



LAS FUNDACIONES DE EMPRESA EN ESPAÑA

PRIMER MAPA DEL SECTOR



Madrid, 21 febrero 2002







INTRODUCCIÓN

Hoy en día podemos estar mayoritariamente de acuerdo en que el éxito de una empresa radica, en buena parte, en su capacidad por integrar su dimensión económica y social.

La decisión de integrar la dimensión social de las empresas supone tener una visión estratégica de cómo llevar a cabo dicho proceso.

Es precisamente en el desarrollo de la estrategia, cuando las empresas se plantean el marco de relación más adecuado para canalizar las actividades de tipo social y cultural.

Cada vez son más las empresas que eligen crear una Fundación para instrumentar las relaciones que van más allá de la relación de negocio.

Estas Fundaciones constituídas y promovidas exclusivamente por empresas, constituyen una realidad nueva que se caracteriza por ser un fenómeno concentrado, reciente y creciente.

Aunque este modelo ha irrumpido con fuerza sobre todo en las grandes corporaciones, la dimensión y el control sobre las inversiones en este tipo de actividades sigue estando, en la mayoría de los casos, deslocalizada dentro de la propia empresa: alta dirección, áreas corporativas, áreas de negocio, territorios y, desde hace unos años, en las propias Fundaciones constituídas por un número creciente de empresas.

Este estudio es la primera aproximación realizada sobre el sector de las Fundaciones de Empresa de forma específica, como realidad segregada del fenómeno fundacional en general y, en especial, de las Fundaciones de las Cajas de Ahorros, ambos ampliamente estudiados con anterioridad.





Este primer estudio, se ha fijado como objetivo identificar el mapa de las Fundaciones de Empresa y conocer los principales aspectos que configuran la realidad de este sector como puedan ser: los principales campos de actividad donde centran sus actividades de patrocinio cultural y mecenazgo social, los motivos y las ventajas de disponer de una fundación de empresa, los resultados que se consiguen o la cantidad de recursos que destinan las empresas y sus fundaciones a este tipo de actividades.

Este estudio ha sido promovido por Fundación Telefónica, y realizado por el Departamento de Política de Empresa de Esade, con la colaboración técnica de Valores & Marketing.

Los resultados preliminares de este trabajo fueron presentados en la Primera Jornada de Fundaciones de Empresa, celebradas el pasado 20 y 21 de febrero en Madrid.





INDICE

1. LAS FUNDACIONES DE EMPRESA EN ESPAÑA

2. ACTIVIDADES DESARROLLADAS

- 2.1. Patrocinio deportivo, patrocinio cultural y mecenazgo social**
- 2.2. Áreas de actuación**
- 2.3. Antigüedad en la realización de dichas actividades**

3. MOTIVACIONES, VENTAJAS Y RESULTADOS

- 3.1. Principales motivaciones para realizar este tipo de actividades**
- 3.2. Principales ventajas de disponer de una fundación de empresa**
- 3.3. Principales resultados conseguidos mediante la realización de este tipo de actividades**

4. INVERSIONES

- 4.1. Evolución histórica reciente del presupuesto para dichas actividades**
- 4.2. Inversiones en el 2001, en dichas actividades**

5. CONCLUSIONES

6. METODOLOGÍA





1 EL MAPA DE FUNDACIONES DE EMPRESA EN ESPAÑA

En España existen cerca de 5.500 fundaciones de ámbito nacional.

El primer objetivo del estudio ha radicado en conocer el número de fundaciones de empresa de nuestro país.

Si bien una de las fuentes de información son los registros de fundaciones, la información de estos ni está actualizada, ni tampoco permite la distinción de las fundaciones de empresa del total de fundaciones de nuestro país.

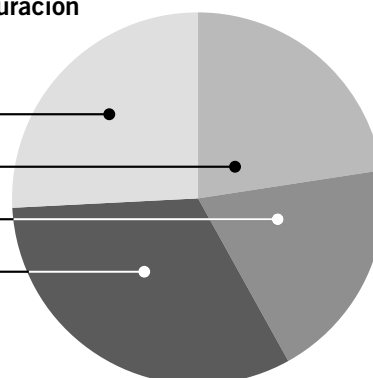
Por este motivo, para realizar la identificación del mapa de fundaciones de empresa, nos hemos centrado en el grupo formado por las 1.000 primeras empresas por facturación en España. Este proceso se ha completado con una revisión exhaustiva de bases de datos, anuarios, registros y estudios recientes sobre fundaciones.

Como resultado de este proceso se han identificado 120 fundaciones de empresa (excluidas las fundaciones de las cajas de ahorro), 62 de las cuales pertenecen al grupo de las 1.000 primeras empresas en facturación.

Centrándonos en el grupo de las 1.000 primeras empresas en facturación, hemos detectado que 440 empresas realizan actividades de patrocinio deportivo y/o patrocinio cultural y/o mecenazgo social. El 15% de estas empresas las canalizan en parte a través de estas 62 fundaciones.

