

Las organizaciones no gubernamentales. Más allá del mercado y el estado

Juan Luis MARTÍNEZ SÁNCHEZ

Universidad de Navarra

Se pretende justificar que una de las características de las instituciones altruistas con un alto grado de contenido ideológico, es el estar sometidas a un *doble proceso de tangibilización*: necesitan prestar servicios para que el público objetivo comprenda su misión, la vea útil y la adopte; y el servicio necesita ser gestionado en su intangibilidad para intentar asegurar al cliente cierta satisfacción con anterioridad a la prestación.

Asimismo, se intenta hacer ver que para tener una comprensión global de las organizaciones no gubernamentales, es necesario integrar la visión individualista y donal de la persona.

Introducción

Durante los últimos años ha surgido un interés creciente, tanto en ámbitos económicos como sociales y políticos, por el estudio de la aparición e intenso desarrollo de Organizaciones No lucrativas, Organizaciones Privadas de Voluntariado, Fundaciones Filantrópicas, etc.

Y es que no sólo son interesantes desde un punto de vista cuantitativo, en cuanto al número de organizaciones de este tipo que operan en la sociedad y a la repercusión económica que esto trae consigo, sino que también han introducido novedosos enfoques en técnicas de gestión que son «exportables» a cualquier tipo de institución (Drucker, 1990).

¿Por qué surgen estas organizaciones? ¿Cuáles son las razones del emprendedor que decide acometer la puesta en marcha de una empresa de este tipo, o las de aquellas que colaboran efectivamente en su funcionamiento, sea aportando dinero o trabajo?

Son muchas las teorías que han intentado dar respuesta a éstas y otras sugerentes preguntas que, de forma natural, se plantean en el proceso de

expansión del «Tercer Sector»¹. Esta diversidad no sólo se debe a puntos de partida conceptuales distintos, sino que también influye la diferente evolución que estas instituciones han tenido de un país a otro de acuerdo con su peculiar historia, tradición y desarrollo (Anheier y Seibel, 1990).

En este artículo trataremos el problema desde una perspectiva económica, sin olvidar las esenciales implicaciones antropológicas que se derivan de la aportación que las organizaciones que integran el Tercer Sector, dan acerca del hombre y de su comportamiento solidario (Martín Cavanaugh, 1991), centrándonos en las Organizaciones No Gubernamentales de Ayuda al Desarrollo.

Características del sector «sin ánimo de lucro»

Antes de pasar a evaluar las teorías económicas que explican el fenómeno solidario, es bueno hacerse una idea del alcance del sector, aunque sólo sea de una forma descriptiva.

Uno de los temas principales de discusión en la literatura que hay sobre estas organizaciones, es el de definir lo que es una entidad no lucrativa. Según Martín Cavanaugh (1991):

«...como algunos autores señalan con acierto los conceptos no gubernamental y no lucrativo dicen más acerca de lo que estas organizaciones no son, que lo que realmente las define o caracteriza... El núcleo de este fenómeno se encuentra en el concepto de solidaridad, entendido éste como la determinación firme y perseverante de empeñarse en el bien común»².

Además del «empeño solidario», siempre se combinan tres importantes atributos: a) Tienen una base legal que prohíbe la distribución del excedente monetario (James y Rose-Ackerman, 1986). Dicho en otras palabras, no se reparten dividendos (Sánchez Arroyo, 1990). 2) Promueven «servicios de uso social». 3) Obtienen una parte de sus ingresos de contribuciones.

Desarrollemos la segunda característica común, ya que el ver qué es lo que hacen, nos dice mucho acerca de lo que son. Usualmente, las ONGs (Organizaciones No Gubernamentales), prestan servicios que se pueden agrupar en seis bloques: sanitarios, educación, servicio social, arte y cultura, cooperación al desarrollo de la comunidad y religión.

¹ El término «Tercer Sector» fue utilizado por vez primera por Etzioni (1973), intentando expresar una alternativa organizacional distinta a las Empresas mercantiles y a la Administración Pública.

² Páginas 784-785. «Las Organizaciones No Gubernamentales: Estructuras de Solidaridad». XII Simposio Internacional de Teología, «Doctrina Social de la Iglesia y Realidad Socio-económica (en el centenario de la Rerum Novarum)», Pamplona, abril de 1991. Universidad de Navarra. Publicado en EUNSA, pp. 783-788. Pamplona, 1991.

