

Resumen

Ejecutivo

Anuario del Mecenazgo Empresarial de **Acción Social**

A1

[2003]



Fundación Luis Vives

RESUMEN EJECUTIVO

El **objetivo general** de este Anuario es mostrar una instantánea del estado de situación de las actividades de mecenazgo que llevan a cabo las empresas privadas y sus fundaciones corporativas en España y que se dirigen a las entidades del Tercer Sector Social que son contempladas por la Ley 49/2002 (es decir, únicamente aquéllas que adoptan la forma jurídica de fundación o de asociación declarada de interés público).

Acercarse con rigor a una realidad tan compleja y tan poco definida en sus aspectos concretos ha exigido un planteamiento metodológico variado y muy plural, en el que se ha combinado un enfoque estrictamente cuantitativo con una mirada cualitativa, con la voluntad de captar la realidad del fenómeno en todos los aspectos que pudieran resultar relevantes.

Para ello, se ha partido de una concepción de este fenómeno en tanto que puente que une “dos orillas”: la realidad de las empresas privadas y la de las entidades no lucrativas de acción social. Dos mundos con objetivos, culturas y pautas relacionales distintas y hasta ahora distantes que, al menos en apariencia, han comenzado un proceso de aproximación que permite que, en el momento actual, se pueda comenzar a tender puentes que les sirvan de tránsito y vía de comunicación.

Los resultados indican que el mecenazgo empresarial de acción social es un **fenómeno** todavía **incipiente** en España, cuya importancia relativa en términos de financiación de las entidades del Tercer Sector Social es aún discreta. De hecho, en 2001 su volumen fue de algo menos de 215 millones de Euros (un 0,035 del PIB de ese año), de los cuales las Cajas de Ahorros aportaron un 50,5% y las empresas ordinarias o sus fundaciones corporativas el 49,5% restante.

Ese volumen de financiación se dirigió a un 26,5% de las entidades del Tercer Sector Social (o, lo que es lo mismo, el 73,5% restante no recibió nada), de las cuales 3 de cada 4 desarrollaban sus actividades en el ámbito estatal. Ello indica que se produce un fenómeno de **concentración de las aportaciones y de la financiación disponible**, que se manifiesta, además, en los siguientes datos:

- El 70,6% del total de la financiación fue a parar a las cuentas de un 11% de las entidades que recibieron financiación por esta vía, que serán en todo caso de ámbito estatal. Esa cifra supone menos del 3% del total de las entidades consideradas en el análisis.
- Los ingresos anuales medios por este concepto de ese 11% de entidades fueron superiores a los 500.000 Euros, mientras que la media para el conjunto de las beneficiarias se encuentra algo por debajo de los 250.000. Los ingresos medios de las entidades de ámbito estatal son 14 veces superiores que las que desarrollan su actividad en ámbitos de menor amplitud.
- Se producen ingresos procedentes de mecenazgo empresarial prácticamente en todos los sectores de actividad de la acción social, pero parece existir una pauta de selección que favorece a las entidades que se dedican a la atención de personas con discapacidad (donde se ubicaba casi un tercio de las entidades que recibieron ingresos procedentes de mecenazgo) y, en orden decreciente, a los de atención a colectivos desfavorecidos con proyección en el extranjero, a infancia y juventud y al de atención a colectivos desfavorecidos en general. Casi un 70% de las entidades que recibieron ingresos de mecenazgo desarrollan su actividad en uno de esos cuatro sectores.

Se han constatado diferencias **en función del perfil de la organización**. Así, según su naturaleza jurídica, su ámbito territorial de actuación y los sectores de actividad la situación fue la siguiente:

- Un 43% del total de las asociaciones declaradas de utilidad pública obtuvieron algún ingreso procedente de esta vía en 2001, de las cuales un 30% lo hicieron en una cuantía que supera los 100.000 Euros anuales y casi otro tanto percibió 10.000 Euros anuales o menos.