Número de Fundaciones por tramos de facturación (en millones de euros)

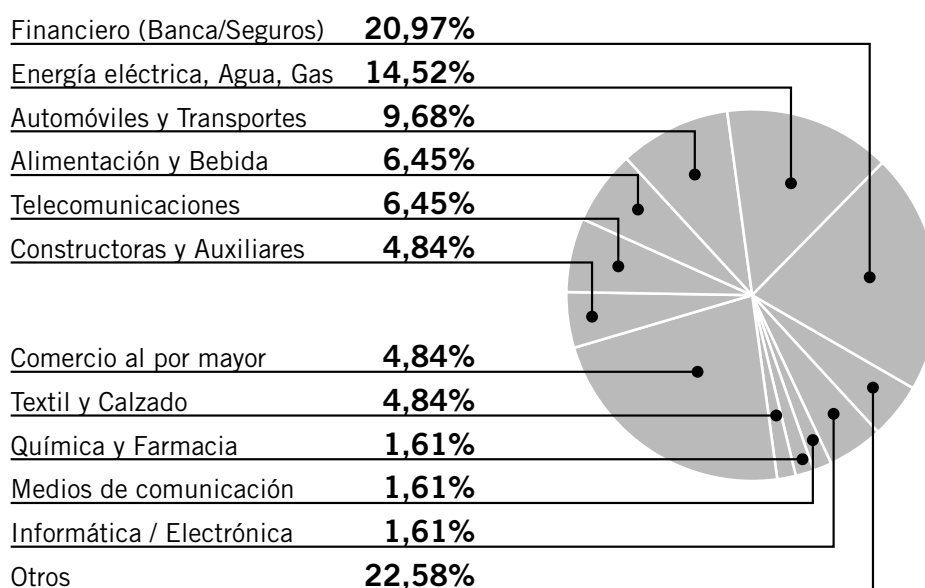
Entre 100 y 249	16
Entre 250 y 499	14
Entre 500 y 999	12
Más de 1.000	20
Total	62



Todas las empresas que conforman el IBEX- 35, realizan estas actividades. El 60% de las empresas que forman parte de dicho índice cuentan con una fundación de empresa, en total 21 empresas.

Las empresas que disponen de una fundación pertenecen a los siguientes sectores:

Sector empresarial






2

ACTIVIDADES DESARROLLADAS

El 44% de las 1.000 primeras empresas en facturación de nuestro país, manifiestan realizar actividades de patrocinio deportivo, y/o patrocinio cultural, y/o mecenazgo social.

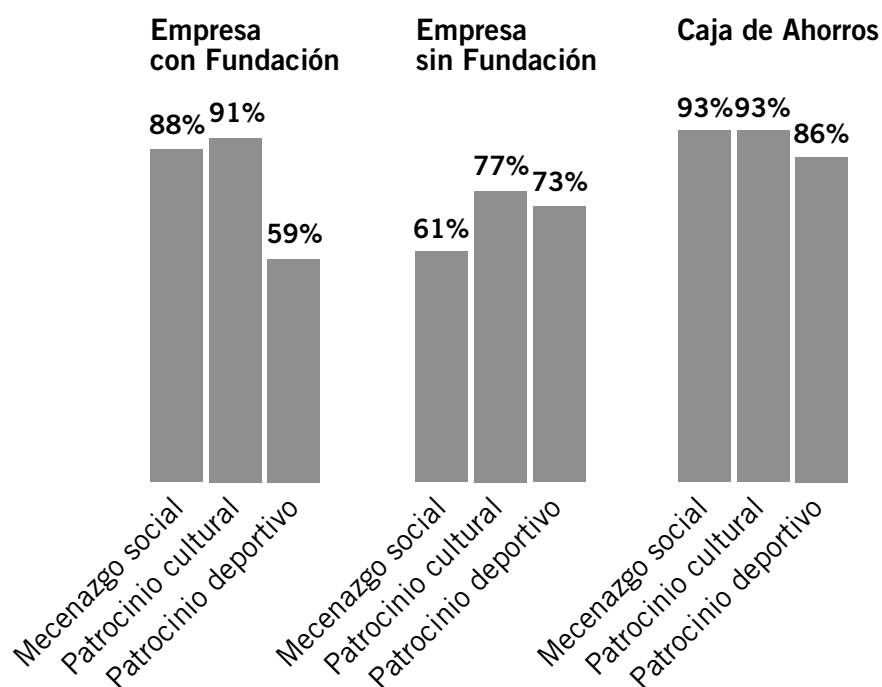
Dichas actividades, responden a las principales preocupaciones e intereses de la sociedad, teniendo especial importancia las áreas relacionadas con; becas de investigación y estudios, medioambiente, integración social, asistencia, cooperación internacional y ayuda humanitaria, donaciones, actividades culturales y deporte.

En cuanto a la antigüedad de este tipo de actividades, cabe destacar que una gran mayoría de las empresas consultadas manifiestan que realizan estas actuaciones desde hace más de 10 años.



2.1. PATROCINIO DEPORTIVO, PATROCINIO CULTURAL Y MECENAZGO SOCIAL.

¿Podría indicar si su empresa realiza alguna de las siguientes actividades?



