplo el gasto en TICs se acerca más a los líderes, a diferencia de industrias como la de la salud. Sin embargo, hay una evolución positiva y las empresas se han dado cuenta que la tecnología es capital para apoyar sus modelos de negocios para innovar, diferenciarse de la competencia y crecer en competitividad.

Es así como comercio electrónico, Web site, chat, tele conferencia, call center, notebook, IP, Bluetooth, Blackberry e Iphone son términos que forman parte del quehacer empresarial de todas aquellas industrias que quieren destacar en el escenario actual.

Pero una de estas soluciones Tecnológicas que no tan sólo llega a las Empresas, sino a todo el mundo es Internet y es uno de los más poderosos medios de comunicación que actualmente existen, por no decir el más importante.

Este medio de comunicación se masificó con la extensión de la World Wide Web (WWW) a partir de la adaptación del lenguaje HTML, a los ordenadores personales y la aparición de los primeros navegadores, se creó un sistema de difusión de información rápido, universal, estable, y sobre todo, económico. Pocas empresas se instalaron en ella y los pioneros en hacerlo tan solo recurrían a este medio para intentar extender sus mercados, o al menos presentar sus catálogos y facilitar el acceso a la descripción de sus productos a potenciales clientes.

4.2. Internet en Chile.

Orrego y Araya (2002) describen el desarrollo que ha tenido Internet dentro de Chile, ellos señalan que la evolución de este medio de comunicación parte desde una “emergencia simultánea y dispersa de iniciativas” que tuvo lugar durante la primera mitad del los ´90, en donde primeramente fue una pequeña proporción de la población ligada a las elites científicas las que adaptaron esta nueva tecnología a sus prácticas. Tal fue esta innovación que las empresas tanto privadas como públicas tomaron este cambio para modificar su oferta y adaptar sus procesos a esta nueva forma de hacer negocios. Asimismo se desarrollaron algunas experiencias de empresas sin fines de lucro que se animaron a experimentar con las posibilidades sociales del uso de las tecnologías.

En ese entonces, los actores líderes en el sector académico eran la Red Universitaria Nacional, REUNA, el Instituto de Informática Educativa (IIE) de la Universidad de la Frontera, el Departamento de Ciencias de la Computación (DCC) de la Universidad de Chile. En el sector Público destacaban el Ministerio de Educación y el Servicio de Impuestos Internos (SII), a los que pronto se sumaron el Comité de Modernización de la Gestión Pública y las Subsecretarías de Economía y Telecomunicaciones.

Por su parte, en el sector privado sobresalían grandes empresas como la entonces CTC –hoy Telefónica CTC Chile- con su apoyo al Proyecto Enlaces y. asimismo la Asociación Chilena de Empresas de Tecnologías de la Información (ACT) en la promoción del desarrollo de la Industria Tecnológica en Chile.

El acceso a este nuevo medio de comunicación fue de principal importancia en el Gobierno del Presidente Eduardo Freí, durante el año 1998 convocó a una Comisión Presidencial de Nuevas Tecnologías de Información, los cuales elaboraron un informe cuyos resultados fueron publicados en Enero de 1999 y contemplaban un plan de acción para el bienio 1999-2000.

Una segunda etapa en la Utilización de las TICs podría denominarse “la ofensiva digital” marcada por el decidido empuje impulsado por el Presidente Ricardo Lagos, manifestando en su primer discurso ante el Congreso Pleno el 21 de Mayo del 2000. En forma paralela, la temática de Internet comenzó a rebasar las aulas universitarias y hoy es un tema radicado en buena parte de la Administración Pública, Sector Privado y Organizaciones de la Sociedad Civil.

Es tal la importancia que tiene Internet en todos los sectores de la Economía ya sea tanto Privado y Privado, que son pocas las empresas que aún no cuentan con una Página Web para darse a conocer no tan sólo a nivel nacional sino también Internacionalmente.

Uno de los ejemplos que mencionamos anteriormente y que vemos sus actualizaciones a diario por la cercanía de nuestra labor con esta Institución es el Servicio de Impuestos Internos, como lo mencionamos anteriormente es uno de las Instituciones Chilenas Públicas en donde el Estado ha invertido abundantes recursos para su modernización, lo que conlleva a ser una de las Instituciones más moderna de administración de Impuestos a nivel Latinoamericano.

Rivas y Paillacar (2006) afirman que el Servicio de Impuestos Internos ha ido adoptando una serie de medidas y procedimientos que obligan al sujeto pasivo a la presentación de información a través de medios electrónicos, lo cual facilita su labor de fiscalización a un menor costo, se puede concluir que la Informática ha sido de gran utilidad al permitir el

cruce de múltiples antecedentes entre distintos contribuyentes, siendo una herramienta que incrementa su potencial cada día.

La relación que tiene Internet y los usuarios Chilenos, como la Importancia que tiene esta en la vida de los habitantes de nuestro país fue estudiada y analizada por WIP-CHILE (2003-2006)⁴ los cuales establecieron que los usuarios de Internet alcanza a un 40,2%, combinando datos de WIP-Chile con proyecciones de la encuesta CASEN del Ministerio de Planificación. La tasa no es muy alta porque, al tiempo que llegan nuevos usuarios, otros también dejan de serlo (sobre todo quienes dejan de ser estudiantes). Pero el resto no está desconectado por completo. Al menos en la capital, un 38% de los no usuarios consulta su correo electrónico, hace trámites y busca información a través de familiares y personas cercanas, a los que se denominan Proxy users.

Este estudio también analizó los lugares que tienen los Chilenos para conectarse a la Red. Se estableció que el uso de Internet se relaciona bastante con la posesión de computador en el lugar de residencia, de modo que un 81% de los usuarios de Internet tiene PC o notebook en su casa. De éstos, tres cuartos tiene conexión a Internet.

Otro aspecto de vital importancia en este estudio al comportamiento de los cibernautas Chilenos es la brecha en el acceso, la llamada “brecha digital”, se estableció las personas de más edad acceden poco a la red y es poco probable que se incorporen; están excluidos principalmente porque jamás aprendieron a usar este medio de comunicación, a pesar de los continuos esfuerzos que realiza el estado por tratar de capacitar a la Tercera Edad en este ámbito de la Tecnología. La otra brecha que existe actualmente es la socio-económica, en donde los hogares más pobres difícilmente tienen Internet en sus hogares o poseen los recursos para acceder a un local de Internet.

Otro de los Aspectos de interés por parte de Wip-Chile fue determinar que actividades realizan en Internet los usuarios de este medio, las cuales se detallan a continuación (Tabla N°13):

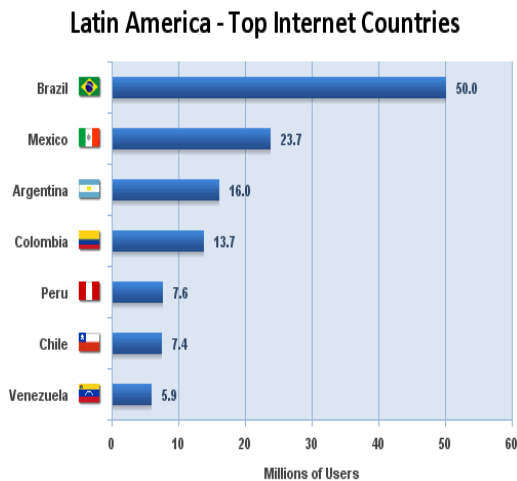
Fuente: Encuestas Wip-Chile (2003-2006). Unidad de análisis: usuarios de Internet de 12 a 60 años, residentes en Santiago de Chile.

⁴ WIP comenzó como un proyecto de dos años: “World Internet Project-Chile: Monitoreando el Futuro Digital” (2003-2004, Fondecyt N° 1030946), el cual ha sido continuado por el actual, “WIP-BIT Chile: uso y aprovechamiento de internet y tecnologías de información (TICs) en personas, empresas y la economía chilena respecto al mundo” (Fondecyt N°1050769, financiado para el período 2005-2008).

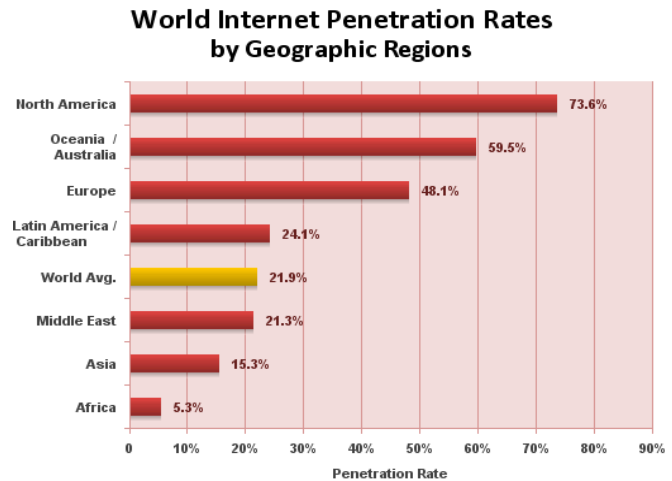
Tabla Nº 13
Uso de Internet en el año 2006

Actividades	Porcentaje
Hobbies Personales	65%
Recurrir a sitios Web de Servicios Públicos y/o estatales	64%
Leer diarios	53%
Visitar o consultar sitios de Empresas	55%
Escuchar música a través de Internet	54%
Bajar archivos de música Mp3	53%
Revisar Cuenta Bancaria	31%
Participar en grupos de noticias o foros	23%
Pagar Cuentas por Internet	20%

Adicionalmente, cabe destacar que entre los años 2003 y 2006 las actividades que más aumentaron en cuanto a incidencia de uso fueron consultar sitios de empresas y visitar sitios de servicios públicos y/o estatales.



Source: www.internetworldstats.com
135,082,809 estimated Internet Users in Latin America for June 2008
Copyright © 2008, Miniwatts Marketing Group



Source: Internet World Stats - www.internetworldstats.com/stats.htm
Penetration Rates are based on a world population of 6,676,120,288 for mid-year 2008 and 1,463,632,361 estimated Internet users.
Copyright © 2008, Miniwatts Marketing Group

4.3. Internet. Una ventana al Reporting Financiero

Debido al aumento de interés que tienen los usuarios es que Internet ofrece la posibilidad de que las Empresas brinden mayor volumen de Información, no sólo para que los clientes conozcan sus productos, sino para que logren una cercanía con la compañía. Esta Información que publiquen las Empresas en Forma VOLUNTARIA tendrá interés para inversores, acreedores, trabajadores, estudiantes, agentes sociales, Organismos de Fiscalización, etc.

Para Gandía (2002) Internet posee tres características definitorias:

- ◆ No se trata de un único medio de comunicación, sino más bien un conjunto de medios que, utilizando un mismo canal físico de transporte, ofrecen distintas alternativas.
- ◆ Es el primer medio de comunicación de masa bidireccional, existiendo interactividad real entre emisor y receptor de la información
- ◆ Y la rapidez con la que crece y se transforma

Para que las Empresas logren sacar provecho de la Tecnología, Internet se debe diseñar un sistema que optimice los procesos para de este modo ahorrar tiempo y dinero.

Para Bonsón (2003) la revolución de Internet como medio de reporting corporativo no debe entenderse sólo como la posibilidad de suministrar más información, sino como un cambio en el modelo de reporting externo con el objeto de aprovechar las oportunidades que ofrecen las nuevas tecnologías.

Es por ello que muchas Empresas u Organizaciones no sólo divulgan sus Informes de Gestión, Memorias o Ratios Financieros, sino que también muestran Información de la Organización, de sus Ejecutivos, de sus trabajadores, del sector en el cual se desenvuelven cotidianamente, Información Medioambiental, etc.

Señala Orrego (2002), que Internet favorece bajo ciertas condiciones, el capital social y el ejercicio ciudadano. Capital social puede definirse como un conjunto de normas y redes de compromiso cívico y se materializa en la disposición de lazos de confianza y cooperación que establecen entre sí y con las Instituciones.

Es en este punto en el cual ponemos mayor énfasis ya que, se está señalando que se establecen lazos entre usuarios y las Instituciones que se muestran a través de Internet, este es uno de los aspectos importantes para nuestra Investigación ya que una ONG debe estrechar los lazos con los usuarios de Internet para así de este modo contar con un número mayor de personas que estén dispuestas a colaborar con la Organización.

La Asociación Española de Fundraising, afirma que Internet es aún una tarea pendiente para las ONL, debido fundamentalmente a la falta de inversión, agravada por la escasa formación en este ámbito. Parece que no hay una clara conciencia de la necesidad y

muchos de quienes la tienen encuentran dificultades no sólo para desarrollar un sitio Web adecuado, sino también para mantenerlo.

Esta Institución asegura que los pronósticos hablan de un importante crecimiento anual de las donaciones online, tanto en importe como en donantes, sin que, por el momento, se prevea una desaceleración de este crecimiento (Nonprofit Times, 2004). No obstante, en España aún son muy escasos los sitios que utilizan recursos avanzados como el ciberfundraising, muy extendido en países como EE.UU.

De lo descrito en el párrafo anterior se puede inferir que la situación Española no está alejada de la realidad Chilena. Muchas de las Instituciones de Beneficencia Chilenas poseen páginas Web con bajos presupuestos, con poca actualización de ellas y muy poca Información acerca de la Organización, lo que nota que la preocupación hacia los usuarios o posibles donantes es muy baja. Montañés, agrega que Cada día es más evidente la importancia para las fundaciones y demás organizaciones no lucrativas el disponer de acceso a la red Internet y tener presencia institucional en las mismas mediante espacios Web en los que muestren sus proyectos y sus actividades, así como la transparencia de la gestión de sus órganos de dirección a través de la presentación de información contable, tanto a nivel de mínimos normativos como de inf. Voluntaria.

Añade Serrano que Cada vez más las empresas divulgan información financiera en Internet frente a la rigidez, monotonía y limitaciones de la información financiera en papel, el World Wide Web ofrece fabulosas posibilidades multimedia para presentar los datos, capacidad para llegar a todos los públicos y acceso a un mayor volumen o profundidad de la información. La ausencia de legislación hace que sea muy desigual el tipo de Información Financiera que incluyen las empresas y cómo es presentada por cada país.

4.4. Internet: herramienta de captación de Fondos para Organizaciones Sin Fines de Lucro.

Cotidianamente estamos viendo en Televisión, Radio o Diarios a las mismas Instituciones de Beneficencia como Hogar de Cristo, Fundación Las Rozas, María Ayuda, Coanil, etc., las cuales aprovechan su oportunidad de mostrarse a través de estos medios de comunicación a fin de atraer a un mayor número de donantes o socios. Esta situación

limita a las Instituciones “nuevas” o menos conocidas, ya que no cuentan con acceso a estos canales, lo que conlleva a que la captación de nuevos socios y fondos para continuar los proyectos, a través de estos medios de comunicación sea casi nula. Es por ello la importancia de tener una buena imagen corporativa en la página Web de las Organizaciones a fin de obtener los recursos necesarios para implementar los proyectos pensados.

Frente a la importancia que tiene Internet actualmente para las Organizaciones, es también la inquietud de las ONGs por tratar de captar socios o donantes a través de Internet y de este modo llegar a elevar la captación de fondos. Internet permite que la donación sea más reflexiva ya que el potencial donante puede leer sobre la Organización, sus proyectos y sus logros. Puede así basar su decisión en algo más fundamentado que el Impulso. Ya que Internet es un medio del cual una Empresa, en este caso una ONGs puede sacar una ventaja con respecto a las otras Instituciones, claro, si es bien aprovechada, se debe tener presente que al divulgar una mayor cantidad de Información pueden existir ventajas y riesgos en el uso de esta herramienta comunicacional, para Gandía (2002) se resumen en :

Ventajas:

1. Facilita a todos los inversores el acceso simultáneo y aun coste reducido las informaciones que deseen divulgar las compañías.
2. Permite divulgar información “on-line” lo que puede contribuir a superar tan aludida falta de oportunidad en la publicación de la información financiera.
3. Flexibiliza el contenido de la información financiera a divulgar permitiendo a las empresas modificar la rígida estructura con la que se presentan actualmente.
4. Aumenta el volumen de información disponible facilitando la creación de base de datos que son accesibles bajo distintos formatos.

Riesgos o restricciones:

1. La necesidad de procurar un acceso en igualdad de condiciones a la información para todos los potenciales usuarios de la misma.
2. Trato discriminatorio para cuestiones de ámbito tecnológico o socioeconómico (Dificultades para acceder a la Web, conocimientos a nivel medio)

3. Las Instituciones deben velar por la certeza de los datos que difunden, ya que en caso contrario los usuarios pueden asumir como fiables informaciones, que de no serlo, les pueden inducir a tomar decisiones erróneas.
4. Debe determinarse cuáles son y quien debería asumir las responsabilidades asociadas a la divulgación de la información indebida.
5. Sobrecarga de información, ya que el hecho que los usuarios tengan acceso a volúmenes crecientes de información no significa que estén más informados

Para las Organizaciones la captación online trae consigo múltiples beneficios como:

- ◆ Se llega a un mayor número de personas de manera más eficaz
- ◆ Se eleva el grado de alcance de la Organización
- ◆ Se profundiza la relación con los posibles donantes
- ◆ Reducción de gastos
- ◆ Simplificación del proceso de Donación (solicitud y envío de la información, toma de datos, reconocimiento de la donación y pago)
- ◆ El mantenimiento posterior de datos e incluso las comunicaciones con los donantes se puede automatizar o agilizar, lo que ahorra tiempo y costes de Imprenta, etc.
- ◆ Permite realizar la Donación, sin horarios y desde cualquier lugar.

Lo descrito anteriormente no va en desmedro de las formas tradicionales de captación es un complemento en eficiencia que a la larga ayudará a reducir el cto final de la captación.

Para obtener una página Web que sea útil para la Organización y que contribuya a la captación de nuevos socios y fondos es que la Asociación Española de Fundraising señala las características que debe tener una Página de las Organizaciones sin fines de lucro para obtener mayores niveles de aportes:

- ◆ **Comunicar claramente y de forma precisa lo que hace la Organización**, cómo lo hace y Por qué, se puede encontrar información sobre la entidad y sus Proyectos.
- ◆ **Presentar los éxitos y progresos**, si se enseña al donante los progresos que, gracias a sus donaciones, se están alcanzando, le implicamos en el trabajo, le aportamos una visión más personal y cercana, que puede incentivar o incluso motivar la decisión de aportar económicamente.
- ◆ **Garantizar y asegurar la confidencialidad** de los datos que proporcione, mostrando la política de privacidad, manteniendo estándares de entorno seguro para la transferencia de datos y garantizando la seguridad en las transacciones económicas.

