

CONCLUSIONES DE LA JORNADA PROFESIONAL DE FUNDACIONES

Plasmamos a continuación de forma sintética las ideas y reflexiones principales expuestas por los distintos ponentes que intervinieron en la Jornadas Profesional de Fundaciones celebrada el día 12 de junio de 2013 en Sevilla, en la sede de la Fundación Cruzcampo organizada por la Asociación de Fundaciones Andaluzas

Comienza la Jornada con la bienvenida de **Julio Cuesta**, Presidente de la Fundación Cruzcampo, quien resalta como dato relevante del momento que estamos viviendo la creciente presencia y apoyo de la iniciativa privada al movimiento fundacional, frente a un decreciente apoyo público, así como la importancia de este encuentro que servirá no solo para aprender, compartir y crear apoyos, sino también para generar sensación de grupo y ponerlo en valor.

Por parte de **Juan Luis Muñoz Escassi**, Director Gerente de la Asociación de Fundaciones Andaluzas, apoya las palabras de Julio Cuesta, indicando que es importante en estos momentos tener nuevos puntos de mira, propiciar el análisis de nuestro patronato, de la gestión que estamos llevando a cabo en nuestras entidades, de analizar la conveniencia o no de la reforma de la Ley de Mecenazgo, de nuestras vías de financiación y la importancia de crear alianzas y compartir.

Resalta la presencia en este encuentro no solo de un numeroso grupo de fundaciones de todos los sectores y de todos los ámbitos, sino de las entidades que las representan, tales como la Asociación Extremeña de Fundaciones, Asociación de Fundraising y la Coordinadora Catalana de Fundaciones, destacando la importancia de la cohesión y de la colaboración para avanzar.

MESA I: TRANSPARENCIA Y BUEN GOBIERNO.

Javier Martín Cavanna (*Director Fundación Compromiso y Transparencia*) introduce la temática de esta mesa dejando constancia que en las fundaciones y asociaciones contamos con un elemento principal y característico en la realización de nuestra actividad, como es la confianza de los demás, de ahí la relevancia de la transparencia de nuestra organización.

Jesús Lizcano (*Presidente de Transparencia Internacional- España*) centra su intervención en exponer los elementos necesarios para crear una cultura de transparencia, como son la existencia y mejora de las leyes de transparencia, la necesidad de que todas las organizaciones que reciben fondos públicos sean sujetos de estas normas y sobre todo, la educación de los ciudadanos, la formación en valores y la creación de una conciencia social y ética en la ciudadanía.

Patricia de Roda (*Directora General de la Fundación Lealtad*) expone qué es la transparencia, cómo implantarla y porqué es importante.

La transparencia en nuestras organizaciones es el equivalente a la competitividad en las entidades mercantiles. Es importante la transparencia porque sin ella no hay gobernanza, es necesaria para hacer un seguimiento de la actividad, para aumentar la base social y para hacer posible la comparación entre iguales.

Implantamos la transparencia mediante la evaluación de nuestra organización, esta evaluación genera confianza en la sociedad y mejora el funcionamiento interno de la organización.

Matilde Hoelsche (*Directora Gerente de la Fundación Universidad de Oviedo*) ha expuesto cómo ha sido el camino hacia la transparencia de su organización, para ello han tomado como ruta el Informe *Construir Confianza 2010*, utilizan la página Web de su entidad como herramienta de transparencia y por último han implantado un Código de Buen Gobierno que propicia mayor implicación del Patronato.

MESA II. PERSPECTIVAS SOBRE LA FUTURA LEY DE MECENAZGO

Se han expuesto por **Vicente Botello** (*Socio de Garrigues*) los aspectos que deben cambiar de nuestra ley de mecenazgo, entre ellos, la necesidad de ampliar los sujetos y actividades de mecenazgo, incrementar las deducciones, revisar la figura del convenio de colaboración, así como el concepto de donación, permitiéndose también las donaciones modales y de servicio, contemplar la problemática del IVA, simplificar la exención de los tributos locales.

Por parte de **David Camps** (*Responsable de Fundraising y Marketing de la F. Vicente Ferrer*) se deja constancia de la necesidad de una ley de mecenazgo que contemple la nueva visión de la filantropía, en ese sentido, el modelo francés sería un modelo de referencia, que aumenten las deducciones fiscales, pero también que potencie el fortalecimiento institucional de las entidades que se dedican a la captación de fondos.