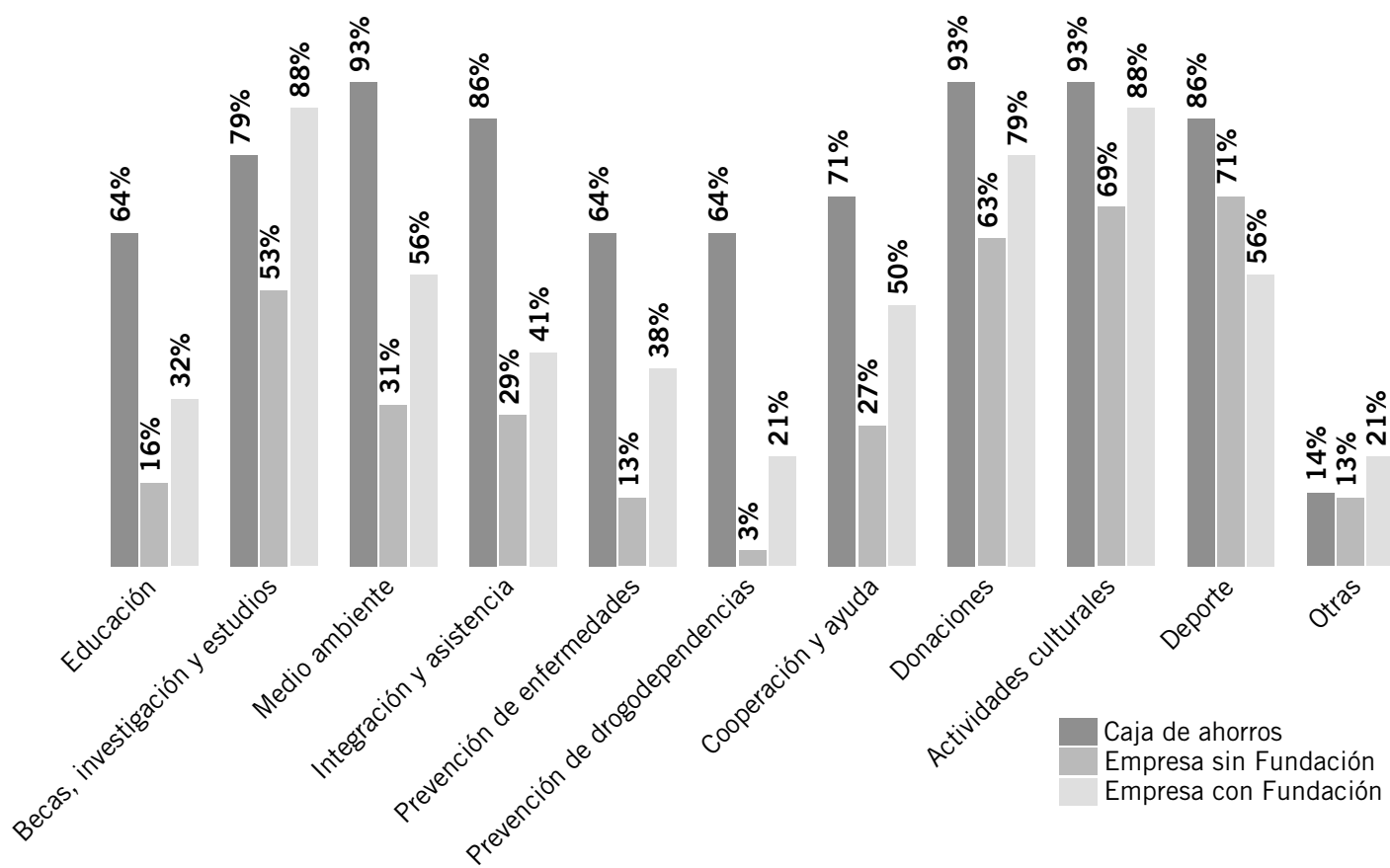
Las empresas que disponen de una fundación son muy activas en la realización de actividades de mecenazgo social y patrocinio cultural y en menor medida en actividades de patrocinio deportivo, por este orden.

Las empresas que no disponen de una fundación son muy activas en actividades de patrocinio cultural y deportivo y en menor medida en actividades de mecenazgo social.

En cuanto a las cajas de ahorros son muy activas en los tres tipos de actividades.

2.2. ÁREAS DE ACTUACIÓN

¿En qué área realiza su empresa estas actividades?



En cuanto a las áreas de actuación, cabe destacar que las empresas con fundación están orientadas a las áreas relacionadas con becas e investigación, donaciones a entidades y organizaciones sociales, cultura y medioambiente, y deporte.

Las empresas que no disponen de fundación focalizan su actividad en las áreas de donaciones, cultura y deporte.

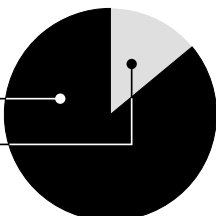
En cuanto a las cajas de ahorros, centran su actividad en las áreas de becas e investigación, medioambiente, integración y asistencia, donaciones, actividades culturales y deporte.

2.3.- ANTIGÜEDAD EN LA REALIZACIÓN DE DICHAS ACTIVIDADES

¿Cuánto tiempo hace que su empresa realiza actividades de patrocinio deportivo?

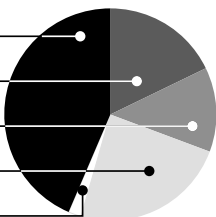
Caja de ahorros

Más de 10 años	86%
Nunca	14%



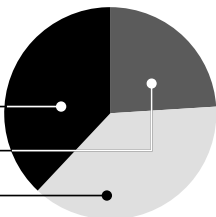
Empresa sin Fundación

Más de 10 años	44%
Entre 5 y 10 años	18%
Menos de 5 años	13%
Nunca	24%
Ns / Nc	2%



Empresa con Fundación

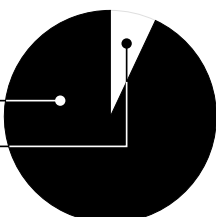
Más de 10 años	38%
Entre 5 y 10 años	24%
Nunca	38%



¿Cuánto tiempo hace que su empresa realiza actividades de mecenazgo social?

