

Las fundaciones canalizan de forma más eficiente la acción social de las empresas

Su naturaleza no lucrativa facilita las alianzas con otras instituciones, así como la obtención de recursos

Eloísa Lamata MADRID.

La conveniencia o no de canalizar la acción social a través de una fundación de empresa es una decisión de gran importancia dentro de la articulación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en una compañía. Diversos aspectos como el tamaño de la empresa, su tradición y su estructura interna o el sector en el que actúe, determinan la creación o no de la fundación, además del rol que asume ésta en el desarrollo de la política de RSE.

Aunque son muchos los motivos que llevan a las compañías a crear una fundación de empresa, a menudo, el hecho de ligar el nombre de la entidad con la palabra "fundación" puede no ser bien visto por la sociedad, pues se tiende a pensar en fines diferentes al de la acción social -desgravación fiscal, desvío de fondos, búsqueda de reputación...-

Posiblemente si se pregunta en una encuesta a una muestra representativa de la población española sobre las razones que, según ellos, tienen las empresas para crear una fundación, la respuesta mayoritaria sería la de exención de impuestos para las empresas. Es cierto que la legislación española, como la mayor parte de legislaciones tributarias en el mundo, establece unos incentivos fiscales para las donaciones, sin embargo, este beneficio tributario es considerablemente menor a la inversión en tiempo y recursos que realizan las empresas para la creación y puesta en marcha de las fundaciones. Por ello, la razón para crear una institución de este tipo hay que buscarla en otro lado.

Un doble rol

El papel que cumplen las fundaciones empresariales crece cada vez más, al ser organizaciones que influyen en la generación de modelos de desarrollo, en políticas públicas o como parte de la estrategia de responsabilidad social empresarial. Las fundaciones empresariales son organizaciones especiales sobre todo si se tiene en cuenta el lugar intermedio que ocupan entre el mundo empresarial y el mundo social. Es por ello que cumplen un doble rol, uno enfocado al desarrollo o transformación de una situación que es sensible para la sociedad y otro orientado hacia las empresas fundadoras o patrocinadoras. Las fundaciones empresariales buscan retornos sociales de su inversión y retornos para la empresa que las crea, ya sean reputacionales o de otro orden.



ISTOCK



YA ESTÁ DISPONIBLE 'ECONOMISTA FUNDACIONES'. El tercer número de la revista digital 'elEconomista Fundaciones' ya se puede consultar de forma gratuita en la página web 'www.economista.es/kiosko'. También puede suscribirse a la publicación con un correo electrónico para que todos los meses le llegue la revista puntualmente a su buzón de forma totalmente gratuita. €€

Muchas de las grandes fundaciones de nuestro país están vinculadas a importantes compañías que, o bien realizaron una aportación inicial en el momento de su constitución, o bien entregan anualmente una asignación presupuestaria. Las fundaciones creadas en los últimos 20 años, generalmente fue-

ron constituidas para ser parte de la estrategia de RSE de las empresas. En este sentido, las fundaciones se convierten en un elemento utilizado por las empresas para canalizar los recursos y esfuerzos orientados a la sociedad, a la generación de valor compartido.

Para Carmen Bieger, directora de

la Fundación Atresmedia, "el motivo de constituir la fundación fue estrictamente organizativo, para poder separar y aislar el trabajo social de las necesidades propias del negocio. La creación ha permitido darle una identidad propia y diferenciada a la acción social, tener mayor transparencia y eficiencia en la gestión, poder tener unas cuentas independientes y medir el impacto de lo que hacemos".

Valor social y económico

Según los estudios llevados a cabo por la Fundación Compromiso y Transparencia, aunque los motivos para crear una fundación pueden ser muy variados, los beneficios que comporta esta configuración institucional concreta se pueden agrupar en tres grandes categorías.

El primero sería el de explicitar un compromiso a largo plazo. Toda fundación supone afectar sine die un determinado patrimonio al cumplimiento de unos fines sociales. La decisión de la empresa de asignar una financiación plurianual -ya sea mediante la constitución de un capital fundacional o mediante el compromiso de asignar un porcentaje anual de los beneficios de la compañía o mediante una combinación de las dos modalidades- implica la

determinación de comprometerse a largo plazo con la solución de determinados problemas o el impulso de determinadas causas.

La segunda sería la de contar con una estructura de gobierno experta e independiente. Las fundaciones están gobernadas por un patronato cuya función principal es velar por la misión de la fundación, desarrollar la estrategia y asegurar los recursos e impacto de la organización. La configuración institucional de la fundación le permite contar con un grupo de personas externas a la empresa que, teóricamente, le proporcionarán experiencia y una mayor credibilidad y transparencia a sus actividades.

Un tercer beneficio es el de facilitar alianzas con otras instituciones y obtener recursos de terceros. La naturaleza no lucrativa de la fundación le otorga mayor credibilidad de cara a formalizar acuerdos y alianzas con otras fundaciones, ONG y organismos internacionales, además de permitirle canalizar donaciones y recursos de terceros.

Para leer más
www.economista.es/kiosko/

Fundaciones
elEconomista