En cada uno de estos servicios pesan más unos atributos que otros. Así, las donaciones privadas son más usuales cuando se trata de religión o de proyectos de ayuda al desarrollo. Cuando hablamos de servicios sociales, el trabajo voluntario es una de las principales contribuciones. Los servicios sanitarios y los proyectos sociales se ven apoyados, significativamente, por aportaciones gubernamentales. En cambio, y hasta hace poco tiempo, la educación privada tenía un nivel muy bajo de dependencia del dinero público.

Hay otra peculiaridad que merece la pena mencionar. Tanto el sector no lucrativo, como el gubernamental y las empresas lucrativas, computen en cada uno de estos «subsectores», aunque no todos con la misma importancia. En los servicios sociales, el papel de las ONGs y de agencias del gobierno es claramente más significativo que el de la iniciativa privada lucrativa. En actividades culturales y artísticas la implicación del Gobierno es fundamental. En educación, sobre todo a nivel superior y más intensamente en los últimos años, las instituciones que ofrecen el servicio suelen ser empresas con ánimo de lucro. Los ejemplos más claros de servicios donde el papel de las «non-profit» es hegemónico, son en aquellos donde impera la motivación religiosa³.

Precisamente, las teorías económicas que vamos a desarrollar aquí, intentan dar razón de por qué el Tercer Sector actúa en unas áreas concretas y en otras no (James y Rose-Ackerman, 1986).

Por último, hacer notar que suelen tender a ser muy intensivas en «mano de obra» ya que el contacto personal es una de sus principales ventajas diferenciales. Por esto, el activo más importante son los Recursos Humanos, a los que habrá que formar y capacitar para un buen desempeño de su función, comunicando claramente la misión de la organización e integrándolos en un proyecto común (Drucker, 1990).

Teorías sobre las organizaciones no lucrativas

Nos proponemos dar una visión geneal de las algunas teorías que han intentado dar una razón económica para el desarrollo de estas organizaciones. No se pretende hacer un análisis completo y exhaustivo, sino motivar al lector a que se interese por estos temas.

Las compendiamos en tres grandes grupos⁴.

³ Estas ideas acerca de la importancia de los distintos sectores dependiendo de las características del servicio que presta, las desarrolla más ampliamente J. H. Filer (1975). Aunque el informe está anticuado y está muy centrado en la situación americana, tiene un indudable valor analítico.

⁴ Otro punto de vista válido podría ser el que da Badelt (1990), que identifica dos grandes bloques temáticos: por una parte, lo que él llama «failure performance approach», donde se intenta explicar el fenómeno en base a fallos del mercado y/o del Gobierno, que será

El primer conjunto de teorías tratan de explicar el fenómeno atendiendo a razones basadas en «asimetrías en la información e ineficiencias del mercado».

Según el modelo de Hansmann (1986), las situaciones en las que la organización oferente tiene más información acerca de la calidad del producto-servicio que el consumidor, ya sea por que éste no puede apreciar las características que lo definen o por cualquier otra razón, el productor puede encontrar incentivos para el fraude. El no tener ánimo de lucro se convierte así en garantía para el cliente, ya que éste percibe las ONGs como más «creíbles». En este sentido, podemos afirmar que el carácter no lucrativo actúa de señalización para los clientes, donantes y beneficiarios. Por tanto, las instituciones que nos ocupan, encuentran en su esencia constitutiva, una fuente de ventaja comparativa en determinada provisión de bienes.

Consecuencia directa de este planteamiento es que la calidad de los bienes que ofrecen las Organizaciones No Lucrativas, debe ser más difícil de evaluar que los que produce cualquier otro tipo de Institución. Si pudiéramos formalizar algún patrón de medida del grado de calidad en función del tipo de estructura jurídica que soporta a la Entidad, podríamos juzgar la validez del modelo. Pero no existen vínculos claros entre una cosa y otra⁵. Además, y según un estudio realizado por Permut (1981), basado en un sondeo telefónico, la gente no suele saber distinguir entre organizaciones lucrativas y no lucrativas.

Muy cerca de este planteamiento de asimetrías en la información, está aquél que fundamenta el desarrollo de las ONGs en el «potencial de donación», por lo que lo incluiremos dentro del mismo conjunto e teorías.

Según este modelo, el donante se identifica con un cliente que desea incrementar la cantidad y/o la calidad de la Institución, pero éste no recibe ninguna prueba tangible con la que pueda comprobar el impacto marginal de su aportación. Gracias a que las Organizaciones No Lucrativas son más creíbles en sus «buenas intenciones», el donante continúa colaborando a pesar de la dificultad que antes hemos comentado.