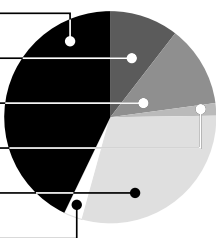
Caja de ahorros

Más de 10 años	93%
Nunca	7%



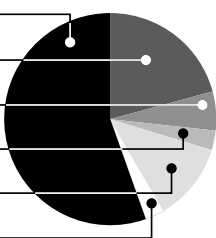
Empresa sin Fundación

Más de 10 años	40%
Entre 5 y 10 años	11%
Menos de 5 años	13%
Hace 1 año	2%
Nunca	31%
Ns / Nc	3%



Empresa con Fundación

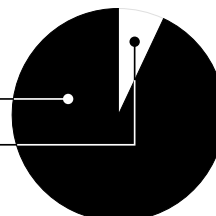
Más de 10 años	56%
Entre 5 y 10 años	21%
Menos de 5 años	6%
Hace 1 año	3%
Nunca	12%
Ns / Nc	3%



¿Cuánto tiempo hace que su empresa realiza actividades de patrocinio cultural?

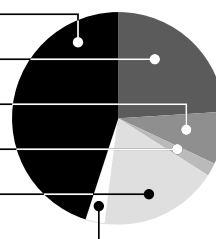
Caja de ahorros

Más de 10 años	93%
Nunca	7%



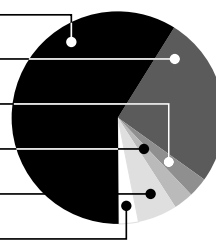
Empresa sin Fundación

Más de 10 años	45%
Entre 5 y 10 años	24%
Menos de 5 años	8%
Hace 1 año	2%
Nunca	18%
Ns / Nc	3%



Empresa con Fundación

Más de 10 años	59%
Entre 5 y 10 años	26%
Menos de 5 años	3%
Hace 1 año	3%
Nunca	6%
Ns / Nc	3%



Respecto a la antigüedad en la realización de este tipo de actividades, hay que destacar a las cajas de ahorros en primer lugar, seguidas de las empresas con fundación y de las empresas que no tienen fundación.

3

MOTIVACIONES, VENTAJAS Y RESULTADOS

Diversas y, a la vez, coincidentes son las motivaciones de los tres colectivos; empresas con fundación, empresas sin fundación y cajas de ahorros. Si bien hay que destacar que las ventajas fiscales es lo menos importante a la hora de realizar estas actividades.

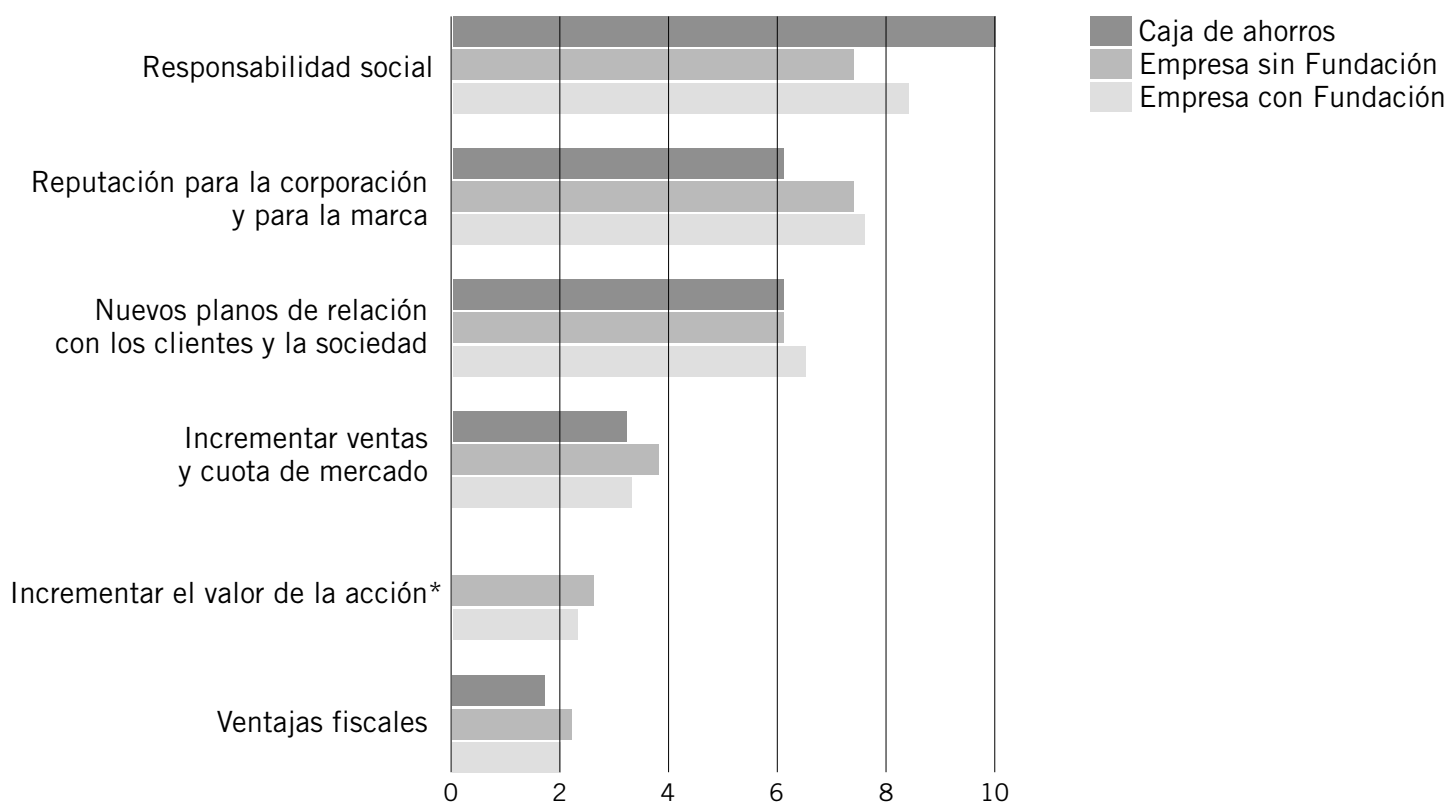
En cuanto al hecho de disponer de una fundación para canalizar este tipo de actividades coinciden los tres colectivos en la importancia de la fundación como instrumento para gestionar las relaciones con los diversos públicos de la empresa, que van más allá de la relación de negocio.