Por parte de **Mauro Lozano** (*Vocal Asesor de Promoción de Industrias Culturales y Mecenazgo, Secretaría de Estado de Cultura, Ministerio de Educación, Cultura y Deporte*) se ha esbozado las características a las que aspira la nueva Ley de mecenazgo, en este sentido expone que esta nueva Ley debe tender a ser una Ley de Mecenazgo trasladada a la economía del conocimiento, en la que los incentivos fiscales se equiparen a los existentes en los países de nuestro entorno, que amplíe tanto las entidades beneficiarias del mecenazgo, como las actividades objeto de mecenazgo, que favorezca las microdonaciones, estableciendo la deducción íntegra de donaciones

de importes pequeños y potencie el reconocimiento social del mecenazgo, así como estructurar el mecenazgo mediante la creación de un Consejo de Estado formado por Administraciones Públicas y Organizaciones, donde se determinen, entre otras cosas, que actividades serán prioritarias de mecenazgo.

MESA III. PROFESIONALIZACIÓN DEL SECTOR: MODELOS DE BUENA GESTIÓN

En esta mesa, tres fundaciones de distinto volumen y estructura, han expuesto sus claves para hacer que sus organizaciones sean sostenibles.

Marta Cardona (*Directora de la Fundación CRIS contra el cáncer*) propone sus ocho hábitos para el liderazgo:

1. Información como herramienta.
2. Tener claro cuál es nuestra misión y estrategia.
3. El hábito del resultado: mejor hacer poco pero hacerlo bien.
4. Delegación: Organizar a las personas para sacar a lo mejor de ellas.
5. Comunicación, tanto interna como externa.
6. Equipo.
7. Aprendizaje, personal y profesional.
8. Innovación.

Marta Reina (*F. Hazlo Posible*), apunta como aprendizajes de buena gestión:

- Implantar una cultura innovadora, a nivel estructural.
- Cultura de alianzas con otros agentes, con mucha transparencia.
- Cultura de orientación a resultados.
- Trabajar mirando mas allá de nuestras fronteras para aprender y para llevar lo que funciona bien aquí.
- Buscar una sostenibilidad equilibrada, basada en la sostenibilidad de cada proyecto y en diversificar las fuentes de financiación.

Teresa Rodríguez Hervás (*F. Balía por la Infancia*), señala como puntos clave para la sostenibilidad en nuestra organización:

- La misión, que debe ser conocida y compartida por todos.
- La coherencia.
- El equilibrio entre acción y gestión.
- Las alianzas y colaboraciones.
- La mejora continua.

- Y retos definidos y alcanzables que deben girar siempre en torno a la misión.

MESA IV. GESTION DE PERSONAS

Por parte del moderador **Juan Román** (*Director de la F. Cobre las Cruces*), se centra el tema de esta mesa mediante la siguiente reflexión: Estamos ante un cambio en la gestión de personas, que va a requerir un cambio de actitudes en dos vertientes, respecto a la organización requerirá la gestión de personas de forma distinta y en relación al trabajador hará necesario que mantenga su pertenencia en el mercado laboral también de forma diferente.

Carlos Cortés (*Consultor Social*), señala como claves del éxito:

1. Asumir riesgos: El error es igual a aprendizaje.
2. Comunicación: Movernos de la motivación extrínseca a la intrínseca o trascendental.
3. Hacerlo fácil (KISS), simplificar.

Es necesario proponer el talento social, incorporar los valores de la organización a las personas, sean directivos o no y tener organizaciones horizontales, con equipos multidisciplinares y ágiles.

Pau Vidal (*Fundador del Observatorio del Tercer Sector*), señala que la situación actual nos exige un cambio en la organización de personas, que en nuestras organizaciones tenemos que llevar a cabo sin recursos pero con valores. Como se logra este cambio:

- Sensibilizando a la organización, mediante la formación, el acompañamiento y los grupos de apoyo.
- Optimizar recursos.
- Aprender la experiencia.

“Los valores de la organización y las personas comprometidas que inspiran este sector es la fuerza para reinventar nuestras organizaciones”

MESA V. LAS FUNDACIONES EMPRESARIALES COMO HERRAMIENTAS PARA GESTIONAR LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA

Carmen Bieger (*Directora de la F. Antena 3*), presenta de forma muy didáctica la diferencia entre RSC y Fundación Empresarial, señalando como elementos

característicos de la Fundación empresarial, la carencia de ánimo de lucro, tienen un régimen menos flexible, las gobiernan un patronato externo al consejo de gobierno de la empresa, posee mayores obligaciones de transparencia y tiene un retorno intangible, características que no tiene por qué tener la Responsabilidad Social Corporativa de la Empresa.

Además señala que una Fundación Empresarial no debe ser in instrumento para obtener beneficios fiscales, para aparcar compromisos y que no puede olvidar nunca el fin de interés general para el que nace.

Francisco Mesonero, (*Director de la F. Adecco*), ha señalado como apuestas de la Fundación Adecco, la composición independiente del Patronato y la transparencia y nos ha dejado una muestra de los proyectos de su Fundación

Rafael Landín (*Director de la F. Iberdrola*) distingue entre responsabilidad empresarial y responsabilidad social. La RSC genera valor a la empresa, genera reputación.