El mismo argumento se puede tratar de una manera más formal desarrollándolo como el *problema del principal y el agente*. El principal es aque-

el que vamos a desarrollar aquí, y por otra, el «transaction costs approach», cuyo representante más significativo es Williamson (1985). Bajo la denominación genérica «costes de transacción» se suelen englobar los costes que se derivan de la realización de intercambios (costes de información, costes de control, costes de toma de decisiones, etc.). Según esta teoría, las transacciones se producirán en el mercado o dentro de alguna forma organizacional dependiendo de quien lo haga a menor coste.

⁵ Tomemos el ejemplo propuesto por E. James y S. Rose-Ackerman (1986). Consideremos el caso de un ballet o una ópera. Hay expertos que podrían evaluar la calidad del mismo en base a una serie de datos técnicos, pero no son directamente relacionables con los estatutos legales de las compañías artísticas.

lla persona que quiere inducir a otra, el agente, a hacer algo que es costoso para este último, sin que el primero pueda observar directamente lo que hace el segundo. El problema del principal consiste en buscar un sistema de incentivos que induzca al agente a tomar la mejor medida desde el punto de vista del principal. Fama y Jensen (1983), lo traducen del siguiente modo: El donante es el principal, la dirección de la organización el agente, la no distribución de beneficios el mecanismo de control.

El segundo conjunto de teorías se basan en los «fallos o ineficiencias del gobierno».

Weisbord (1977) propone al tercer sector como alternativa al gobierno en la provisión de bienes y servicios. Se dan situaciones donde el ciudadano está insatisfecho con la labor pública. Esta insatisfacción puede ser de carácter cuantitativo —se percibe como *escasos* los servicios que proporciona el Estado— o cualitativo —no se adaptan a las preferencias de determinadas colectividades—, y tienen su razón de ser en alguna deficiencia en la transmisión de información entre el ciudadano y el representante político o, lo que es más usual, por objetivos distintos, ya que el político suele orientar sus decisiones hacia las preferencias de su votante, con lo cual olvida a subgrupos de población que se encuentran infra-abastecidos⁶.

Vemos, que el modelo de Weisbord explica por qué existe la provisión privada de bienes públicos. Sin embargo, no explica por qué ésta ha de ser no lucrativa.

Es evidente que las ONGs encuentran en estas ineficiencias «nichos de mercado» (Badelt, 1990), pero también los encuentran las Empresas. Por tanto, sería interesante conocer los factores críticos que proporcionan ventajas competitivas a las entidades no lucrativas en estas situaciones.

Si damos como válido el argumento de que la gente se complace en donar bienes con características o aplicaciones «públicas» (Preston, 1984), entonces la «captura» de esas donaciones es más factible para las ONGs que para cualquier otro tipo de institución en base, precisamente, a la garantía «no lucrativa».

Podríamos resumir este bloque de teorías de la forma siguiente: Allí donde la acción gubernamental no llega en la provisión de bienes públicos, surgen oportunidades de negocio, prevaleciendo las organizaciones privadas no lucrativas frente a las lucrativas, en aquellas situaciones donde exista potencial de donación.

Surgen así auténticas estructuras de solidaridad que abogan por esa deseada «desmercantilización de la economía y desburocratización de la política» (A. Llano, 1988).

El tercer conjunto de teorías se apoyan en «razones ideológicas».

⁶ La «producción gubernamental» de bienes públicos está determinada por un mecanismo de elección colectiva, que no siempre implica unanimidad, sino que se fundamenta en las preferencias de la mayoría.

Como comenta Sánchez Molinero (1993):

«Se trata de «integrar las motivaciones ideológicas (relativas a la conciencia o interés del grupo) junto con las estrictamente egoístas o individualistas para explicar la participación individual en acciones colectivas... la gente participa en estas acciones movida, aunque sea parcialmente, por razones ideológicas. Esto es, porque cree que lo que hace es beneficioso para un cierto grupo de referencia. En aras de ese objetivo los sujetos pueden renunciar a algo de su bienestar individual»⁷.

Esta es también la hipótesis de Estelle James y Susan Rose-Ackerman (1986). Para ellas el distintivo ideológico es pieza clave en la explicación del fenómeno que nos ocupa. Evidentemente, habrá algunas organizaciones que adopten la forma «no lucrativa» para conseguir fuentes alternativas de recursos sin coste (trabajo voluntario, aportaciones económicas desinteresadas, etc.), o para obtener ventajas fiscales. Pero, usualmente, éstas han sido fundadas por personas muy comprometidas con un conjunto de creencias y valores, cuya motivación iba mucho más allá de la estrictamente monetaria.

