



GUÍA PARA

IMPULSAR LAS RELACIONES

ENTRE EL TERCER SECTOR Y LAS EMPRESAS

GUÍA PARA

IMPULSAR LAS RELACIONES

ENTRE EL TERCER SECTOR Y LAS EMPRESAS

Contenido

I	¿QUÉ ES EL TERCER SECTOR?.....	3
II.	¿CÓMO ESTABLECER RELACIONES ENTRE LAS EMPRESAS Y EL TERCER SECTOR?	4
III.	NOVEDOSAS HERRAMIENTAS E INSTRUMENTOS DE RELACIÓN	7
IV.	¿QUÉ BUSCAN LAS EMPRESAS EN LAS ENTIDADES NO LUCRATIVAS?	10
V.	PREFERENCIAS EN LA FINANCIACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA.....	12
VI.	REPERCUSIONES LEGALES, FISCALES Y TRIBUTARIAS DE LAS ENTIDADES DEL TERCER SECTOR.....	14
VII.	SOSTENIBILIDAD DE LAS RELACIONES CON LA EMPRESA.....	20
VIII.	PROTOCOLOS DE COLABORACIÓN, PATROCINIO, MECENAZGO O ESPONSORIZACIÓN	22
IX.	CONCLUSIONES	26
ANEXO I	27
ANEXO II	31

I ¿QUÉ ES EL TERCER SECTOR?

El tercer sector es aquel formado por organizaciones con personalidad jurídica propia, inscritas en un registro público, que no tienen ánimo de lucro, al reinvertir sus beneficios en la propia actividad, y son de titularidad privada.

Podemos resumir las características básicas de las entidades que componen el tercer sector social en los siguientes puntos:

- Están formalmente constituidas (como asociaciones, fundaciones, entidades religiosas, cooperativas de iniciativa social, o bien empresas de inserción) y son organizaciones privadas.
- No tienen afán de lucro (reinverten sus beneficios en la propia actividad social que desarrollan).
- Su misión o actividad principal está orientada a la inclusión social de colectivos vulnerables.
- Desarrollan acción social siguiendo principios de proximidad al territorio o el entorno.

Según la Universidad Johns Hopkins, de Baltimore, el tercer sector es un conjunto que abarca todas aquellas instituciones o entidades que posean los cinco rasgos siguientes:

- 1 Estar organizada formalmente**, lo que incluye una realidad institucionalizada, con estructuración interna, estabilidad relativa de objetivos formales y distinción neta entre socios y no socios. Este criterio excluye de nuestro ámbito de estudio las manifestaciones informales de solidaridad, colaboración y ayuda mutua.
- 2 Ser privada**, esto es, separa institucionalmente de las administraciones. Este criterio implica que la organización no ha de formar parte del sector público, ni ha de ser controlada por este. Aunque, por supuesto, puede recibir apoyo público.
- 3 No tener ánimo de lucro**. No deben por tanto repartir beneficios entre los propietarios, administradores o directivos. Ello implica que su principal finalidad no es generar beneficios, y los que obtenga deben ser reinvertidos en la consecución de su finalidad.
- 4 Disfrutar de la capacidad de autocontrol institucional de sus propias actividades**. Por lo que deben tener sus propios órganos de gobierno y con un grado de autonomía significativo.
- 5 Con un marcado grado de participación voluntaria**, por lo que la participación de sus miembros ha de depender de la libre elección de ellos.

II. ¿CÓMO ESTABLECER RELACIONES ENTRE LAS EMPRESAS Y EL TERCER SECTOR?

Para desarrollar este aspecto de la cuestión debemos partir del concepto más amplio de la **RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE)**. Esta idea implica adoptar medidas, iniciativas y actuaciones, a las que se le integran aspectos sociales y medioambientales, dentro de los objetivos que se proponen conseguir las empresas. Se puede decir que es una estrategia que se articula como herramienta de gestión con la finalidad de producir unos beneficios por medio de un comportamiento social, positivo, ético y solidario.

Innumerables han sido los debates mantenidos en torno a cual sería el concepto más apropiado para concretar la RSE. De esta manera, si nos remitimos a la definición que se hace en el Libro Verde de la Comisión Europea, nos encontramos con la siguiente precisión:

“La **RSE** es la integración voluntaria, por parte de la empresa, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y en sus relaciones con los interlocutores”.

Sin embargo, es de reconocer que el encaje de los diferentes elementos que en la misma pueden tener cabida, hace que su definición puede resultar una tarea sumamente complicada.

Así, como parte de la propia estrategia de las empresas, éstas deben orientarse a promover políticas que produzcan el fomento de acciones sociales y el voluntariado, conceptos a los que desde tiempos remotos se les ha venido conociendo como filantropía. No obstante, a los mismos hay que reconocerles diferencias fundamentales, entre otras, aquella que parte de la idea de que la filantropía no busca ningún tipo de retorno, mientras que la Acción Social, dentro de la RSE, puede encontrar importantes retornos de carácter cualitativo.

En este orden de ideas, nos encontramos con el hecho de que las empresas se encuentran con destacados beneficios en vía de regreso, tanto tangibles como intangibles, al conseguir a cambio la consideración de los distintos grupos con los que se relacionan: proveedores, empleados, clientes y administraciones públicas.

Por ello, es importante que tratemos de delimitar las distintas formas mediante las cuales las empresas pueden establecer relaciones con el tercer sector, pasando a analizar, a continuación, algunas de ellas:

1º Donaciones dinerarias

Dentro de este grupo quizás las más conocidas sean las directas, por medio de los comúnmente denominados donativos o mecenazgo. La diferencia entre una y otra figura radica en que el **donativo** es una cantidad que **la empresa entrega sin esperar obtener nada a cambio** y que puede ser puntual, mientras que en el **mecenazgo la empresa entrega cantidades de dinero durante un plazo de**



tiempo para un determinado fin y la entidad beneficiaria se compromete a reconocer públicamente dicha labor. Con independencia de estas fórmulas, también pueden existir **donaciones indirectas**, que son aquellas en las que **la empresa realiza una actividad de promoción de la entidad entre sus clientes para que sean estos los que realicen el donativo, o realizando algún tipo de acto para recaudar fondos**. Un buen ejemplo de donación indirecta es el programa Checking out for Children, que desarrolla la cadena Starwood Hotels & Resort a beneficio de UNICEF, **consistente en cargar un dólar adicional a la factura de sus clientes, siempre y cuando este no se oponga**.