¿Como hace su entidad RSC? Con una visión a largo plazo y con espíritu de mecenazgo y de servicio.

MESA VI. LA IMPORTANCIA DE LA COMUNICACIÓN

Luis Fontán (*Secretario General de la Asociación para el Progreso de la Comunicación y Fundación Estudios de la Comunicación*) centra el tema de esta mesa, diciendo que la comunicación es convertir lo importante en interesante.

Esther Camuñas (*Consultora*), señala 10 claves para la comunicación:

1. Integrar, la comunicación es parte del plan estratégico.
2. Verdad, la comunicación genera transparencia, confianza y reputación.
3. Confianza, fomentar el liderazgo frente a la dirección.
4. Creatividad e Innovación, reinventarse.
5. Planificación.
6. Marca más causa: comunicar ambas cosas, pero sobre todo sentar bien los cimientos de esa comunicación.
7. Comunicar no es captar fondos
8. Crisis, igual a cambios.
9. Conocimientos y alianzas.
10. Humildad y Humanidad, las organizaciones cambian cuando cambian las personas.

Pilar Gonzalo (*Departamento de Comunicación del Museo Reina Sofía*), ha plasmado de forma muy gráfica como están nuestras entidades frente a las redes sociales. Ser 2.0 es contar con los demás, no es abrir un Facebook, es integrar lo nuestro en los demás y lo de los demás en lo nuestro y es dejar un espacio a los usuarios a participar.

Paula Sánchez-Alciturri (*Responsable de Comunicación de la ONG Aida*) ha expuesto sus claves para comunicar en entidades pequeñas, partiendo de que comunicamos siempre, nos guste o no. Apunta como elementos necesarios, un responsable de comunicación, con apoyo del equipo y de la dirección, una buena comunicación interna en la organización, contar con los recursos disponibles en la red, creatividad y muchas ganas.

MESA VII. LOS CAMBIOS EN LA FINANCIACION DE LAS FUNDACIONES

Javier Ruiz Gaitán (*Director de Marketing y Captación de Fondos de Plan Internacional en España*) en la presentación de la mesa parte de la premisa de la necesidad de renovarse.

José Antonio García (*Director de la Consultora Social AGC*) respecto a los fondos públicos, afirma que si existirán pero que la situación no volverá a ser la que era, por lo que, ante la reducción de los mismos, será necesario renovarse para acceder a ellos. Propone como claves para la renovación, renovar o reafirmar nuestra misión, visión y valores, cambiar los modelos de gestión e invertir en nuestro capital humano, buscar nuevos modelos de financiación (concurrir a fondos públicos en el exterior), alianzas, fusiones, fortalecer el trabajo en redes creando presión a los gobiernos, potenciar la comunicación con la sociedad y mayor influencia y compromiso de nuestros órganos de gobierno.

Ricardo Vals, (*Consultoría & Marketing Social, fundador de la Asociación Española y Europea de Fundraising*) analiza la situación del mercado de captación de fondos privados en España, incidiendo en la necesidad de renovarse. Como elementos negativos a tener en cuenta esta la práctica desaparición de las obras sociales y la inexistencia de fundaciones patrimoniales relevantes en nuestro país. Como aspecto

novedoso, el crowdfunding, si bien debemos tener en cuenta que podrá ser un instrumento para financiar un proyecto concreto pero no es la solución de financiación de nuestra entidad, debemos poner en marcha nuevas iniciativas, innovar, por ejemplo mediante un sistema de inversión en nuestra fundación a partir de la creación de bonos de participación.

Francisco Fernández López (*Director Fundación Gmp*) apunta una serie de elementos a tener en cuenta para renovarse en la captación de fondos, la necesidad de generar confianza, que se logrará a través de elementos como la transparencia, la comunicación, la generación de valor, establecer y cuidar las relaciones de colaboración, la rentabilidad de nuestras acciones, pensar en qué ofrecemos a nuestros donantes, porqué les interesa colaborar con nosotros y planificar nuestras acciones.

Por último **Javier Ruiz Gaitán**, expone la necesidad de renovarse, ya que con las mismas prácticas no podemos obtener los mismos resultados. No ampararse en excusas y diversificar las fuentes de financiación, captar en el ámbito de actuación donde desarrollamos nuestros fines y buscar nuestro público, todo fin que aporta valor a la sociedad puede captar fondos siempre que se dirija al sitio adecuado.

La inversión en captación de donantes individuales regulares, es una rentabilidad a medio plazo y es sostenibilidad para la fundación.

Los elementos necesarios para esta tarea son una dosis de razón, una dosis de emoción y creatividad e innovación.

Sevilla, 12 de junio de 2013.