Estelle James (1990) mantiene, basándose en estudios empíricos, que la motivación religiosa es la principal fuente de origen de ONGs. Pero además, intenta dar ciertos motivos que justifiquen este hecho.

Por una parte, sostiene que las instituciones religiosas acceden con más facilidad a recursos sin coste, como es el caso del trabajo voluntario o aportaciones de donantes cuyo origen es el desinterés de los propios fieles que integran dicha institución, que cualquier otro tipo de organización. Esto les proporcionaría ciertas ventajas en la puesta en marcha y futura viabilidad de los distintos proyectos.

Junto a estas ventajas «competitivas», existen otras derivadas de la fuerte motivación proselitista, que se pueden ver acentuadas en sociedades donde exista libertad religiosa y se compita intensamente para «captar nuevos fieles».

Además, los servicios donde tradicionalmente vienen operando las entidades no lucrativas, tienen un especial interés para las organizaciones religiosas. Consideremos el caso de centros educativos y sanitarios. Los primeros son «las instituciones sociales más importantes»⁸ a la hora de formar y transmitir valores que se adopten como norma de conducta durante toda la vida. Los segundos, y siempre según Estelle James, son el mejor vehículo para tener una entrada favorable en la sociedad y generar una «buena» imagen. Este razonamiento lo lleva aún más lejos, diciendo que el interés proselitista se presenta revestido por una imagen de dedicación y atención a las personas mediante la prestación de servicios sociales sin ánimo

⁷ Páginas 22-23. De las conclusiones del documento «Motivaciones individuales y acción colectiva».

⁸ E. James y S. Rose-Ackerman (1986).

mo de lucro, que es mucho más favorable que la que proporcionaría la búsqueda del beneficio y el interés propio.

Sin dejar de lado las interesantes aportaciones de la autora pensamos que, si pretendemos entender el fenómeno de una forma más completa, es necesario ir un poco más lejos.

Las organizaciones que se mueven por motivos basados en creencias o ideologías, desean, fundamentalmente, transmitir esos valores a la sociedad y que sean adoptados por el mayor número posible de personas, ya que entienden que son un bien en sí mismos. Estos valores se concretan en la *misión de la organización*⁹, cuyo grado de abstracción y consecuentemente de intangibilidad, es muy alto¹⁰. Precisamente por ser intangibles, necesitan ser «materializados». En palabras de Spaemann (1987).

«La capacidad de conocer valores crece si uno está dispuesto a someterse a ellos, y disminuye cuando no se da esa disposición. Ese conocimiento de los valores no se alcanza ante todo por el discurso, o la enseñanza, sino por la experiencia y la práctica»¹¹.

La forma básica de realizar este proceso, es prestando un servicio. Las ONGs son mucho más que una empresa de servicios, pero necesitan comportarse como tal, desde un punto de vista de gestión, para poder cautivar al potencial adoptante.

Pero aún no hemos conseguido eliminar el problema de la intangibilidad, ya que el servicio se produce y se vende simultáneamente (no es almacenable), y el cliente no tiene ninguna prueba anterior a la compra sobre su posible satisfacción.

«Los productos intangibles —viajes, educación, cuidados sanitarios, etc.— sólo en raras ocasiones pueden probarse, inspeccionarse o ensayarse de antemano. Los compradores en perspectiva se ven generalmente obligados a depender de subrogaciones para valorar lo que desean adquirir» (Levitt, 1982).

Para el autor del artículo, una de las claves en el entendimiento de las instituciones altruistas con un alto grado de compromiso ideológico, es com-

⁹ Según Palom y Trot (1991), las características que debe reunir la definición de la misión de una organización «al servicio del progreso humano» son: 1. Orientada hacia el exterior de la organización, es decir, hacia las necesidades de la sociedad. 2. Orientada hacia el largo plazo. 3. Creíble. 4. Simple, clara y directa. 5. Con un alto grado de «originalidad», diferenciarnos. 6. Debe ser única, que implica focalizarnos en un solo objetivo. 7. Debe tener un alto grado de intangibilidad, utopía, ambición e idealismo. 8. Revisada con frecuencia.