Respecto a los resultados conseguidos con este tipo de actividades, se ha detectado por parte de los tres colectivos de empresa una inquietud por acercarse a los intereses de sus públicos objetivo, con objeto de ser percibidos como empresas y marcas responsables.



3.1. PRINCIPALES MOTIVACIONES PARA REALIZAR ESTE TIPO DE ACTIVIDADES

Importancia de las motivaciones de la empresa para realizar actividades en patrocinio cultural, social o deportivo



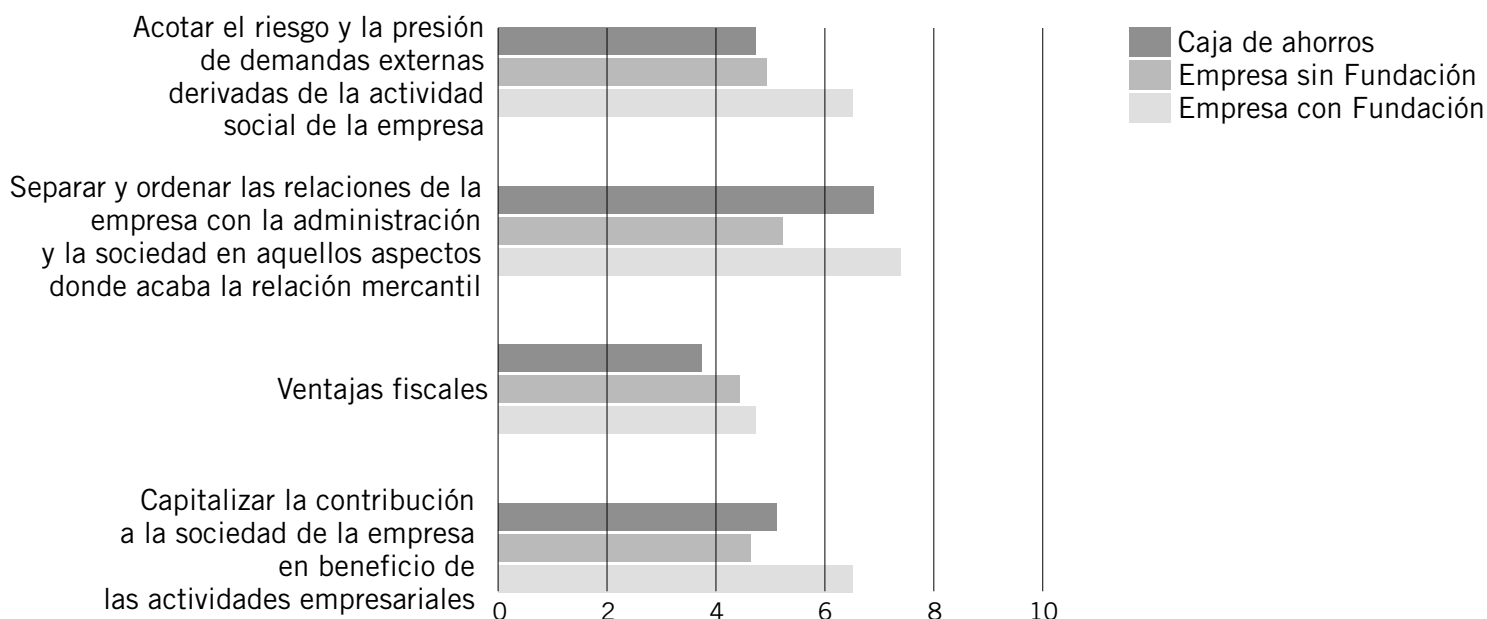
* Sólo se valoran las empresas con Fundación y las empresas sin Fundación

Entre las principales motivaciones de las empresas con fundación cabe destacar en primer lugar la responsabilidad social, seguida de la consecución de reputación para la corporación y la marca, y el establecimiento de nuevos planos de relación con sus clientes y la sociedad en general.

En los tres casos, las cajas de ahorro, las empresas con fundación y las empresas sin fundación destacan que la principal motivación es ejercer la responsabilidad social y lo que menos consideración tiene es el beneficio que pueda derivar de la obtención de ventajas fiscales por la realización de dichas actividades.