2º Donaciones en especie y donaciones de servicios

En esta modalidad las empresas no entregan dinero, sino bienes que pueden ser los productos que la propia empresa vende y que constituyen una de sus actividades, aunque no tiene por qué ser así siempre, puesto que la empresa puede donar otro tipo de bienes desde materiales, como por ejemplo sucede cuando se cede todo el mobiliario de oficina puesto que van a proceder a su cambio, algún vehículo, o incluso ceder el uso gratuito de algún inmueble del que sea propietaria la empresa. Si la empresa es una empresa dedicada a la prestación de cualquier tipo de servicio puede donar estos, imaginemos por ejemplo una empresa de limpieza y que gratuitamente preste dichos servicios a la entidad beneficiaria, o una empresa de transportes que preste dichos servicios de manera gratuita a una entidad de personas discapacitadas.

3º Programas de voluntariado corporativo

Esta modalidad consiste en un conjunto de **actividades promovidas y apoyadas por una empresa** que tiene como finalidad **involucrar y fomentar la participación libre de sus empleados** a través de la dedicación de su tiempo, capacidades y talento a causas, proyectos y organizaciones sin ánimo de lucro.

4º Captación de fondos entre los empleados

Esta modalidad consiste en que la empresa **oferta a sus empleados la posibilidad de realizar donaciones** a entidades sin fines lucrativos, pudiendo ser estas **puntuales o periódicas** por ejemplo donando mensualmente una parte del salario a dichas entidades. Dentro de esta modalidad podemos citar el *matching gift* consistente en que los empleados reúnen una determinada cantidad para donarla y la empresa dará una cantidad igual o mayor a la reunida por los empleados.

5º Captación de fondos entre los clientes

En esta modalidad las empresas les dan acceso a las entidades sin fines lucrativos a sus clientes. Otra forma dentro de esta modalidad es que la empresa promociona entre sus clientes los actos y eventos que dichas entidades realizan.

III. NOVEDOSAS HERRAMIENTAS E INSTRUMENTOS DE RELACIÓN

Se está evolucionado de un modelo de filantropía empresarial en el cual las empresas realizaban aportaciones puntuales principalmente monetarias de “origen caritativo” con escaso impacto social, **hacia un modelo de responsabilidad social empresarial** en el cual las empresas tienen una estrategia integral y transversal de Responsabilidad Social, que enfocan su gestión hacia una sostenibilidad económica, social y medioambiental; **y establecen relaciones con las entidades sociales estables y a largo plazo.**

Muchas empresas tienen ya un enfoque estratégico de su colaboración con el sector social, **mediante el establecimiento de alianzas de colaboración** de largo alcance, situándose muchas de ellas a la vanguardia en la innovación de formas de trabajar conjuntamente.

1º LA CARTERA DE INVERSIONES SOCIALES

Por medio de este modelo, como si de una cartera de inversiones se tratase, muchas empresas miden lo que obtienen y no solo lo que aportan.

Una consultora internacional ubicada en Londres, por ejemplo, lanzó un programa para los sin techo basado en ofrecer a través del voluntariado de sus empleados formación para el empleo con resultados espectaculares y en colaboración con otras organizaciones como Barclays Bank, Marsh y hasta consiguiendo la cooperación de la administración local con un excepcional efecto de apalancamiento. El éxito de la iniciativa se debe en parte a que la causa con la que los empleados de la firma querían identificarse era precisamente esos sin techo con quienes se topaban a la entrada de las oficinas de la consultora cada mañana o cada noche tras las jornadas maratónicas de trabajo.

Para Bill Gates, ya no basta el tradicional enfoque filantrópico, sino que es necesaria una planificación estratégica y una medición real, que ponen las empresas y que obtienen a cambio.

2º ALIANZAS Y NO MERAS COLABORACIONES

La nueva mentalidad, más allá de que se puedan realizar los donativos tradicionales, consiste en que una empresa debe considerar sus relaciones con las ONGs a largo plazo, bajo una perspectiva de cooperación y beneficio mutuo. Independientemente del ánimo que guíe a la colaboración, lo cierto es que unas y otras pueden acordar intercambios de valor.

- 1 Así, las alianzas entre empresa y tercer sector pueden ser de carácter filantrópico cuando en lo que se basan en la donación de recursos, ya sean dinerario, en especie o de voluntariado corporativo.

- 2 Pero también estas alianzas pueden ser más sofisticadas, de tipo operacional, cuando la empresa o la ONG actúan como proveedor o distribuidor de servicios de la una o la otra.

3º SOCIOS DE CONOCIMIENTO: LA PRÓXIMA FRONTERA

Aunque las reticencias de ambas partes pueden ser muchas y, en el caso español, son mucho más evidentes, muchas empresas comienzan a ver a determinadas entidades no lucrativas como un socio de conocimiento fundamental.

Por ejemplo DKV mantiene una relación con Intermón Oxfam de gran profundidad donde ambas partes se consideran socios.

Con Tierra de Hombres, DKV ha podido desarrollar servicios ligados a la salud y los seguros para países en vías de desarrollo en una alianza donde la ONG y la entidad ponen en el tapete sus fortalezas mutuas y lo mejor de sí creando valor para ambas partes y la sociedad.

Pongamos otro ejemplo. Algunas entidades no lucrativas de cooperación al desarrollo conocen como la palma de su mano gracias a los socios locales determinados mercados donde se establecen las empresas. Entienden el país y sus modos, a los consumidores locales potenciales, las necesidades de educación, y pueden asesorar a una empresa que busca mano de obra en qué área debe invertir para formar a sus futuros trabajadores.

Las entidades que trabajan en discapacidad se han revelado también como excelentes socios de conocimiento, precisamente para que muchas empresas entiendan que hay consumidores que demandan servicios accesibles y adaptados a personas, por ejemplo, con vista reducida, capacidad de movilidad escasa, etc.

