

El Informe Anual: instrumento para la transparencia

Junta de Asistencia Privada de Sinaloa

27 de octubre de 2011



Objetivo del taller

Reflexionar acerca de la importancia que tiene para las organizaciones de la sociedad civil (OSC) contar con un Informe Anual en términos de:

- institucionalidad y transparencia
- visibilidad social y
- procuración de fondos

Esta sesión de trabajo tiene también como fin ofrecer a los asistentes una metodología, práctica y participativa, para la elaboración del Informe Anual de sus propias OSC.



Ricardo Reynoso López

Coordinador de Comunicación del Cemefi

Estudió la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la Universidad del Bajío, en León, Guanajuato. Ha trabajado en prensa escrita, radio, televisión, publicidad y productoras de video. Ha colaborado en organizaciones de la sociedad civil desde hace quince años. Como parte de sus responsabilidades ha tenido a su cargo la elaboración de informes anuales para distintas OSC.



Cursó el Diplomado en Comunicación y Mercadotecnia para las ONG en la Universidad Virtual del ITESM, y ha colaborado en diversas redes de trabajo. Desde septiembre de 2006 es Coordinador de Comunicación del Centro Mexicano para la Filantropía (Cemefi).

Imparte cursos y talleres de capacitación sobre temas de comunicación con énfasis en organizaciones de la sociedad civil. Ha sido dictaminador de proyectos para distintas convocatorias y ha formado parte de los jurados de destacados reconocimientos, entre ellos el Premio AMCO (Asociación Mexicana de Comunicadores) y el concurso de cortometrajes Alza la Voz contra la Violencia Doméstica, de la empresa AVON.

Adicionalmente, ha participado en exposiciones individuales y colectivas como fotógrafo. También fue ganador del Premio Nacional de Cuento Armando Duvalier y del Premio Nacional de Periodismo sobre Altruismo en la categoría de artículo.

La obligación de informar

Para las OSC informar es una obligación legal, pero también es una obligación ética hacia sus órganos de gobierno, donantes, beneficiarios y sociedad en general.

Para las **donatarias autorizadas**, el Código Fiscal de la Federación establece la obligación de dictaminar en forma simplificada sus estados financieros.

Además, las organizaciones de la sociedad civil deben cumplir con las obligaciones derivadas de la legislación local de la entidad federativa en la que operan.



La obligación de informar

Adicionalmente a otras disposiciones jurídicas aplicables, las organizaciones **inscritas en el Registro Federal de las OSC (CLUNI)**, deben “informar anualmente a la Comisión sobre las actividades realizadas y el cumplimiento de sus propósitos, así como el balance de su situación financiera...”

En la parte ética podemos citar la **Carta de los Derechos del Donante**, que en su punto número tres señala que el donante tiene derecho “a tener acceso a los reportes financieros más recientes del organismo”.



Qué es el Informe Anual

- Un informe es un **documento escrito** en prosa discursiva cuyo fin es **comunicar información**.
- Es redactado como una **obligación institucional** para informar a determinadas audiencias.
- Su **contenido** está **determinado por la misión** de la organización que lo elabora.
- Es un informe de **resultados**, no de actividades.
- Los **estilos básicos** de un informe de resultados son la **narración**, la **descripción** y la **exposición**.



El Informe como parte de la imagen

- Es parte fundamental de la imagen institucional, sirve como tarjeta de presentación y da visibilidad social.
- El Informe Anual debe reflejar la esencia de la OSC. Se recomienda que “se explique a sí mismo”.
- Tiene que ser **congruente** con su misión, su objeto social y sus propósitos.
- Debe estar “alineado” con los otros materiales impresos que utiliza la organización.
- El costo del Informe: “una institución es tan grande y tan rica como sus propósitos”.



Para qué sirve el Informe Anual

- Muestra la **institucionalidad**, seriedad y permanencia de la organización.
- Es una **garantía de transparencia** para los donantes actuales y potenciales de la OSC.
- Es una herramienta para la **procuración de fondos**.
- **Motiva** a los miembros de la organización en sus diferentes categorías.
- Los **compromete** con los retos para el futuro.



