

El Foco

El poder catalizador de la Administración pública

La cooperación entre empresas y ONG implica la apuesta de los Estados por un marco social sostenible



**JORGE PIPAÓN /
IGNACIO GOYTISOLO**
Abogado del Estado, socio de derecho público de Toda & Nel-lo / Inspector de tributos, socio-director del departamento fiscal de Toda & Nel-lo

La contribución de las empresas a los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS 2030) se encuentra en el desarrollo de acciones filantrópicas, mediante las que se pretende mejorar las condiciones sociales, ambientales o económicas de los entornos en los que cada compañía opera. Esos actos tienen sin duda impactos positivos cuantificables en cada uno de esos frentes, además de un beneficio reputacional para la empresa, que debe ir de la mano de las Administraciones públicas y de las propias entidades no lucrativas.

Una fórmula tradicional de colaboración entre empresas y ONG son las aportaciones dinerarias a causas sociales o cívicas. Sin embargo, se encuentran todavía en fase embrionaria. En el año 2017, según la Asociación Europea de Fundraising, tan solo el 25% de las donaciones se realizaron por las corporaciones empresariales. Estos datos demuestran que en los fondos filantrópicos generados dentro del capítulo de RSC/RSE aún es bajo, por lo que las sociedades mercantiles deben encontrar mayores y mejores incentivos destinados a las actividades filantrópicas.

En los países desarrollados la crisis económica ha incidido negativamente en este sector de actividad en el que el tejido empresarial puede ocupar un papel protagonista. Pese a ello, hay que poner en valor como contrapeso que los programas de austeridad durante la crisis han empujado a muchas organizaciones con proyectos sociales a intensificar su actividad de *fundraising* buscando fuentes alternativas de financiación privada a través de la participación empresarial.

En este punto, las empresas deben encontrar una motivación adecuada para que su compromiso social y su colaboración con las entidades no lucrativas no sea cortoplacista, sino estratégico. Muchas ONG ya lo han percibido en las sociedades de los países más desarrollados, como por ejemplo en zonas anglosajonas. Allí, el *fundraising* corporativo permite establecer un vínculo entre la RSE de las empresas y las ONG, que asesoran sobre cómo las empresas pueden contribuir a realizar acciones de bienestar y desarrollo social, con base en sus principios y fines de la responsabilidad social y así establecer una relación de larga duración.

Sin embargo, para lograr que se estrechen sus vínculos, empresas y entidades no lucrativas han de hablar en el mismo lenguaje. Para las entidades no lucrativas, las sociedades mercantiles pueden ser un gran socio que puede ayudarles a aumentar sus fuentes de financiación para lograr con éxito la realización de proyectos sociales, mientras que las empresas deben entender que la financiación de las ONG trae innum-

merables beneficios fiscales y reputacionales, además de sociales.

Hay países como Alemania donde ya son conscientes de ello. Las donaciones empresariales representan el 64,3%, estimuladas sobre todo por una legislación fiscal adecuada. En Francia, en los últimos ejercicios también se aprecia un fuerte impulso a las actividades filantrópicas, sobre todo en pymes, debido al elenco de incentivos fiscales muy poderoso y cada vez más potente en favor de las donaciones. En cambio en España todavía nos situamos lejos de Alemania y Francia. En 2015, un total de 1.371 (13,4%) empresas declarantes se dedujeron del impuesto de sociedades por donaciones a entidades sin fines de lucro, según un estudio elaborado por la Fundación de la Universidad Autónoma y la Asociación Española de Fundraising.

En estas circunstancias, existe un gran espacio por recorrer en materia de mecenazgo empresarial, implicándolo en políticas generales de responsabilidad social corporativa/responsabilidad social empresarial (RSC/RSE) o de inversión socialmente responsable (ISR), de tal forma que el porcentaje de entidades imbricadas en actividades de interés general se aproxime al coeficiente de las personas naturales implicadas en causas similares.

La Administración pública es la que debe liderar estas alianzas a tres bandas, con un sentido de apertura y sin poner límites. La Comisión Europea, en su comunicación sobre la estrategia sobre la responsabilidad social de las empresas, ya establece que los poderes públicos deben ejercer una combinación inteligente de medidas y acciones reguladoras, para promover la



Un cooperante de Médicos Sin Fronteras. GETTY IMAGES

transparencia e incentivar en el mercado un comportamiento responsable de las empresas en este ámbito.

Esto se traduce en medidas que permitan impulsar el *fundraising* empresarial o mecenazgo a través de incentivos fiscales que doten de un marco jurídico unitario y que proporcione seguridad jurídica a los agentes involucrados, como sucede en Alemania o Francia, o a través de políticas activas que premien aquellas empresas o autónomos más socialmente comprometidos, por ejemplo otorgándoles en materia de contratación pública mejores condiciones a quienes financien proyectos sociales.

El sistema tributario ha permitido en estos últimos años fomentar la solidaridad y crear un *win-win* entre ambas partes al lanzar mecanismos que impulsen la filantropía de los donantes. Esta nueva fórmula ha empujado a que la mayo-

ría de los países europeos hayan avanzado hacia la modernización de sus leyes tributarias a través de la creación de un entorno fiscal favorable para las empresas que contribuyen financieramente con causas cívicas. La mayoría de los países, por ejemplo, tienen leyes que otorgan exenciones fiscales a las entidades no lucrativas, o deducciones a individuos u empresas que donan a ciertos tipos de entidades sin ánimo de lucro.

La Administración pública aquí sin duda juega el papel catalizador, ya que la deducción por donativos de carácter empresarial ha de comprenderse desde la legislación. En España, actualmente con carácter general, el porcentaje de deducción es del 35% sobre el valor de lo donado. Sin embargo, el valor de lo donado no puede superar el 10% de la base imponible previa, lo que complica su cálculo y lo restringe.

En materia de contratación pública es necesario que los poderes públicos incentiven aquellas empresas más activamente responsables, en especial mediante reglas mínimas de RSC que faciliten el poder de decisión en las políticas de compras o licitaciones públicas, algo a lo que indudablemente la nueva ley de contratos permite abrir bajo el marco de las condiciones especiales de ejecución.

Parece lógico que Administraciones públicas, empresas y ONG se planteen el estímulo de la filantropía como algo claramente conveniente para la economía nacional y para la sociedad en aras de alcanzar los ODS 2030. Desarrollar políticas públicas de incentivos en mecenazgo o *fundraising* empresarial implica que los Estados "apuestan" por la defensa de un desarrollo social sostenible, en el marco de un mundo globalizado e interconectado.



En los países desarrollados la crisis económica ha incidido negativamente en el tejido empresarial