Si pensamos en el veloz envejecimiento de la población española, no resulta descabellado hacerse a la idea de que las empresas tendrán que contar con la perspectiva y el asesoramiento de muchas entidades no lucrativas expertas en discapacidades varias pues en 20 años una gran parte de la población necesitará servicios para personas con parte de sus capacidades sensoriales y físicas reducidas que constituirán, además, un mercado en expansión.

4º MEDIR, GESTIONAR E INNOVAR EN ACCIÓN SOCIAL

- » **London Benchmarking Group (LBG)** es una iniciativa nacida en Reino Unido, que agrupa a empresas que promueven un modelo común de medición de la acción social bajo esa perspectiva de inversión social.

El modelo consiste en tres premisas:

- 1 Ofrecer un sistema o modelo de medición de la colaboración empresa – tercer sector que permita reflejar más adecuadamente todo lo que la empresa hace en el área, así como el impacto directo e indirecto que genera (logros y resultados), expresado económicamente.



- 2 Proporcionar una herramienta de apoyo y orientación a la gestión de las relaciones con la comunidad y el tercer sector, pues al saber qué hace la empresa y qué obtiene, se puede reorientar la acción en el área para alinearlo con los objetivos del negocio.
- 3 Constituir una comunidad de conocimiento y aprendizaje que busca la innovación en la colaboración ente la empresa y el tercer sector. Las empresas miembros de LBG son conscientes de que para mejorar en inversión social hay que innovar y pretenden liderar la vanguardia en el área.

- **Stanford Center for Social Innovation**

Líder en el sector tanto a nivel de investigación como de difusión, el **Centro de Innovación Social de la Universidad de Stanford** viene promoviendo ese enfoque de innovación tan necesaria en la colaboración empresa y tercer sector.

Su revista **Social Innovation Review** es una de las publicaciones más interesantes para conocer de cerca qué y quiénes están innovando en el área así como las últimas tendencias y prácticas en responsabilidad corporativa.

IV. ¿QUÉ BUSCAN LAS EMPRESAS EN LAS ENTIDADES NO LUCRATIVAS?

- 1º.- Por un lado, la colaboración con el tercer sector **es una forma de la empresa de mejorar su reputación**, de tal forma que puede convertirse en una muy buena publicidad para la empresa si se asocia el nombre de la misma al de una entidad del tercer sector. De tal manera, que de cara a la sociedad y a sus clientes asocien el nombre corporativo con el de una empresa que no solo busca el lucro, sino que se preocupa y se compromete ayudando en tareas de interés social, y pasando por ello a considerarse a la entidad **como una empresa responsable socialmente que se preocupa por la sostenibilidad económica, social y medioambiental**. Así, podría darse el caso de que nos encontrásemos ante dos empresas que ofrecen el mismo producto o servicio, pero a una de ellas se le asocia con el tercer sector, y por ese motivo los consumidores opten por esta empresa en lugar de la otra.
- 2º.- Además de mejorar su imagen pública, las donaciones o aportaciones que las empresas realicen a las entidades sin fines lucrativos **permitirán a las empresas practicarse en su declaración del Impuesto sobre Sociedades una deducción del 35 por ciento de las cantidades aportadas** a estas entidades.
- 3º.- Por otro lado, este tipo de entidades **pueden ser para la empresa una bolsa de trabajo alternativa**. Puesto que en muchos casos estas entidades pueden ser entidades dedicadas a las personas con minusvalía o discapacidad. De tal manera que las empresas pueden tener acceso a dichos trabajadores para incorporarlos a su plantilla, lo cual redundará en beneficio de la empresa desde dos perspectivas.
- 3.1.- Desde una perspectiva más de cara a la sociedad, **la empresa también mejorará su imagen pública** al contar en su plantilla con este tipo de trabajadores, de tal manera que a sus clientes les transmitirá, que es una empresa que le brinda oportunidades laborales por ejemplo a personas con discapacidad y que se preocupa por la integración social de estas personas.
- 3.2.- Desde otra perspectiva más económica y fiscal de la empresa, el hecho de **incorporar a su plantilla a trabajadores discapacitados otorgará a la misma el derecho a practicarse una deducción en el Impuesto sobre Sociedades** de 9.000 euros por cada trabajador que incremente el promedio de plantilla de trabajadores minusválidos, y si el trabajador tuviera una minusvalía superior al 65 por ciento la deducción será de 12.000 euros. Por lo que suponen unos buenos incentivos fiscales, **que harán que la empresa tenga mayores beneficios netos**.



- 4º.-** Además de lo anterior, **programas como el voluntariado corporativo** pueden proporcionar los siguientes beneficios a la empresa:
- En relación con sus empleados/as, puede mejorar las habilidades personales y profesionales, un aumento de la motivación en el trabajo así como una mayor cohesión grupal.
 - En la propia empresa, puede mejorar su reputación institucional, así como un aumento de la productividad provocada por la mayor motivación de los empleados/as.

V. PREFERENCIAS EN LA FINANCIACIÓN POR PARTE DE LA EMPRESA



A la hora de la financiación las empresas se decantarán por causas que estén relacionadas con la actividad que constituya su objeto social, invirtiendo en actividades que le puedan otorgar algún tipo de beneficio.

En una gran mayoría de ocasiones las empresas apoyarán programas que refuercen la misión y objetivos de la misma. No obstante, cada vez más las empresas se implican en la colaboración con las comunidades en las que operan, lo que redundará en beneficio de las entidades del tercer sector y de las personas que residen en el área de actuación de la empresa. De esta manera, la empresa obtiene que estos se convierten en potenciales consumidores de los bienes y servicios que oferta.

Según un estudio realizado por la Universidad Johns Hopkins las empresas científicas y tecnológicas suelen financiar actividades de investigación en centros universitarios, viendo estas empresas a las universidades como medios para alcanzar varios objetivos:

- Conducir investigaciones y ensayos clínicos

- Transferencia tecnológica
- Captación de fuerza de trabajo, especialmente minorías étnicas
- Capacitación de avanzada y educación permanente

Las empresas siempre van a tender a apoyar aquellas actividades que les proporcionen un beneficio inmediato o a largo plazo. Invertiendo en educación buscan tener acceso a mano de obra altamente cualificada. Invertiendo en servicios sociales, las intentan crear un clima adecuado para llevar a cabo sus operaciones, y con ello contar con una fuerza de trabajo y un grupo de consumidores más amplio.

