

## INDICE

Prólogo, por José María Mendiluce	11
Presentación, por Alfred Vernis Doménech	15
<b>Capítulo 1. Introducción a la Gestión en el Sector no Lucrativo</b>	21
1. El crecimiento del sector no lucrativo y el asociacionismo a escala mundial	22
2. El sector no lucrativo y sus organizaciones: Terminología y clasificación	31
3. El eje diferencial del sector no lucrativo: los valores	35
4. La gestión de las organizaciones no lucrativas	39
<b>Capítulo 2. El Cambio en el Mundo no Lucrativa</b>	44
1. El desarrollo organizativo	49
2. Los obstáculos al cambio en las organizaciones no lucrativas	50
3. Las acciones de las asociaciones para impulsar el cambio	53
4. Condiciones para que un proceso de cambio tenga éxito	63
<b>Capítulo 3. La Planificación Estratégicas en las Organizaciones no Lucrativas</b>	66
1. qué debemos entender por planificación estratégica	69
2. La planificación estratégica, paso a paso	73
3. Conclusiones	87
<b>Capítulo 4. El Marketing de Servicios en las Asociaciones: La Organización de Actividades</b>	91
1. El concepto del servicio y la identificación de as personas a las cuales va dirigido	95
2. La <<servucción>>	98
3. El precio y la comunicación de los servicios	102
4. La calidad de los servicios de la asociación	106
5. Conclusiones	106
<b>Capítulo 5. La Financiación en el Mundo Asociativo: El Origen y la Captación de Fondos</b>	109
1. ¿De dónde obtienen los fondos las organizaciones no lucrativas?	111
2. La captación de fondos procedentes de particulares	118
3. La captación de fondos procedentes de las administraciones públicas	121
4. La captación de fondos procedentes de las empresas	125
5. La captación de fondos procedentes de otras organizaciones no lucrativas	129
6. Conclusiones	131
<b>Capítulo 6. La Gestión de los Recursos Humanos en las Organización de Voluntariado</b>	133
1. Las características específicas de los recursos humanos en las organizaciones no lucrativas	135
2. La gestión del voluntariado	137
3. El camino hacia la incorporación de personal remunerado	148
4. Conclusiones	150
<b>Capítulo 7. La Comunicación: La Importancia de Explicar lo que hacen las Organizaciones no Lucrativas</b>	153
1. La comunicación: la interrelación del marketing, la financiación y los recursos humanos	155

2. La comunicación como medio de relación el exterior	157
3. El diseño del plan de comunicación: de la teoría a la práctica	160
4. Conclusiones	163
<b>Capítulo 8. El Impacto de las Asociaciones en la Sociedad</b>	165
1. Las contribuciones del sector no lucrativas a la calidad de vida y la gobernabilidad de los países	167
2. Las consecuencias negativas de la acción del tercer sector	173
3. La colaboración en el sector no lucrativo	174
4. Conclusión	180
<b>Capítulo 9. Las Propuestas de Futuro para el Sector no Lucrativo</b>	182
1. Los retos de la dirección en una organización no lucrativa	184
2. El papel de la formación y el futuro de las asociaciones	186
3. La influencia de las nuevas tecnologías de la información en las asociaciones	189
4. La legitimidad del asociacionismo ciudadano	192
5. La confianza de la sociedad en las organizaciones no lucrativas	196
6. La gestión del cambio en las organizaciones no gubernamentales	199
7. La colaboración de las empresas con las organizaciones no lucrativas: un deber de gratitud	201
8. La colaboración entre administración públicas y las organizaciones no lucrativas	203
Bibliografía recomendada	209
Selección de bibliografía	215
Los autores	223