¹⁰ Drucker (1989), da algunos ejemplos de misiones bien definidas: La misión de la sala de urgencias de un hospital: *dar confianza y seguridad al afligido*; La misión del Ejército de Salvación: *convertir en ciudadanos a los rechazados de la sociedad*; etc.

¹¹ Página 50. «Ética: Cuestiones Fundamentales. Eunsu. Pamplona 1987.

prender que están sometidas a un «doble proceso de tangibilización»: nos vemos forzados a prestar servicios para que el público objetivo comprenda nuestra misión, la vea útil y la adopte; y el servicio necesita ser gestinado en su intangibilidad para intentar «asegurar» al cliente cierta satisfacción con anterioridad a la prestación.

También es cierto que la realidad trascienda a este enfoque, que podríamos tachar de excesivamente reduccionista, y encontramos, en no pocas situaciones, que la razón fundamental para emprender proyectos sociales bajo la iniciativa privada es mucho más simple y a la vez profunda.

Retomemos el caso propuesto por E. James de la asistencia sanitaria llevada a cabo por Instituciones religiosas. Justificaba dicha prestación en la necesidad que se tenía de dar una «buena imagen» a la sociedad. Nosotros añadimos razones de necesidad de comunicación de ciertos valores, transformándose así en «escuelas de virtudes»¹². Pero se dan casos en que la razón básica está en el puro darse. «Ayudo a los demás porque *quiero* ayudar a los demás.»

La relación familiar, la relación madre-hijo, puede ser buen ejemplo de lo que trato de transmitir. No todas las relaciones humanas se explican desde el punto de vista del interés propio y de maximización de la utilidad, ni se pueden reducir a contratos y transacciones. Esa concepción debe ser ampliada por las relaciones basadas en la cooperación, la confianza y la sinceridad, las cuales se dan de modo eminente entre el niño y el padre o la madre.

«Examinemos con más detalle la relación entre la persona maternal y el niño, en primer lugar, no es voluntaria y por ello, entre otras razones, no es contractual¹³ (...). Una mujer puede decidir tener un hijo, pero una vez toma esta decisión no podrá desentenderse de la existencia de aquel hijo en particular. Incluso cuando la decisión de tomar un hijo es voluntaria, no se elige voluntariamente tener *ese* hijo en concreto (...). La condición natural de la persona que realiza un contrato es vista en términos de individualidad y vida privada, y el problema se plantea a la hora de construir la sociedad y el gobierno. Desde el punto de vista de relación entre la persona maternal y el hijo, el problema es inverso. La condición inicial es de dependencia, y el problema consiste en hacerse uno mismo individual y autosuficiente. Para la persona maternal el compromiso consiste en liberarse de una obligación que le absorbe»¹⁴.

¹² Proponemos esta terminología en cuanto que la prestación de la asistencia sanitaria de forma desinteresada, lleva consigo tanto ejercitarse en la virtud (caridad, pobreza, desprendimiento,...), como enseñar a otros a vivirla.

¹³ Según Kotler y Levy (1969), el punto crítico de la idea general de intercambio está en que el acuerdo entre las partes ha de ser voluntario.

¹⁴ Extraído de «Maternidad y contrato». Virginia Held. En «Non contractual society: a feminist View», en Marsha Hanen y Kai Nielsen (eds.), *Science, Morality and feminist Theory* (Calgary Alberta: University of calgary Press, 1987).

Pero este enfoque no sólo se da en la familia, sino también en la sociedad. Como comenta el pensador italiano Rocco Buttigline, miembro de la Academia Internacional de Filosofía, donde funciona un seminario permanente sobre metodología de las ciencias económicas y la política social¹⁵.

«El hombre tiene dignidad y ello implica que cuando sus necesidades no pueden ser satisfechas a través del intercambio de equivalentes, tiene que entrar la lógica de la gratuidad, de la solidaridad.»

Evidentemente, en el fondo de esta dicotomía entre la visión individualista y la visión donal de la persona, subyace un problema cultural que nos nuestro propósito resolver, pero que, entiendo que en este caso, pueden complementarse en la explicación del fenómeno que hemos desarrollado en el artículo.

Ninguna de las teorías que hemos revisado justifica por sí sola y de manera global por qué surgen las entidades no lucrativas en la provisión de determinados bienes, pero analizadas de forma conjunta proporcionan pistas para un planteamiento de la cuestión más riguroso.