Sin embargo, y en honor a la verdad, es una realidad incuestionable que también existen actividades realizadas por entidades no lucrativas que apenas interesan a las empresas, probablemente debido a que tengan escasas expectativas de éxito, o simplemente no le interesan porque no guardan relación alguna con su objeto social y los posibles beneficios que puedan obtener sean escasos o inexistentes.

A modo de conclusión, podemos decir que las empresas tenderán a apoyar aquellas actividades del tercer sector que incidan en la calidad de vida de las personas, puesto que estas personas son potenciales consumidores de los bienes o servicios ofertados por la empresa. El impacto será aún mayor, si aquellos que se benefician de las entidades no lucrativas asocian a estas con una determinada empresa.

VI. REPERCUSIONES LEGALES, FISCALES Y TRIBUTARIAS DE LAS ENTIDADES DEL TERCER SECTOR

Las entidades del tercer sector revisten la forma jurídica de asociaciones o fundaciones, y aunque es común que se denomine ONG revestirá la forma jurídica de una asociación. A continuación analizaremos por separado las repercusiones legales de cada una de ellas, y de manera conjunta las fiscales.

A).- REPERCUSIONES LEGALES

1º LAS ASOCIACIONES.

- **¿Qué es una asociación?**

Son entidades constituidas por el acuerdo de tres o más personas físicas o jurídicas legalmente constituidas, que se comprometen a poner en común conocimientos, medios y actividades para conseguir unas finalidades lícitas, comunes, de interés general o particular, y se dotan de los estatutos que rigen el funcionamiento de la asociación.

- **¿Dónde se regulan?**

El derecho de Asociación es un derecho fundamental de todos y todas las españolas que viene regulado en el artículo 22 de nuestra Carta Magna, y como tal viene regulado por una Ley Orgánica, concretamente en la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación. Si bien en nuestra Comunidad Autónoma el artículo 13.25 del Estatuto de Autonomía para Andalucía atribuye a la Comunidad Autónoma la competencia exclusiva en materia de asociaciones de carácter docente, cultural, artístico, benéfico-asistencial y similares, que desarrollen principalmente sus funciones en nuestro territorio, por lo que le corresponde desarrollar los aspectos de organización y funcionamiento de las asociaciones, habiendo sido desarrollado por la Ley 4/2006, de 23 de junio, de Asociaciones de Andalucía.

- **¿Tienen personalidad jurídica propia?**

Las asociaciones tienen personalidad jurídica y plena capacidad de obrar, adquiriéndola con el otorgamiento del acta fundacional, sin perjuicio de la obligación de inscribirse en los registros competentes a los solos efectos de publicidad. De esta forma, el registro en el que deban inscribirse será nacional o autonómico dependiendo del ámbito de actuación de la asociación.



- **¿A qué deben destinar sus ingresos?**

Cualquier beneficio que obtenga la asociación, debe ser destinado al cumplimiento de sus fines.

2º LAS FUNDACIONES

- **¿Qué es una fundación?**

Son organizaciones constituidas sin ánimo de lucro que, por voluntad de sus creadores, tienen afectado de modo duradero su patrimonio a la realización de fines de interés general.

- **¿Dónde se regulan?**

El derecho de fundación viene establecido en el artículo 34 de la Constitución Española, y es regulado en la Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones.

- **¿Tienen personalidad jurídica propia?**

En efecto, tienen personalidad jurídica propia, si bien a diferencia de las asociaciones, las fundaciones adquieren la personalidad jurídica desde la inscripción de la escritura pública de constitución.

- **¿A qué deben destinar sus ingresos?**

A la realización de los fines fundacionales deberá ser destinado, al menos, el 70 por 100 de los resultados de las explotaciones económicas que se desarrollen y de los ingresos que se obtengan por cualquier otro concepto, deducidos los gastos realizados para la obtención de tales resultados o ingresos, debiendo destinar el resto a incrementar bien la dotación o bien las reservas según el acuerdo que adopte el Patronato.

B). REPERCUSIONES FISCALES

A efectos fiscales podemos encontrar dos tipos de entidades sin fines lucrativos:

- 1 Entidades acogidas a la Ley 49/2002
- 2 Entidades no acogidas a la Ley 49/2002

Por ello, analizaremos, a continuación, los regímenes fiscales de cada una de ellas.

1º. ENTIDADES ACOGIDAS A LA LEY 49/2002

Son aquellas a las que les son de aplicación la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo. Podrán aplicar este régimen aquellas entidades que cumpliendo los requisitos contenidos en la ley -las cuales detallaremos en el ANEXO I sobre como acogerse a este régimen- opten por su aplicación.

Las entidades acogidas a este régimen estarán exentas de los siguientes tributos:

1.1.- Impuesto sobre Sociedades:

Estarán exentas, entre otras, por las siguientes rentas:

- Aportaciones y donaciones en concepto de dotación patrimonial, así como otros donativos.
- Las ayudas económicas recibidas en virtud de convenios de colaboración o contratos de patrocinio publicitario.
- Las cuotas de asociados, colaboradores o benefactores.
- Las rentas procedentes del patrimonio mobiliario e inmobiliario.
- Las plusvalías derivadas de las adquisiciones o transmisiones de bienes o derechos.
- Las rentas obtenidas de las explotaciones económicas exentas, a modo de ejemplo podemos citar: explotaciones económicas para la protección de la infancia y la juventud, asistencia a la tercera edad, asistencia a personas en riesgo de exclusión social...



Por otro lado, aquellas rentas **que no estén exentas de tributar estarán sujetas a un tipo del 10%**, lo que supone una rebaja de 20 puntos porcentuales sobre el tipo general del Impuesto sobre Sociedades. Estas entidades estarán obligadas a presentar declaración por este tributo, incluyendo en la misma tanto las rentas no exentas como las exentas que hubiera podido obtener.