3.2. PRINCIPALES VENTAJAS DE DISPONER DE UNA FUNDACIÓN DE EMPRESA

Importancia de las ventajas de disponer de una Fundación en su empresa para canalizar este tipo de inversiones



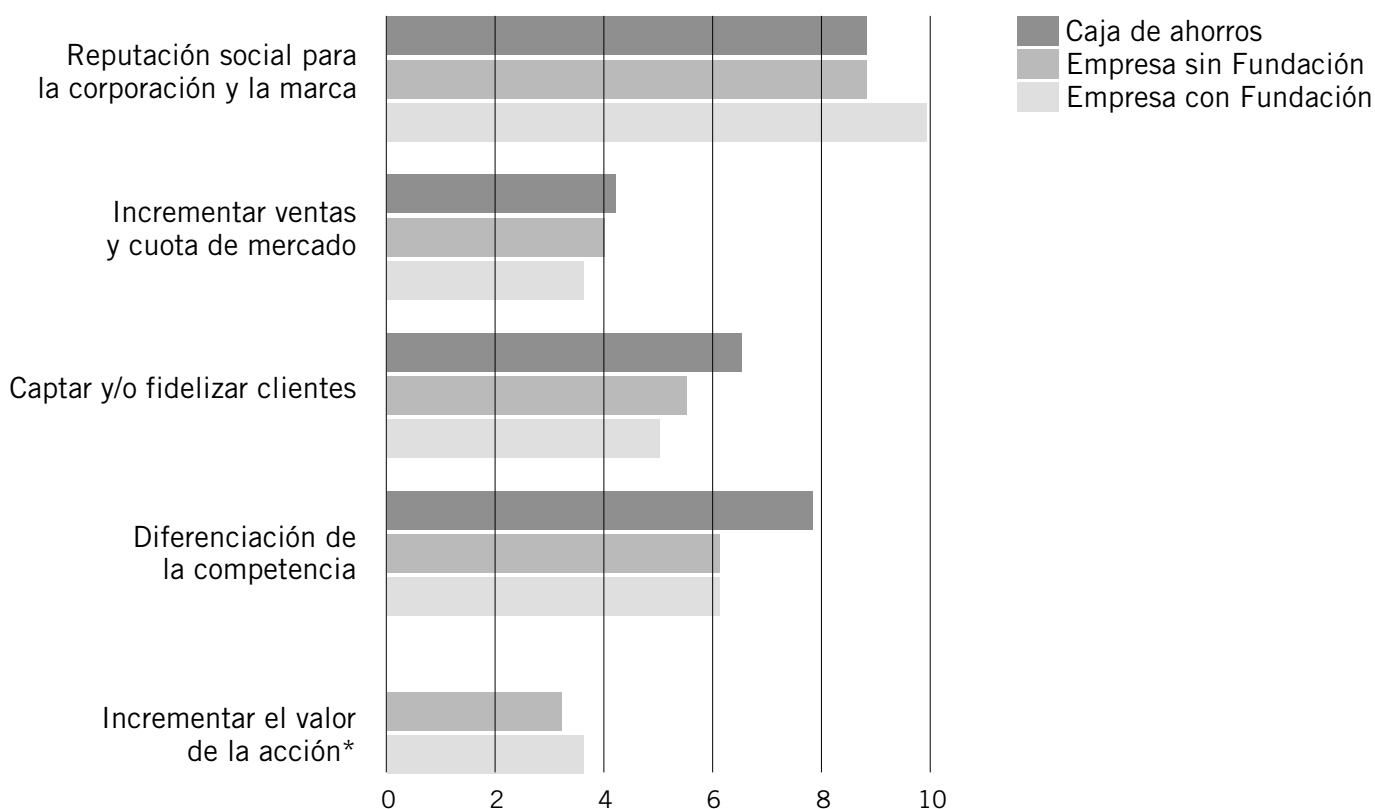
Respecto a las ventajas de disponer de una fundación para canalizar este tipo de actividades, tanto las cajas de ahorros como las empresas con fundación y las empresas sin fundación, destacan en primer lugar, la oportunidad de separar y ordenar las relaciones con la administración y la sociedad, en aquellos aspectos donde acaba la relación mercantil.

Así mismo, hay que considerar igualmente importantes aspectos como la posibilidad de acotar el riesgo y la presión externa, o la oportunidad de capitalizar la contribución a la sociedad de la empresa en beneficio de las actividades empresariales.

En cuanto a las ventajas fiscales, los tres colectivos valoran esta ventaja en última posición.

3.3. PRINCIPALES RESULTADOS CONSEGUIDOS MEDIANTE LA REALIZACIÓN DE ESTE TIPO DE ACTIVIDADES

Importancia de los resultados conseguidos mediante la realización de inversiones en patrocinio cultural y social



* Sólo se valoran las empresas con Fundación y las empresas sin Fundación

En cuanto a los resultados conseguidos, tanto las cajas de ahorros como las empresas con fundación y las empresas sin fundación, destacan en primer lugar la reputación social conseguida, la diferenciación de la competencia y la captación y fidelización de sus clientes.

Así mismo, hay que tener en cuenta el hecho de que incrementar el valor de la acción es valorado en último lugar, y de forma similar tanto por las empresas con fundación como por las empresas sin fundación.

