

Pilar Ponce Velasco*

MECENAZGO ¿POR QUÉ UNA REFORMA NORMATIVA?

La necesidad de reformar la vigente Ley de incentivos fiscales al mecenazgo deriva del acelerado cambio social acaecido en España desde 2002. La conjunción de la austeridad en el gasto público, el impacto de las nuevas tecnologías y la tradición solidaria de los españoles, aconseja diseñar un marco normativo que fomente un creciente compromiso de la sociedad civil con la cultura y otros fines de interés general. Además de incidir sobre la mejora en los incentivos fiscales, es necesario dar cobertura a fórmulas innovadoras como el crowdfunding o micromecenazgo, facilitar el reconocimiento público de donantes y beneficiarios, y posibilitar la afectación transparente de las donaciones a los fines de interés general de su elección.

Palabras clave: mecenas, mecenazgo, participación ciudadana, fundaciones, entidades sin ánimo de lucro, incentivos fiscales, crowdfunding o micromecenazgo.

Clasificación JEL: A13, D31, D62, D64, L31, L38, Z13.

1. Introducción

En 2002, España aprobó la Ley 49/2002, de 23 de diciembre, del régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo. Aquella Ley de Mecenazgo resultaba novedosa por varios motivos. El primero, porque era una ley más especializada. Se había dividido la antigua Ley de Fundaciones de 1994 en una Ley de Fundaciones, 50/2002, y en otra específica para las entidades sin ánimo de lucro y el mecenazgo.

Además, con esta división se daba más peso a las formas de participación ciudadana distintas a las fundaciones, las entidades sin ánimo de lucro, que tenían un dinamismo mayor que el de las fundaciones. Esa especialización, asimismo, reconocía la importancia que el sector asociativo había tomado en la sociedad, su trabajo y, obviamente, las deducciones que recibirían. Se ampliaba, con ello, el ámbito subjetivo de la ley y se adecuaba la legislación a una nueva realidad.

En segundo lugar, mejoraban los incentivos fiscales a las donaciones, haciéndoles superiores a los de países de nuestro entorno, de tradición continental, como Francia. Podríamos decir que esto fue lo más novedoso: España tomaba la delantera en el mecenazgo.

Poco nos duró esa ventaja. En agosto de 2003 Francia aprobó una nueva Ley de Mecenazgo que hacía parecer

* Asesora Parlamentaria del Ministro de Educación, Cultura y Deporte.

ridícula la nuestra. Mientras que los incentivos fiscales de la Ley española de 2002 eran del 25 por 100 de deducciones para las personas físicas (IRPF) y el 35 por 100 para las jurídicas (Impuesto de Sociedades, exactamente), en Francia se aumentaron al 60 por 100 para las empresas, pudiendo llegar al 90 por 100 en el caso de mecenazgo a los «Tesoros Nacionales», y al 66 por 100 para los particulares, pudiendo incrementarse hasta el 75 por 100 en el caso de ayudas a la alimentación y alojamiento de emergencia, entre otros casos excepcionales.

Según la Asociación para el Fomento del Mecenazgo Industrial y Comercial (ADMICAL), las aportaciones de empresas de más de 200 empleados pasaron de 1.000 millones de euros en 2005 (la nueva ley entró en vigor en 2004) a 1.575 millones de euros en 2007, casi un 60 por 100 más. No podemos olvidar que estamos hablando de años de crecimiento económico, pero sí hay que tener en cuenta que en Francia, ese crecimiento no fue tan dinámico como en España. En cualquier caso, lo que esto demuestra es el gran impacto que las mejoras en la Ley de Mecenazgo pueden tener hacia esta actividad y, sobre todo, como puede repercutir en los sectores beneficiarios del mecenazgo.