1.2. Tributos Locales:

- **Impuesto sobre Bienes Inmuebles** estarán exentos del pago de dicho tributo salvo por aquellos inmuebles afectos a explotaciones económicas no exentas.
- **Impuesto sobre Actividades Económicas (IAE)**, estarán exentas del mismo por aquellas explotaciones económicas que resultasen exentas del impuesto sobre sociedades.
- **Impuesto sobre el Incremento de Valor de los Terrenos de Naturaleza Urbana (IIVTNU)**, más conocido como plusvalía municipal, cuando la obligación real de satisfacer dicho impuesto recaiga sobre esta entidad.

1.3. Impuesto sobre Transmisiones Patrimoniales Onerosas y Actos Jurídicos Documentados:

También estarán exentas del pago de dicho tributo.

1.4. Impuesto sobre el Valor Añadido:

Estarán exentas de dicho tributo los servicios de asistencia social cuando las entidades que los prestan sean entidades de carácter social (así, en el Anexo II detallaremos los requisitos y trámites a seguir para dicha calificación).

Los servicios que se comprenden dentro de la exención son:

- Protección de la infancia y de la juventud. Se considerarán actividades de protección de la infancia y de la juventud las de rehabilitación y formación de niños y jóvenes, la de asistencia a lactantes, la custodia y atención a niños, la realización de cursos, excursiones, campamentos o viajes infantiles y juveniles y otras análogas prestadas en favor de personas menores de veinticinco años de edad.
- Asistencia a la tercera edad.
- Educación especial y asistencia a personas con minusvalía.
- Asistencia a minorías étnicas.
- Asistencia a refugiados y asilados.
- Asistencia a transeúntes.
- Asistencia a personas con cargas familiares no compartidas.
- Acción social comunitaria y familiar.
- Asistencia a ex-reclusos.
- Reinserción social y prevención de la delincuencia.
- Asistencia a alcohólicos y toxicómanos.
- Cooperación para el desarrollo.

La exención comprende la prestación de los servicios de alimentación, alojamiento o transporte accesorios de los anteriores prestados por dichos establecimientos o entidades, con medios propios o ajenos.

2º. ENTIDADES NO ACOGIDAS A LA LEY 49/2002

Serán aquellas entidades sin fines lucrativos que no reúnen los requisitos para poder acogerse al régimen de la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo. **El único incentivo fiscal** que tienen estas entidades es que **no tendrán que tributar en el Impuesto sobre Sociedades** por los componentes de la renta que a continuación se detallan, **así como la exención del IVA** en los términos establecidos en el punto anterior.

De esta manera, los componentes de la renta exentos serán:

- Las que procedan de la realización de actividades que constituyan su objeto social o finalidad específica.
- Las derivadas de adquisiciones y transmisiones a título lucrativo, siempre que unas y otras se obtengan o realicen en cumplimiento de su objeto o finalidad específica.
- Las que se pongan de manifiesto en la transmisión onerosa de bienes afectos a la realización del objeto o finalidad específica de la entidad, cuando el total importe obtenido se destine a nuevas inversiones relacionadas con dicho objeto o finalidad.

Aquellos componentes de la renta que no estén exentos tributarán al 25%, lo que conlleva 15 puntos porcentuales más que aquellas a las que les es de aplicación el régimen tratado en el punto anterior.

No obstante, estas entidades estarán excluidas del deber de presentar la declaración anual del impuesto cuando cumplan los siguientes requisitos:

- a Que sus ingresos totales no superen los 100.000 euros anuales.
- b Que los ingresos correspondientes a rentas no exentas sometidas a retención no superen los 2.000 euros.
- c Que todas las rentas no exentas que obtengan estén sometidas a retención.

VII. SOSTENIBILIDAD DE LAS RELACIONES CON LA EMPRESA

En el tiempo en que vivimos se está produciendo, entre otros cambios, la pérdida de la exclusividad en el sector social de las entidades sin fines lucrativos. Así, es fácil constatar como en la actualidad existen empresas que desarrollan programas de acción social, fundaciones corporativas, emprendedores sociales..., debiendo asumir el sector no lucrativo esta realidad.

Las entidades sin fines lucrativos deben abordar esta nueva situación y decidir si colaboran o no con las empresas, debiendo tener presentes que ambas han sido creadas por personas para satisfacer necesidades.

¿Qué motivaciones pueden encontrar las entidades sociales para colaborar con las empresas?

- Necesidad de sostenibilidad de la entidad a largo plazo.
- Identificación de nuevos grupos de interés prioritario (medios de comunicación, empresas responsables), dada la situación de crisis.
- Perfeccionamiento de las técnicas y modelos de captación de fondos.
- Aportación de capital humano nuevo, recursos económicos, servicios...
- Generación de sinergias, intercambio de conocimientos con la empresa: nuevas habilidades para la gestión y dirección.
- Posibilidad de generar nuevas ideas y proyectos de colaboración.

Por otro lado, para establecer relaciones las empresas tienen que ver que también van a obtener un beneficio y, en consecuencia, cuanto mayor sea el beneficio que se pueda obtener, mayor será el grado de implicación.

Las relaciones que se creen, entre las empresas y las entidades del tercer sector, deben basarse en los siguientes puntos para que sean sostenibles:

- 1 Se debe buscar una relación empresa entidad del tercer sector que sea equitativa, donde las dos partes se relacionen en un plano de igualdad. Teniendo presente que la entidad social no puede traicionarse para atender a los principios de la empresa.
- 2 Que los proyectos acometidos persigan cambios sociales, no solo la realización de actividades. De tal manera, que aprovechando, por un lado, los conocimientos de la entidad no lucrativa para detectar problemas sociales y su experiencia en solucionarlos, y por otro



lado, las capacidades de la empresa, entre las dos organizaciones encuentren solución a los problemas; elaborando así proyectos con objetivos sociales conjuntos.

- 3 Para llegar a los proyectos conjuntos debe empezarse por actividades más sencillas. Una buena elección sería que las entidades del tercer sector oferten a las empresas voluntariado corporativo. Si bien, deberán presentar dicha actividad como una experiencia a las personas de la empresa de participar en los proyectos sociales, incorporando así un enfoque de continuidad, tanto para las personas participantes, que pueden fortalecer su conexión con la entidad social, como para la empresa, que puede empezar a plantearse opciones para fortalecer y avanzar en dicha relación.