- ◆ **Mantener en todo momento la información de contacto**, se tiene que ser accesibles a los donantes y darles la opción de contactar a la Organización por medios tradicionales si lo prefieren.
- ◆ **Entorno Seguro y Medios de Pago**, estos sistemas automatizan la recogida de datos para el cobro de la donación. Suelen ser entidades Financieras o Bancarias con las que se conecta el sistema para realizar el proceso de cobro.
- ◆ **Respuestas Automáticas**, incorporar un sistema de respuesta automática que responda automáticamente con un mensaje de bienvenida y agradeciendo al donante, con confirmación de la transacción e informar de los datos de su donación.
- ◆ **Aportar datos**, sobre las actividades y el uso del dinero que ha hecho la Organización. Los donantes potenciales son cada vez más exigentes, algunos de ellos requieren amplia información antes de decirse a donar, para ello, se debe incluir en la Web la memoria anual. Como vemos la Información difundida a través de Internet puede variar de una Empresa a otra y es un problema del cual muchos han investigado. Es por ello que en España el Libro Blanco para la reforma de la Contabilidad en España (ICAC 2002) también abordaba este tema incluyendo en su capítulo séptimo un apartado específico dedicado a la difusión de información electrónica. En él se analizaba el estado de la distribución digital de información contable en España y se sugerían algunas líneas de actuación para su posible mejora. Las propuestas de mejoras se concretaban en tres grandes líneas (Bonsón 2004):
- ◆ **La necesidad de un código de buenas prácticas o normativa reguladora**: frente a la necesidad de un código de Buenas Prácticas se creó el Código de Buenas Prácticas para la divulgación de Información Financiera en Internet AECA, este manual es una guía para las empresas para publicar información en sus páginas Web. Este Código trata de recopilar los aspectos necesarios para que una página Web tenga todos los contenidos mínimos e igualitarios para todas las compañías. Los aspectos que considera: Contenidos mínimos, Responsabilidad de las Empresas (de que sea fiable y precisa), Identificación de las páginas Web de Información Financiera, Reciprocidad con los informes en otros formatos, Información suplementaria, resúmenes y datos desagregados, Alcance de la auditoría de estados financieros, identificación inequívoca de los principios contables utilizados en cada conjunto de estados financieros, entre otros
- ◆ **La necesidad de un formato universal para el intercambio de datos entre aplicaciones informáticas**: que toda la información contable sea digital no quiere

decir que sea compatible, (cuenta de resultados, balance, etc.) generado por un programa determinado no es directamente legible por otro programa distinto. Esto es debido a que cada fabricante utiliza sus propios formatos de almacenamiento de datos. (Bonsón, 2004) Debido a este problema de compatibilidad entre los distintos formatos (pdf, xls, doc., etc.) nace Extensible Business Reporting Lenguaje (XBRL) que fue introducido por AECA (2001), este formato permite acceder a toda la información de las empresas independiente del formato en el cual se encuentren disponibles los estados financieros.

- ♦ **La necesidad de servicios de certificación para la información digital:** la tercera propuesta hace referencia a la necesidad de certificación, por parte de terceros independientes de la información financiera difundida a través de Internet como un aspecto esencial de cara a su fiabilidad.

En la actualidad, las empresas difunden su información financiera intermedia (trimestral/semestral) y cualquier otra información adicional (ratios, información por segmentos de actividad, previsional, etc.) que tradicionalmente no ha sido objeto de auditoria, no incorporan ningún tipo de informe que certifique su fiabilidad. Este aspecto es fundamental para la credibilidad del sitio Web, ya que la Compañía expone Estados Financieros Auditados como no auditados, lo cual hace necesaria la presencia de un órgano regulador que certifique la autenticidad de las cifras ante los usuarios interesados ya sea, Inversores, Clientes, Proveedores, Trabajadores, etc., la tabla siguiente muestra una tabla de resumen de analizado precedentemente.

Tabla Nº 14

Soluciones que brinda Internet como medio de divulgación Financiera

ÁMBITO	PROBLEMAS ASOCIADOS	OBJETIVOS	SOLUCIÓN INTERNET
Contenidos	Criterios de Inclusión no correspondientes con utilidad	-Intangibles -Información no Financiera -Mayor desagregación	-Gran capacidad de almacenamiento -Mayor flexibilidad.
Periodicidad	Falta de puntualidad	-Suministro antes de perder capacidad para influir en decisiones.	-Acceso inmediato -Diálogo inmediato
Uniformidad	Falta de comparabilidad	-Amortización Internacional	-XBRL
Distribución	Ineficacia	-Eficiencia: máxima -Cantidad de usuarios	-Red Abierta

Fuente: Olea (2005), Análisis de la evolución en el suministro de información financiera a través de Internet por las mayores empresas europeas.

CAPITULO V: METODOLOGÍA APLICADA EN EL DESARROLLO DE LA INVESTIGACION SOBRE LAS OSFL

5.1 Objetivo General y Objetivos Específicos del análisis sobre divulgación financiera en Internet por las organizaciones Sin Fines de Lucro.

Como bien se ha especificado en secciones anteriores del estudio, los objetivos que esta investigación pretenden alcanzar están desglosados en dos apartados; el primero de ellos dice relación con el Objetivo General del análisis en cuestión y el segundo apartado esta relacionado con los Objetivos Específicos. Dichos objetivos se detallan en los párrafos siguientes, para su comprensión y análisis.

Objetivo General

- ◆ La investigación, tiene como finalidad el analizar, identificar, cuantificar y concluir si las Organización sin fin de Lucro en Chile, basados en una muestra, utilizan el canal de comunicación Internet para revelar información financiera y no financiera con el fin de transparentar hacia la comunidad la distribución de sus fondos y de no ser así entender el motivo de su decisión.

Objetivos Específicos

- ◆ Analizar el estado actual del uso de sitios Web para la divulgación de Información Financiera a través de Internet por las Organizaciones sin Fines de lucro con presencia en Chile.
- ◆ Cuantificar las Organizaciones Sin fines de lucro que divulgan su Información y analizar la Información brindada por ellas de tal forma que podamos caracterizar dichas informaciones de cara a identificar aspectos comunes en las ONG analizados.
- ◆ Identificar sí el tipo de Información publicada a través de los sitios Web de las ONG de la muestra, se corresponden con la normativa contable nacional sobre entidades sin fines de lucros y con resultados de estudios similares a nivel internacional.

- ◆ Conocer las razones que llevan a las Entidades Sin Fines de Lucro a divulgar Información Financiera a través de un sitio Web y las consecuencias que tiene para la entidad la Información publicada.

- ◆ Analizar las Organizaciones Sin Fines de Lucro que no divulgan Información Financiera a través del medio tecnológico, tomando en cuenta que no son objeto de entidades reguladoras que no exigen divulgar Información de ningún tipo y además conocer las razones del porqué las ONG no revelan Información a la comunidad en general.

Para cumplir lo anteriormente expuesto hemos recurrido a la Lista de Organizaciones Sin Fines de Lucro que posee Mideplan de nuestro país en su sitio Web: www.mideplan.cl. La inscripción en tal registro surge bajo el amparo de la Ley N° 19885 emitida el 05.08.2003, que tiene como objetivo otorgar beneficios tributarios a Contribuyentes que realicen donaciones con fines sociales a dichas entidades. Para que tal beneficio sea concretado tales organismos deben cumplir los siguientes requisitos copulativos:

1. Según la Ley nº 19.885, tales O.S.F.L., deben ser Corporaciones o Fundaciones constituidas según las normas del título XXXIII del Libro I del Código Civil.

2. Deben entregar servicios que respondan a necesidades inmediatas de las personas tales como: Alimentación, vestuario, alojamiento, salud; como también servicios orientados a aumentar la capacidad de las personas en mejorar sus oportunidades de vida, tales como habilitación para el trabajo, la nivelación de estudios o el apoyo a personas discapacitadas para mejorar sus condiciones de empleabilidad; o se trate de servicios que tiendan a prevenir la realización de conductas que marginen socialmente a las personas, atendiendo o mitigando las consecuencias de tales conductas, tales como, la orientación familiar, la rehabilitación de drogadictos, la atención de víctimas de violencia intrafamiliar y la difusión y promoción entre las personas del ejercicio de sus derechos sociales.

3. Y por último, que se encuentren correctamente incorporadas o inscritas en el Registro que debe llevar el Ministerio de Planificación y Cooperación. Tal registro se encuentra disponible en la pagina Web: www.mideplan.cl

Por la confidencialidad de dicho registro y por la importancia que este posee para el Servicio de Impuesto Internos en materia impositiva, es que hemos utilizado la mencionada base de datos, actualizada a la fecha, para desarrollar nuestra investigación.

En la base de datos de este organismo registran 149 O.S.F.L, de los cuales 121 de estas Organizaciones poseen páginas Web, cantidad que corresponde a nuestro universo de datos. Sobre el mencionado universo se extrajo una muestra tomando como criterio la popularidad que estas entidades representan para las personas. Tal listado se extendió a 65 personas, las que debían marcar las 20 entidades más populares según su parecer, obteniendo los resultados que a continuación se detallan:

Tabla Nº 15:
Resultados Encuestas

Tramo	Criterio	Org	Ptos Totales
T1	Entidades con más de 40 Pts	4	209
T2	Entidades con 20 Pts a 39 Pts	18	495
T3	Entidades con 10 Pts a 19 Pts	18	248
T4	Entidades con 0 Pts a 9 Pts	81	348
Totales		121	1300

Fuente: Elaboración propia.

Tal como se puede apreciar en la tabla, T1 y T2 obtuvieron 209 y 495 puntos respectivamente, resultado que sumados corresponden al 54,15% del total de Pts aplicados, más de la mitad del resultado total. Dicha cantidad indica que de las 121 Organizaciones registradas en mideplan, solo 22 de ellas, son populares o conocidas entre las personas, por lo tanto sobre tales entidades se basará nuestra investigación.

5.2. Índice a utilizar para el cálculo en uso de Internet por las Organizaciones Sin Fines de Lucro.

Tal como afirma Sanz y Koc (2006), formular índices para investigación es un concepto abstracto, puesto que muchas de las consideraciones se hacen a juicio del investigador dependiendo del enfoque que le da a la investigación. Algunos seleccionan tal información en financiera como no financiera, otros la evalúan entre calidad y cantidad y existen quienes la dividen entre información obligatoria y voluntaria.

La investigación en desarrollo ha pretendido analizar la divulgación de información financiera en Internet por las Organizaciones Sin Fines de Lucro, tomando como muestra parte del listado de dichas entidades, que se encuentra en los registros del ministerio de Planificación y Corporación. Para la creación de dicho índice hemos pensado en lo que los grupos de interés (donantes, estado, Público en General) desean extraer de dichas paginas Web.

Para cumplir el apartado anterior, hemos concretado la confección de un cuestionario, basado en lo que Bonsón y Gandía, exponen en un Documento AECA, titulado: Código de Buenas prácticas para la Divulgación de Información Financiera en Internet. Los criterios que se pretenden evaluar, han sido clasificados de la siguiente forma⁵:

◆ **Aspectos Generales de la Institución:** en esta clasificación podemos encontrar las siguientes consideraciones:

1. Datos de la empresa
2. Tamaño de la organización
3. Característica de la OSFL

◆ **Aspectos relativos a contenidos de la página Web:** en este apartado encontramos cuatro sub-clasificaciones, que son:

1. Información sobre la organización.
2. Información a usuarios externos.
3. Información Financiera
4. Información sobre la navegabilidad, diseño y accesibilidad de la Página Web.

5.3 Cálculo de los índices analizados en la investigación.

Para el cálculo de los índices de nuestra investigación, hemos aplicado el modelo de respuestas “sí/no” acomodado a variables dummies⁶, asignando el valor “1” si es que la página Web de la Organización posee la característica y el valor “0” en caso contrario, es decir que no la posea. Obtenido el valor 0 ó 1 de cada uno, se debe sumar con los

⁵ Ver cuestionario en anexo N° 7

resultados de las demás clasificaciones en las que se agrupa, para que después tal sumatoria se divida en el total de puntos que debería tener expresado en porcentajes.

Una vez obtenido el índice porcentual de cada apartado, estos deben ser comparados con los índices obtenidos en las demás consideraciones, que en nuestra investigación son cuatro, de esta forma podemos identificar de mejor manera el apartado que las OSFL consideran más importantes al entregar información sobre ellas mismas. Al explicar los términos anteriores en fórmulas, estas se deben explicar de la manera siguiente:

Tabla nº 16:

Fórmulas aplicadas para el cálculo de los índices del estudio en análisis.

<p>Sub- índice = $\frac{\text{Sumatoria Ítemes Obtenidos}}{\text{Sumatoria Ítemes que debió tener}} \times 100$</p> <p>Posteriormente dicho porcentaje, es el que se compara con los demás apartado y así se podrán extraer las conclusiones respectivas.</p>

Fuente: Elaboración Propia

5.4. Análisis estadísticos aplicados en la investigación.

Para poder tabular, analizar y comentar los resultados arrojados en el estudio, hemos considerado los siguientes índices estadísticos, los que son agrupados en Medidas de tendencia central y Medidas de dispersión.

En el primer grupo encontramos los valores que están en el centro de la distribución. La Media es el promedio de los datos; La Mediana divide en dos partes iguales la distribución de frecuencia, donde en cada parte contiene el 50% de las observaciones y la Moda es el valor más repetitivo que podemos encontrar en los resultados.

Estos tres tipos de medidas se calculan de la siguiente forma:

Media Aritmética:	$\frac{\sum X}{N}$	Donde: Ex es Sumatoria de datos N es el n° total de datos
-------------------	--------------------	-----------------------------------------------------------------

Mediana , puede ser (1)	$\frac{X_{n/2} + X_{n/2 + 1}}{2}$	Donde: (1) se aplica si N es par (2) se aplica si N es impar
(2)	$\frac{X_{n/2} + X_{n/2 + 1}}{2}$	

Moda:	$F_i + \frac{(a - b)}{(a + b)} * A$	a= Ni - Ni - 1 b= Ni - Ni + 1 Donde: Fi es Frontera Inferior del intervalo Modal Ni es el n° de observaciones intervalo Modal Ni - 1 = n° de Obs. intervalo modal anterior al intervalo Modal Ni + 1 = n° de Obs. intervalo modal siguiente al intervalo Modal
-------	-------------------------------------	----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

En el segundo grupo encontramos las medidas de dispersión. Las que utilizaremos en el análisis de los resultados son: Varianza, Desviación Estándar y Coeficiente de Desviación de Pearson; donde se sabe que la primera de ellas, mide la dispersión de los datos entorno al valor promedio de la distribución de frecuencia, La Desviación estándar es la raíz positiva de la varianza por ende dicho resultado nace de la primera medida mencionada en este párrafo y por último el Coeficiente de Desviación de Pearson permite determinar si la distribución es o no homogénea. Las formulas aplicadas en cada una de ellas son las siguientes:

Varianza:	$\frac{\sum X^2}{N} - \text{Promedio}^2$
-----------	------------------------------------------

Desviación estándar	$\sqrt{\text{Varianza}}$
---------------------	--------------------------

Coeficiente de Desviación de Pearson	$\frac{\text{Desviación Típica}}{\text{Media}}$
--------------------------------------	-------------------------------------------------

**CAPITULO VI: ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS EXTRAIDOS
MEDIANTE LOS DATOS MUESTRAL EN RELACION A LAS OSFL**

6.1 Resultados estadísticos de la investigación

La cantidad de Organizaciones que hemos utilizado para extraer la muestra es de 22, sin embargo 3 de ellas no tenían su sitio Web disponible, por lo cual no fueron consideradas al obtener los resultados⁷ que a continuación analizaremos, es por eso que el número total de Entidades estudiadas en la muestra es de 19. A su vez se debe mencionar que todos los cálculos estipulados en el informe se desarrollaron a través de Planillas Excel.

Tabla N° 17:

Resultados estadísticos obtenidos en el análisis muestral de O.S.F.L. que divulgan información en su sitio Web.

Aspectos	Sobre Organización	Usuarios Externos	Información Financiera	Aspectos relativos a la navegabilidad, diseño y accesibilidad de la página Web.	TOTAL
Medidas de Tendencias Central					
Media Aritmética	5,32	1,16	3,68	2,89	13,05
Mediana	5	1	0	2	10,90
Moda	2	2	0	2	9,48
Medidas de Dispersión					
Desviación Estándar	2,85	0,99	5,19	2,05	8,76
Varianza	8,11	0,98	26,95	4,20	76,68
Coefficiente de Desviación de Pearson	0,54	0,85	1,41	0,71	0,67

Fuente: Elaboración Propia

Si analizamos los Componentes para los cálculos de Medidas de Tendencia Central, se observa que la media Aritmética más alta está relacionada con la Divulgación de Información que las OSFL entregan sobre ellas mismas, ejemplo de esto es la Composición del Directorio de la Entidad como también la Historia de ellas, ítems que se encuentran en el grupo n° 1 cuya materia se denomina: Antecedentes de la Organización. Por otro lado el índice más bajo se encuentra en el apartado dirigido a los Usuarios Externos con un 1.16 puntos. Además resulta interesante mencionar que la Moda, consistente en la reiteración más alta de un número, se repite en 3 de los 4 segmentos,

⁷ Dichos resultados se basan en el cuestionario aplicado a las O.S.F.L y que se encuentra adjunto en este informe.

indicando así que de todos los ítems analizados mayoritariamente todas las entidades revelan solo dos puntos del total que consideramos importante. En el segmento Información Financiera, que a nosotros nos interesa prioritariamente, es tendencia en las OSFL no divulgar información al respecto, tal como lo indica la moda. A su vez, al analizar la dispersión, se observa que la desviación estándar se mueve entre 0,99 y 5,19 puntos, cuyo valor más alto se encuentra en la materia relacionada a la Información Financiera, apartado que concentra los índices de dispersión más elevados de los analizados en el estudio. El coeficiente de Pearson mínimo se encuentra en grupo N° 1, Antecedentes de la Organización, con una desviación estándar de 2.85% respecto a su media, no así la Información Financiera que concentra los índices estadísticos más altos del estudio.

6.2 Resultados específicos obtenidos por cada Organización Sin Fin de Lucro

Nos corresponde analizar, en este segmento, los resultados obtenidos por las entidades que fueron consideradas según las encuestas como las más conocidas entre las personas. Se debe mencionar que el número total de puntos que dichas Organizaciones pueden obtener es de 50, los que fueron distribuidos en los 4 apartados mencionados en la Metodología.

Tabla nº 18

Resultados específicos obtenidos por las OSFL en estudio.

	Aspectos	Sob. Org.	Us. Ext.	Inf. Financ.	Naveg.,Dis.	Total	%
01	Fund. Techo para Chile	11	3	19	6	39	78,00%
02	Fund. Superación Pobreza	10	2	9	3	24	48,00%
03	Consejo de Defensa del Niño	8	2	12	2	24	48,00%
04	Fund. Trabajo Para un Hrno	9	2	5	4	20	40,00%
05	Fund. Las Rosas Ay. Frat.	7	2	7	3	19	38,00%
06	Aldeas Infantiles SOS	2	2	9	3	16	32,00%
07	Fund. Esperanza Joven	5	0	4	6	15	30,00%
08	Fund. Puente	8	2	0	2	12	24,00%
09	Hogar de Cristo	2	0	2	7	11	22,00%
10	Caritas Chile	4	1	0	5	10	20,00%
11	Fund. Refugio de Cristo	2	2	3	2	9	18,00%
12	Fund. Beata Laura Vicuña	6	0	0	2	8	16,00%
13	Fund. Sagrada Familia	3	0	0	5	8	16,00%
14	Fund. Ayuda al niño Ltda.	7	1	0	0	8	16,00%
15	Fund. Cristo Vive	5	1	0	2	8	16,00%
16	Corp. Sagrada Familia	4	0	0	2	6	12,00%
17	Fund. Centro Esp. Nuestra	4	0	0	0	4	08,00%
18	Fund. Techo para un Hrno	2	2	0	0	4	08,00%
19	Fund. Mi Casa	2	0	0	1	3	06,00%
	Promedio	5.32	1.16	3.68	2.42	13.05	26.11%

Fuente: Elaboración Propia.