Quiénes participan en su elaboración

Responsable del Informe Anual (Comunicación)

Director General

Presidente del Consejo o Patronato

Responsables de áreas o programas

Administrador

Comisiones del órgano de gobierno

Proveedores (diseño e impresión)



Destinatarios del Informe Anual

Públicos primarios.- Son aquellos públicos a los cuales estamos obligados a entregar información sobre nuestra operación y sus resultados, tanto por mandato de nuestros propios estatutos como por los compromisos establecidos con ellos.

Públicos secundarios.- Son públicos a los que no tenemos la obligación de informar, pero deseamos hacerles llegar nuestro Informe Anual con el fin de crear en ellos una percepción favorable acerca de nuestra organización y del trabajo que realizamos.





Pasos para la elaboración del Informe Anual

1. Elaboración del cronograma
2. Definición del contenido y la estructura
3. Identificación de responsables por sección
4. Solicitud y acopio de información
5. Redacción de textos
6. Selección de fotografías e ilustraciones
7. Validación de textos y gráficos
8. Selección de proveedores



Pasos para la elaboración del Informe Anual

9. Corrección de estilo
10. Traducción
11. Diseño del documento
12. Revisión final del diseño
13. Revisión de las pruebas de impresión
14. Impresión del documento
15. Recepción de los impresos
16. Distribución del Informe Anual



1. Elaboración del cronograma

Un cronograma es un esquema en el que se distribuyen en el tiempo las actividades que van a realizarse y la fecha límite para cada una. Para elaborarlo hay que tener en cuenta lo siguiente:

- El **tiempo** es la principal variable que hay considerar en un proyecto de este tipo.
- Las etapas del proceso se determinan a partir de la fecha de entrega; **de adelante hacia atrás**.
- De ser posible, el cronograma **se trabaja junto con los proveedores**.



2. Definición del contenido y la estructura

- Misión y visión
- **Consejo Directivo o Patronato**
- Índice
- **Mensaje institucional**
- Presentación institucional
- Objetivos institucionales
- Historia de la organización
- Modelo de intervención





2. Definición del contenido y la estructura

- **Informe de resultados por área o programa**
- Testimonios
- Eventos institucionales
- Socios o miembros
- Patrocinadores y/o aliados estratégicos
- **Estados financieros auditados**
- Equipo operativo
- Créditos y agradecimientos



Contenido básico del Informe Anual

Mensaje institucional
Carta del Presidente



Institucionalidad

**Patronato o
Consejo Directivo**



Legitimidad

**Informe de resultados
por área o programa**



Impacto

**Estados financieros
auditados**



Transparencia



3. Identificación de responsables

CONTENIDO

Misión y visión	Coordinación de Comunicación
Mensaje de la Presidenta del Consejo Directivo	Jaqueline Butcher de Rivas
Mensaje del Presidente Ejecutivo	Jorge Villalobos G.
Centro Mexicano para la Filantropía	Coordinación de Comunicación
Órganos de gobierno Consejo Directivo 2006-2007	Coordinación de Comunicación Ángeles Alvarado
Servicios a miembros	Membresías / Cristina Ruiz
V Encuentro de Donantes	Coordinación de Comunicación
XI Reunión Anual del Cemefi	Coordinación de Comunicación
Compromiso con los Demás	Coordinación de Comunicación
Estados financieros	Administración / Raúl Escobedo
Miembros 2007	Membresías / Cristina Ruiz
Patrocinadores	Administración / Raúl Escobedo
Equipo Operativo	Administración / Raúl Escobedo
Créditos	Coordinación de Comunicación



4. Solicitud y acopio de información

Los titulares de cada área de la organización son los responsables de los insumos informativos, nosotros sólo los procesamos. Para solicitar esos insumos debemos seguir estas indicaciones:

- Hacer una **solicitud formal**.
- Respaldar la **solicitud por escrito**.
- Involucrar a los **superiores jerárquicos**.
- **Respetar el organigrama** y los canales institucionales de comunicación.