VIII. PROTOCOLOS DE COLABORACIÓN, PATROCINIO, MECENAZGO O ESPONSORIZACIÓN

1º. PROTOCOLOS DE COLABORACIÓN

Resulta de la colaboración entre la empresa y la entidad sin fines lucrativos para obtener un determinado fin. En muchos casos consiste en que la entidad sin fines lucrativos cede su nombre a la empresa para que esta la asocie a un determinado producto como reclamo para su venta, con el compromiso por parte de la empresa de cederle un porcentaje sobre los ingresos que se deriven de dicho producto.

De esta forma, entre otros muchos podemos citar los siguientes ejemplos reales:

- El Santander donó 100 € a Cruz Roja Española por cada nómina o pensión que se domiciliaba en ese banco.
- Telefónica MoviStar dio 1 € a Aldeas Infantiles por cada Tarjeta Postal MoviStar que se enviara en la Navidad de 2004.

2º. PATROCINIO

Con el patrocinio la empresa busca una finalidad comercial, beneficiándose de la marca de una entidad del tercer sector para vender más productos, y una mayor presencia y notoriedad de sus productos. Suele vincularse a eventos sociales, la empresa aportará dinero para patrocinar eventos de estas entidades, aunque lo normal es que patrocine aquellos que estén más relacionados con la propia empresa y sus productos.

Además, si el evento es cubierto por los medios de comunicación la empresa obtendrá publicidad gratuita.

El motivo por el que se ha generalizado el patrocinio se debe a que reúne las siguientes ventajas, según pone de manifiesto Rafael Muñoz González:

- El acto de patrocinar algo o a alguien relaciona la marca del patrocinador, compañía o producto, con un espacio radiofónico, televisivo, un acontecimiento deportivo, un campeón, un evento cultural... La justificación es que los consumidores proyectan las cualidades positivas de los mismos en la marca o producto patrocinador.
- También es una forma de presencia que no consume tiempo del espectador ni molesta, como sí lo hacen los anuncios, las cuñas de radio, las vallas publicitarias...

- Refuerza el valor social de la empresa mostrando su preocupación y apoyo a determinadas actividades.
- Facilita que la marca sea mostrada por los medios de comunicación en más ocasiones que simplemente por la publicidad.
- Permite la presencia del patrocinador en más ambiente, gracias a la diversificación del ocio.

No obstante, presenta las siguientes desventajas:

- Es solo para marcas conocidas.
- Por cada euro invertido en el patrocinio deben gastarse otros dos en darlo a conocer.
- Conlleva riesgos para las dos partes.

3º. ESPONSORIZACIÓN

Un sponsor es un patrocinador. Es una persona o una organización que patrocina, apoya o financia una actividad o proyecto, habitualmente con fines publicitarios. Mediante esta figura las empresas entregarán recursos a las entidades sin fines lucrativos a cambio de que éstas luzcan el logo de la empresa.

4º. MECENAZGO

Mediante el mecenazgo la empresa aportará recursos, habitualmente dinero, a las entidades del tercer sector, y obtendrá por ello un reconocimiento público, lo que hará que se asocie un determinado producto o servicio con una entidad no lucrativa.

De esta manera, dentro de los innumerables ejemplos de colaboración que anteceden y con los que afortunadamente nos encontramos en ANDALUCIA, se podrían citar, sin que ello constituya ni mucho menos un catálogo cerrado ni que se desmerezcan a otras muchas empresas, a entidades como:

El Grupo Cosentino: Este conjunto de empresas lleva a cabo múltiples planes, en este caso relacionados con la educación y la formación. Su proyecto representa de manera fiel la filosofía del Grupo Consentido, empresa con clara proyección internacional.

Si bien esta actuación conlleva unos evidentes retornos y efectos positivos en relación a la capacitación de futuros profesionales de la provincia de Almería, para su puesta en marcha se requiere cierta capacidad en relación a los recursos materiales para su financiación. No obstante, no deja de ser una interesante opción para la puesta en valor del capital humano, del cual dependerá en su momento el futuro de las empresas.

El Grupo Romero Caballero: Además de la puesta en marcha de actuaciones de carácter social y solidario, el Grupo Romero Caballero ha puesto en valor las actuaciones llevadas a cabo por otras

empresas, colectivos y entidades. Aprovechando su experiencia en diferentes campos, puso en marcha este proyecto, con un notable éxito. La difusión y puesta en valor de este tipo de iniciativas, tienen un importante efecto multiplicador que es necesario canalizar, ya que en última instancia los realmente beneficiados son los destinatarios de las mismas.

Asemeco: Si bien la organización de determinados programas formativos requiere una estructura y de ciertas características que no todas las empresas y organizaciones poseen, sí existe la posibilidad de establecer diversos sistemas de colaboración empresarial, con el fin de aportar, en la medida de lo posible, los recursos de los cuales se disponga, tanto materiales como humanos. De esta forma, se pondrán ofrecer conocimientos específicos o sectoriales, o la posibilidad de la integración laboral mediante contratos de prácticas.

Covirán: Desarrolla a través de varios ámbitos de actuación su compromiso social y solidario, con un gran bagaje de actuaciones y proyectos desarrollados.

Para el desarrollo de las diferentes acciones que pone en marcha, colabora con diversas instituciones y ONG'S, que participan de forma activa tanto en su diseño como en la puesta en marcha. Esta iniciativa, enfocada hacia sus empleados, representa un buen ejemplo de integración y de preocupación por los mismos, yendo más allá de las obligaciones puramente contraídas en base a acuerdos y convenios, y obteniendo como resultado involucrar en mayor medida a los trabajadores en la empresa.

Agromartín: Esta empresa, por medio de la acción social solidaria, ha sabido dar respuesta a una situación planteada en el ámbito de su sector de actividad, la comercialización de productos agrícolas.

El proyecto nace como respuesta a una circunstancia concreta, una plantilla compuesta por trabajadores de múltiples nacionalidades y diferentes culturas, circunstancia que se ha aprovechado para el desarrollo de una iniciativa solidaria. De esta forma, Agromartín ha mejorado la integración de sus empleados, obteniendo como resultado una mayor motivación de los mismos y una mejora de sus condiciones de trabajo considerable.

El Grupo Fissa, de Jaén: Colabora con diferentes asociaciones y ONG'S en el desarrollo de proyectos conjuntos dentro de su sector de actividad, la limpieza.