Del caso francés habría muchas más cosas que aprender. Aparte de los incentivos fiscales, no podemos olvidar que el Gobierno francés siempre ha hecho un gran esfuerzo por fomentar el mecenazgo y dar espacio a la sociedad civil para participar en la cultura, la acción social o la investigación. Además, es el propio Estado el que crea puntos de encuentro entre mecenas y organizaciones sin ánimo de lucro, a través de *Mission Mécénat* o *Mobee*, creados de forma específica para el fomento del mecenazgo. No es el único país de nuestro entorno que hace esto: en el Reino Unido, *Arts & Business*, que merecería una mención aparte, tiene el mismo cometido; o en Portugal, la *Rede Nacional do Mecenato Científico*, con el objetivo específico de dinamizar las donaciones vinculadas a la ciencia. Dos ejemplos estos, Reino Unido y Portugal, muy distintos entre ellos, sin embargo, al igual que otros países, utilizan instrumentos similares en este ámbito.

Apoyar el mecenazgo va mucho más allá de los incentivos fiscales, que también son necesarios. Supone un compromiso, por parte del Estado, con una forma distinta de «hacer las cosas». Es crear esos espacios de encuentro para que el mecenazgo tenga lugar. Es motivar a los mecenas para que sigan apoyando el arte, la cooperación o la ciencia. Es dar la libertad a los creadores, agentes sociales y resto de beneficiarios del mecenazgo, para que puedan actuar libremente, con la seguridad de que su trabajo saldrá adelante y con un abanico de posibilidades de financiación y de colaboradores que va mucho más allá de donde ahora puede llegar el Estado.

Todo eso y mucho más es el fomento del mecenazgo. Difícil de introducir en una ley pero no imposible. Eso es lo que tenemos que pedir a la nueva Ley de Mecenazgo.

2. ¿Por qué una reforma?

La actual ley apenas se ha tocado en sus más de diez años de vigencia. En este tiempo se ha realizado alguna pequeña modificación relacionada con la cooperación al desarrollo, otra para incluir a los organismos públicos de investigación y poco más. Sin embargo, en estos años la realidad social española ha cambiado y también las tecnologías y las formas de trabajo.

Son muchos los casos en los que vemos que la ley no da más de sí y sin embargo la sociedad sigue inventando y avanzando. Uno de ellos es el *crowdfunding* o micromecenazgo. En un contexto virtual que se mueve a gran velocidad, resulta difícil adaptarse a la actual ley. Sí es cierto que hay maneras, salidas, pero al final suponen un lastre para los nuevos proyectos. Este no es momento de lastres, es el momento de apostar por la creatividad y de permitirle volar con todas las herramientas precisas. Cualquier reforma normativa debe tener esto en cuenta, sino flaco favor hará a nuestra cultura y a nuestros creadores.

Encontramos casos en los que Hacienda, mejor dicho, la Agencia Tributaria o los tribunales económicos dan respuestas o crean jurisprudencia más avanzadas que la actual ley.

En este tiempo también han cambiado las personas y su implicación en la sociedad. Asimismo, encontramos nuevas formas de colaboración en las empresas, marcadas por el desarrollo de la Responsabilidad Social Corporativa, que siguen originando tendencias hasta el momento desconocidas o inexistentes en nuestro entorno. Ante todo esto, nuestra ley no basta, hace falta algo más.

Por otro lado, tenemos un contexto económico complicado, marcado por la austeridad en el gasto público. No podemos negar que los ajustes presupuestarios han llegado a la cultura, la cooperación al desarrollo, al ámbito social o la investigación, y que esas áreas necesitan nuevos instrumentos para continuar adelante y seguir realizando el trabajo y servicio que desempeñan en nuestra sociedad.

Uno de esos instrumentos es el mecenazgo, que no es un instrumento novedoso hace siglos que existe. ¿Qué hubiera sido del Renacimiento sin mecenas? ¿Cuánta música no se hubiera compuesto sin ellos? Y ¿la pintura? ¿Tendrían el Prado o el Louvre las mismas maravillas que tienen hoy? No creo que todo eso hubiera sido posible sin ellos. Sin embargo, la palabra y su uso han cambiado de sentido en las últimas décadas.