Se debe hacer mención que los datos totales obtenidos en la muestra son de 50 Pts los que corresponden al 100%, dicha cantidad se dividirá de la siguiente manera; 13 puntos contiene el segmento relacionado con la Organización, el apartado dirigido a Usuarios Externos posee 4 puntos; el total de puntos de la Información Financiera es de 22 y por último la información sobre navegabilidad y uso de la Pagina Web suma un total de 11 puntos.

Basado en lo anterior y observando este último cuadro, podemos afirmar que la Organizaciones no Lucrativas utilizan este medio para divulgar información que ha ellas las atañe, adecuándose a la modernización de los tiempos y haciendo frente a la masividad del uso de este medio digital. A la vez se puede observar que la información más divulgada esta relacionada con los Antecedentes de la Organización, clasificación que total consideran prioritaria y cuyo promedio 5.38 corresponde a un 38.46% de total de este segmento, que es 13, por otro lado es interesante mencionar que el segmento relacionado con la divulgación de Información Financiera presenta un promedio 3.68 puntos, teniendo presente que dicho apartado concentraba 22, promedio que corresponde a un 16.36%. Sobre dicha materia, se puede comentar que tan solo 9 de las 19 entidades divulga información financiera y solo dos de ellas exceden el 50% de los datos mínimos que hemos considerado para tal apartado. Al analizar las cifras totales, la tendencia se mantiene ya que solo 1 de las 19 OSFL analizada presenta más de la mitad del total de la información extraída en la lista de chequeo aplicado, en todos sus segmentos.

El análisis comentado, demuestra que la distribución de los datos de las OSFL en sus sitios Web, no están enfocados a entregar información proporcionalmente en cada segmento , sino más bien utilizan dichos sitios mayoritariamente para solo entregar información relacionada con: las actividades que realizan, sus grupos de Interés, composición del directorio, para la promoción de sus productos y no así para entregar información sobre los ingresos que perciben y la distribución de ellos mismos, es decir divulgar la Información que ha ellas les permite continuar con sus actividades programadas.

6.3 Análisis descriptivo por cada ítem investigado a través de los Sitios Web

6.3.1 Divulgación de información sobre los Antecedentes Básicos entregados por las Organizaciones Sin Fines de Lucro.

Las variables a considerar en este Apartado son las que se presentan a continuación:

- 1.1 Información sobre las principales actividades de la Organización:
 - 1.1.1 Posee carta del Presidente de la Organización
 - 1.1.2 Presenta Organigrama Funcional de la Organización.
 - 1.1.3 Divulga Información sobre actividades calendarizadas a realizar.
 - 1.1.4 Divulga los órganos que la componen.
 - 1.1.5 Divulga la Misión de la Organización
 - 1.1.6 Divulga la Visión de la Organización.
 - 1.1.7 Divulga los requisitos de Ingreso a la Organización por parte
- 1.2 Incluye un servicio propio de noticias recientes del negocio empresarial
- 1.3 Biografía y reseña histórica de los principales directivos de la empresa
- 1.4 Remuneraciones entregadas a los directivos.
- 1.5 Información precisa y cuantitativa de la política de impacto de las actividades que se realizan
- 1.6 Divulga el número de beneficiarios por segmento.
- 1.7 Realizan colecta anual

◆ Análisis Horizontal:

Respecto a lo relacionado con los antecedentes generales que las organizaciones divulgan sobre ellas mismas, se puede observar que todas las entidades analizadas proporcionan cierto grado de información a los usuarios en esta materia, algunas de ellas lo hacen mediante un link directo en su página Web y otras a través de su memoria anual, mediante formato PDF.

Al analizar cada variable que conforman este apartado se pueden extraer los siguientes resultados de tal clasificación: Al ver la presentación de la organización en su sitio Web, por medio de la emisión de **Carta del Presidente** de dicha entidad (1.1.1), se puede observar que de las 19 entidades analizadas, solo 5 de ellas la poseen, lo que corresponde a un 26.32% del total. Sin embargo al analizar la divulgación relacionada con la presentación del **Organigrama Funcional de la entidad** (1.1.2), se puede apreciar que dicho porcentaje es de un 36.84%, corresponden a 7 OSFL que entregan tal información. A la vez se obtiene como resultado que un 52.63%, divulga la información con las **actividades calendarizadas a desarrollar** (1.1.3), por su parte un 73.68%

entregan **antecedentes sobre los órganos que la componen** (1.1.4), porcentaje que se repite al analizar cuantas de ellas presenta la **misión** que tiene por objeto tal organización (1.1.5), por su parte la **visión** de tales entidades la entregan aproximadamente la mitad de ellas, con un 57.89% (1.1.6), a su vez resulta interesante mencionar que solo 3 de las O.S.F.L en estudio, entregan los **requisitos que se deben cumplir para ingresar a ellas** (1.1.7), que corresponde a un 15,79% de la muestra y que un 63, 19%, que son 12 entidades, poseen un apartado en su sitio Web (1.2) para informar sobre las **noticias que afectan a dichas entidades**. Al investigar la divulgación sobre la **bibliografía de los directivos** que dirigen a dichas Organizaciones (1.3), se obtiene como resultado que solo 31.58%, correspondiente a 6 de ellas, la mencionan y que dicho porcentaje disminuye a un 15.79%, cuando se trata de **divulgar las remuneraciones** que tales directivos perciben (1.4). Para finalizar este apartado se debe mencionar que solo 5 OSFL, entrega información precisa y cuantitativa sobre sus **políticas de impacto de las actividades que se realizan** (1.5), cuyo porcentaje es un 26.32% y por su parte un 31.58%, correspondiente a 6 Organizaciones, entregan información sobre el **número de beneficiarios por segmento** (1.6), repitiendo dicho porcentaje al analizar la divulgación que proporcionan por la **colecta de beneficencia que hacen anualmente** (1.7). Los resultados de las variables analizadas precedentemente se pueden apreciar en la grafica siguiente:

Datos:

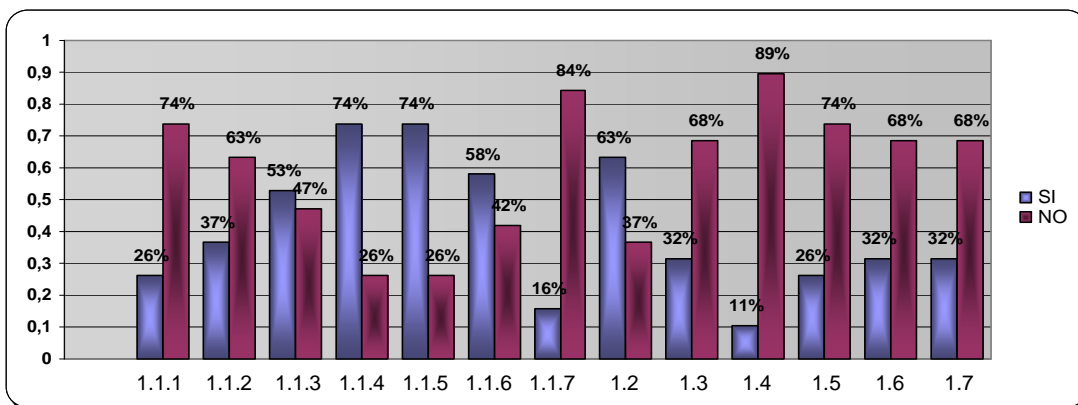
Frecuencia

	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7
Si	5	7	10	14	14	11	3	12	6	3	5	6	6
No	14	12	9	5	5	8	16	7	13	16	14	13	13
Total	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19

Porcentaje

	1.1.1	1.1.2	1.1.3	1.1.4	1.1.5	1.1.6	1.1.7	1.2	1.3	1.4	1.5	1.6	1.7
Si	26%	37%	53%	74%	74%	58%	16%	63%	32%	16%	26%	32%	32%
No	74%	63%	47%	26%	26%	42%	84%	37%	68%	84%	74%	68%	68%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

Gráfico n° 11:
Antecedentes Básicos de las Organizaciones Sin Fines Lucrativos



Fuente: Elaboración Propia

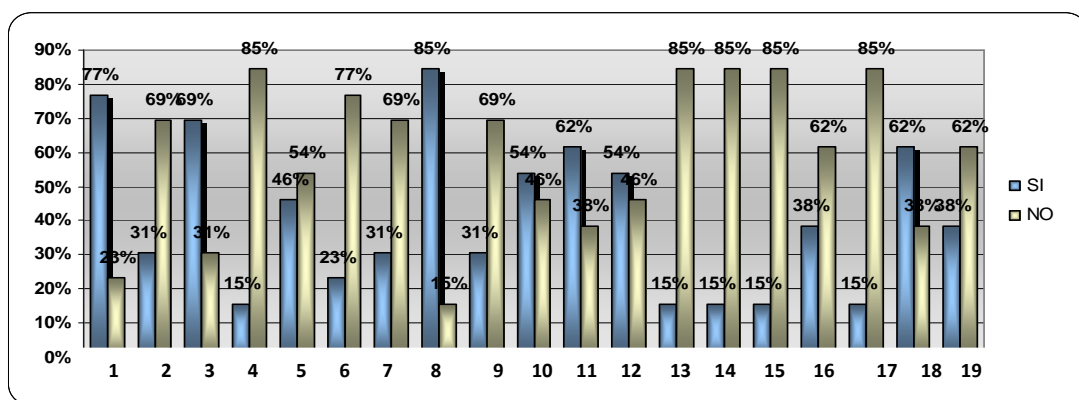
◆ **Análisis Vertical:**

Al observar cuan completa es una página Web, de las Organizaciones Sin Fines de Lucro bajo, se puede apreciar que bajo esta materia solo 7 sobre un total de 19 de ellas, proporciona más del 50% de la información que se analiza en este apartado y sólo 1 de ellas excede el 80%, a su vez 7 entidades se encuentran en un rango de un 20% a 50% de información proporcionada y por último 5 entregan una información básica mínima sobre tales datos. En la gráfica siguiente se puede apreciar tal información:

Tabla de Datos		Empresas			%		
		SI	NO	TOTAL	SI	NO	TOTAL
1	Fundación para la Superación de la Pobreza	10	3	13	77%	23%	100%
2	Caritas Chile	4	9	13	31%	69%	100%
3	Fundación Trabajo para un Hermano	9	4	13	69%	31%	100%
4	Hogar de Cristo	2	11	13	15%	85%	100%
5	Fundación Beata Laura Vicuña	6	7	13	46%	54%	100%
6	Fundación Sagrada Familia	3	10	13	23%	77%	100%
7	Fundación Centro Esperanza Nuestra	4	9	13	31%	69%	100%
8	Fundación un Techo para Chile	11	2	13	85%	15%	100%
9	Corporación Sagrada Familia	4	9	13	31%	69%	100%
10	Corporación de Ayuda al niño limitado	7	6	13	54%	46%	100%
11	Consejo de Defensa del niño	8	5	13	62%	38%	100%
12	Fundación Las Rosas de Ayuda Fraternal	7	6	13	54%	46%	100%
13	Aldeas Infantiles SOS Chile	2	11	13	15%	85%	100%
14	Fundación Refugio de Cristo	2	11	13	15%	85%	100%
15	Fundación Techo para un hermano	2	11	13	15%	85%	100%
16	Fundación Cristo Vive	5	8	13	38%	62%	100%
17	Fundación Mi casa	2	11	13	15%	85%	100%
18	Fundación Puente	8	5	13	62%	38%	100%
19	Fundación de la Esperanza Joven	5	8	13	38%	62%	100%

Gráfico n° 12:

Análisis comparativo muestral de divulgación de Antecedentes Básicos por las Organizaciones Sin Fines Lucrativos



Fuente: Elaboración Propia

6.3.2 Divulgación de Información sobre los antecedentes que las Organizaciones Sin Fines de Lucro entregan a los Usuarios Externos.

En este segmento se consideran las siguientes variables:

- | | |
|-----|-------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.1 | Presenta Información precisa y cuantitativa sobre las políticas de financiamiento |
| 2.2 | Existe un calendario de acontecimientos relevantes para los donantes. |
| 2.3 | Divulgación de incremento o disminución en las donaciones con respecto a años anteriores. |
| 2.4 | La página contiene un link para realizar donaciones en línea. |

◆ **Análisis Horizontal:**

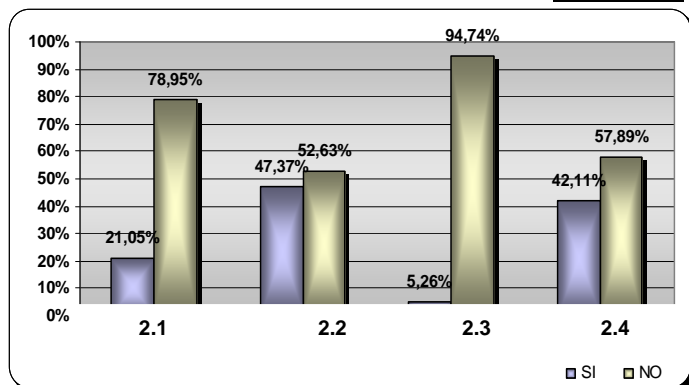
Para análisis la información que las entidades en estudio divulgan a los usuarios externos, entre ellos: Estado, Ciudadanos, Donantes, etc., se han establecido cuatro subclasificaciones; la primera de ellas esta relacionada directamente con las políticas de financiamiento que dicha entidad precisa, basados en el estudio se puede apreciar que solo 4 de las 19 instituciones analizadas divulgan tal información, siendo solo un 21.05% del total de OSFL. La segunda agrupaciones que encontramos se refiere a la calendarización que el organismo expresa en su página para que los usuarios y donantes de dichas instituciones se mantengan informados y al respecto se aprecia que un 47.37% lo hace, que corresponde a 9 entidades. Por su parte es sólo una institución que divulga el incremento o disminución que ella experimento por concepto de donaciones en años calendarios, siendo solo el 5.26% del total y por último 8 de dichas instituciones poseen

en sus páginas Web, un link directo para realizar donaciones en línea. La gráfica siguiente ejemplifica la información contenida en el presente párrafo.

Gráfico n° 13:

Porcentaje de divulgación de información entregadas por las OSFL a los Usuarios

Externos.



Datos:

Frecuencia

	2.1	2.2	2.3	2.4
SI	4	9	1	8
NO	15	10	18	11
TOTAL	19	19	19	19

Porcentaje

	2.1	2.2	2.3	2.4
SI	21%	47%	5%	42%
NO	79%	53%	95%	58%
TOTAL	100%	100%	100%	100%

Fuente: Elaboración Propia

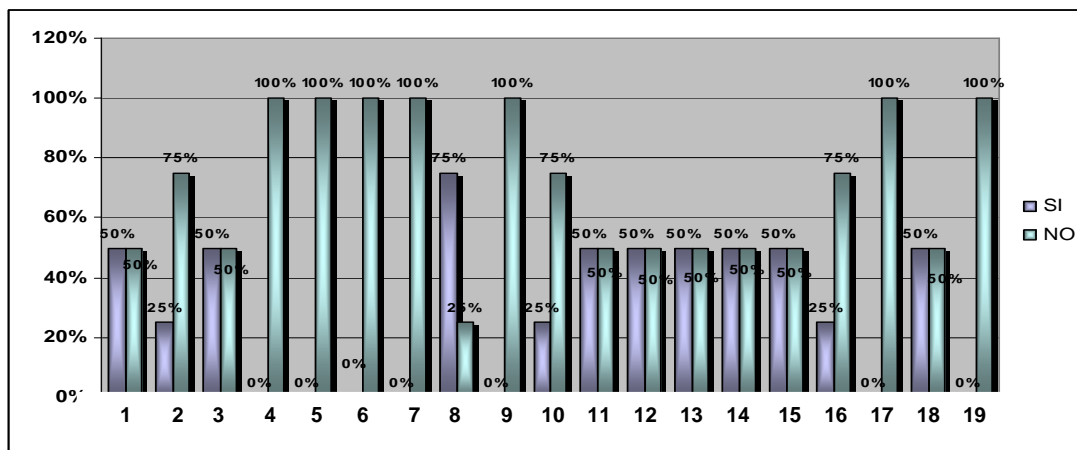
◆ **Análisis Vertical:**

A través de este análisis se observa la tendencia que existe en estas organizaciones para divulgar la programación de actividades, como también el link directo que posee la página para realizar la donación en línea. A la vez se puede observar que gran cantidad de organizaciones no divulgan ningún tipo de información relacionado con este tema, es así como lo expresa la gráfica:

Tabla de Datos		Empresas			%		
		SI	NO	TOTAL	SI	NO	TOTAL
1	Fundación para la Superación de la Pobreza	2	2	4	50%	50%	100%
2	Caritas Chile	1	3	4	25%	75%	100%
3	Fundación Trabajo para un Hermano	2	2	4	50%	50%	100%
4	Hogar de Cristo	0	4	4	0%	100%	100%
5	Fundación Beata Laura Vicuña	0	4	4	0%	100%	100%
6	Fundación Sagrada Familia	0	4	4	0%	100%	100%
7	Fundación Centro Esperanza Nuestra	0	4	4	0%	100%	100%
8	Fundación un Techo para Chile	3	1	4	75%	25%	100%
9	Corporación Sagrada Familia	0	4	4	0%	100%	100%
10	Corporación de Ayuda al niño limitado	1	3	4	25%	75%	100%
11	Consejo de Defensa del niño	2	2	4	50%	50%	100%
12	Fundación Las Rosas de Ayuda Fraternal	2	2	4	50%	50%	100%
13	Aldeas Infantiles SOS Chile	2	2	4	50%	50%	100%
14	Fundación Refugio de Cristo	2	2	4	50%	50%	100%
15	Fundación Techo para un hermano	2	2	4	50%	50%	100%
16	Fundación Cristo Vive	1	3	4	25%	75%	100%
17	Fundación Mi casa	0	4	4	0%	100%	100%
18	Fundación Puente	2	2	4	50%	50%	100%
19	Fundación de la Esperanza Joven	0	4	4	0%	100%	100%

Grafico nº 14:

Análisis comparativo muestral de divulgación de Información a los Usuarios Externos



Fuente: Elaboración Propia.