- Obtuvieron algún ingreso por mecenazgo empresarial un 19% del total de fundaciones dedicadas a la acción social. En este caso es un 36% el que queda por encima de los 100.000 Euros y casi un 30% por debajo de los 10.000.
- Algo más del 80% de las entidades de ámbito menor al estatal que obtuvieron ingresos, percibieron 50.000 Euros anuales o menos. Más del 43% se quedan por debajo de los 10.000 y ninguna consigue más de 500.000 Euros. Las entidades de ámbito estatal superaron los 100.000 Euros anuales en casi un 45% de las ocasiones.
- Un 45% de las entidades dedicadas a la atención de colectivos desfavorecidos con proyección en el extranjero gestionaron recursos de este tipo. Éstas, junto con las ENL asistenciales en general, concentran más de la mitad del total de recursos, y los ingresos anuales medios de estas últimas casi triplican la media total.

Las cifras corroboran la percepción existente de que el mecenazgo empresarial de acción social es un fenómeno creciente en nuestro país. Sin embargo el crecimiento no es homogéneo, ni tan rápido como pudiera parecer:

- Si el número de entidades del Tercer Sector Social que recibieron fondos de mecenazgo empresarial se incrementase en los próximos años al mismo ritmo que lo hizo en el periodo 2000-2001, la mitad de las ENL no contarán con esta fuente de ingresos hasta 2025.
- En el periodo 2000-2001 parece haberse producido una incorporación de nuevas ENL a esta estrategia de financiación. En consecuencia, los ingresos anuales medios por este concepto para el total de las ENL receptoras creció 4,4 puntos menos que el volumen total de financiación disponible (próximo al 20% de incremento).
- Todas las cifras correspondientes a las entidades que desarrollan sus actividades en ámbitos menores al estatal disminuyen.

¿Y cómo son las empresas que hacen mecenazgo de acción social en España? ¿Cuáles son sus características? Para empezar, es necesario diferenciar dos grandes grupos con características muy diferentes y de los que se cuenta con información también muy distinta, tanto en cantidad como en calidad: las que hemos denominado “empresas ordinarias” y las Cajas de Ahorros.

- Las **empresas mecenazas** son grandes, en términos de volumen de facturación, pero no parece producirse una relación directamente proporcional entre este factor y las actividades de mecenazgo empresarial de acción social.
- Sí parece existir esta relación entre la presencia de actividades de mecenazgo y el tamaño de la plantilla. Más de la mitad de las empresas de la muestra contaba con más de 1.500 trabajadores.
- Un 35% de las empresas de la muestra cuentan con fundaciones corporativas y más de la mitad están incluidas en la lista de miembros de alguna de las principales iniciativas de Responsabilidad Social Corporativa.

La cuantía destinada por las **Cajas de Ahorros** a su Obra Social en 2002 mostraba un crecimiento de casi un 13% de la dotación destinada al área de asistencia social, frente al 10,4% del conjunto. Por su parte, la financiación que tuvo por destino ENL de acción social creció 1,6 puntos más que el conjunto del área de asistencia social y supuso un 55,3% del total de la inversión en este área en ese mismo año.

Las Cajas que invirtieron más en asistencia social en 2002 fueron La Caixa, Caja Madrid y Bilbao Bizkaia Kutxa, que concentraron un 52% del total. Sin embargo, las que dedicaron a este fin un mayor volumen de sus recursos fueron Caixa Ontinyent (56%), Caixa de Sabadell (41%) y Caja Cantabria.

Si se presta atención al **volumen** y estructura presupuestaria **de las destinatarias** potenciales de la financiación de este tipo de mecenazgo empresarial –esto es, las ENL cuyas actuaciones se desarrollan en este ámbito– puede observarse que la concentración de la financiación no es exclusiva de este fenómeno, hasta el punto de que algo menos del 6% de las entidades consideradas absorbe más del 60% de los ingresos que registra el sector por todos los conceptos.

La otra cara de la moneda es que algo más del 35% de las entidades gestiona menos del 1% del conjunto de los ingresos para el mismo periodo y que un 20% cuenta con unos ingresos anuales medios que no alcanzan los 3.200 Euros.

En cuanto a su **composición presupuestaria**, las subvenciones públicas constituyen la fuente de ingresos mayoritaria de estas entidades, con un tercio del total anual. Sin embargo, los ingresos propios son mayores si se consideran de manera agrupada (actividad propia, cuotas e ingresos financieros), representando un 43% de los ingresos anuales.