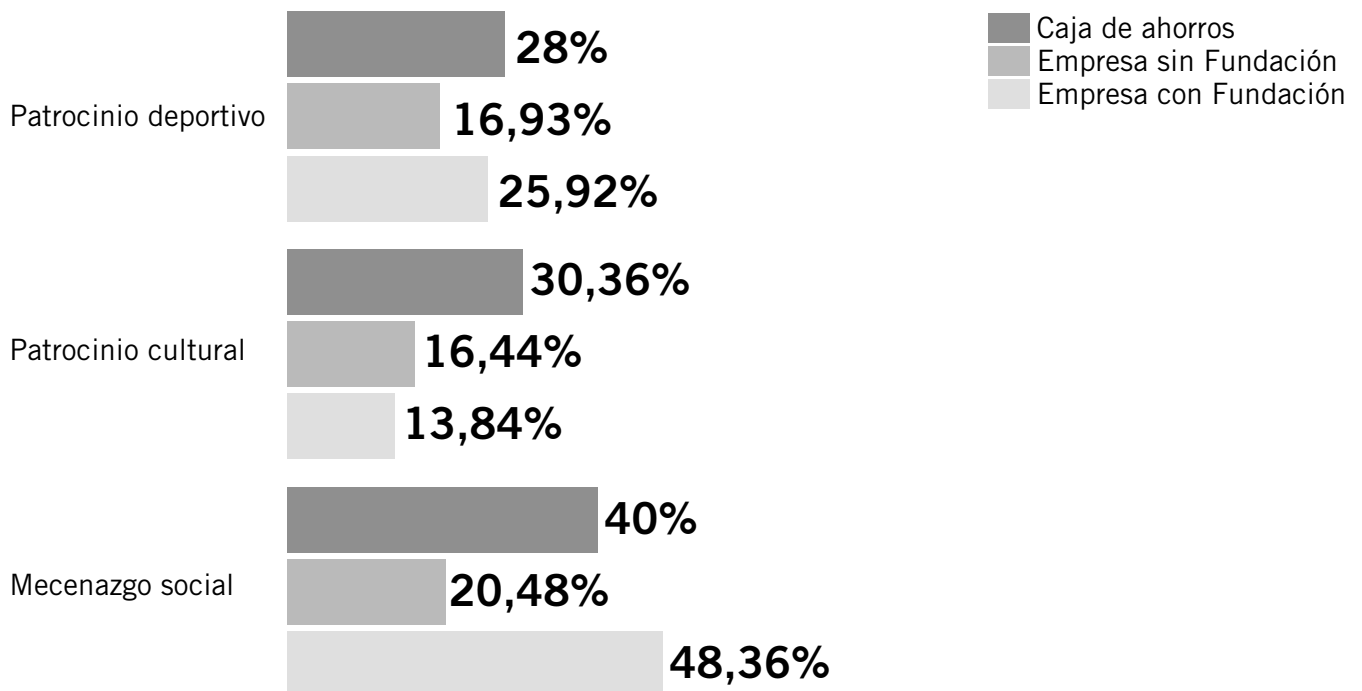
4

INVERSIONES

La inversión en este tipo de actividades ha experimentado un crecimiento destacado en los tres últimos años, a pesar de la crisis última que nos ha afectado. Parecería razonable que, en momentos de crisis como éste, las contribuciones disminuyeran para centrarse únicamente en el negocio y optimizar la cuenta de resultados de forma inmediata. Sin embargo, esta situación no parece haberse producido porque existe la opinión que estas contribuciones son, cada vez más, un recurso estratégico para las empresas y, además, tienen un efecto positivo sobre el negocio de las mismas.

4.1. EVOLUCIÓN HISTÓRICA RECIENTE DEL PRESUPUESTO PARA DICHAS ACTIVIDADES

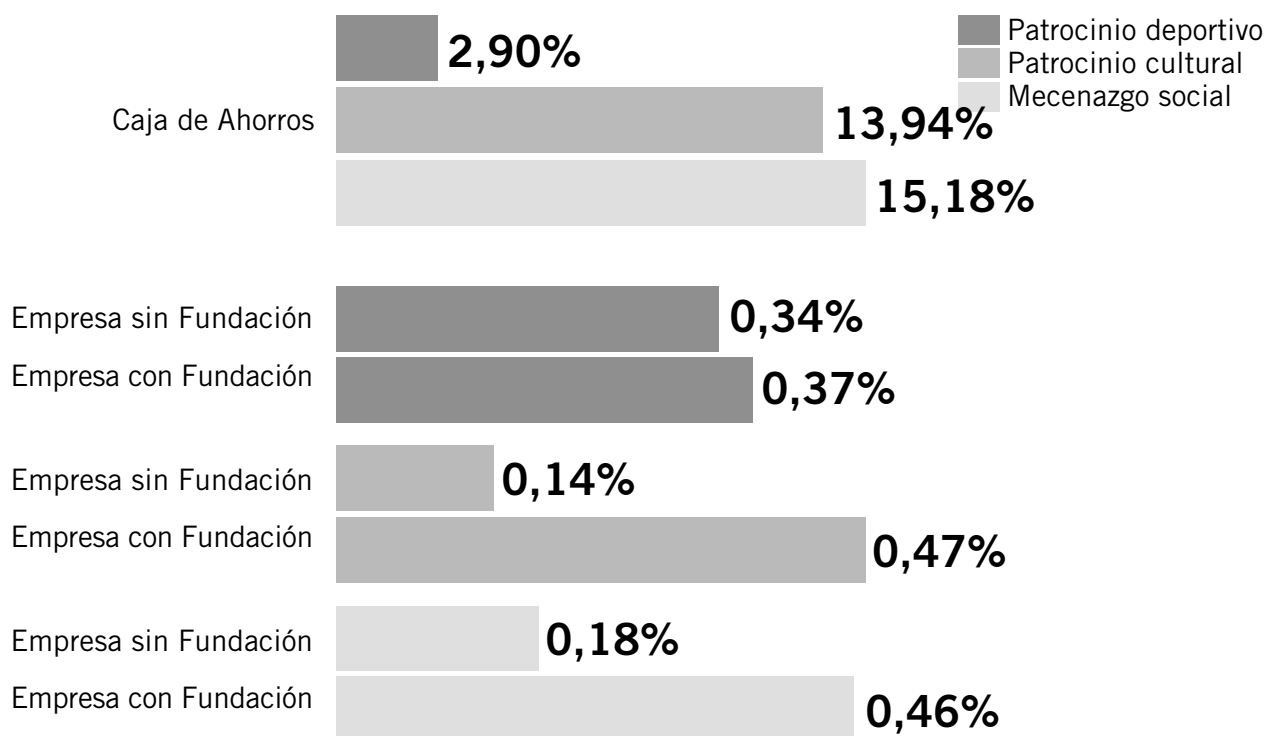
¿Cuál ha sido el incremento porcentual de dichas inversiones en los últimos tres años?