6.3.3 Análisis sobre los aspectos relativos a la navegabilidad, diseño y accesibilidad de la página Web, en las Organizaciones Sin Fines Lucrativos

Se considerarán para este punto en análisis las variables que se detallan a continuación, las cuales se análisis en los dos puntos siguientes:

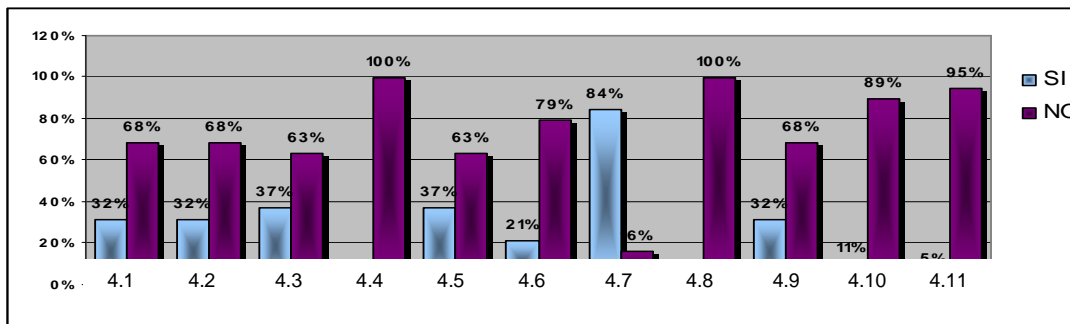
- 4.1 Dispone de un apartado específico en el que agrupa la información financiera que divulga
- 4.2 Se puede acceder a la información en varios idiomas
- 4.3 Se incluyen en la página la fecha de la última actualización
- 4.4 Se indican la frecuencia de actualización de las páginas
- 4.5 Se facilita un mapa de la Web
- 4.6 Se incorporan recursos que faciliten una correcta impresión de la información
- 4.7 Se facilita la dirección postal y electrónica de contacto de la Organización.
- 4.8 La autenticidad de la información financiera se garantiza mediante firma digital.
- 4.9 La seguridad del sitio Web está certificada por una entidad independiente y de solvencia.
- 4.10 El sitio posee contador de visitas
- 4.11 Se incluyen soportes multimedia como apoyo para la presentación de datos financieros

◆ **Análisis Horizontal**

Por medio de este análisis se evalúa cuan completa se encuentra la página Web de la institución en estudio en este segmento, a continuación se presenta un gráfico con los resultados obtenidos:

Grafico nº 15:

Índice de divulgación relacionado con los aspectos de Navegabilidad y Diseños de las páginas de Web



Fuente: Elaboración Propia

Datos

Frecuencia

	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9	4.10	4.11
SI	6	6	7	0	7	4	16	0	6	2	1
NO	13	13	12	19	12	15	3	19	13	17	18
TOTAL	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19

Porcentajes

	4.1	4.2	4.3	4.4	4.5	4.6	4.7	4.8	4.9	4.10	4.11
SI	32%	32%	37%	0%	37%	21%	84%	0,00%	32%	11%	5%
NO	68%	68%	63%	100%	63%	79%	16%	100%	68%	89%	95%
TOTAL	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

En esta dimensión, se puede apreciar que solo el 32% de las Entidades agrupa **Información Financiera en un apartado de su página (4.1)**, ya sea a través de un link directo o por medio de la memoria anual que emiten algunas organizaciones, dicho porcentaje corresponde a 6 organizaciones que la proporcionan. La misma cantidad de OSFL proporciona acceso a su **información por medio de diferentes idiomas (4.2)**, el cual es mayoritariamente inglés. Por otra parte son 7 Organizaciones que incorporan la última **actualización de su página Web (4.3)**, dicha cantidad se reitera cuando evaluamos el **acceso a un mapa de la Web (4.5)**, que es corresponde porcentualmente un 37%. Los recursos que facilitan para **acceder a una correcta impresión de información (4.6)** es prioritariamente la descarga de archivos mediante formato PDF, la cantidad de entidad que la proporcionan es de 21%, corresponden a 4 OSFL sobre un total de 19 que estamos analizando. Sin embargo, resulta interesante mencionar que no todas proporcionan una información tan básica, como es facilitar una **dirección postal y electrónica (4.7)**, ya que solo 16 de 19 son divulgadoras de dicha información. A su vez, ninguna página analizada certifica dicha información por medio de una **firma digitalizada**

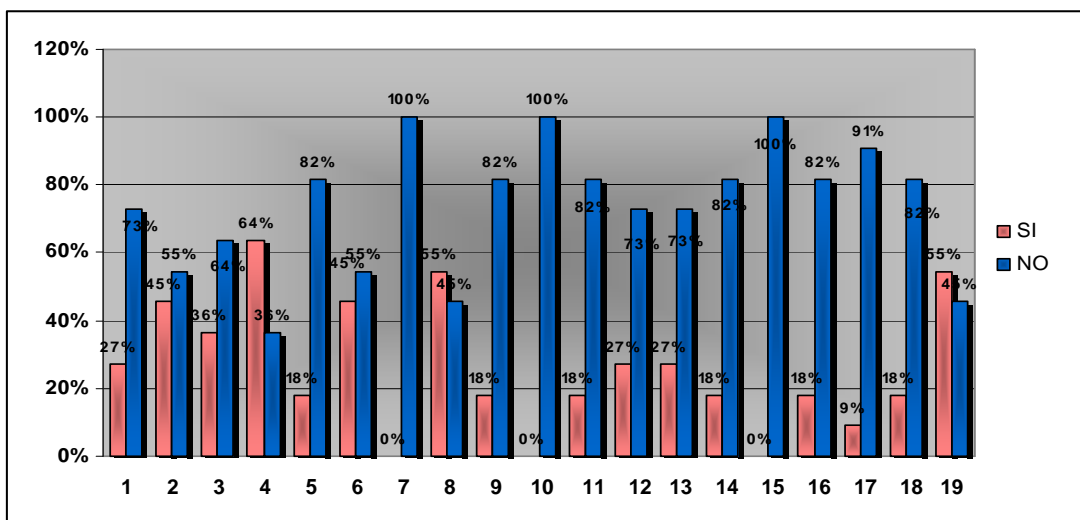
(4.8) y solo 6 entidades acreditan que la **seguridad del sitio Web** (4.9) esta certificada por alguna entidad de solvencia e independiente de la Organizaciones en cuestión. Por último podemos mencionar que solo dos de ellas poseen **contador de visitas** (4.10), tales entidades fueron evaluadas en el índice general de divulgación con un 12% y 24%, porcentajes muy ínfimos al máximo que es de un 78%, sin embargo este último no posee dicho contador, solo una entidad posee herramientas y **soportes multimedia** (4.11) para entregar información financiera. Estos aspectos dan a entender que dichas páginas no están orientas a entregar Información Financiera, sino más bien cuentan con sistemas digitalizados básicos que les permiten dar a conocer la organización en si y ofrecer sus servicios/producto.

◆ **Análisis Vertical**

Cuando observamos los resultados desde otro ángulo, ahora enfocado al análisis individualizado de las OSFL los resultados que obtenemos pueden ser de gran Interés, tal como veremos a continuación:

Gráfico n° 16:

Análisis Individualizado de navegabilidad y Diseño de los sitios Web



Fuente: Elaboración Propia

Datos:

Tabla de Datos		Empresas			%		
		SI	NO	TOTAL	SI	NO	TOTAL
1	Fundación para la Superación de la Pobreza	3	8	11	27%	73%	100%
2	Caritas Chile	5	6	11	45%	55%	100%
3	Fundación Trabajo para un Hermano	4	7	11	36%	64%	100%
4	Hogar de Cristo	7	4	11	64%	36%	100%
5	Fundación Beata Laura Vicuña	2	9	11	18%	82%	100%
6	Fundación Sagrada Familia	5	6	11	45%	55%	100%
7	Fundación Centro Esperanza Nuestra	0	11	11	0%	100%	100%
8	Fundación un Techo para Chile	6	5	11	55%	45%	100%
9	Corporación Sagrada Familia	2	9	11	18%	82%	100%
10	Corporación de Ayuda al niño limitado	0	11	11	0%	100%	100%
11	Consejo de Defensa del niño	2	9	11	18%	82%	100%
12	Fundación Las Rosas de Ayuda Fraternal	3	8	11	27%	73%	100%
13	Aldeas Infantiles SOS Chile	3	8	11	27%	73%	100%
14	Fundación Refugio de Cristo	2	9	11	18%	82%	100%
15	Fundación Techo para un hermano	0	11	11	0%	100%	100%
16	Fundación Cristo Vive	2	9	11	18%	82%	100%
17	Fundación Mi casa	1	10	11	9%	91%	100%
18	Fundación Puente	2	9	11	18%	82%	100%
19	Fundación de la Esperanza Joven	6	5	11	55%	45%	100%

Gracias al gráfico anterior podemos observar que las OSFL Nacionales, no están preocupadas por otorgar las herramientas para facilitar el uso de este medio digital, concluimos esto porque solo 3 de las 19 entidades analizadas exceden el 50% de los ítems chequeados en sus sitios Web, cantidad mínima al observar que los resultados de 10 de ellas, se mueven en el rango de entre 0 a 20% de divulgación en esta materia.

6.3.4 Divulgación de Información Financiera en las Organizaciones Sin Fin de Lucro.

Como bien se ha expresado en el capítulo dirigido a las Organizaciones Sin Fines de Lucro, estas llevan Contabilidad bajo el boletín técnico nº 63, el cual indica que dichas instituciones se someten a un régimen especial en materia contable, debiendo confeccionar los siguientes informes: El estado de posición financiera o estado patrimonial de la organización al final del ejercicio; El estado de actividades del ejercicio; El estado de flujo de efectivo del ejercicio; Las notas explicativas de los estados financieros, que complementan la información que éstos entregan. Sin embargo estas entidades no están obligadas a divulgar tales antecedentes en sitios de uso público aún cuando los ciudadanos también son inversionistas de ellas, es por ello que en los siguientes análisis evaluaremos la información que presentan voluntariamente en sus sitios Web.

Las variables consideradas son las siguientes:

3.1 Acceso a las cuentas anuales completas del último ejercicio 2007 cerrado

- 3.1.1 Estado de situación
- 3.1.2 Estado de Actividades (Ingresos y Gastos)
- 3.1.3 Presupuesto para el próximo año
- 3.2 Acceso a las cuentas anuales con más de un ejercicio de antigüedad
- 3.2.1 Estado de situación
- 3.2.2 Estado de Actividades (Ingresos y Gastos)
- 3.3 Acceso a información Intermedia
- 3.3.1 Balance trimestral
- 3.3.2 Presentación de Ingresos trimestrales
- 3.3.3 Presentación de Gastos Trimestrales
- 3.4 Acceso Individualizado al informe referido a las cuentas anuales difundidas
- 3.5 Acceso al Informe de Gestión o Memoria Anual
- 3.6 Divulgación de información segmentada por actividad realizada por la Organización
- 3.7 Divulga tablas resúmenes de estados contables del ejercicio actual.
- 3.8 Divulga tablas resúmenes de estados contables de ejercicios anteriores
- 3.9 Divulga gráficos explicativos de situación financiera
- 3.10 Presenta Informes de Auditoria.
- 3.11 Presenta el desembolso detallado por concepto de gastos
- 3.12 Divulgan las subvenciones que reciben
- 3.13 Se puede diferenciar el gasto administrativo y operativo
- 3.14 Divulgan la manera en como distribuyen sus ingresos
- 3.15 Divulga la forma de pago de sus deudas
- 3.16 Presenta Información Financiera por sucursal.

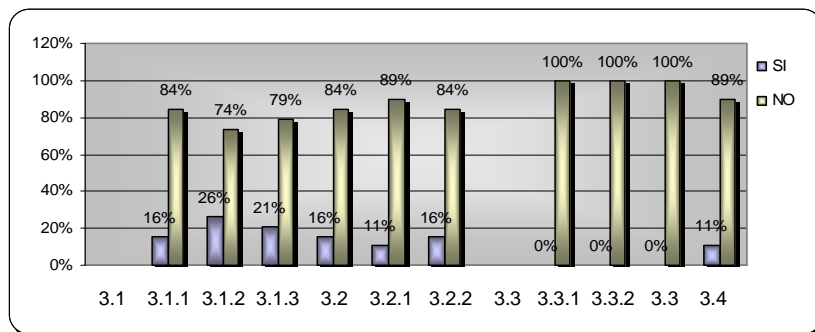
◆ **Análisis Horizontal:**

Por cantidad de datos relacionados con información, se han dividido dichos resultados en dos gráficos con 11 variables cada una, ordenados por la secuencia que contempla el chequeo

Gráfico n° 17:

Tendencias de divulgación financiera por las Organizaciones Sin Fines de Lucro a

Nivel Nacional



Fuente: Elaboración Propia

Datos:

Frecuencia												
	3.1	3.1.1	3.1.2	3.1.3	3.2	3.2.1	3.2.2	3.3	3.3.1	3.3.2	3.3	3.4
Si	-	3	5	4	3	2	3	-	0	0	0	2
No	-	16	14	15	16	17	16	-	19	19	19	17
Total	-	19	19	19	19	19	19	-	19	19	19	19

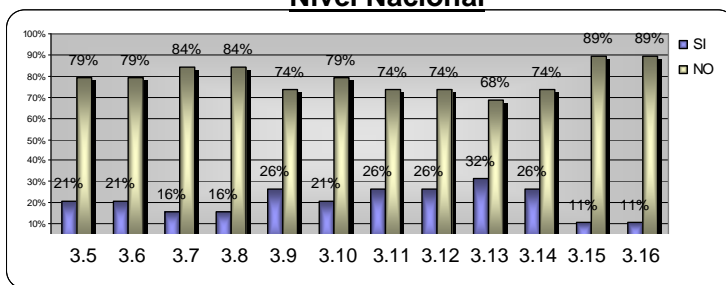
Porcentaje												
	3.1	3.1.1	3.1.2	3.1.3	3.2	3.2.1	3.2.2	3.3	3.3.1	3.3.2	3.3	3.4
Si	-	16%	26%	21%	16%	11%	16%	-	0%	0%	0%	11%
No	-	84%	74%	79%	84%	89%	84%	-	100%	100%	100%	89%
Total	-	100%	100%	100%	100%	100%	100%	-	100%	100%	100%	100%

Como se puede apreciar en los gráficos, el apartado que agrupa el acceso a las **cuentas anuales del año anterior 2007** (3.1), indica que solo 3 de 19 OSFL entregan el **estado de situación** (3.1.1), de tales 1 posee un link directo para acceder a ellas y dos la presentan por medio de su memoria anual, en formato PDF, cuando se trata de **divulgar los ingresos, gastos del año y el destino de estos** (3.1.2) dicha cantidad aumenta en 2 dígitos, porcentaje que corresponde a un 26%, las OSFL que divulgan en forma clara y precisa el **presupuesto para el año siguiente** (3.1.3) son 4, de las cuales todas las presentan en su memoria anual. Para el ítems 3.2, se mantiene igual tendencia anterior, ya que es el mismo grupo de OSFL que la componen, cabe mencionar que los años de antigüedad promedio en divulgar información anterior es de 3. A su vez es interesante mencionar que ninguna de las OSFL que componen la muestra, divulga su **información Financiera en período intermedio** (3.3), independiente del tamaño que ella posea. Cabe destacar que solo 1 entidad de las 19 en total, posee un link directo para **acceder de manera individualizada a sus cuentas anuales difundidas** (3.4), presentada mediante formato PDF, para obtener información de las restantes 2, son necesarios 2 link previos.

Gráfico n° 18:

Tendencias de divulgación financiera por las Organizaciones Sin Fines de Lucro a

Nivel Nacional



Fuente: Elaboración Propia

Datos:

Frecuencia												
	3.5	3.6	3.7	3.8	3.9	3.10	3.11	3.12	3.13	3.14	3.15	3.16
Si	4	4	3	3	5	4	5	5	6	5	2	2
No	15	15	16	16	14	15	14	14	13	14	17	17
Total	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19	19

Porcentaje												
	3.5	3.6	3.7	3.8	3.9	3.10	3.11	3.12	3.13	3.14	3.15	3.16
Si	21%	21%	16%	16%	26%	21%	26%	26%	32%	26%	11%	11%
No	79%	79%	84%	84%	74%	79%	74%	74%	68%	74%	89%	89%
Total	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%	100%

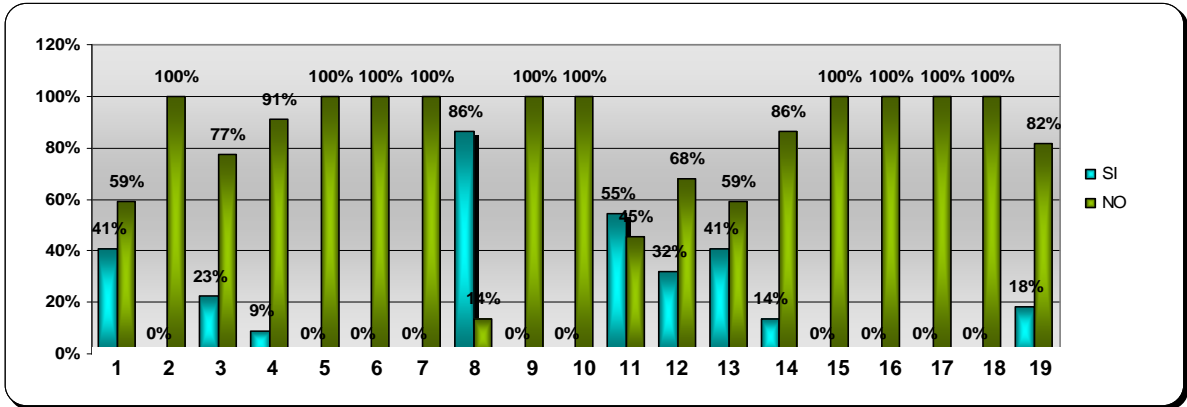
Continuando con el análisis y como se ya se ha mencionado el puntos anteriores son 4 entidades que cuentan con **memoria anual** (3.5), también se aprecia que tal índice se mantiene al analizar la distribución de los ingresos mediante **información segmentada** (3.6), entidades que se encargan de divulgar **tablas resúmenes** tanto del ejercicio comercial como de años anteriores, para aclarar aun más la distribución de sus fondos (3.7 y 3.8) mediante formato PDF: Es valorable indicar que 4 Organizaciones divulgan su información financiera respaldada por **Informes de Auditoria** (3.10), entidades tales como Deloitte y Ernest &Yang, los que actúan como testigo al dar veracidad de los datos entregados. Son las mismas entidades que divulgan los Fondos que perciben, mediante proyectos y otros medios para financiamiento (3.12) y por ultimo son solo dos entidades que entregan antecedentes del su **autofinanciamiento de deudas** (3.15), cantidad que se mantiene al evaluar la información financiera segmentada por sus **sucursales a nivel nacional** (3.16). Por tanto se puede concluir que solo 5 entidades de 19 en total, se encargan de difundir la información financiera que les atañe, tendencia que se repite en todo este segmento y que corresponde a un 26% del total muestral

◆ **Análisis Vertical:**

En esta dimensión analizaremos la información Financiera individualizada por Organizaciones no Lucrativas y comprobaremos la veracidad de los resultados obtenidos mediante el análisis Horizontal recién descrito.

Grafico nº 19:

Índice porcentual de divulgación en Información Financiera que las Organizaciones Sin Fines Lucrativos presentan en sus Sitios Web.



Fuente: Elaboración Propia

Datos:

Tabla de Datos		Empresas			%		
		SI	NO	TOTAL	SI	NO	TOTAL
1	Fundación para la Superación de la Pobreza	9	13	22	41%	59%	100%
2	Caritas Chile	0	22	22	0%	100%	100%
3	Fundación Trabajo para un Hermano	5	17	22	23%	77%	100%
4	Hogar de Cristo	2	20	22	9%	91%	100%
5	Fundación Beata Laura Vicuña	0	22	22	0%	100%	100%
6	Fundación Sagrada Familia	0	22	22	0%	100%	100%
7	Fundación Centro Esperanza Nuestra	0	22	22	0%	100%	100%
8	Fundación un Techo para Chile	19	3	22	86%	14%	100%
9	Corporación Sagrada Familia	0	22	22	0%	100%	100%
10	Corporación de Ayuda al niño limitado	0	22	22	0%	100%	100%
11	Consejo de Defensa del niño	12	10	22	55%	45%	100%
12	Fundación Las Rosas de Ayuda Fraternal	7	15	22	32%	68%	100%
13	Aldeas Infantiles SOS Chile	9	13	22	41%	59%	100%
14	Fundación Refugio de Cristo	3	19	22	14%	86%	100%
15	Fundación Techo para un hermano	0	22	22	0%	100%	100%
16	Fundación Cristo Vive	0	22	22	0%	100%	100%
17	Fundación Mi casa	0	22	22	0%	100%	100%
18	Fundación Puente	0	22	22	0%	100%	100%
19	Fundación de la Esperanza Joven	4	18	22	18%	82%	100%

En el último gráfico del Segmento, se aprecia claramente la tendencia a la No declaración de Información Financiera por las Entidades Sin Fines Lucrativos en el Ámbito Nacional lo que indica la falta de regulación para que ellas hagan pública dicho material. Se observa a la vez que de un total de 19 entidades sólo una, Fundación un techo para Chile creada en 1997, excede en gran magnitud la tendencia media del resto evaluado, cabe mencionar a la vez que dicha entidad supera en todos los análisis a sus compañeras y por ende es la mejor evaluada en este estudio. A su vez se observa que 10 entidades no divulgan ningún

tipo de Información al resto y las 4 restantes mantienen una tendencia mínima muy inferior a la media.