El objetivo del proyecto no es otro que el de ofrecer la posibilidad de inserción laboral a aquellas personas con especiales dificultades de acceso al mercado laboral. Así, aprovechando su experiencia en el sector, y ofreciendo períodos de prácticas, se consigue una mayor integración con la comunidad, ayudando a aquellos colectivos más necesitados en el aprendizaje de una profesión.

Torcal Innovación y Seguridad, SL: Han emprendido varias líneas de actuación, principalmente en el área asistencial, en la formación y en el deporte.

Con este proyecto además de involucrar activamente a todos los empleados, se consiguió establecer una serie de redes con los beneficiarios de la iniciativa, para el desarrollo de futuras sinergias. La puesta en marcha de iniciativas que se expandan más allá del ámbito local, además de atender otras necesidades de otras comunidades, puede ayudar a la expansión de la empresa y a la mejora de sus capacidades de interrelación.



Abengoa: Esta entidad, y dentro del ámbito de la RSE, cuenta con una notable estructura que desarrolla por áreas un importante número de iniciativas, actuaciones y proyectos. Pero además de los medios humanos y materiales, dispone de una importante red de colaboradores (ONG'S, asociaciones, etc..) que hacen posible que pueda llegar a conocer las necesidades y las distintas problemáticas de los territorios en los cuales desarrolla su actividad, logrando ofrecer soluciones tangibles a las comunidades locales.

Endesa: Ha emprendido su propio programa-plataforma de voluntariado, mediante el cual desarrolla iniciativas que parten de sus propios empleados.

Los programas de voluntariado requieren en principio contar con una adecuada estructura, lo que implica la disponibilidad de recursos tanto humanos, como materiales. No obstante, Endesa también facilita el desarrollo de colaboraciones con otras empresas para canalizar la participación en diferentes iniciativas sociales y solidarias, aprovechando de esta forma la estructura de su programa de voluntariado.

IX. CONCLUSIONES

Como hemos podido ver a lo largo de esta guía en los tiempos que corren el tercer sector va ganando cada vez más protagonismo. Por lo tanto las empresas deben tomar la decisión de si establecen o no relaciones con las entidades que lo componen, si bien deben tener presente a la hora de tomar una decisión los beneficios que pueden obtener de dichas relaciones, estos son:

- 1º. Importantes deducciones en las liquidaciones del Impuesto sobre Sociedades, como la deducción por donativos o por creación de empleo para personas minusválidas.
- 2º. Mejora de su imagen de cara a sus clientes, al asociarla con entidades no lucrativas, así como captación de nuevos clientes por el mismo motivo.
- 3º. Conocimiento, a través de las entidades del tercer sector, de los bienes y necesidades que las personas a las que estas entidades prestan, demandan ayudas. De tal manera, que en colaboración con estas entidades pueden crear nuevos productos orientados a estas personas, ampliando así sus consumidores y por ende sus beneficios.
- 4º. Actividades como el patrocinio o el mecenazgo pueden constituir un reclamo publicitario más eficiente que cualquier otra actividad de marketing.
- 5º. Entre los empleados programas como el voluntariado corporativo puede aumentar la motivación y la cohesión grupal de estos, lo que redundará en un aumento de la producción.

ANEXO I



COMO ACOGERSE A LA LEY 49/2002

Serán **entidades sin fines lucrativos** que podrán acogerse al régimen fiscal de esta ley, las entidades que a continuación se enumeran siempre y cuando cumplan los requisitos que se detallarán más adelante:

- a Las fundaciones.
- b Las asociaciones declaradas de utilidad pública.
- c Las organizaciones no gubernamentales de desarrollo a que se refiere la [Ley 23/1998, de 7 de julio, de Cooperación Internacional para el Desarrollo](#), siempre que tengan alguna de las formas jurídicas a que se refieren los párrafos anteriores.
- d Las delegaciones de fundaciones extranjeras inscritas en el Registro de Fundaciones.
- e Las federaciones deportivas españolas, las federaciones deportivas territoriales de ámbito autonómico integradas en aquéllas, el Comité Olímpico Español y el Comité Paralímpico Español.

- f Las federaciones y asociaciones de las entidades sin fines lucrativos a que se refieren los párrafos anteriores.

Por otro lado, las anteriores entidades **deberán reunir los requisitos** que a continuación se detallan para poder acogerse a dicho régimen fiscal:

- 1 Que persigan fines de interés general, como pueden ser entre otros:
 - *Los de defensa de los derechos humanos.*
 - *Defensa de las víctimas del terrorismo y actos violentos*
 - *Los de asistencia social e inclusión social, cívicos, educativos, culturales, científicos, deportivos, sanitarios, laborales, de fortalecimiento institucional, de cooperación para el desarrollo, de promoción del voluntariado, de promoción de la acción social, defensa del medio ambiente, de promoción y atención a las personas en riesgo de exclusión por razones físicas, económicas o culturales...*
- 2 Que destinen a dichos fines al menos el 70 por ciento de sus ingresos.
- 3 Que la actividad realizada no consista en el desarrollo de explotaciones económicas ajenas a su objeto o finalidad estatutaria.
- 4 Que los fundadores, asociados, patronos, representantes estatutarios, miembros de los órganos de gobierno y los cónyuges o parientes hasta el cuarto grado inclusive de cualquiera de ellos no sean los destinatarios principales de las actividades que se realicen por las entidades, ni se beneficien de condiciones especiales para utilizar sus servicios, salvo algunas excepciones.
- 5 Que los cargos directivos sean gratuitos, sin perjuicio del derecho a ser reembolsados de los gastos justificados que el desempeño de su función les ocasione.
- 6 Que, en caso de disolución, su patrimonio se destine a algunas de las entidades beneficiarias del mecenazgo (entre otras las incluidas en el ámbito de aplicación de la Ley 49/2002
- 7 Que estén inscritas en el registro correspondiente.
- 8 Que cumplan las obligaciones contables legalmente previstas.
- 9 Que cumplan las obligaciones de rendición de cuentas que establezca su legislación específica.
- 10 Que elaboren anualmente una memoria económica en la que se especifiquen los ingresos y gastos del ejercicio, de manera que puedan identificarse por categorías y por proyectos, así como el porcentaje de participación que mantengan en entidades mercantiles.