Si esto es así, ¿dónde queda la dependencia de las subvenciones de las ENL? Pues, proporcionalmente, la situación es la siguiente:

- De cada 100 ENL del ámbito social, 25 obtienen más de un 50% de sus recursos por este medio.
- De cada 100 asociaciones, casi 42 obtienen la mayor parte de sus ingresos de fuentes públicas. La proporción de ingresos públicos será mayor del 75% del total de su presupuesto en 25 de cada 100 entidades.
- De cada 100 fundaciones, 19 obtendrán más de un 50% de sus recursos mediante subvenciones públicas y en 10 casos, este porcentaje superará el 75%.
- De cada 100 entidades de ámbito estatal, el presupuesto de casi 23 dependerá de esta fuente de ingresos y lo hará el de 27 de las de ámbito menor.

El 60% de las ENL de acción social recibieron **ingresos** provenientes de **fuentes privadas**. El volumen de estos ingresos representó aproximadamente un quinto del total de la financiación gestionada por las ENL de acción social, pero sólo un tercio de los mismos provenía de mecenazgo empresarial.

La mayor parte de las ENL que gestionan recursos privados son fundaciones (7 de cada 10); la mayor parte también actúa en el conjunto del Estado. Sin embargo la proporción relativa es mayor entre las asociaciones (7 de cada 10, frente a 5,5).

Sectorialmente, vuelve a aparecer el fenómeno de concentración, ya que del total de financiación privada disponible en 2001, un 37% fue a parar a entidades dedicadas a la atención de personas con discapacidad, cifra que se sitúa en algo más del 60% si agrupamos sus ingresos con los de las entidades de apoyo a colectivos desfavorecidos con proyección en el extranjero.

Estas cifras responden a su mayor peso en el universo. En términos relativos, sin embargo, el fenómeno se encuentra más extendido en otros sectores, tales como el de atención a la familia, en el que recibieron financiación privada algo más de 8 de cada 10 organizaciones.

La concentración también se muestra en que casi tres cuartas partes de la financiación de origen privado fue a parar a menos de un 12% de las entidades, que cuentan, todas ellas, con más de 3 millones de Euros de presupuesto. En el otro extremo, el otro cuarto gestionó menos del 1% del total disponible en 2001. El presupuesto anual de todas ellas se situó por debajo de los 100.000 Euros.

Si diferenciamos las distintas fuentes de financiación privada se observa que la proporción de ENL que obtuvo ingresos procedentes de [donantes particulares](#) fue algo mayor que de mecenazgos empresariales (4,5 de cada 10 frente a menos de 3).

La fundación es la forma jurídica preferida por parte de los ciudadanos que deciden apoyar a una ENL de acción social. También se prefiere el ámbito estatal al menor, pero las diferencias no son tan pronunciadas como en el mecenazgo empresarial. El volumen medio de las aportaciones anuales procedentes de donativos y legados es casi tres veces superior al que tiene su origen en actividades de mecenazgo empresarial de acción social.

De cada 10 ENL dedicadas a la atención a la familia, casi 8 recibieron algún donativo. Sin embargo, este sector sólo contó con un 2% del total de los ingresos, mientras que con algo más del 44%, el de atención a la discapacidad es el que concentra un mayor volumen de fondos procedentes de donaciones de particulares.