6.4 Resultados Encuestas Vía E-mail y Personales

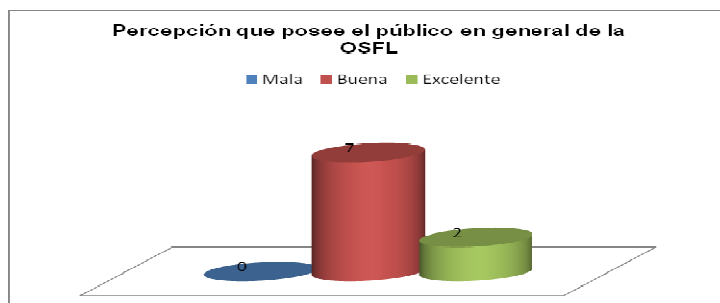
Uno de los objetivos propuestos en nuestro Proyecto de título era conocer las razones que poseen las Organizaciones Sin fines de lucro para no divulgar Información Financiera en Internet. Dada esta razón se procedió a efectuar encuestas a las Distintas Organizaciones Sin fines de lucro existentes en el país, ya sea inscritas en el Registro que mantiene el MIDEPLAN como otras que no pertenecían al citado registro.

Estas encuestas fueron realizadas en forma personal como también vía e-mail. Como resultado de este proceso se obtuvo la respuesta de 9 Fundaciones o Corporaciones entre las cuales se encuentran:

1. Fundación de Beneficencia Hogar de Cristo
2. Corporación ONG Promas
3. Fundación Centro de Educación y Promoción de Acción solidaria (Cepas)
4. Corporación Renal Infantil Mater
5. Corporación Organización no Gubernamental de desarrollo Raíces
6. ONG Corporación Andalué
7. Fundación Refugio de Cristo
8. Fundación Trabajo para un hermano
9. Corporación privada de desarrollo social Renace Lota.

Constan de dos partes una dedicada a la Organización y la otra a Internet y el resultados de tales preguntas⁸ se grafican en los apartados siguientes, donde los 10 gráficos iniciales corresponde a antecedentes de la organización y los 6 últimos a Internet.

Gráfico nº 20:



Fuente: Elaboración Propia

En general las Organizaciones creen que la percepción que tiene la Fundación o Corporación frente a la Sociedad es buena, ellos señalan que lo notan porque no tienen mayores reclamos por

⁸ Ver cuestionario en anexo nº9

parte de la ciudadanía, por el nivel de satisfacción que se les brinda a los beneficiarios de la Organización y porque mayormente no se ven involucrados en noticias negativas que empañen la imagen de la Institución.

Gráfico nº 21



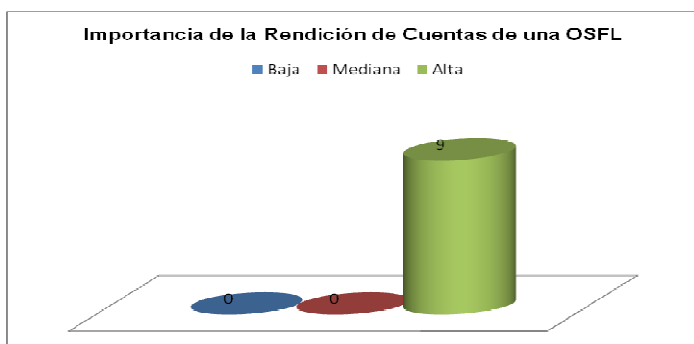
Fuente: Elaboración Propia

En esta pregunta muchas de las Instituciones piensan que la percepción de los trabajadores y voluntarios frente a la Organización es buena, ya que hay procedimientos dentro de

la OSFL que los ayuda a motivarlos a modo que

realicen su trabajo de la mejor manera. En relación a los voluntarios las Instituciones piensan que la imagen de la OSFL ayuda a que lleguen mayor cantidad de voluntarios a la Organización. En caso contrario si la OSFL tuviera una mala percepción los voluntarios disminuirían.

Gráfico nº 22:

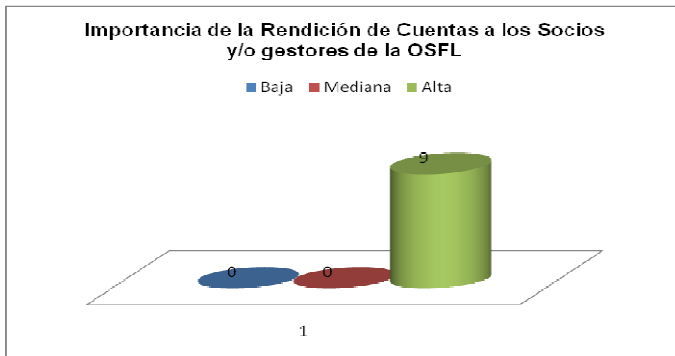


Fuente: Elaboracion Propia

Las Instituciones coinciden en la importancia que tiene para una Organización sin fin de lucro, la Rendición de Cuentas, ya que es un medio de aprendizaje para las OSFL ya que pueden ver año a año si los objetivos son cumplidos o si han crecido de un año a otro, también las hace ser

más transparentes ante la Sociedad y ante las Instituciones que las regulan.

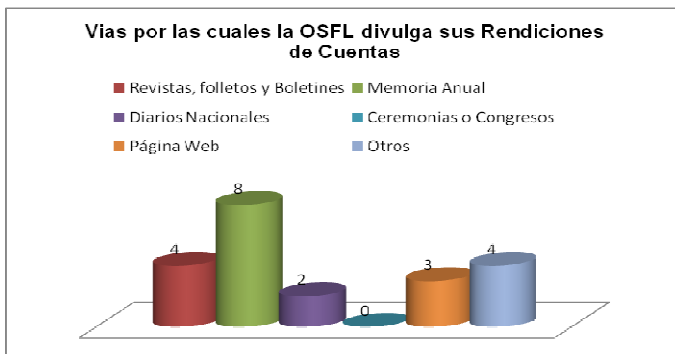
Gráfico nº 23



Fuente: Elaboración Propia

Principalmente no hay mayores interesados en la gestión de la OSFL que los sostenedores y/o socios, actúan como una especie de control interno dentro de la Organización.

Gráfico nº 24



Fuente: Elaboración Propia

Las Rendiciones de Cuentas son generalmente reveladas en la Memoria Anual, como se aprecia en el Gráfico nº 24, en donde también se puede observar que todavía no hay una cultura de transparencia en la Web. En el Ítem Otros, las Organizaciones nos clarifican que además revelan

las Rendiciones de cuentas en Informes semestrales o anuales, Canales Zonales y Radios Comunales, entre otros.

Gráfico nº 25



Fuente: Elaboración Propia

Frente a la Pregunta si ¿ la Incorporación de la Responsabilidad Social y las Rendiciones de cuentas, mejoran la visualización de la OSFL? Las Organizaciones coinciden que si claramente las ayuda a tener una

buena imagen frente a la ciudadanía, aunque si la OSFL posee una buena imagen, trayectoria no deberían estos conceptos como son la responsabilidad social y la rendición de cuentas, afectar su imagen.

Gráfico nº 26



Fuente: Elaboración Propia

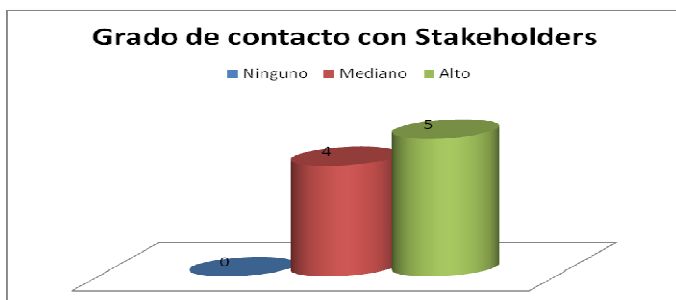
En toda Organización deben haber personas o Instituciones a los cuales le interese la gestión que lleva a cabo la OSFL, en este caso las Instituciones encuestadas atribuyen importancia a los siguientes grupos de interés que se detallan en el Gráfico N°26

también a Organizaciones Adyacentes que colaboran en el quehacer diario de la Institución.

En el Item Otros, las OSFL agregaron a los clientes que se benefician con los productos que comercializan y

los productos que comercializan y

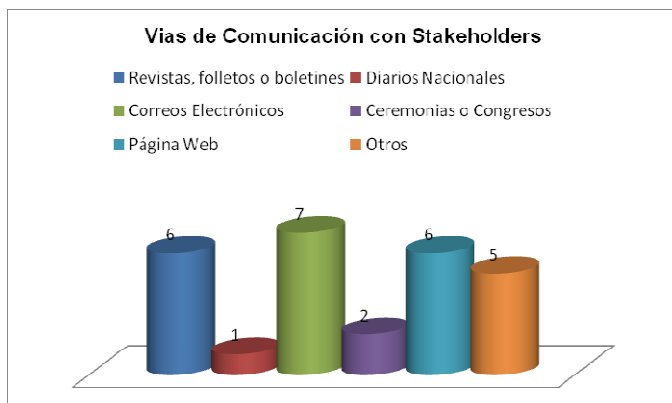
Gráfico nº 27:



Fuente: Elaboración Propia

Las OSFL además clarifican que se debe tener un mediano a alto contacto con los stakeholders, como se muestra en la grafica

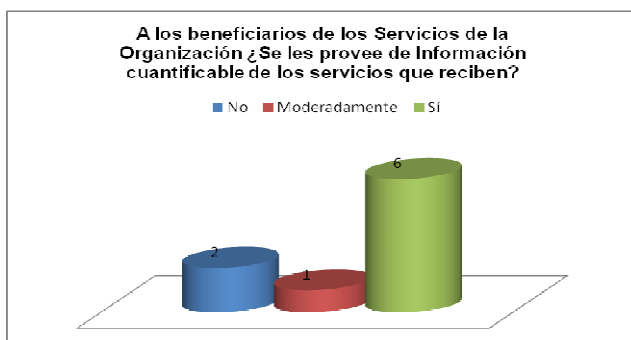
Gráfico nº 28:



Las vías de comunicación con estos grupos de interés son variadas y se agregan a los que están enumerados a continuación en el gráfico, los diarios locales y regionales, Blogs de opinión, Exposiciones en lugares públicos y el contacto personal.

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico nº 29:



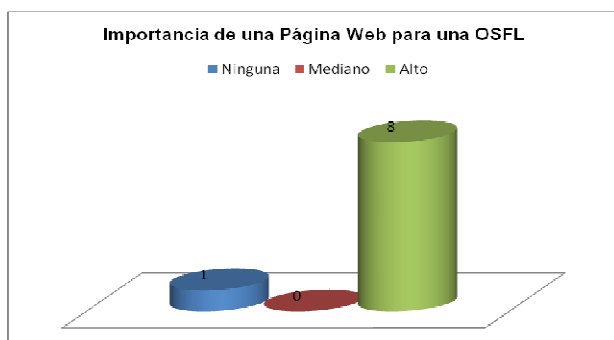
Según las OSFL, los servicios prestados a los beneficiarios son cuantificables por estos mismos, aunque en otras OSFL la postura era de que a nivel global de dirigentes se les entrega todo este tipo de

Fuente: Elaboración Propia

información, pero a nivel de cada individuo era responsabilidad de cada

dirigente informarlo. Esta situación se da en en OSFL que postulan a Proyectos y se les asignan recursos del Estado o de un particular.

Gráfico nº 30

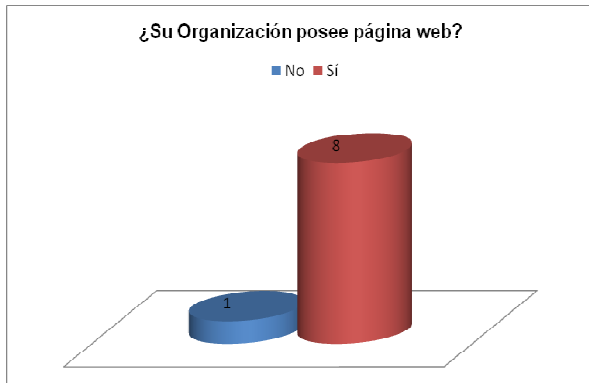


Para la mayoría de las OSFL una Página Web es vital para las actividades que ellos realizan y que desean publicitar, además les importa por su comodidad, horarios, costo, etc. En el gráfico que a continuación se muestra la respuesta en torno a la importancia de una Página Web para una

Fuente: Elaboración Propia

OSFL.

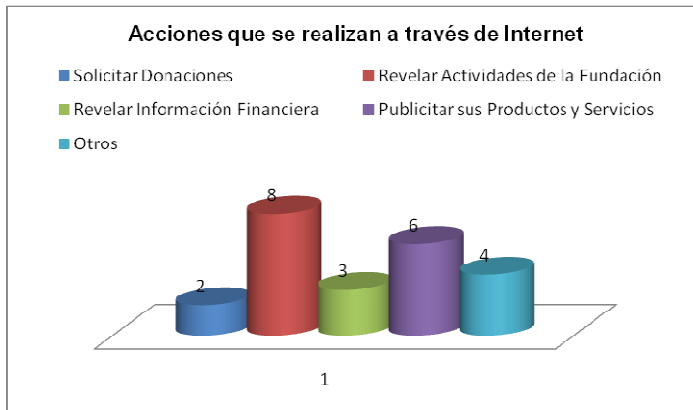
Gráfico nº 31



De las 9 OSFL encuestadas, 8 dijeron tener página web, solamente una OSFL dijo no poseerla, pero estaba en vias de solucionar este problema.

Fuente: Elaboración Propia

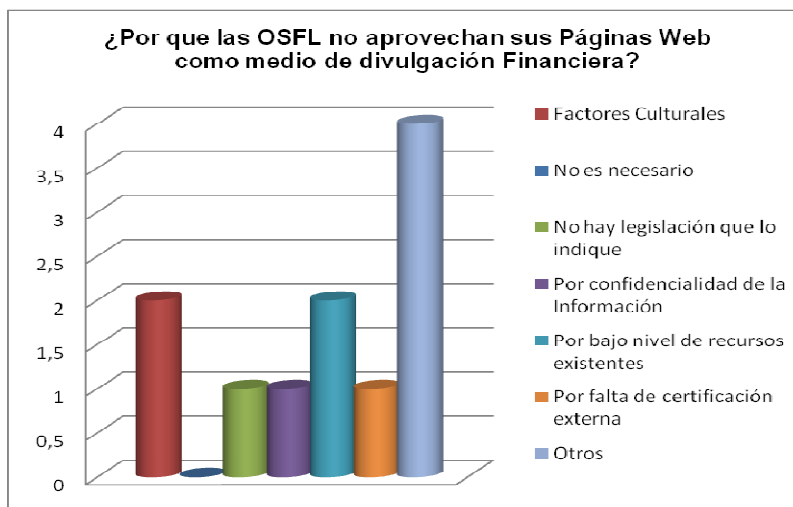
Gráfico nº 32



En la Pregunta que acciones las OSFL realizaban en Internet se agregaron Oferta Laborales Remuneradas como voluntarias, Vida y Obra de sus Fundadores, Otras Publicaciones y articulos de la OSFL.

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico nº 33



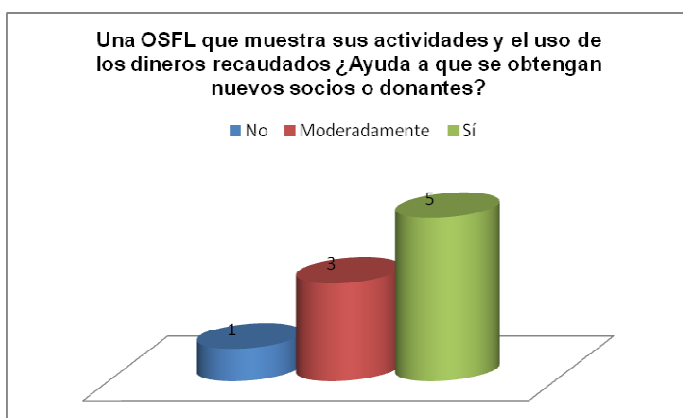
La pregunta más importante en esta encuesta era conocer las razones que llevaban a las Organizaciones sin fines de lucro a no revelar información financiera vía Internet. Para las OSFL las grandes razones del porqué no llevan a cabo esta práctica es que no

Fuente: Elaboración Propia

poseen los recursos ni el capital para mantener un sitio en la Web, son dineros que no están presentes en la Organización ya que los recursos existentes deben ser distribuidos a la causa principal de la OSFL.

Otra razón por la cual esta práctica no es realizada cotidianamente es que las Instituciones no cuentan con las competencias para ellas mismas diseñar una página web y deben recurrir a personal externo. Todo radica también en falta de gestión por parte de las OSFL de tratar de resolver o de mejorar sus páginas web.

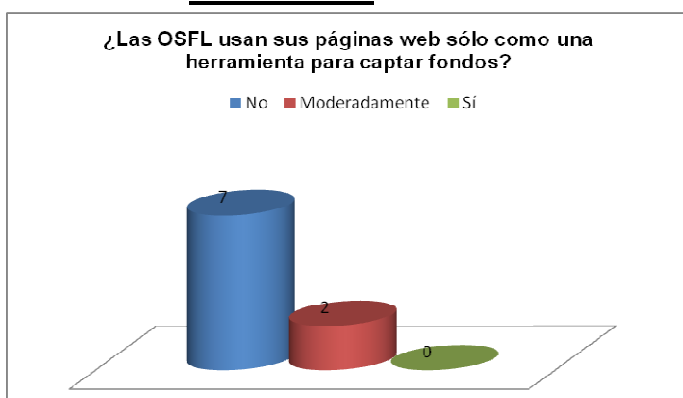
Gráfico nº 34



Frente a la pregunta , ¿Si una OSFL muestra en su página web las actividades y el uso de los dineros recaudados, les ayuda a obtener posibles donantes o socios, las Organizaciones concluyeron que medianamente a alta es la probabilidad de que ocurra.

Fuente: Elaboración Propia

Gráfico nº 35



Finalmente las OSFL consideran que las Páginas Web no son una herramienta para captar fondos.