Por último, en el caso de **las asociaciones** además de cumplir los anteriores requisitos, **deberán ser declaradas de utilidad pública**. Para obtener dicha calificación **deberán presentar:**

- **Solicitud** en la que deberán constar los datos de identificación de la entidad solicitante,

naturaleza jurídica, código de identificación fiscal, el número de registro y fecha de inscripción. Su contenido habrá de ajustarse a lo dispuesto en el artículo 70.1 de la Ley 30/92, de 26 de noviembre, de Régimen Jurídico de las Administraciones Públicas y del Procedimiento Administrativo Común.

En la solicitud deberá constar, además, claramente y de forma sucinta, las razones de la petición e informe justificativo de los objetivos de la asociación para que sea considerada como de utilidad pública, con especial referencia a sus actividades de interés general.

- **Memoria** (2 ejemplares), en la que se reflejen las actividades que haya desarrollado, ininterrumpidamente, como mínimo, durante los dos ejercicios económicos anuales precedentes a aquél en que se presenta la solicitud. Dicha Memoria deberá ser firmada por los miembros de la Junta directiva u órgano de representación de la entidad y deberá referirse a los siguientes extremos:
 - Número de socios -personas físicas o jurídicas- que integran la asociación.
 - Las actividades desarrolladas y los servicios prestados durante el tiempo a que se refiere la memoria.
 - Los resultados obtenidos con la realización de dichas actividades.
 - El grado o nivel de cumplimiento efectivo de los fines estatutarios.
 - Número de beneficiarios o usuarios de las actividades o servicios que presta la entidad, la clase y grado de atención que reciben, y los requisitos o circunstancias que deben reunir para ostentar tal condición.
 - Los medios personales de que disponga la entidad, con expresión de la plantilla de personal.
 - Los medios materiales y recursos con los que cuenta la entidad, con especial referencia a las subvenciones públicas y su aplicación.
 - Retribuciones percibidas en los dos últimos años por los miembros del órgano de representación, ya sean por razón de su cargo o por la prestación de servicios diferentes a las funciones que les corresponden, especificando la naturaleza laboral o mercantil de tales retribuciones, y con cargo a qué fondos se han abonado las mismas.
 - La organización de los distintos servicios, centros o funciones en que se diversifica la actividad de la asociación.
- **Cuentas anuales de los dos últimos ejercicios cerrados**, comprensivas del balance de situación, la cuenta de resultados y la memoria económica, que muestren la imagen fiel del patrimonio, de la situación financiera y de los resultados de la entidad. Los documentos que se presenten vendrán firmados por los miembros de junta directiva u órgano de representación... (2 ejemplares)

- **Certificación de la Agencia Estatal de Administración Tributaria** en la que conste que se encuentra al corriente en el cumplimiento de las obligaciones tributarias y que no constan deudas con el Estado de naturaleza tributaria en periodo ejecutivo,
- **Documentación relativa al cumplimiento de sus obligaciones fiscales** mediante certificado del servicio de Tesorería de la Delegación Provincial de la Consejería de Economía y Hacienda.
- **Certificación de la Tesorería General de la Seguridad Social** de hallarse al corriente en sus obligaciones con la Seguridad Social.
- **Copia compulsada**, en su caso, del alta en el epígrafe correspondiente del Impuesto sobre Actividades Económicas.
- **Certificado del acuerdo del órgano competente** para solicitar la declaración de utilidad pública. (2 ejemplares).
- **Copia de la tarjeta acreditativa del CIF** (2 ejemplares).

Si la Asociación fuera de ámbito autonómico, y por ello se encontrase inscrita en el Registro de Asociaciones de Andalucía, la solicitud (original y copia) se dirigirá a la Delegación del Gobierno correspondiente al domicilio de la asociación. Asimismo se acompañará copia del DNI o documento acreditativo de la identidad de los representantes de la entidad.

Si la Asociación es de ámbito nacional, la solicitud junto con el resto de la documentación, deberá dirigirse a la Secretaría General Técnica del Ministerio del Interior.

ANEXO II

COMO OBTENER LA CALIFICACIÓN DE ENTIDAD DE CARÁCTER SOCIAL

Para poder obtener dicha calificación las entidades del tercer sector deberán cumplir los siguientes requisitos:

- Carecer de finalidad lucrativa y dedicar, en su caso, los beneficios eventualmente obtenidos al desarrollo de actividades exentas de idéntica naturaleza.
- Los cargos de presidente, patrono o representante legal deberán ser gratuitos y carecer de interés en los resultados económicos de la explotación por sí mismos o a través de persona interpuesta.

Estas condiciones van a darse en las entidades del tercer sector según el análisis que se hizo de las formas jurídicas que pueden adquirir dichas entidades.

Reuniendo los anteriores requisitos las entidades podrán solicitar a la Administración Tributaria su calificación como entidades de carácter social, estando por tanto exentos del IVA los servicios de asistencia social que las mismas presten. Para obtener dicha calificación se presentará una solicitud ante la Delegación o Administración de la Agencia Estatal de Administración Tributaria, en cuya circunscripción se halle del domicilio fiscal de la entidad.

Por último, conviene destacar que respecto de dicha exención la Ley 37/1992, de 28 de diciembre, del Impuesto sobre el Valor Añadido en su artículo 20.Tres, y su Reglamento de desarrollo en su artículo 6, establecen que siempre que se cumplan los requisitos expuestos al principio de este anexo, se aplicará la exención, con independencia del momento en que se obtenga la calificación de entidad de carácter social.





Centro de Servicios Empresariales de Andalucía. CSEA
C/ Arquímedes nº2. Isla de la Cartuja - 41092 Sevilla
Telf.: 95 448 89 00 - Fax: 95 448 89 10
<http://www.cea.es> - E-mail: info@cea.es



JUNTA DE ANDALUCIA

CONSEJERÍA DE ADMINISTRACIÓN LOCAL
Y RELACIONES INSTITUCIONALES

Dirección General de Derechos de la
Ciudadanía, Participación y Voluntariado

Con la colaboración de:

BUFETE CASTRO MUÑOZ
PROGRESO, 2
41013 SEVILLA