5. Redacción de textos

El estilo y la extensión de los textos se definen por lo que deseamos comunicar, así como por la audiencia a la que nos dirigimos. Estas son algunas recomendaciones para la redacción de textos:

- Utilizar un **lenguaje institucional**, no es una obra personal.
- Transmitir **mensajes clave**, y evitar distracciones y “rollos”.
- **Textos concisos** —no necesariamente breves—, de preferencia en párrafos cortos.



5. Redacción de textos

Más recomendaciones para la elaboración de textos:

- **No utilizar adjetivos.**
- **Definir conceptos y significados de siglas.**
- **Evitar los “dialectos institucionales”.**
- **La idea de “la gente no lee”, y si SÍ LEE.**
- **Construir frases sencillas, si van a traducirse.**



Y más recomendaciones...

Más recomendaciones para la elaboración de textos:

- **Las y los** es incorrecto (RAE *dixit*). El género es un concepto semántico; el sexo, biológico.
- **La @** no es una letra, y no significa o-a. Es originalmente una medida de peso (11.5 kg.).
- El uso correcto de **y/o** es muy raro; son conjunciones normalmente excluyentes.
- **Demasiado** no es lo mismo que mucho. Significa “Más de lo necesario” (p.e.: confianza, amor).



6. Selección de fotografías e ilustraciones

Fotografías:

- Planear y realizar la **cobertura fotográfica durante todo el año**, especialmente de eventos.
- Las imágenes deben reflejar la **actividad humana** que realizamos y nuestras **aspiraciones**.
- Hay que dar **a todos su lugar**, a la gente le gusta ver su fotografía impresa.
- Las fotografías deben tener **calidad homogénea**.



6. Selección de fotografías e ilustraciones

Gráficos:

- Utilizar **cifras significativas**.
- **Mantener las variables** de un Informe a otro para que puedan compararse.
- **Interpretar los gráficos** para clarificar su significado.
- **Revisar TODOS los números**, especialmente las sumas.



7. Validación de textos y gráficos

1. Mensaje de la Presidenta del Consejo Directivo

Jacqueline Butcher

2. Mensaje del Presidente Ejecutivo

Jorge Villalobos

3. Centro Mexicano para la Filantropía

Reconocimiento CLARES

Reconocimiento Pro Mazahua

Jorge Villalobos

Cemefi seleccionado entre las mejores OSC del mundo...

Miriam Alonso y Lourdes Sanz

4. Organos de gobierno

Asamblea Anual de Asociados

Jorge Villalobos

Consejo Directivo 2006

Ángeles Alvarado y Jorge Villalobos

5. Políticas públicas

Relaciones con el gobierno

Gestiones ante la reforma fiscal

Consuelo Castro y Jorge Villalobos



8. Selección de proveedores

Se requieren proveedores para la corrección de estilo, la traducción, el diseño, y la impresión. Recomendaciones:

- Los **donativos** para el Informe Anual son una opción para tener un buen documento a bajo costo.
- Comparar **presupuestos** y condiciones.
- Tratar de **unificar el diseño y la impresión**.
- Conocer la capacidad de los proveedores y **no experimentar**.
- Tener en cuenta la relación **costo-beneficio**.



9. Corrección de estilo

Es un proceso mediante el cual se uniforma el estilo literario de una redacción. El uso del **lenguaje debe ser consistente** en todo el documento. Una sola persona debe estar a cargo de la corrección de estilo.

10. Traducción

Cada organización debe evaluar si su Informe Anual requiere ser traducido, de acuerdo con sus destinatarios. Normalmente se traduce sólo al inglés. Es importante también pensar si la traducción se integrará al cuerpo del Informe o se imprimirá una versión en inglés.



11. Diseño del documento

**José Ortega
Romero**



RECONSTRUIAMOS COMUNIDADES AFECTADAS POR FENÓMENOS NATURALES
Conjuntamos esfuerzos con diversos actores para responder oportunamente a las necesidades de poblaciones afectadas por fenómenos naturales, hecho que nos ha convertido en un referente en el diseño y acompañamiento de campañas de emergencia.