Fuente: Elaboración Propia

CONCLUSION

Todos tenemos claro la importancia que tienen las Organizaciones Sin Fines de Lucro, tanto a nivel nacional como internacional y el papel principal que estas poseen en la Sociedad, ayudando a la reinserción laboral, en la disminución de la pobreza y su preocupación por quienes están en riesgo social. A la vez nos damos cuenta que ellos tienen un protagonismo fundamental al tener la misión de irritar a la sociedad en general, ayudándola a percibir ingresos mediante colectas y otros medios, los que generan resultados satisfactorios para ellos porque les permite desarrollar sus actividades de forma más holgada.

Es por eso que después de semanas de trabajo y de continua investigación, nos hemos centrado en saber la postura de las OSFL frente a la divulgación de su información financiera, pudiendo determinar mediante sus sitios Web si dichas Organizaciones utilizan o no los medios digitales, en este caso Internet y lo más importante si quieren ser transparentes ante la comunidad.

A través de este estudio podemos determinar que las Organizaciones Sin Fines de Lucro no utilizan mayormente sus páginas Web como medio de divulgación financiera, sin embargo utilizan este medio para divulgar información relacionada con la Organización en si, ya sea para promocionar sus productos, dar a conocer las actividades que realizan, entre otras cosas superfluas. A través de este Estudio también podemos distinguir tres tipos de Entidades:

- ◆ En el primer grupo encontramos a aquellas que se financian por medio de proyectos entregados por distintas Entidades como son Mideplan, Conace, Fosis, Sence, entre otras. En este caso las OSFL no se sienten con el compromiso de divulgar su información Financiera en forma pública, sino que lo realizan en forma directa a los Financiadores de dichos Proyectos, Entidades que son su mayor interés, ya que ellos piensan principalmente que si los beneficiarios reales de los proyectos son satisfechos, la rendición de cuentas a ellos tiene poca relevancia.

- ◆ En segundo grupo encontramos a las que se financian con aportes públicos, ya sean donaciones, cuotas de socios, vueltos de supermercados, etc. Estas Entidades sin

lugar a dudas deberían emitir una cuenta pública sobre la distribución y recaudación de dichos ingresos y gastos ya que todos somos financiadores de dichas Instituciones Benéficas.

- ◆ Y por último encontramos a Instituciones que son Financiadas con Proyectos y a la vez con donaciones del público en general, como es el caso del Hogar de Cristo, Techo para Chile, etc. Estas Instituciones deberían, como las del primer grupo, realizar una cuenta pública de sus recursos ante la comunidad. Sin embargo se debe precisar que mayoritariamente ninguna está interesada en divulgar dicha información porque consideran que es privada, no obstante por medio del universo muestral que son 19 Organizaciones analizadas 3 de ellas muestran datos relacionados con información financiera.

También se debe agregar que Chile se considera como un país altamente altruista y que en índices internacionales encabeza las listas de OSFL que promueven empleos a nivel nacional, es por eso que creemos que nuestro país ante tales índices, debería transparentar más la información relacionada con tal divulgación, ya que la “Transparencia de Información” ayuda a la credibilidad de la Organización y a la confianza que tengan los stakeholders de ella, actualmente en nuestro país hay muchas Organizaciones sin fines de lucro que se preocuparon de realizar un decálogo de transparencia, de la cual muchas Organizaciones se han unido y han hecho de la Transparencia una Política Corporativa.

El transparentar Información no tan sólo debe ser una política de las Organizaciones Lucrativas sino que también debe estar presente en las que no lo son, estamos hablando de los OSFL, para tal efecto existen muchas vías para canalizar una Rendición de Cuentas o mostrar Información Financiera. La mejor de ellas, por la accesibilidad, costo y modernidad es Internet. Actualmente en Chile son muy pocas las Organizaciones que no poseen un sitio en la Web, y las que no lo poseen no dudan de la importancia que dicho medio genera ante el resto, ya que es un recurso para proyectar una excelente imagen a un bajo costo.

Podemos concluir que dichas entidades poseen falta de gestión en su organización ya que algunas instituciones piensan que el crear, tener y mantener un sitio en la Web,

absorbe altos niveles de recursos monetarios, sin embargo, vías como Facebook, Blogs, son alternativas de bajo costo a casi un nivel mínimo en desembolso económico. Otro aspecto importante es que las organizaciones no buscan ayuda externa para mejorar esta situación de divulgación de información financiera, ellos creen que el ser auditadas genera un elevado costo difícil de sustentar para tales entidades, pero sin embargo existen muchos profesionales Contadores Auditores recién egresados o que se encuentran en el termino de su carrera que estarían dispuestos a ayudar a estas organizaciones en el desarrollo de su gestión ante el resto, otorgando un respaldo de credibilidad en la gestión y distribución de recursos monetarios que ellas perciben en un período determinando.

REFERENCIA BIBLIOGRAFICAS

- ◆ **ABAD, N. C., BRAVO U. F., TROMBETTA M. 2005.** Análisis metodológico y empírico de los problemas en la medición de la información voluntaria
- ◆ **AECA. 2002.** “Código de buenas prácticas para la divulgación de información financiera en Internet”. Asociación Española de Contabilidad y administración de empresas, Madrid.
- ◆ **ARNAU, P. A. 1999.** Normalización contable en el ámbito de las entidades sin finalidad lucrativa. 1º Jornada Financiera
- ◆ **ASOCIACION ESPAÑOLA DE FUNDRAISING,** “Internet como herramienta de captación de Fondos”
- ◆ **ÁVILA, M. 2002.** “Auditoria social”. Comunicación presentada en el II Congreso Centroamericano de Profesionales Universitarios, Tegucigalpa.
- ◆ **BAEZA Y CALLAO. 2005.** La transparencia en la información para inversionistas revelada por las empresas en sus páginas Web.
- ◆ **BALAS, M. 2008.** “El reto de la comunicación en el tercer sector no lucrativo”. Revista Española del tercer sector, N°8, pp. 17-37.
- ◆ **BARRANTES, B. A., RUIZ F. M.** La información financiera y para el control de gestión en las entidades no lucrativas privadas- ASEPUC ALBACETE.
- ◆ **BARRERA D. E. 2007.** La empresa social y su responsabilidad social: Innovar 17 (Edición Especial): 59-76.
- ◆ **BONSÓN, E. 2004.** “La evolución de la contabilidad digital en España”. Revista Partida Doble, N° 161, pp.66.71.
- ◆ **BONSÓN, E. Y ESCOBAR, T. 2004.** “La difusión voluntaria de información financiera en Internet. Un análisis comparativo entre Estados Unidos, Europa del Este y la Unión Europea”. Revista Española de Financiación y Contabilidad, N° 123, pp.1063-1101.
- ◆ **BONSÓN E., ESCOBAR T., FLORES F. 2006.** Divulgación de Información a través de Internet. Asepuc 2006
- ◆ **CÁRCABA, A. Y GARCÍA, J. 2003.** “La información financiera en Internet de las corporaciones locales europeas”. Revista Partida Doble, N° 144, pp. 56.69.
- ◆ **CHILE TRANSPARENTE. 2008.** “Transparencia de Organizaciones no gubernamentales”
- ◆ **CHILE. 2000.** Ministerio de Justicia. 2000. Ley 20.286: Código Civil, mayo 2000. 108-112 pp.
- ◆ **COLEGIO DE Contadores de Chile. 1999.** Boletín Técnico n° 63: Organizaciones Sin Fin de Lucro. 2-16 pp.

- ◆ **CORONADO, N. Y PAILLACAR, C. 2006.** “Tendencia hacia el uso de Internet en la presentación de declaraciones al Servicio de Impuestos Internos” Comunicación presentada en XVII Congreso Nacional del Colegio de Contadores de Chile A.G., Puerto Montt.
- ◆ **DE LA FUENTE M. H. 2007.** Comportamiento De los donantes y las Organizaciones No Lucrativas; Un Estudio Teórico Normativo: Panorama Socio-Económico 25 (34): 60-69.
- ◆ **ESTUDIO COMPARATIVO del Sector Sin Fin de Lucro- Chile. 2006.** Por Lester Salaman “et al”. Santiago, Chile.
- ◆ **FUENTES, J. 2007.** “Las Organizaciones no lucrativas: necesidades de los usuarios de la información financiera. Revista Española del Tercer Sector.Nº6, pp.91-118.
- ◆ **FULLANA, B. C. 2001.** La contabilidad financiera de las entidades sin ánimo de lucro
- ◆ **GANDÍA, J. 2002.** “La divulgación de información sobre intangibles en Internet: evidencia Internacional” Revista Española de Financiación y Contabilidad, Nº113, pp .767-802.
- ◆ **GANDIA, J. 2006.** La divulgación de información financiera en la Era Digital. Asociación española de Contabilidad y Administración de Empresas AECAS, pp 35- 36.
- ◆ **GARCÍA, C. A. 2006.** La contabilidad de las fundaciones y asociaciones. Barcelona, Gestión 2000. 11p.
- ◆ **GITS y BELLOSTAS, A. 2007.** Sociedad Civil y Sector no Lucrativo en Aragón. Mimbres de un país. Mimbres de un país 2007. Universidad de Zaragoza.
- ◆ **MANFREDI F. 2005.** Social responsibility in the concept of the social enterprise as a cognitive system. International Journal of Public Administration, 28, 835-848.
- ◆ **MARCUELLO. M. 2000.** La Economía de las Organizaciones No Lucrativas. Diapositivas.
- ◆ **MONEVA, J. M., BELLOSTAS A. 2006.** Rendición de cuentas e información social de las organizaciones: percepciones desde las OSFL. ASEPUC. Universidad de Zaragoza
- ◆ **MORENO, I. Y DUARTE, T. 2006.** “La divulgación de Información económico-financiera en las páginas Web de las compañías españolas cotizadas: el camino a seguir” Comunicación presentada Numero ASEPUC, Burgos.
- ◆ **OLEA, M. 2005.** “Análisis en la evolución en el suministro de información financiera a través de Internet por las mayores empresas europeas” Comunicación presentada en el XIII congreso AECA, Oviedo.
- ◆ **OLIVEIRA F.M., ZARANDONA X. A. 2006.** Estrategias de Responsabilidad Social Corporativa. En: XLI Cladea 2006. España. Universidad del País Vasco.

- ◆ **PROGRAMA DE las naciones unidas para el desarrollo. 2002.** "Internet en Chile: oportunidad para la participación ciudadana". Temas de desarrollo sustentable, N°7
- ◆ **RODRÍGUEZ, P. M. 2003.** Necesidad de la Información Financiera en las Entidades No Lucrativas. En: IV JORNADA Contable- Financiera. ASEPUC 2003. Madrid, Universidad Complutense de Madrid.
- ◆ **SAITUA A. 2005.** Determinantes de la divulgación de Información Financiera. Propuestas para su revisión
- ◆ **SAN MARTIN, H. 2008.** "Accountability y transparencia en la gestión pública: una propuesta". Revista Horizontes Empresariales, Vol. 7 N° 1, pp.71-81.
- ◆ **SANZ, C. Y KOC, A. 2006.** "Transparencia de la Información en Internet del sector no lucrativo en España" Revista Partida Doble, N° 183, pp.96-105.
- ◆ **SERRANO C., FUERTES Y. 2003.** ¿Por qué las Empresas Revelan Información Financiera en Internet? Dos estudios Empíricos. Asepuc 2003.
- ◆ **SERVICIO DE IMPUESTO INTERNOS (SII).** Preguntas Frecuentes; Organizaciones Sin Fines de Lucro
- ◆ **SOCÍAS S. A. 2006.** La información contable externa en las Entidades Privadas No Lucrativas. Especial referencia a las ONGs, ICAC.
- ◆ **SOLDEVILA, P. Y ROCA, E. 2006.** La contabilidad de gestión en las organizaciones sin ánimo de lucro. Editorial. Universidad Pontificia Comillas. 23- 27pp.
- ◆ **STOITZE, C. C. 2007.** Drucker: sus aplicaciones a sectores públicos y sin fines lucrativos: Trend Management 9. (12): 8-16.
- ◆ **THOMPSON, C. 2007.** "La edad de la transparencia". Revista Trend Management. Vol.9 N°7, pp. 23-28.
- ◆ **THOMPSON J. Y DOHERTY, B. (2006).** The diverse World of social enterprise. A collection of social enterprise stories. International Journal of Social Economics, 33 (5/6), 361- 375.
- ◆ **WEINBERGER, D. 2007.** "Si ama su información, déjela fluir". Revista Harvard Business Review, Vol.85, N°6, pp. 10-11.

ANEXOS

♦ **Anexo N° 1:**

CUADRO COMPARATIVO DE RECOMENDACIONES SOBRE EL USO DE INTERNET COMO HERRAMIENTA DE DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN FINANCIERA A NIVEL MUNDIAL.

PAIS/ VARIABLE	VENTAJAS INTERNET	DESVENTAJAS DE INTERNET	ASPECTOS ESPECIALES A TENER EN CUENTA EN UNA PÁGINA WEB.	RECOMENDACIONES SOBRE CONTENIDOS DE UNA PÁGINA WEB.
Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA)	<ul style="list-style-type: none"> -Universalidad -Ahorro de costos. -Incremento en el volumen de Información emitida -Interactividad -Formato de la Información 	<ul style="list-style-type: none"> -Acceso limitado a la Información -Verificación fiabilidad de la información divulgada. -Responsabilidad de la información difundida. -Sobrecarga de información. 	-----	<ul style="list-style-type: none"> -Información Básica de la Organización. -Responsabilidad de la Org, sobre información Difundida. -Difundir Información para otros usuarios ajenos a la Organización. -Concordancia con Informes emitidos en otros formatos. -Información Suplementaria, resúmenes y datos desagregados. -Alcance de la auditoría de Estados Financieros. -Fuentes de Información identificables. -Navegabilidad, accesibilidad y mantenimiento de sitio Web. Seguridad -Información de contacto con la Empresa
Asociación Española de Fundraising.	<ul style="list-style-type: none"> -Donación más reflexiva. -Se llega a las personas de forma eficaz. -Se reducen gastos y trámites. 	<ul style="list-style-type: none"> -La puesta en marcha del servicio y su mantenimiento. -Personal interno o externo del que se dispone y su coste. 	<ul style="list-style-type: none"> - Entorno y medios de pago seguros. - Registro de datos. -Respuestas automáticas - Los formularios de recogida de datos deben ser diseñados de acuerdo a nuestras necesidades específicas. 	<ul style="list-style-type: none"> -Aportar datos de la Organización. - Comunicar claramente y precisa lo que hace la Organización. - Presentar los éxitos y Progresos. - Garantizar la Confiabilidad del sitio. - Mantener en todo momento la información de contacto.

<p>Francia, Comisión de operaciones de Bolsa (COB)</p>			<ul style="list-style-type: none"> -Responsabilidad de proporcionar la información financiera que se precisa, exacta y sincera; -Respetar el principio general de igualdad de acceso a la información para todos los inversores. -Necesidades de atención a la autenticación de la información. 	<ul style="list-style-type: none"> - Responsabilidad de la compañía sobre el sitio Web. <ul style="list-style-type: none"> - Información de texto (idioma) - Actualización de la Información. - Liberación de la Información. - Exhaustividad de la información. - Fuente de Información confiables. - La empresa deberá indicar la fecha, la hora y la fuente de la información, sobre el precio de sus acciones. - A través del e-mail se debe respetar plenamente la ley y los derechos legales de usuarios de Internet.
<p>Canadá, Electronic Communications disclosure guidelines. Bolsa de Valores de Toronto (TSX)</p>			<ul style="list-style-type: none"> -Las comunicaciones no deben ser engañosas (incompletas, incorrecta, omitida o no actualizada) -Obligación de corregir y actualizar el sitio Web. -No se debe utilizar como una fuga de material de información interna. -Deben cumplir con las Leyes del registro y Jurisprudencia vigente. 	<ul style="list-style-type: none"> -Crear un correo electrónico interno o de la difusión de información en Internet. -Se debe poseer una política clara de la compañía que debe ser estructurada, supervisada y mantenida. -Se debe contar con funcionarios que sean responsables de la mantención, actualización y aplicación de las políticas. -Se debe divulgar información en forma "oportuna", ya sean documentos, noticias, estados financieros, informes, etc. -Ser cautelosos con las herramientas que se les entregan a empleados como correo electrónico, chat o webs de discusión, ya que se puede empañar la imagen de la compañía. -Los emisores deben mantener también un registro de la fecha y el contenido de toda la información que ha publicado y se eliminan desde el sitio Web. <ul style="list-style-type: none"> -Información accesible para los usuarios. -Los emisores de información deben tener cuidado con los rumores que puedan circular acerca de la compañía en Internet, para ello se sugiere que el emisor debe considerar el impacto en el mercado de los rumores y el grado de exactitud y de importancia para el emisor. -Revisar y actualizar sus sistemas de seguridad del sitio Web y ser conscientes con la posibilidad de que personal no autorizado alteren el contenido del sitio.

♦ **Anexo N° 2:**

“Clasificación Internacional De Las Organizaciones Sin Fines de Lucro”

Grupo 1: Cultura y recreación

- **Cultura y arte:** Producción de medios y comunicaciones; artes visuales, arquitectura, cerámica; desarrollo de artes; sociedades humanísticas, históricas y literarias; museos; zoológicos y pisciculturas
- **Deportes:** Clubes deportivos amateur, clubes deportivos de barrio, centros de entrenamiento y competencias,
- **Otras actividades recreativas:** Clubes sociales y de recreación para individuos o comunidades; clubes de la tercera edad, clubes de mujeres y clubes de servicios

Grupo 2: Educación e Investigación

- **Educación básica y media:** Educación Pre-Básica, básica y media
- **Educación superior:** Educación proveedora de grados académicos
- **Otra educación:** Educación técnica; formación para adultos; capacitación; educación diferencial; escuelas de especialidades
- **Investigación:** Investigación médica; investigación de ciencia y tecnología; investigación Social y estudios políticos

Grupo 3: Salud

- **Hospitales y rehabilitación:** Hospitales, clínicas y rehabilitación de pacientes
- **Residencias de la tercera edad:** Asilos de ancianos, cuidado residencial
- **Salud mental y servicios de urgencia psiquiátricos:** Hospitales psiquiátricos, tratamientos mentales, prevención de crisis mentales
- **Otros servicios de salud:** Educación sobre salud, cuidados terapéuticos, servicios médicos de rehabilitación, servicios médicos de emergencia

Grupo 4: Servicios sociales

- **Servicios sociales:** Servicios para menores, servicios para jóvenes, servicios familiares, servicios para discapacitados, servicios para ancianos, autoayuda y otros servicios sociales personales
- **Emergencias y ayuda humanitaria:** Prevención y control de emergencias y desastres; asilos temporales, asistencia para refugiados
- **Apoyo económico y mantención:** Asistencia económica y material para discapacitados

Grupo 5: Medio ambiente

- **Medio ambiente:** Control de contaminación, conservación y protección de recursos naturales, desarrollo de espacios abiertos
- **Protección de animales:** Protección y preservación animal y de vida silvestre; servicios veterinarios

Grupo 6: Desarrollo social y vivienda

- **Desarrollo económico, social y comunitario:** Organizaciones comunitarias y vecinales, desarrollo económico, desarrollo social
- **Vivienda:** Desarrollo, construcción y financiamiento de hogares, asistencia para hogares, comités de desarrollo urbano y rural (agua, luz, caminos y otros)
- **Empleo y formación:** Programas de capacitación, orientación vocacional, rehabilitación vocacional y de cesantes

Grupo 7: Promoción de derechos, asesoramiento legal y política

- **Promoción de derechos y asesoramiento legal:** Organizaciones de defensa de derechos de grupos y civiles, asociaciones étnicas y asociaciones cívicas y de derechos humanos
- **Derecho y servicios jurídicos:** Servicios legales, prevención de crímenes, rehabilitación de inculpados, apoyo a víctimas, asociaciones de derechos de consumidores
- **Organizaciones políticas:** Partidos y organizaciones políticas

Grupo 8: Intermediarios filantrópicos y promoción de voluntariado

- **Intermediarios:** Filantrópicos Fundaciones privadas que intermedian y otorgan becas y fondos concursables
- **Promoción de voluntariado:** Instituciones que promueven el voluntariado

Grupo 9: Organizaciones internacionales

- **Actividades internacionales:** Programas de intercambio, amistad y cultura; organizaciones de asistencia; organizaciones que actúan en desastres; organizaciones de paz y derechos humanos

Grupo 10: Religión

- **Congregaciones y asociaciones religiosas:** Congregaciones y asociaciones religiosas

Grupo 11: Asociaciones de empresarios, profesionales y empleados

- **Asociaciones de empresarios:** Asociaciones que promueven, regulan y protegen los derechos de los empresarios
- **Asociaciones de profesionales:** Asociaciones que promueven, regulan y protegen los derechos de los profesionales
- **Asociaciones de empleados:** Uniones laborales, sindicatos y sindicatos de trabajadores independientes

Grupo 12: No clasificados en otra categoría

♦ **ANEXO N° 3:**

“Agrupación de países comparados con Chile en relación a Organizaciones Sin

Fines de Lucro”

Países Anglosajones

Australia
Reino Unido
EEUU

**Países nórdicos de
Estado de Bienestar**

Finlandia
Noruega
Suecia

**Países de estilo Europeo de
Estado de Bienestar**

Australia
Bélgica
Canadá
Francia
Alemania
Irlanda
Israel
Italia
Holanda
Portugal
España

Países de Asia Industrializados

Japón
Corea

Países Latinoamericano

Argentina
Brasil
Chile
Colombia
México
Perú

Países Africanos

Kenia
Sudáfrica
Tanzania
Uganda

Europa Central y del Este

Republica Checa
Hungría
Polonia
Rumania
Eslovaquia

Otros países en transición

Egipto
India
Pakistán
Marruecos
Filipinas

ANEXO Nº 4:

“Estado de Actividades 1 Enero al 31 de diciembre de.....”