En cuanto a las inversiones realizadas cabe comentar que en los últimos años, las empresas con fundación seguidas por las cajas de ahorros, son las que más han incrementado las inversiones de mecenazgo social. En cuanto al patrocinio cultural y deportivo, las cajas de ahorros son las que más han incrementado su inversión.

4.2. INVERSIONES EN EL 2001 EN DICHAS ACTIVIDADES

¿Qué porcentaje respecto a la cifra de beneficios/ingresos destinó su empresa en el período 2001 a inversiones de patrocinio deportivo, patrocinio cultural y mecenazgo social?



Las empresas con fundación de la muestra, excepto en patrocinio deportivo, casi triplican las inversiones en estos capítulos de las empresas que no disponen de una fundación.

Las cajas de ahorro, acorde a lo que establecen sus estatutos, invirtieron aproximadamente 750 millones de euros, según los datos de la CECA.

En cuanto a la magnitud estimada de las inversiones en actividades de patrocinio cultural y mecenazgo social realizada por las empresas y sus 62 respectivas fundaciones, se aproxima a los 660 millones de euros, cifra cercana a la inversión realizada por las cajas de ahorro.

5

CONCLUSIONES

- Las fundaciones de empresa en nuestro país son un fenómeno concentrado, reciente y creciente.
- Las empresas con mayor facturación son las que concentran mayor número de fundaciones.
- La concentración del fenómeno se pone aún más de manifiesto si nos referimos al IBEX- 35. El 60% de las empresas que forman parte de dicho índice cuentan con una fundación de empresa.
- En cuanto a la magnitud de las inversiones en este tipo de actividades, si bien el número de fundaciones de empresa es comparativamente pequeño respecto al total de fundaciones de ámbito nacional existentes en nuestro país (que está próximo a las 5.500), en su conjunto tienen un peso económico muy importante.
- La gran mayoría de las fundaciones de empresa de nuestro país tienen menos de 10 años. Este hecho se constata aún más entre el grupo de las empresas que facturan más de 1.000 millones de euros, de las que cerca de la mitad se constituyeron después del año 95.
- En los últimos tres años las empresas con fundación, seguidas por las cajas de ahorros son las que más han incrementado las inversiones en mecenazgo social. En cuanto al patrocinio deportivo y cultural, las cajas de ahorros son las que más han incrementado el capítulo de inversiones.
- En cuanto a las motivaciones, ventajas y resultados, hay que destacar el hecho de que una fundación de empresa es el instrumento cada vez más utilizado para establecer relaciones con los públicos de la empresa más allá de la pura relación de negocio.



- Las ventajas fiscales son poco valoradas a la hora de realizar este tipo de actividades, o a la hora de constituir una fundación.
- La inversión estimada de las empresas con fundación ascendió a los 660 millones de euros, cantidad que constata la concentración del fenómeno en un número reducido de empresas y sus respectivas 62 fundaciones y sugiere la tendencia creciente de este hecho en los próximos años, ante la posibilidad de que un número creciente de empresas decida constituir una fundación, tal y como se ha producido a partir de la segunda mitad de los 90.





6

METODOLOGÍA

El universo del estudio lo han conformado las 1.000 primeras empresas por ranking de facturación de nuestro país. Dicho universo se ha completado mediante una revisión exhaustiva de bases de datos, anuarios y estudios recientes sobre Fundaciones, logrando identificar 120 fundaciones de empresa, de las que 62 corresponden al grupo de las 1.000 primeras empresas.

La metodología del estudio consistió en una primera fase, en la realización de entrevistas telefónicas, para conocer cuáles de las 1.120 empresas y fundaciones de empresas de la muestra, realizaban actividades de patrocinio deportivo, cultural y mecenazgo social, y cuántas de estas empresas, canalizan estas actividades a través de una Fundación creada al efecto.

En una segunda fase del estudio, se procedió al envío de un cuestionario autoadministrado, a las empresas y fundaciones de la muestra que realizan este tipo de actividades, recibiendo 113 respuestas de empresas y fundaciones.

