

Donaciones de Empresas

Autor
<p>Silvia Isabel Simoni</p> <p>Silvia Isabel Simoni. Licenciada en Sociología, posee un posgrado Dirección de Organizaciones. Ha sido Directora de Desarrollo en el área de la educación superior y de la cultura; Consultor Senior del Centro de Management Social y facilitadora de programas desarrollados por Fundación Compromiso. Ha formado parte del equipo consultor que ha desarrollado el Programa de Fortalecimiento Económico de la Fundación Compromiso. Autora del Fascículo Donaciones de Empresas del programa anteriormente citado.</p>
Artículo presentado en...
<p>Sustentable se hace no se nace. XII Jornada Argentina del Sector Social - Fundación Compromiso. Bs. As, 18 y 19 de Septiembre de 2006 -</p>

<p><u>En Síntesis:</u></p> <p><u>Por qué donan</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Motivos tangibles, como contribuir a mejorar las ventas de la empresa u obtener beneficios para sus empleados o clientes, así como también aprovechar beneficios o incentivos fiscales, si bien cabe aclarar que diversas investigaciones no han detectado una clara relación entre éstos y la voluntad de donar. 	<p>Las Empresas</p> <p>Muchas empresas -de diferentes sectores y tamaño- asumen compromisos que exceden su actividad específica y las obligaciones jurídicas, realizando aportes en dinero, bienes o servicios, para el avance de causas que hacen al bien común. De ese modo satisfacen necesidades de sus directivos y/o empleados y sus familias y de diferentes grupos de personas en la comunidad.</p> <p><u>Por qué donan</u></p> <p>Los motivos por los que una empresa resuelve contribuir con una Organización Social o con una causa determinada pueden responder a:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ una vocación solidaria altruista, o a ▪ intereses específicos de ésta, y, con frecuencia, a un mix de ambos <p>El “Estudio de Filantropía Empresaria” (Gallup – UdeSA. Buenos Aires, febrero 1998) reveló que en Argentina las motivaciones invocadas fueron:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Cumplir con la responsabilidad social de la empresa (80%).
---	--

<ul style="list-style-type: none"> ▪ Motivos intangibles, como por ejemplo mejorar la motivación del personal y la cohesión dentro de la empresa; fortalecer la imagen de la empresa en la comunidad o realizar la vocación y responsabilidad social de sus directivos y accionistas. <p>Qué donan</p> <p>Contribuciones financieras directas</p> <p>Contribuciones financieras canalizadas a través de sus propias fundaciones.</p> <p>Donaciones en especie</p> <p>Auspicios</p>	<ul style="list-style-type: none"> ▪ Contribuir a mejorar la calidad de vida de la sociedad (76%). <p>Otra forma de clasificar las motivaciones de las empresas para contribuir con causas sociales puede ser la que identifica los tangibles y los intangibles.</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Motivos tangibles</i>, como contribuir a mejorar las ventas de la empresa u obtener beneficios para sus empleados o clientes, así como también aprovechar beneficios o incentivos fiscales, si bien cabe aclarar que diversas investigaciones no han detectado una clara relación entre éstos y la voluntad de donar. ▪ <i>Motivos intangibles</i>, como por ejemplo mejorar la motivación del personal y la cohesión dentro de la empresa; fortalecer la imagen de la empresa en la comunidad o realizar la vocación y responsabilidad social de sus directivos y accionistas. <p>Qué donan</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ <i>Contribuciones financieras directas</i>, entendiendo por tales a los fondos canalizados a las OOSS de presupuestos de sus áreas de Relaciones Públicas, etc. ▪ <i>Contribuciones financieras canalizadas a través de sus propias fundaciones</i>. Las empresas constituyen fundaciones, entre otras razones, para lograr una mayor eficacia y eficiencia en sus esfuerzos filantrópicos, a los que suelen concentrar en propuestas o causas seleccionadas de acuerdo con su visión, misión y la estrategia que desarrollan. ▪ <i>Donaciones en especie</i>, abarcando desde bienes muebles o productos hasta servicios profesionales y transferencia de <i>know-how</i>. ▪ <i>Auspicios</i>. No son donaciones en un sentido estricto, aunque los valores acordados muchas veces permiten reconocer el componente filantrópico. A su vez, a menudo este mecanismo permite que las empresas resuelvan limitaciones operativas aplicando recursos de sus presupuestos de marketing o comunicación. <p>Cómo donan</p> <p>Las empresas canalizan sus contribuciones a través de:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ las Organizaciones Sociales (OS); ▪ programas que desarrollan por sí mismas, muchas
---	--