	Año 2	Año 1
<u>Ingresos Operacionales</u>		
+ Donaciones		
+ Cuotas Sociales		
+ Ingresos por Venta de Servicios o bienes (1)		
<u>Gastos Operacionales</u>		
- Sueldos y Leyes Sociales		
- Gastos Generales		
- Gastos Administrativos		
- Gastos de Bienes entregados en comodato		
- Depreciaciones	-----	-----
- Castigos cuotas incobrables		
= Resultado Operacional		
<u>Ingresos no operacionales</u>		
+ Renta de Inversiones		
+ Ganancia Venta Activos		
+ Indemnización Seguros		
<u>Pérdidas No Operacionales</u>		
- Gastos Financieros		
- Pérdida Venta Activos		
- Pérdida por Siniestro		
= Resultado No Operacional	-----	-----
Corrección Monetaria		
Resultado antes de impuestos		
Impuesto Renta (si procede)		
Déficit / Superávit del ejercicio		

(1) Si no hay habitualidad en estas prestaciones deben presentarse entre los Ingresos No Operacionales.

♦ **ANEXO N° 5:**

“Estado de Flujo de Efectivo”

Flujo de efectivo proveniente de actividades operacionales:

Donaciones recibidas
Cuotas sociales cobradas
Intereses recibidos
Sueldos pagados (menos)
Pago a proveedores (menos)
Gastos financieros pagados (menos)
Impuestos pagados (menos)

Flujo Neto Operacional

Flujo de efectivo proveniente de actividades de Inversión:

Venta de activos fijos
Compra de activos fijos (menos)
Inversiones a largo plazo (menos)
Compra de valores negociables (menos)
Venta de valores negociables

Flujo Neto de Inversión

Flujo de efectivo proveniente de actividades de financiamiento:

Préstamos recibidos
Pago de préstamos (menos)
Fondos recibidos en administración
Fondos usados en administración (menos)

Flujo de financiamiento

Flujo neto total

Efecto inflación sobre efectivo (más/menos)

Variación neta del efectivo

Saldo inicial de efectivo

Saldo final de efectivo

♦ **ANEXO N° 6:**

“Notas Explicativas”

La pauta de criterios mínimos de presentación es la siguiente:

1. **Características y Objetivos de la Institución:** Sus actividades, decreto de personalidad jurídica o número de ley que la creó, instituciones que la fiscalizan, etc.
2. **Criterios Contables Aplicados:** Descripción de los criterios aplicados, principalmente cuando existen varias alternativas aceptables, criterios particulares de la institución y normas que tengan un efecto significativo en la posición financiera y en los resultados de operación.
 - a) **Período Contable:** Indicación del período al que corresponden los estados financieros, si éste es diferente a un año.
 - b) **Corrección Monetaria y bases de conversión** cuando existen transacciones o estados financieros en moneda extranjera.
 - c) **Métodos usados en la depreciación del activo fijo, y en la amortización de todos los activos no monetarios significativos.**
 - d) **Métodos de valorización de existencias y criterios de costos.**
 - e) **Criterios de valorización de inversiones.**
 - f) **Bases y forma de cálculo de la indemnización por años de servicio, de acuerdo a los Boletines Técnicos del Colegio de Contadores de Chile A.G.**
3. **Cambios Contables:** Detalle de los cambios en la aplicación de principios contables que se hubieran producido en el ejercicio, la naturaleza del cambio, su justificación y su efecto en el déficit o superávit final, de acuerdo a los Boletines Técnicos del Colegio de Contadores de Chile A.G.
4. **Corrección Monetaria:** Detalle de la actualización de activos, pasivos y patrimonio, para demostrar el saldo en corrección monetaria resultante de la aplicación de las normas contables (Boletines Técnicos del Colegio de Contadores de Chile A.G.).
5. **Existencias:** Indicando la composición del rubro existencias: materias primas, productos terminados, etc.
6. **Inversiones y Valores Negociables:** Resumen de las inversiones al cierre del ejercicio clasificadas por tipo de instrumento y características del documento.
7. **Activos:** Detalle de los activos con restricciones, separando aquellos que tienen uso restringido temporal o permanentemente. Detalle de los activos recibidos o entregados en comodato a otras instituciones; y compensaciones de los gastos originados por el uso y goce de estos bienes, si está establecido en el contrato.
8. **Leasing:** Detalle de los contratos de leasing, si los hubiera, y de la condición legal de los bienes materia del contrato, de acuerdo a los Boletines Técnicos del Colegio de Contadores de Chile A.G.
9. **Moneda Extranjera:** Indicando los activos y pasivos en moneda extranjera y los tipos de moneda.

10. **Obligaciones con Bancos e Instituciones Financieras:** Detalle de los compromisos contraídos, indicando la institución financiera, el monto de la deuda, tipo de moneda y su vencimiento.
11. **Provisión y castigos:** Detalle de las deudas por cuotas sociales que se consideran de dudosa recuperación y de las existencias u otros activos, para los cuales se ha creado una provisión o se ha procedido a su castigo.
12. **Impuesto a la renta:** Determinación de la provisión de impuesto a la renta y monto cubierto con pagos provisionales, si procede.
13. **Contingencias y Compromisos:** Detalle de las garantías otorgadas y recibidas por compromisos directos o indirectos, identificando el beneficiario y los activos comprometidos, con su valor contable. Detalle de los juicios u otras acciones legales, en que se encuentre involucrada la institución, indicando su origen, monto e instancia de trámites en que se encuentre.
14. **Hechos posteriores:** Incluye todos los hechos significativos de carácter financiero, ocurridos entre la fecha de término del ejercicio y la fecha de presentación de los estados financieros.
15. **Remuneraciones de los Consejeros o Directores:** Debe detallarse toda la suma que éstos hayan percibido de la entidad, por funciones o empleos distintos del ejercicio de su cargo o por concepto de gastos de representación, viáticos, regalías, y, en general, todo otro estipendio.
16. **Cambios patrimoniales:** Estado que demuestre los cambios en el patrimonio, agrupados de acuerdo a sus características: Sin restricciones, con restricciones temporales y con restricciones permanente.

♦ **ANEXO Nº 7:**

“Listado de Chequeo a considerar en la muestra”

DATOS DE LA EMPRESA	
Nombre Completo de la Organización	
Acrónimo o sigla	
Tipo de Constitución	
Página web	

TAMAÑO DE LA ORGANIZACIÓN	
Porcentaje recibido por donaciones de público (Donación Público/Donación total)	
Porcentaje recibido por donaciones de empresas (Donación empresas/donación total)	
Cantidad de sedes a nivel nacional	
Ubicación	
Número de servicios proporcionados por la entidad	
Número de voluntarios	
Tipo o Sector	
Número de trabajadores	

CARACTERÍSTICAS OSFL	
Destinatarios a ayudar (marque el número que corresponda) 1.- Cultura Y recreación 2.- Educación e Investigación 3.- Salud 4.-Servicios sociales 5.-Medio Ambiente 6.- Desarrollo Social y Vivienda 7.-Promoción de derechos. Asesoramiento legal y política 8.-Intermediarios filantrópicos y promoción de voluntariado. 9.-Organizaciones Internacionales 10.-Religión 11.- Asociaciones de empresarios, profesionales y empleados. 12.-No clasificados en otra categoría.	
Ubicación Geográfica	
Años de antigüedad	
Número de Proyectos	

ASPECTOS RELATIVOS A CONTENIDOS DE LA PÁGINA WEB

SOBRE ORGANIZACIÓN		
	Si=1	No=0
Información sobre las principales actividades de la Organización. 1.-Posee carta del Presidente de la Organización 2.-Presenta Organigrama Funcional de la Organización. 3.-Divulga Información sobre actividades calendarizadas a realizar. 4.-Divulga los órganos que la componen. 5.-Divulga la Misión de la Organización 6.-Divulga la Misión de la Organización. 7.-Divulga los requisitos de Ingreso a la Organización por parte de los beneficiarios.		
Incluye un servicio propio de noticias recientes del negocio empresarial		
Biografía y reseña histórica de los principales directivos de la empresa		
Remuneraciones entregadas a los directivos.		
Información precisa y cuantitativa de la política de impacto de las actividades que se realizan		
Divulga el número de beneficiarios por segmento.		
Realizan colecta anual.		

Usuarios externos		
	Si=1	No=0
Presenta Información precisa y cuantitativa sobre las políticas de financiamiento		
Existe un calendario de acontecimientos relevantes para los donantes		
Divulgación de incremento o disminución en las donaciones con respecto a años anteriores.		
La página contiene un link para realizar donaciones en línea.		

Información Financiera			
	B.T. n°63		Formato
	Si=1	No=0	
Acceso a las cuentas anuales completas del último ejercicio 2007 cerrado. 1.-Estado de situación. 2.-Estado de Actividades (Ingresos y Gastos) 4.-Presupuesto para próximo año.			
Acceso a las cuentas anuales con más de un ejercicio de antigüedad. 1.-Estado de situación. 2.-Estado de Actividades.	¿Cuántos?		

Acceso a Información Intermedia 1.-Balance trimestral 2.-Presentación de Ingresos trimestrales 3.-Presentación de Gastos Trimestrales			
Acceso Individualizado al informe referido a las cuentas anuales difundidas			
Acceso al Informe de Gestión o Memoria Anual			
Divulgación de Información segmentada por actividad realizada por la Organización			
Divulga tablas resúmenes de estados contables del ejercicio actual.			
Divulga tablas resúmenes de estados contables de ejercicios anteriores			
Divulga gráficos explicativos de situación financiera			
Presenta Informes de Auditoria.			
Presenta el desembolso detallado por concepto de gastos			
Divulgan las subvenciones que reciben			
Se puede diferenciar el gasto administrativo y operativo			
Divulgan la manera en como distribuyen sus ingresos			
Divulga la forma de pago de sus deudas			
Presenta Información Financiera por filial o sede.			

ASPECTOS RELATIVOS A LA NAVEGABILIDAD, DISEÑO Y ACCESIBILIDAD DE LA PÁGINA WEB			
	Si=1	No=0	
Dispone de un apartado específico en el que agrupa la información financiera que divulga			
Se puede acceder a la información en otros idiomas			¿Cuáles?
Se incluyen en la página la fecha de la última actualización			
Se indican la frecuencia de actualización de las páginas			
Se facilita un mapa de la web			
Se incorporan recursos que faciliten una correcta impresión de la información.			
Se facilita la dirección postal y electrónica de contacto de la Organización			
La autenticidad de la información financiera se garantiza mediante firma digital.			
La seguridad del sitio web está certificada por una entidad independiente y de solvencia.			
El sitio posee contador de visitas.			
Se incluyen soportes multimedia como apoyo para la presentación de datos financieros.			

♦ **ANEXO Nº 8:**

“Cuestionario de Preguntas a Organizaciones Encuestadas”

INSTRUCCIONES

Marque con una cruz (X) la alternativa elegida, en algunas preguntas la respuesta pueden ser varias opciones, dependiendo de las razones que usted (es) como Organización estimen convenientes.

DATOS DE LA EMPRESA	
Nombre Completo de la Organización	
Acrónimo o sigla	
Tipo de Constitución	

De la Organización

1.- ¿Cuál que cree usted (es) que es la percepción que posee el público en general de su Organización?

Mala	Buena	Excelente
------	-------	-----------

2.- ¿Cuál que cree usted (es) que es la percepción que poseen los trabajadores y voluntarios (si hubiese) en general de su Organización?

Mala	Buena	Excelente
------	-------	-----------

3.- ¿Cuál es la importancia de la Rendición pública de cuentas dentro de una Organización sin fin de lucro?

Baja	Mediana	Alta
------	---------	------

4.- ¿Cuál es la importancia de la Rendición de cuentas interna a los gestores y/o sostenedores dentro de una Organización sin fin de lucro?

Baja	Mediana	Alta
------	---------	------

5.- ¿Cuáles son las vías o mecanismos por los cuales su Organización revela las rendiciones de cuentas?

a) Revistas, folletos o boletines de Información de la OSFL
b) Memoria anual de la Organización
c) Diarios de circulación Nacional
d) Ceremonia o Congresos dictados por la OSFL
e) Página Web
f) Otros

6.- ¿Usted cree que la incorporación de la responsabilidad social y la rendición de cuentas mejoran la visualización de la OSFL por parte de la ciudadanía?

No	Moderadamente	Si
----	---------------	----

7.- ¿Cuáles cree usted que son los principales stakeholders o grupos de interés que posee su organización?

a) Estado
b) Misma Organización
c) Trabajadores de la Organización
d) Socios o Donatarios
e) Beneficiarios de los Servicios prestados por la Organización
f) Instituciones Financieras
g) Sociedad

h) Otros

8.- ¿Cuál es el grado de contacto que se mantiene con stakeholders?

Ninguno	Mediano	Alto
---------	---------	------

9.- ¿Mediante que vías se manifiesta la comunicación con stakeholders?

a) Revistas, folletos o boletines
b) Diarios de circulación nacional
c) Correos Electrónicos
d) Ceremonias o Congresos
e) Página Web
f) Otros

10.- A los beneficiarios de las actividades de su Organización ¿se les provee de información cuantificable de los servicios que reciben?

No	Moderadamente	Si
----	---------------	----

INTERNET

11.- ¿Cuál es el grado de importancia que tiene una página web para una OSFL?

Ninguna	Mediano	Alto
---------	---------	------

12.- ¿Su organización posee una página web?

No	Si
----	----

13.- ¿Qué acciones realiza mediante esta vía de comunicación que es Internet?

a) Solicitar donaciones
b) Información de actividades que realiza la Fundación
c) Revelar información financiera
d) Publicitar los productos y servicios que ofrecen.
e) Otros

14.- Suponiendo un débil uso de los web-site por parte de las OSFL ¿Por qué cree usted que las Organizaciones no aprovechan sus páginas web como medio de divulgación financiera?

a) Factores culturales
b) No es necesario
c) No hay una legislación que lo indique
d) Por confidencialidad de la información
e) Por bajo nivel de recursos existentes
f) Porque la información no está certificada por una institución externa
g) Otro

15.- Una Organización que muestra en su página web las actividades y el uso de los dineros recaudados, ¿Ayuda a que se obtengan posibles donantes o socios?

No	Moderadamente	Sí
----	---------------	----

16.- ¿Usted (es) creen que la percepción de la Sociedad con respecto a los sitios web de las Organizaciones sin Fines de Lucro es que sólo la utilizan como una herramienta para captar fondos?

No	Moderadamente	Sí
----	---------------	----

♦ **ANEXO N° 9:**

“Paso a Paso de divulgación de Información, Sitio Web Teletón”.

Teletón es una de las Fundaciones más importante en nuestro país tanto por la labor que realizan con los discapacitados como por la recolección publica de recursos. Es por ello que hemos tomado su página web como ejemplo de transparencia en materia de información Financiera.

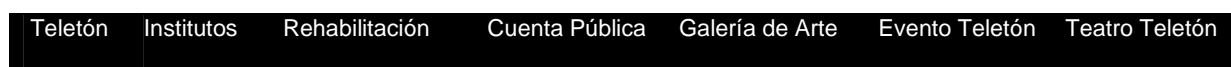
La Página principal de esta Fundación contiene múltiples acciones a realizar, información para socios o donantes, información general de la organización, galería de imágenes, actividades a realizar, información financiera entre otras.



En el sitio web de esta importante Organización podemos encontrar una barra principal en la cual se encuentran los principales menús disponibles para los usuarios de esta página web y que son de vital importancia para la Fundación. En esta barra se encuentra información relacionada con la Fundación Teletón, los Institutos que se poseen a nivel nacional, el proceso de rehabilitación, obras de arte que son realizadas por los mismos niños discapacitados, los eventos u acontecimientos que se van a realizar próximamente y la importantísima rendición pública de los fondos que son recaudados en las 27 horas de amor.