BIBLIOGRAFIA

- ANHEIER, H. K. y SEIBEL, W. (1990): Introducción de «The Third Sector: Comparative Studies of Nonprofit Organizations», H. K. Anheier y W. Seibel (eds.). Walter de Gruyter. Berlín-New York, pp. 1-4.
- BADEL, C. (1990): «Institutional choice and the Noprofit Sector», en *The Third Sector: Comparative Studies of Nonprofit Organizations*, H. K. Anheier y W. Seibel (eds.), Walter de Gruyter. Berlín-New York, pp. 53-63.
- DRUCKER, P. (1989): «The Nonprofit Drucker», Texas. Leadership Network Tyler.
- DRUCKER, P. (1990): «Que se puede aprender de las Organizaciones Altruistas». Harvard-Deusto Business Review, primer trimestre 1990, pp. 19-26.
- ETZIONI, A. (1973): «The Third Sector and Domestic Missions», *Public Administration Review*, 33, pp. 314-323.
- FAMA, E. y JENSEN, M. (1983): «Separation of ownership and control», *Journal of Law and Economics*, 26, pp. 301-326.
- FILER, J. (1975): «The Filer Commission Report (Report of the Commission on Private Philanthropy and Public Needs)», en *The Nonprofit Organizations: Essential Readings*, Brooks/Cole Publishing Company, 1990, pp. 70-89.

¹⁵ Estas declaraciones han sido extraídas de la entrevista realizada por Christiane Raczyński corresponsal de «El Mercurio» de Santiago de Chile, y que fue publicada en este período el día 18-IV-1993.

- HANSMANN, H. (1986): «Economics Theories of Nonprofit Organizations», en W. Powell (ed.), *Between the public and the private: The Nonprofit Sector*, New Haven: Yale University Press.
- HELD, V. (1987): «Maternidad y Contrato», en *Non contractual society: a Feminist view*, en Marsha Hanen y Kai Nielsen (eds.), Science, morality and Feminist Theory (Calgary Alberta: University of Calgary Press, 1987).
- JAMES, E. y ROSE-ACKERMAN, S. (1986): «The Nonprofit Enterprise in Market Economics», Harwood Academic Publishers.
- JAMES, E. (1990): «Economic theories of Nonprofit Sector: A comparative perspective», en *The Third Sector: Comparative studies of Nonprofit Organizations*, H. K. Anheier y W. Seibel (Eds.), Walter Gruyter. Berlin-New York, pp. 21-29.
- KOTLER, P. y LEVY, S. (1969): «A NEW FORM OF MARKETIN MYOPIA, RE-JOINDER TO PROFESSOR LUCK», *Journal of Marketing*, vol. 33 (julio 1969), pp. 55-57.
- LEVITT, T. (1982): «El marketing de lo intangible en bienes y servicios», *Harvard-Deusto Bussines Review*, Tercer Trimestre de 1982, pp. 94-105.
- LLANO, A. (1988): «La Nueva Sensibilidad», Espasa Universidad.
- MARTIN CAVANNA, J. (1991): «Las Organizaciones No Gubernamentales: Estructuras de Solidaridad». XII Simposio Internacional de Teología. «Doctrina Social de la Iglesia y Realidad Socio-económica (en el Centenario de la Rerum Novarum)», Pamplona, abril de 1991, Universidad de Navarra, pp. 783-788.
- PALOM IZQUIERDO, F. y TRORT RAVENTOS, LL. (1991): «Management en Organizaciones al Servicio del Progreso Humano», Espasa Calpe, Madrid.
- PERMUT, S. (1981): «Consumer Perception of Nonprofit Enterprise: A Comment on Hansmann». *Yale L. J.* (junio 1981), 91, 1623-1632.
- PRESTON, A. (1984): «The Nonprofit Firm: A Potential Solution to Inherent Market Failure», Wellesly College Departament of Economics, Working Paper, 77.
- SANCHEZ ARROYO, G. (1990): «La Contabilidad en las Entidades sin finalidad lucrativa», Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Ministerio e Economía y Hacienda.
- SANCHEZ MOLINERO, J. M. (1993): «Motivaciones Individuales y Acción Colectiva», Documentos de Economía, abril e 1993, Universidad de Navarra. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales. Pamplona.
- SPAEMANN, R. (1987): «Etica: Cuestiones Fundamentales». EUNSA. Pamplona, 1987.
- WEISBORD, B. (1977): «The Voluntary Nonprofit Sector: An Economic Analysis», Lexington, Mass. DC. Health.
- WILLIAMSON, O. (1985): «The Economics Institutions of Capitalism», New York, Free Press.