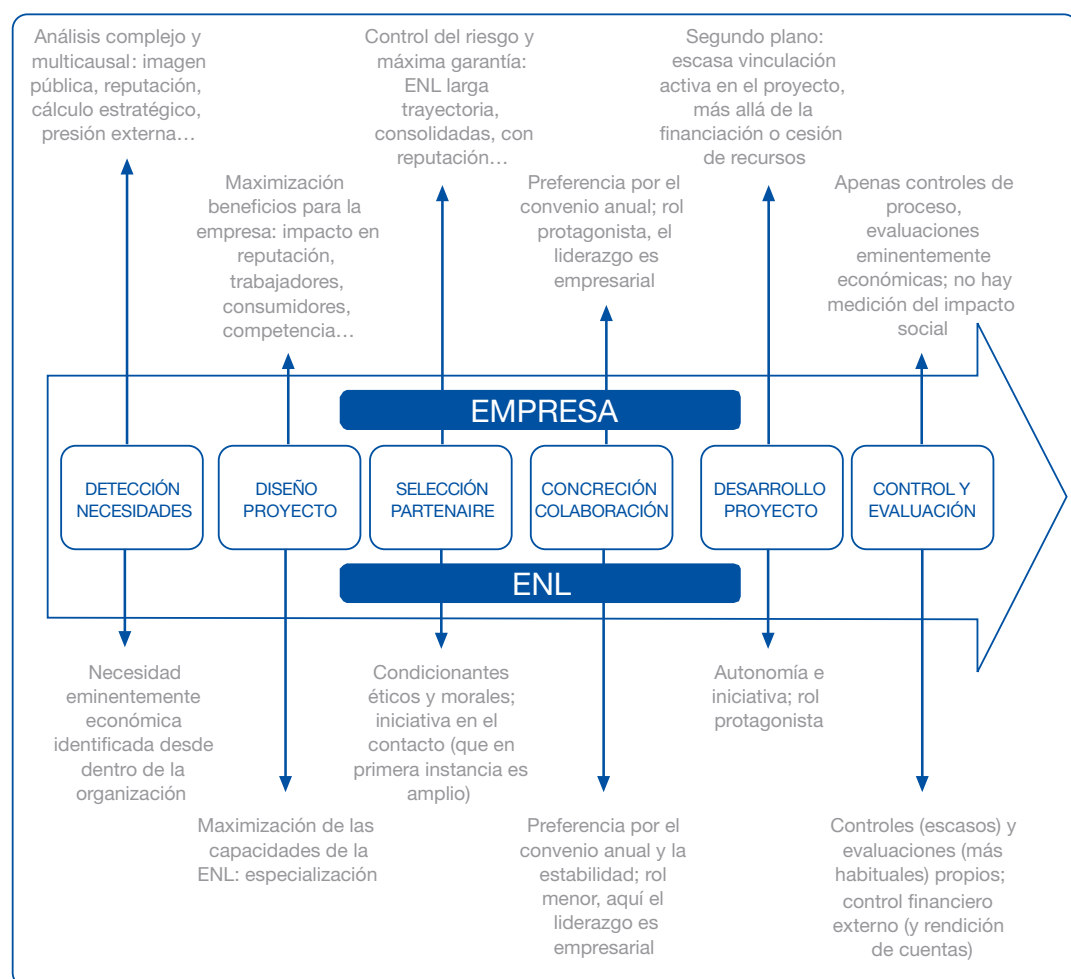
Los ingresos medios más altos corresponden al sector dedicado a la atención a colectivos desfavorecidos con proyección en el extranjero, con un valor ligeramente por encima del millón y medio de euros.

El [volumen presupuestario](#) de las ENL potencialmente destinatarias también se caracteriza por las siguientes notas:

- Cada 1% de las fundaciones cuyo presupuesto se encuentra por encima de los 5 millones de Euros gestiona aproximadamente un 15% del total de la financiación disponible para el conjunto del sector de la acción social. Esta cifra es del 6,4% en el caso de las asociaciones.
- Los ingresos medios anuales del conjunto de las asociaciones (más de 1,9 millones de Euros) son mayores que los de las fundaciones (1,1 millones).
- Casi un 45% de las entidades de ámbito estatal posee unos ingresos medios anuales iguales o superiores a los 500.000 Euros. En este mismo tramo de ingresos se sitúa un 27,5% de las de ámbito menor.
- Casi un 29% de las entidades de ámbito menor al estatal cuentan con ingresos por debajo de los 20.000 Euros, situándose en este tramo menos del 12% de las de ámbito estatal.
- Los sectores dedicados a la atención de personas con discapacidad, a colectivos desfavorecidos con proyección en el extranjero y a colectivos desfavorecidos en general absorben el 60% del conjunto de los ingresos generados por las entidades de acción social. Los mayores ingresos medios anuales por todos los conceptos corresponden a las entidades dedicadas a la atención a colectivos desfavorecidos en el extranjero, que prácticamente duplica la media para el conjunto del sector.

Pero si esto es lo que caracteriza la relevancia cuantitativa del fenómeno, desde el punto de vista de [qué está pasando](#), es necesario recurrir a una mirada cualitativa para comprender [cómo sucede](#), teniendo en cuenta las diferencias y similitudes que son percibidas en cada una de las “dos orillas”.