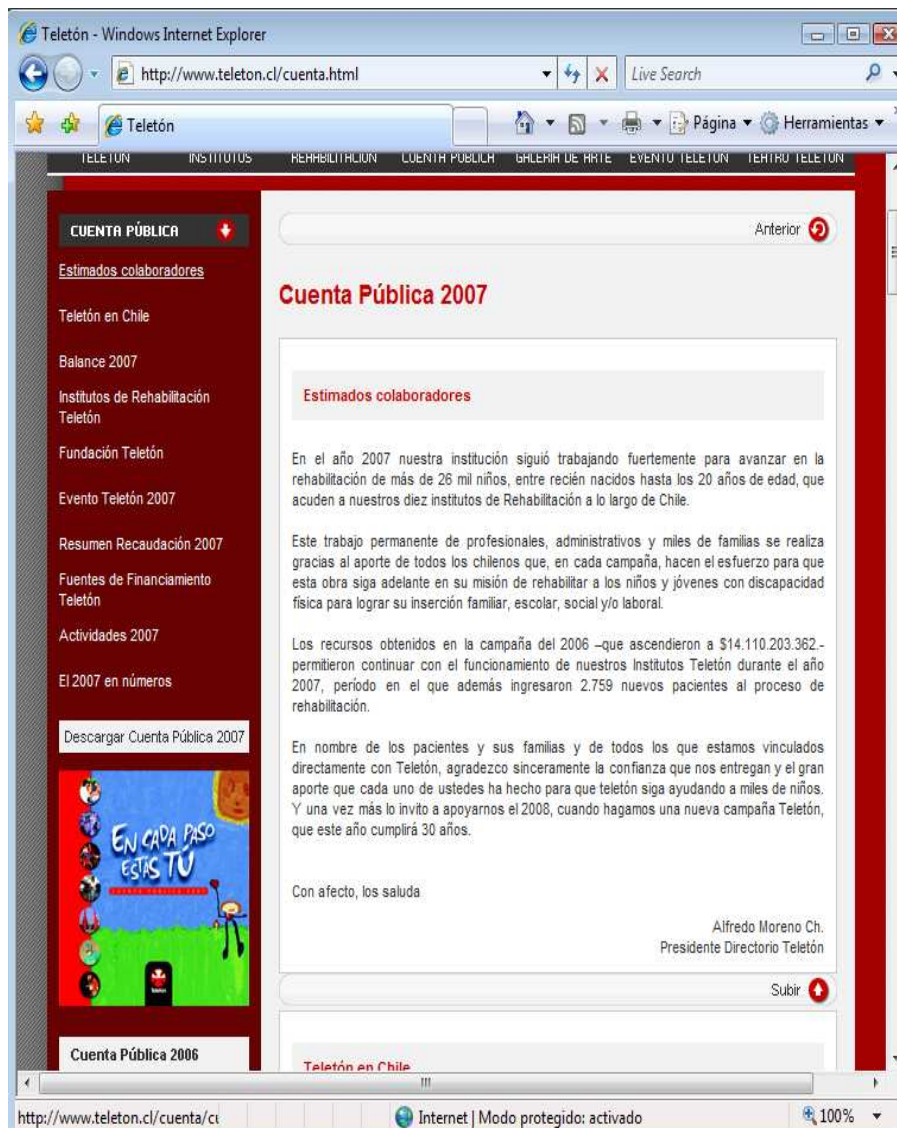
Es por eso que nos hemos querido enfocar en esta área y hemos hecho una descripción en profundidad de este apartado.

BARRA PRINCIPAL

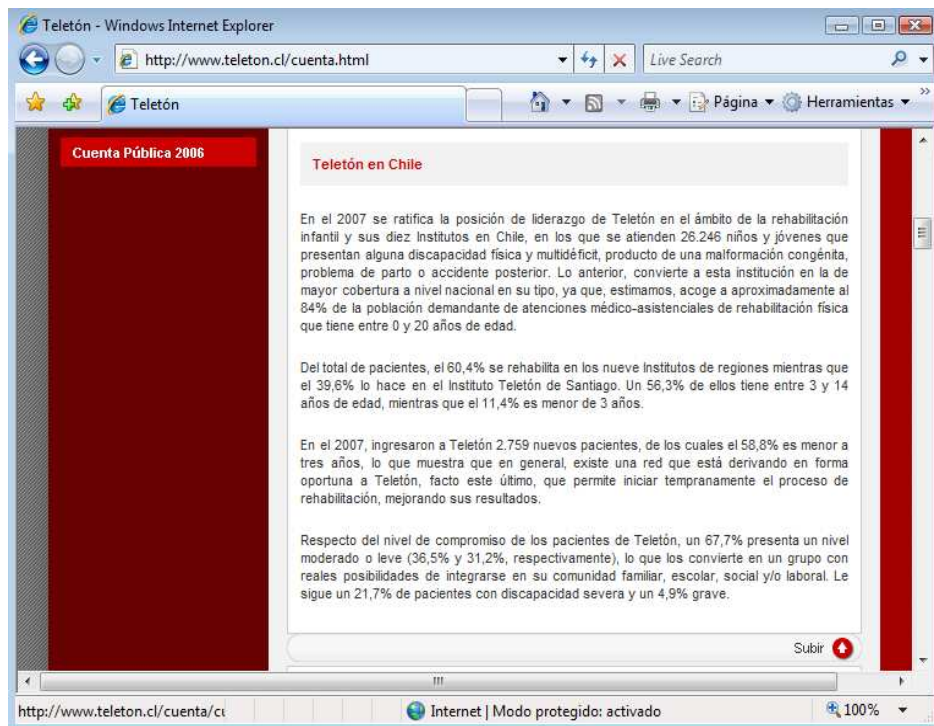


Cuenta Pública

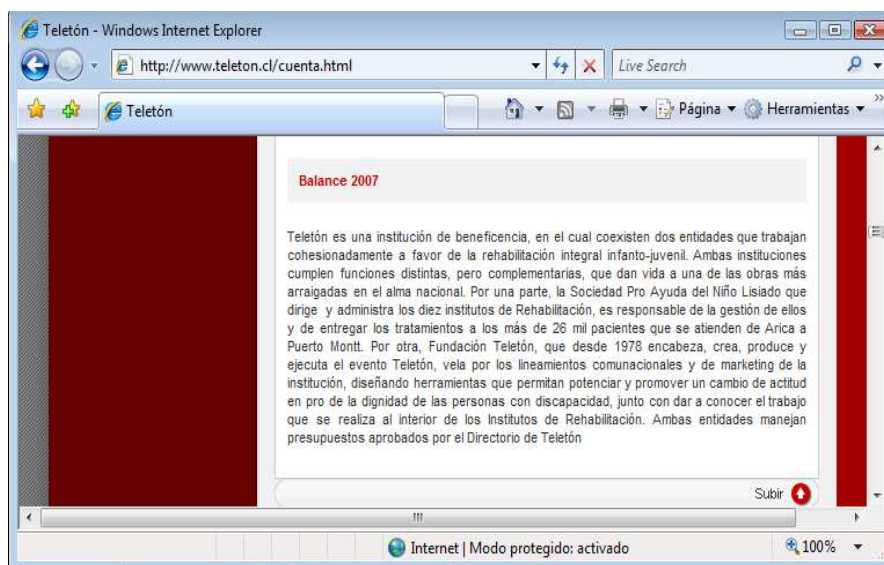
- **Mensaje Presidente Directorio Teletón:** aquí se encuentra un mensaje destinado a la Sociedad los cuales participan aportando recursos como también para aquellas personas que son atendidas en los Institutos a nivel nacional.



- **Teletón en Chile:** se encuentra información de la cantidad de pacientes discapacitados que son atendidos en los Institutos, los progresos que ellos obtienen, como también el número de pacientes que pueden ser reinsertados en la Sociedad.



- **Balance 2007:** se da a conocer las labores y la destinación de Fondos por parte de las dos Instituciones que interactúan en Teletón por una parte la Fundación Teletón, encargada de recaudar recursos y por otra la Sociedad Pro ayuda al niño lisiado la cual se encarga de el tratamientos de los pacientes discapacitados que son atendidos a nivel nacional.



- **Institutos de Rehabilitación Teletón:** en este apartado se muestran los gastos operacionales de los 10 Institutos que posee la Fundación.

Institutos de Rehabilitación Teletón

La operación de los diez Institutos necesita financiar tanto los gastos como las inversiones, los que en el año 2007 fueron:

COSTOS DE REHABILITACIÓN INSTITUTOS TELETÓN Sociedad Pro Ayuda del Niño Lisiado 2007	
A. GASTO ASISTENCIAL	\$11.111.204.206
1. ATENCIONES MÉDICAS	\$1.848.461.890
Fisiatría, Urología, Ortopedia (controles y cirugías), Odontología y otras especialidades médicas internas.	
2. ATENCIONES TERAPÉUTICAS	\$5.838.404.959
Kinesiología, Terapia Ocupacional, Educación, Psicología, Fonoaudiología, Servicio Social, Enfermería, Hospitalizados y Cuidados Intensivos.	
3. SERVICIOS COMPLEMENTARIOS DE REHABILITACIÓN	\$3.424.337.357
Cirugías, Consultas Médicas Externas, Medicamentos y Exámenes. Ortesis, Prótesis, Sillas de Ruedas, otros implementos. Transporte, Alimentación y Ayudas Sociales a Pacientes. Programas Complementarios y Alta Motivación. Servicios Externos.	
B. INVERSIONES EN ACTIVOS	\$1.051.641.667
TOTAL COSTOS E INVERSIONES INSTITUTOS DE REHABILITACIÓN TELETÓN	\$12.162.845.873

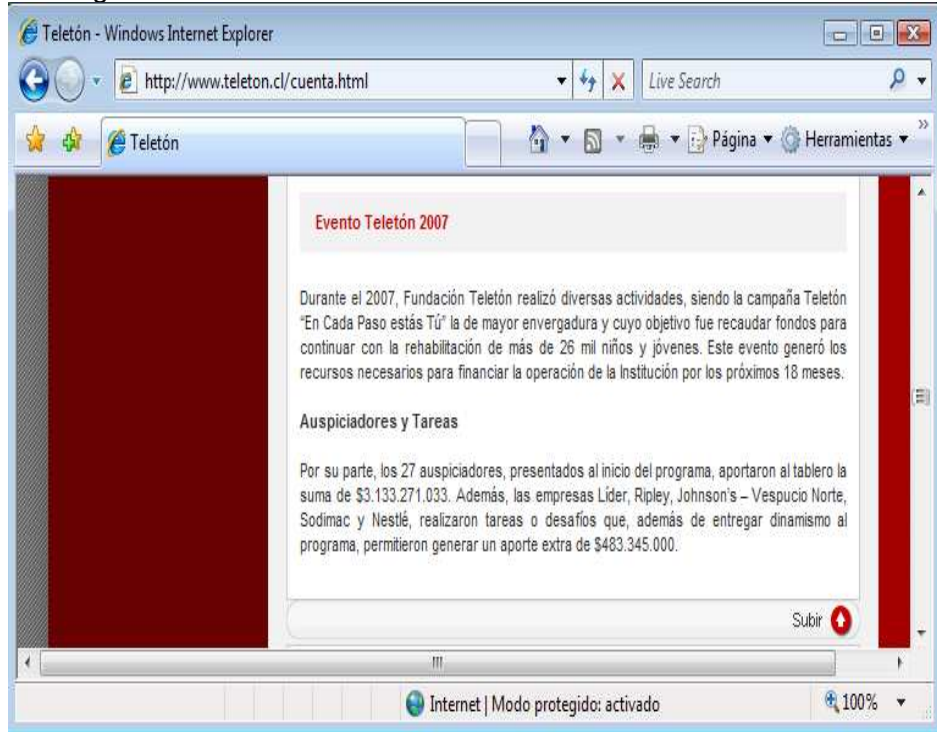
- **Fundación Teletón:** en este apartado se detallan los gastos incurridos en el evento Teletón cuya finalidad es la recaudación de Fondos.

Fundación Teletón

Los costos de Fundación Teletón se dividen entre los relacionados con el Evento Teletón, los costos administrativos del Teatro Teletón y los que tienen relación con la administración, recursos humanos, operación, comunicaciones y marketing.

TOTAL COSTOS NETOS - FUNDACIÓN TELETÓN 2007	
A. INGRESOS	\$1.227.201.136
1. VENTAS PRODUCTOS Y SERVICIOS PUBLICITARIOS	\$1.079.428.708
2. VENTAS TEATRO TELETÓN	\$138.958.934
3. OTRAS VENTAS	\$8.813.494
B. GASTO	\$3.425.212.880
1. EVENTO TELETÓN	\$2.349.926.525
2. ADMINISTRACIÓN GENERAL	\$900.444.797
3. TEATRO TELETÓN	\$174.841.558
TOTAL COSTOS NETOS FUNDACIÓN TELETÓN	\$2.198.011.744

- **Evento Teletón 2007:** Aquí usted encontrará información sobre la cantidad de auspiciadores que tiene el evento Teletón y el monto de las donaciones que ellos brindan a la Organización.



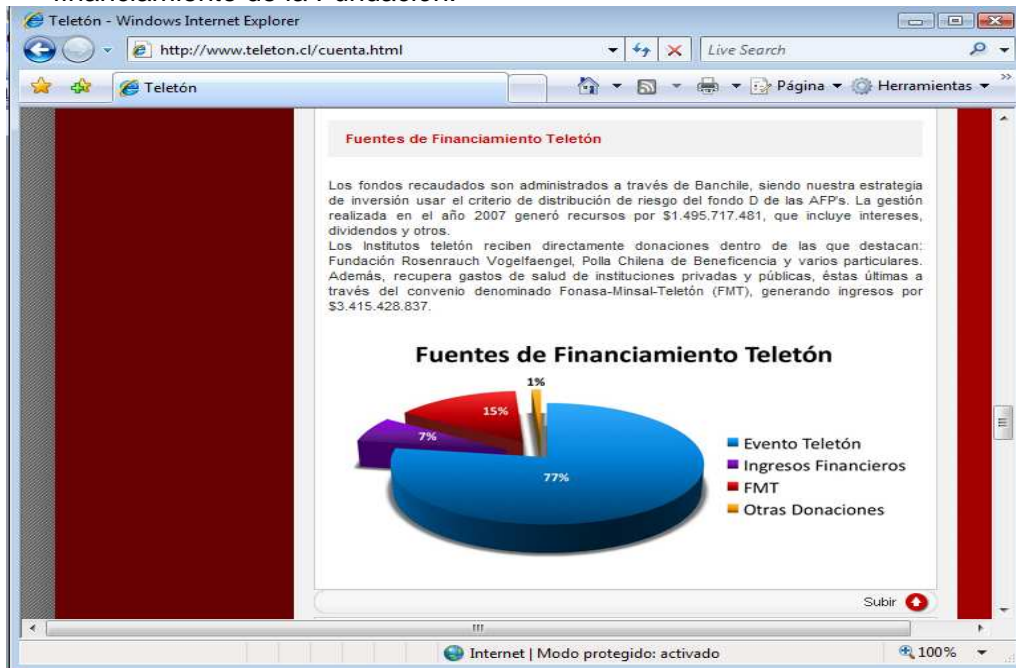
- **Recaudación Evento Teletón 2007:** Aquí se encuentra información sobre los Ingresos que se obtuvieron por el evento Teletón, detallados por regiones y por aporte público como también por empresas.

Resumen Recaudación 2007

RECAUDACIÓN EVENTO TELETON 2007		
A. TOTAL APOORTE PÚBLICO	\$12.433.650.392	73,7%
1. RED SUCURSALES Y CAJAS AUXILIARES	\$11.184.394.040	66,3%
• Área Metropolitana	\$5.055.021.370	30,0%
• Regiones	\$5.731.349.367	34,0%
• Recibido Pre y Post Teletón (al 07/12/2007)	\$398.023.303	2,4%
2. CANALES A DISTANCIA	\$1.249.256.352	7,4%
B. TOTAL APORTES EMPRESAS	\$4.437.696.033	26,3%
• 1. AUSPICIADORES	\$3.133.271.033	18,6%
• 2. TAREAS	\$438.345.000	2,6%
• 3. OTROS	\$866.080.000	5,1%
TOTAL RECAUDACIÓN	\$16.871.346.425	

Subir

- **Fuentes de Financiamiento Teletón:** descripción de las principales fuentes e financiamiento de la Fundación.



- **Actividades 2007:** Detalle de las principales actividades culturales y recreativas de los pacientes atendidos por la Teletón.

Actividades 2007

SuperArte: "El arte en la calle"

Por cuarto año consecutivo, y con el apoyo del Banco de Chile, decenas de niños(as) y jóvenes artistas de los 10 Institutos Teletón mostraron sus habilidades a las comunidades de sus ciudades, en el marco de "SuperArte, un gesto de Amor". Esta actividad, nuevamente, convocó a miles de admiradores de la pintura, el teatro, la danza y la música surgidos del talento de nuestros artistas. Paseos peatonales, centros comerciales y salas de arte fueron el escenario de las presentaciones, gracias al apoyo de autoridades y empresarios de cada ciudad, quienes no dudaron en sumarse a esta actividad, la más grande muestra artística que une a los 10 Institutos Teletón.

Pinta con Integración

Más de 26 mil dibujos, de alumnos de Enseñanza Pre Escolar y Básica de todo Chile, participaron en este concurso organizado por Fundación Teletón con el auspicio de Metro S.A. y Johnson's y el patrocinio del Ministerio de Educación. Los 60 dibujos preseleccionados fueron escogidos por estudiantes de Arte de la Universidad de Chile y la decisión final estuvo a cargo del jurado, presidido por Carolina Rivas, Asesora Cultural del Ministerio de Educación, junto a autoridades de Teletón y auspiciadores. Finalmente fueron premiados los 3 primeros lugares de cada categoría y esos dibujos pasaron a formar parte de la campaña gráfica de Teletón 2007.

4to Festival: "Un Minuto del Otro"

En la cuarta versión del Festival "Un Minuto del Otro" fueron exhibidas muestras de Festivales Internacionales de Discapacidad y se desarrolló un encuentro con destacados directores de cine, entre los que estuvieron, Marcelo Ferrari, Alex Bowen y Silvio Calozzi. En la competencia, resultó ganador del máximo premio y, también del público el video "Una vez al año", de estudiantes de Periodismo de la USACH. Además, por primera vez, se seleccionó un trabajo para participar en la campaña publicitaria de Teletón 2007. El elegido fue "La Carrera", de una estudiante de Chillán. El jurado fue integrado por el documentalista Rodrigo Moreno, la directora de cine Alicia Scherson, el cineasta Sebastián Lelio, el conductor Ignacio Franzani y la cantante Aníta Tijoux.

Voluntariado

Durante le 2007, nuestro voluntariado se enfocó en mejorar la calidez y la calidad en la atención al interior de los Institutos, en el desarrollo de programas comunitarios masivos y en

- **El 2007 en números:** Aquí se encuentra un cuadro resumen de la Información suministrada anteriormente junto con una lista de los principales auspiciadores de la Obra benéfica.

El 2007 en Números

- Se realizaron 98.541 atenciones médicas y 544.197 atenciones terapéuticas en los 10 institutos Teletón del país.
- Ingresaron 2.759 nuevos pacientes, de los cuales el 99,3% es menor de 3 años.
- Se entregaron más de 2.123 sillas de ruedas a nivel nacional.
- Se invirtieron un total de \$246.768.309 en la producción de los Talleres Ortopédicos de Teletón, sin considerar al personal de los mismos.
- Los gastos correspondientes a insumos y gastos asociados a cirugía, ascendieron a \$356.411.913.
- El costo promedio de la rehabilitación de un niño o joven atendido en Teletón el 2007 fue de \$929.181.
- La dotación de RR.HH de Teletón, asciende a 718 profesionales, que atienden a los 26.246 niños y jóvenes en nuestros institutos a lo largo del país.

Teletón 2007 contó con marcas auspiciadoras y otras que realizaron tareas y desafíos que, en conjunto, aportaron el 21,2% de lo recaudado en la última campaña. Agradecemos a las empresas y a nuestros colaboradores, por ayudarnos a cumplir la meta.

Logos de marcas auspiciadoras:

- Banco de Chile, Belmont, vuelve a lo natural cachantun, Colof, Campanaria, Gpech, Claro, COLUN, Confort, CRISTAL, IDEAL, Johnson's, LAN, SOPROLE, Livean, LUCCHETTI, MASTER DOG, McDonald's, OMO, Pampers, PEPSI, RIPLEY, ROTTER KRAUSS, SODIMAC, SOPROLE, TAPSIN, Supremo.

Marcas que realizaron tareas y desafíos durante el programa de televisión:

- LIDER, RIPLEY, Johnson's, SODIMAC, NERVIS.