Resultado de la alianza con HSBC México y Save the Children México se desarrollaron manuales para capacitar a los niños y sus familias en casos de catástrofes naturales. Adicionalmente apoyamos con asistencia técnica el diseño y desarrollo de la campaña "Categoría 5" para los damnificados del Huracán Lane en Sinaloa.

WE REBUILT AFFECTED COMMUNITIES BY NATURAL DISASTERS
We coordinated efforts with different actors to respond timely to the needs of affected communities by natural disasters. With this, the Foundation has become an important referent to design and guide emergency campaigns.

As a result of the alliance with HSBC México and Save the Children México two manuals were created to train children and their families on events of natural catastrophes. In addition, we supported the design and development of "Category 5" campaign with technical assistance for those affected by Hurricane Lane in Sinaloa state.

**Fundación
Merced**

CAMPAÑAS DE RECAUDACION

Para cumplir nuestro compromiso con la UVM, apoyamos al Campus San Rafael con la etapa de inducción y la primera etapa de recaudación de fondos a favor del Proyecto de Investigación de los Efectos Reales de las Terapias Psicológicas de Apoyo a Personas con Cáncer Cervice Uterino y de Mama.

Para cubrir los costos de esta primera etapa se diseñó una campaña de recaudación basada en la venta de 25,200 chocolates. Una vez cubiertos los gastos, se obtuvo un total de \$151,200.00. Esta campaña se realizó durante los meses de septiembre, octubre y noviembre del 2006; como complemento a ella, se realizaron diversos eventos: conferencias, programas de radio, concursos de cartel, talleres y pláticas para crear una cultura de la prevención con base en la información y el autoconocimiento. En ella participaron más de 6,000 alumnos, personal docente y administrativo.

Cabe mencionar el generoso apoyo recibido para esta campaña de parte de la Fundación Coca Cola que siempre ha tenido confianza en nuestros proyectos.






12. Revisión final del diseño

La aprobación final del diseño del Informe se realiza luego de una revisión meticulosa de los textos y elementos gráficos. **Cada página** del Informe, sin excepción, debe ser autorizada y **firmada**.

13. Revisión de las pruebas de impresión

Las pruebas de color y de impresión indican cómo se verá el documento al salir de la imprenta. También debe ser revisadas a detalle, autorizadas y firmadas. El compromiso es que la impresión final sea **exactamente igual a las pruebas** firmadas.



14. Impresión del documento

En esta etapa todo está en manos del impresor. Lo único que podemos hacer durante este proceso es exigir el cumplimiento de la fecha pactada para la entrega del Informe Anual.

15. Recepción de los impresos

La persona encargada del Informe Anual como proyecto debe recibir personalmente los impresos, seleccionar algunos ejemplares y **revisarlos**. No hay que dejar este trámite final en manos de otros o se correrá el riesgo de aceptar un trabajo mal hecho.



16. Distribución del Informe Anual

Alternativas de difusión y distribución:

- Informe impreso
- Salidas digitales
- Presentación multimedia
- Presentación de Power Point en CD
- Página electrónica
- Evento público de presentación



Envía tu Informe Anual al Cif

El Centro de Información de Filantrópica (Cif) del Cemefi es la biblioteca más importante sobre el tercer sector y la responsabilidad social en nuestro país, e incluye los informes anuales de las OSC. Mándanos un ejemplar de tu informe a:

Centro de Información Filantrópica (Cif)

Zoila de la Vega Briones

Centro Mexicano para la Filantropía

Cerrada de Salvador Alvarado 7

Colonia Escandón

11800, México, D.F.

Teléfono: (55) 5276 8530, ext. 107

cif@cemefi.org



¡ Gracias !

Ricardo Reynoso López
Coordinador de Comunicación
Centro Mexicano para la Filantropía
Teléfono: (55) 5276 8530, ext. 108
ricardo.reynoso@cemefi.org