<p><u>Cómo donan</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ las Organizaciones Sociales (OS); ▪ programas que desarrollan por sí mismas, muchas veces con la participación o a instancias de sus empleados; ▪ fundaciones creadas a tal fin. <p>Las Organizaciones Sociales</p> <p>Cuando desde las OS se piensa en obtener recursos, excepto que tengan restricciones filosóficas o estatutarias, las empresas suelen estar entre las primeras opciones.</p> <p><u>Lo indispensable:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Personería Jurídica, expedida por la IGJ ▪ Exenciones impositivas ▪ Estatutos societarios (que no contengan cláusulas que la inhiban de recibir donaciones de empresas) ▪ Cuenta bancaria a nombre de la OS 	<p>veces con la participación o a instancias de sus empleados; fundaciones creadas a tal fin.</p> <p>Es cada vez más frecuente que las empresas que se involucran con los problemas de la comunidad:</p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ elijan las causas a las que están dispuestas a dirigir sus aportes; ▪ definan condiciones para brindar su apoyo (como por ejemplo área geográfica de aplicación); ▪ se interesen por la calidad de los resultados alcanzados con los fondos aportados; ▪ evolucionen desde una perspectiva tradicional de filantropía hacia modalidades de compromiso integral con el desarrollo económico sustentable, de cara a sus públicos internos, la comunidad, los gobiernos y el medio ambiente. <p>Las Organizaciones Sociales</p> <p>Cuando desde las OS se piensa en obtener recursos, excepto que tengan restricciones filosóficas o estatutarias, las empresas suelen estar entre las primeras opciones.</p> <p><u>Lo indispensable:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Personería Jurídica, expedida por la IGJ ▪ Exenciones impositivas ▪ Estatutos societarios (que no contengan cláusulas que la inhiban de recibir donaciones de empresas) ▪ Cuenta bancaria a nombre de la OS <p><u>Lo deseable:</u></p> <ul style="list-style-type: none"> ▪ Contar con contactos activos –familiares, amistad, laborales o comerciales- entre miembros de la organización y directivos o ejecutivos de empresas. ▪ Que la organización opere en el área de influencia de la empresa. ▪ Que los públicos o audiencias de la organización sean de interés para la empresa en tanto consumidores actuales o potenciales de los bienes o servicios que ofrece. ▪ Que la organización haya identificado empresas que necesiten y deseen desarrollar la fidelidad de sus públicos y la lealtad y motivación de sus empleados. ▪ Que la organización cuente con proyectos para proponer a las empresas que estén en línea con las
---	--

Pro y contras de las Donaciones de Empresas

Ventajas

Las empresas suelen contribuir montos más elevados que los individuos

Las que empresas que han donado dinero a una organización, probablemente estén dispuestas a atender otros pedidos de colaboración.

Si bien el proceso de solicitar aportes empresarios requiere una mayor inversión inicial (impresos, carpetas, etc.), el gasto por peso recaudado suele ser menor que en el caso de las donaciones.

Las donaciones de empresas grandes pueden ser fuente de importantes sumas de dinero y el apoyo de una empresa reconocida favorece la confianza y el interés de otras potenciales donantes.

estrategias de marketing, filantrópicas y de ejercicio de la responsabilidad social, de las mismas.

- Que la organización cuente con prestigio; confiabilidad, visibilidad y posicionamiento en la comunidad; con una red de contactos y/o experiencia; que provoquen el interés de las empresas por asociar su imagen.

Pro y contras de las Donaciones de Empresas

A favor

- Las empresas suelen contribuir montos más elevados que los individuos. A su vez, cuando se trata de sumas menores, las empresas suelen renovar sus aportes sumas de dinero. Por otra parte, en empresas medianas o pequeñas es más fácil acceder y tener contactos más informales con quienes toman las decisiones.
- Las que empresas que han donado dinero a una organización, probablemente estén dispuestas a atender otros pedidos de colaboración de su parte, como donaciones en especie o asesoramiento y suelen brindar oportunidades para desarrollar nuevas formas de alianzas.
- Si bien el proceso de solicitar aportes empresarios requiere una mayor inversión inicial (impresos, carpetas, etc.), el gasto por peso recaudado suele ser menor que en el caso de las donaciones.
- Las donaciones de empresas grandes pueden ser fuente de importantes sumas de dinero y el apoyo de una empresa reconocida favorece la confianza y el interés de otras potenciales donantes.

En contra

- La caída de una donación empresarial importante suele tener un impacto negativo considerable en el presupuesto de la organización donataria.
- Las grandes donaciones tienen baja probabilidad de renovación.
- Puede ser difícil identificar y/o contactar a la persona adecuada.
- El deseo de sugerir actividades y/o de que miembros de las empresas o fundaciones empresarias participen en los órganos directivos - y/o se involucren en programas de las organizaciones que apoyan- puede generar tensiones y sensación de intromisión o apropiación, difíciles de tolerar.

Desventajas:

La caída de una donación empresaria importante suele tener un impacto negativo considerable en el presupuesto de la organización donataria.

Las grandes donaciones tienen baja probabilidad de renovación.

Espacio de reflexión:

1-¿Porqué donan las empresas?

2-¿Qué donan y cómo lo hacen?

3-¿Cuáles son las ventajas y desventajas de las donaciones de empresas?

Espacio de Intercambio:

¿Qué actividades de su organización son susceptibles de captar el interés de potenciales donaciones de empresas?

Haga un listado de empresas que por cercanía geográfica o por interés en la causa que persigue la organización pueden ser potenciales donantes.

Elabore una propuesta y solicite entrevista.

Para mas información, Fascículo donaciones de empresas. Programa de Fortalecimiento Económico. Fundación Compromiso.

- Empresas medianas o pequeñas / de su zona: donan montos pequeños y tienden a repetir el monto de su primera donación.
- Suelen tener una gama de intereses más restringida que las empresas grandes y los contactos personales son clave.

El resultado de la solicitud dependerá de la afinidad existente entre la causa y/o el proyecto de la organización, la capacidad de ésta última para comunicarlo y la estrategia empresarial, que en el caso de grandes empresas suele estar publicada en Internet.

En entornos caracterizados por el cambio permanente, y aún turbulentos, las empresas necesitan manejar sus recursos atendiendo muy estrictamente criterios de eficacia y eficiencia, lo que las lleva a evaluar concienzudamente el beneficio que les aportará apoyar tal o cual iniciativa solidaria.

Son esas características mencionadas las que permiten que las OS tengan una oportunidad, más allá de la buena voluntad de un empresario en particular: para ser competitivas, entre otros requisitos, las empresas necesitan desarrollar la fidelidad de sus públicos -cada vez más informados y exigentes- y la motivación y lealtad de sus recursos humanos.

@ Escribanos a biblioteca@compromiso.org

estamos esperando su opinión