Desde el punto de vista de [cómo se estructura el proceso de colaboración](#) entre los agentes “de cada orilla”, se constata la existencia de [un camino crítico común](#) en el proceso de articulación de los proyectos específicos. Sin embargo, los tiempos, los ritmos y las pautas que se ponen en práctica en una y otra orilla a la hora de planificar y de llevar a cabo una iniciativa de colaboración son más bien distintos. Se ha incluido un esquema en el que se muestran los [momentos clave](#) vividos por cada uno de los agentes.



Si bien el esquema es común, el acento se sitúa en aspectos diferentes del proceso de diseño, desarrollo y evaluación del proyecto de colaboración. Si para las ENL resulta vital la necesidad de captar recursos privados y el desarrollo de los proyectos concretos de intervención social, para las empresas la centralidad recae sobre el proceso de identificación de áreas de intervención y sobre la selección del partenaire con el que llevar a cabo el proceso de colaboración.

Parece, por tanto, que los actores intervinientes lideran alguna de sus fases, de manera que las organizaciones del Tercer Sector Social son las que toman la iniciativa en diversos momentos del ciclo y las empresas se muestran cada vez más favorables a la negociación abierta y transparente con este tipo de organizaciones.

En definitiva, el mecenazgo empresarial de acción social se concreta en un proceso complejo y sujeto a influjos diversos en el que los actores participantes se desenvuelven optimizando al máximo sus capacidades y depositando cierto margen de confianza en los principales atributos de la otra parte. Un proceso a dos, con competencias y responsabilidades plenamente compartidas.

Pero ello no significa que el proceso se encuentre plenamente ajustado, sino que cada uno de los tipos de actores es consciente de que es necesario cambiar algunos elementos, de ellos mismos y de los otros, de manera que el grado de ajuste sea mayor. El cruce de los deseos de transformación de cada una de las dos orillas, permite detectar puntos de conexión y posibles divergencias, que son mostrados en el siguiente cuadro.

		CAMBIOS PROPUESTOS PARA:	
		EMPRESAS	ENL
CAMBIOS PROPUESTOS POR:	EMPRESAS	Mejorar comunicación y diálogo Transparencia Vinculación empleados Cambio mentalidad	Transparencia Profesionalización Ajuste demandas Racionalización del Tercer Sector
	ENL	Potenciar intercambio Mejorar comunicación Apuesta real por RSE Cambio mentalidad	Transparencia Profesionalización Madurez Evitar apriorismos

La mayor parte de las ideas expresadas concitan el acuerdo de ambas partes. Es decir, unas y otras coinciden al señalar que el sector empresarial español aún debe hacer esfuerzos por mejorar sus canales de comunicación externos, pues parece que ni sus objetivos organizativos ni sus mensajes y posicionamiento específico llegan de forma efectiva al gran público, que sólo encuentra una vía de acceso al interior de las corporaciones a través de la publicidad y el marketing, lo que debería transformarse en la línea de una mayor transparencia y diálogo que posibilite su apertura al exterior.

Las organizaciones del Tercer Sector Social, por su parte, deben apostar por conjugar una esencia organizativa nítidamente no lucrativa y asociativa con una calidad en la gestión, en los servicios y en las prestaciones que pueda estar a la altura de la de cualquier organización que se mueva en condiciones de mercado, complementándolo con un grado amplio grado de transparencia que refuerce la confianza de los partenaires específicos con los que emprendan proyectos de colaboración.

Junto a estos elementos comunes, hay otros que no son formulados de forma expresa, pero que se derivan de las opiniones recabadas. Para las empresas, se incide sobre la necesidad de reforzar la apuesta empresarial por la RSE o el deseo de que los trabajadores se incorporen a los procesos de diseño e implementación de estas políticas. Las mejoras propuestas para las ENL van en la línea de

mejorar la adecuación de los proyectos propuestos a las capacidades y a los recursos específicos de las empresas, especialmente en términos de una mayor precisión y ajuste presupuestario.

Lo que también está claro para ambos es que es necesario **incrementar el nivel de conocimiento** de “la otra orilla”, porque ello supondrá que los proyectos de colaboración que se puedan emprender salgan reforzados.

¿Y **qué se espera del futuro** para el mecenazgo empresarial en España, en el marco más general de las prácticas de responsabilidad social? Atendiendo a las conclusiones obtenidas del proceso de consulta a los expertos participantes, se puede afirmar lo siguiente.

