

Ranking

Ranking

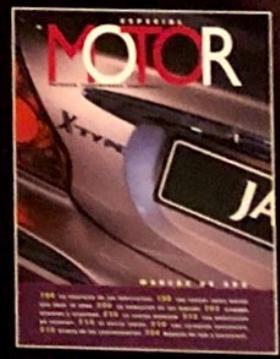
de la economía española



FONDOS DE INVERSIÓN

Vuelve la magia

● **Eléctricas** grandes inversiones para combatir el apagón ● **Isla Cartuja** renace como recinto empresarial ● Entrevista con **Eduardo Serra**



Todas las marcas

Entre la filantropía y la publicidad

El director de investigación de La Guía Práctica del Mecenazgo cree que al empresario español le pierden las prisas a la hora de aplicar esta importante figura social.

¿Cómo definiría el mecenazgo?

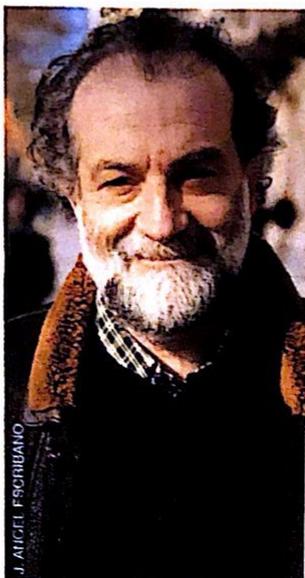
El mecenazgo es una forma de comunicación estratégica que permite la gestión de recursos bien materiales o logísticos por parte de la corporaciones hacia acciones de interés social que no se podrían producir sin esta aportación. El mecenazgo se encuentra por lo tanto cerca de la filantropía y lejos de la publicidad.

¿Existe confusión con el patrocinio y la sponsorización?

Cada una de estas figuras tiene su espacio idóneo y si no se conocen sus posibilidades puede que se usen erróneamente. Hay eventos que si se presentan como patrocinio cuando se deberían presentar como mecenazgo, darán un resultado inferior que si se presentaran con la figura que les corresponde. El mecenazgo es la figura que se acerca más a la filantropía, por tanto digamos que es el que tiene una rentabilidad social más alta en cuanto a prestigio.

¿La caída de la publicidad facilita la introducción del mecenazgo en las grandes empresas?

A partir del año 2000 el marketing pivota sobre los estilos de vida y sobre los valores. Esto hace que se tienda hacia un marketing muy selectivo, para *targets* muy concretos y específicos, muy a medida, lo que me lleva a pensar que el mecenazgo forma parte de la comunicación estratégica empresarial y que tiene un aspecto social muy apreciado porque permite que se realicen actividades que sin su recurso no se producirían. Sin embargo, bajo el punto



J. MIGUEL FERRERIANO

de vista empresarial estas actividades deben ser diseñadas y pensadas en busca de la rentabilidad.

Entiendo que esta inversión que se hace en mecenazgo es una inversión social, pero de ella se obtiene una rentabilidad económica. Puede que la tenga a medio plazo en el caso del mecenazgo, porque éste no repercute inmediatamente a nivel de incremento de ventas ya que lo que se vende es una imagen corporativa y el prestigio de la empresa. Sin duda da resultados a medio plazo, logrando una mayor fidelización de los consumidores y una mayor confianza, así como en ir cerrando un círculo de complicidades entre consumidores y empresa.

Creo que tienen previsto lanzar cursos para empresarios y grandes ejecutivos para que aprendan a utilizar racionalmente el mecenazgo.

El Instituto de Prospectiva y Análisis de la Realidad Social, así como la propia Fundación privada Mecalux junto a la Universidad Ramón Llull, van a iniciar el primer máster sobre mecenazgo, patrocinio y sponsorización empresarial. Este trabajo va a resultar relativamente fácil, puesto que contamos con las investigaciones que realizamos cada año en este campo que nos permiten observar lo que falta en el tejido social español, tanto empresarial como de organizaciones no gubernamentales y de los propios ciudadanos. Es decir, sabemos qué contenidos son los más adecuados para que el empresario acierte en esta labor.

GEMA CASTELLANO

muchas iniciativas en este campo.

A finales de los 90 y coincidiendo con la tendencia de concienciación social de solidaridad respecto a los problemas derivados de la globalización y sus repercusiones en la sociedad en general, el bienestar o el medioambiente, las empresas inician, obligadas por el mercado, una línea de crecimiento de los sectores de patrocinio solidario. Esta tendencia parece que marcará la pauta durante los próximos años y responde a una deman-

da de la sociedad, que exige a las empresas no solo que paguen impuestos, sino también que una parte de sus beneficios reviertan a la sociedad en forma de actividades altruistas de signo social o cultural.

El papel de las cajas

El mecenazgo se da sobre todo en el campo financiero. La Caixa es la primera entidad española con una aportación anual próxima a los 168 millones de euros. Esta entidad ha entregado más de 1.435 becas

de postgrado con una inversión de 44 millones de euros para ampliación de estudios en el extranjero de estudiantes españoles.

En Cataluña existe una agencia de patrocinio y mecenazgo, que funciona como una entidad pública y que pone en contacto los proyectos que necesitan mecenas con mecenas que buscan un proyecto. Cuando estas actividades son realizadas por las privadas priman el consulting y las relaciones públicas.

GEMA CASTELLANO