Que, en el momento actual, las empresas recurren al mecenazgo por razones pragmático-utilitarias (imagen pública, diferenciación frente a la competencia, percepción social, posicionamiento estratégico, etc.) y ético-ideológicas (cambio cultural, compromiso con actividades solidarias, lógica de “devolución” de sus beneficios, voluntad de reforzar la cohesión social, etc.), que pueden producirse simultáneamente.

Que el **empuje del cambio** proviene de la tensión que se establece entre el avance voluntario por parte de las propias empresas y la presión y empuje externo por parte de los gobiernos y, sobre todo, de la sociedad civil.

Que no es totalmente cierto que las PYMES se encuentren ajenas a las prácticas de RSC. De hecho, desarrollan iniciativas en el ámbito local que van en la misma dirección. Sin embargo, existe una importante falta de ordenación y planificación que impide considerarlas formalmente dentro de este ámbito.

Desde el punto de vista de las **áreas** en las que se prevé que se concentre la inversión de las empresas, la tendencia de la participación empresarial seguirá una “ruta” que parta de actividades de carácter más amable y se dirija hacia apuestas de mayor riesgo. Este camino pasa por la acción social “comprometida” que, no obstante, deberá incrementar su capacidad de atracción tanto para el gran público como para las empresas.

La **preferencia empresarial individual** por uno u otro ámbito de actuación, sin embargo, dependerá de factores difusos y difícilmente predecibles, tales como las preocupaciones particulares de los propietarios o de los equipos directivos, las inquietudes de las comunidades locales en un momento concreto o la existencia de ENL muy activas en la localidad

Desde este punto de vista, los elementos que podrán favorecer la aproximación del sector empresarial hacia actividades de mecenazgo dirigidas a organizaciones de acción social y asistencial están relacionados con que se produzca un conjunto de transformaciones en diversos ámbitos tales como:

- El **contexto político y económico**, con el establecimiento de una política clara de fomento de la RSE desde los poderes públicos o la puesta en marcha de un sistema de ventajas fiscales y económicas para empresas filantrópicas.
- Los **propios actores** implicados, lo que podría traducirse en la incorporación real de los principios y objetivos de la RSE a la estrategia general de las empresas, los mecanismos de comunicación entre ellas, el incremento de la transparencia en las “dos orillas” y la involucración de las PYMES y de las redes locales de actores.

Todos los síntomas indican que las empresas están empezando a convertirse en agentes sociales implicados en los problemas que afectan al conjunto del planeta y en la generación de soluciones para los mismos. Pero para que la colaboración entre el sector empresarial y el no lucrativo sea cada vez más fructífero, deberán producirse cambios en los dos lados.

En lo que se refiere a las ENL de acción social, el reto se concentra en un cambio de su percepción de las empresas –seguramente a partir de la apertura de canales de comunicación– y, al mismo tiempo, en transformaciones internas relacionadas con su profesionalización, la transparencia de su actuación o el refuerzo de su imagen pública.

El mecenazgo empresarial supone una oportunidad para las ENL de acción social, si bien también deberán ser conscientes de que también pueden existir amenazas, especialmente en la dirección de perder su “esencia no lucrativa”, en su filosofía o sistema de funcionamiento, o en la dependencia de una única fuente de financiación.

La clave del éxito parece radicar en **la creación de sinergias** de trabajo que se revelen capaces de sumar los puntos fuertes de las partes implicadas y de mitigar sus posibles deficiencias, dando lugar a un tejido cooperativo diverso pero resuelto a alcanzar una serie de metas compartidas.

El clásico “¿quién da y cuánto da?” ha quedado obsoleto (aunque preguntarse “¿quién no da?” puede seguir arrojando claves importantes), y hoy la pregunta debería reformularse en los siguientes términos: “el que da, ¿en qué redes participa y qué impacto consigue con su aportación?”.

A corto plazo, una gran parte de las empresas estarán más interesadas en los “elementos periféricos” del mecenazgo empresarial –tales como comunicación, marketing, rentabilidad mediática, etc.- pero se espera la evolución hacia [una segunda etapa en la ruta de la colaboración](#), en la que tanto las “cartas de navegación” como los instrumentos de medida se transformen y se refinan, porque de ello depende en buena medida la sostenibilidad real de las iniciativas empresariales de corte filantrópico.