Si analizamos quienes son los mecenas más destacados del panorama español de los últimos años, encontraremos que, según la Confederación Española de Cajas de Ahorros (CECA), en 2006, las Cajas de Ahorros destinaban 1.500 millones de euros a obras sociales. Ni estamos en 2006 ni las Cajas de Ahorros existen hoy en día, ni sus obras sociales son lo que eran. Sin embargo, esas obras sociales crearon dinámicas de trabajo, necesidades, programas y apoyos que no podemos perder. Los actores han cambiado, pero no podemos consentir que cambien los objetivos. No podemos perder esos objetivos ni, por «la forma», olvidar «el fondo» de esas obras sociales.

Pero esto no es todo. Si bien es cierto que lo que más fácil resulta es recibir una gran suma de dinero de una sola entidad u organización para desarrollar toda una serie de actividades, el mecenazgo del Siglo XXI tiene que ser mucho más ambicioso. Ese mecenazgo debe

representar el auténtico compromiso de la sociedad civil con la cultura y el resto de ámbitos del mismo. Partiendo de esta base es como conseguiremos fomentar una cultura libre, que aúne el altruismo de la ciudadanía y la libertad de los creadores, el compromiso cívico de la sociedad y los fines de las entidades del Tercer Sector.

Aunque una de las grandes carencias del mecenazgo en España sea la falta de datos, números y cantidades, sí tenemos pruebas fehacientes que demuestran que la sociedad española es muy solidaria, que es participativa y que colabora siempre que es necesario. Si no, ¿qué hubiera sido de Banda Ace después del Tsunami? O ¿qué hubiera pasado en Haití sin las contribuciones solidarias de tantos y tantos españoles? ¿Por qué el Banco de Alimentos se ha llevado el Premio Príncipe de Asturias? ¿Solo por su trabajo o también porque cuenta con un extensísimo apoyo de la sociedad civil? Y en el ámbito de la cultura, algo «muy nuestro» y que representa un auténtico compromiso de la sociedad civil con la cultura: los Amigos de los Museos. La Federación Española de Amigos de los Museos cuenta con más de 110 asociaciones federadas. Grupos de personas que desde sus realidades, pequeñas o grandes, apoyan la cultura, las actividades de los museos, buscan fondos, colaboran como voluntarios, etcétera. Así podríamos seguir dando ejemplos en la ciencia, la educación, el deporte, la dependencia y un largo etcétera. Y siempre, como conclusión lo mismo: la sociedad española es solidaria y participativa.

Tenemos una impresionante materia prima para el fomento del mecenazgo, pero necesitamos un marco favorable que la motive, que la «aproveche» en el mejor de los sentidos de la palabra. Es también necesario visualizar el compromiso de todas esas personas que de una u otra forma colaboran con sectores tan importantes.

Podemos seguir marcándonos como objetivo conseguir la generosidad de las sociedades anglosajonas y analizar sus incentivos fiscales como el paradigma del mecenazgo, pero no nos engañemos, hay otros factores en esas culturas que han fomentado desde siempre el mecenazgo, como el protagonismo de la sociedad civil o la transparencia y la tradición de rendición de cuentas.

En cualquier caso, no hay motivos para acomplejarse ante el modelo anglosajón, como ya se ha mencionado la sociedad española es solidaria y, siguiendo el caso francés, tenemos en el derecho continental ejemplos de incentivos fiscales con una repercusión muy positiva en el mecenazgo.

Desde el Estado tenemos la responsabilidad de diseñar un marco normativo favorable para que ese potencial de la sociedad civil pueda revertir en la cultura y el resto de ámbitos del mecenazgo. A su vez, tenemos que proporcionar a todos los beneficiarios del mecenazgo instrumentos que les permitan seguir desarrollando su trabajo en circunstancias económicamente adversas; y que lo puedan hacer en libertad. Esto no quiere decir que el Estado delegue sus responsabilidades, ya que la primera responsabilidad de cualquier Gobierno es cumplir y hacer cumplir la Constitución, que en su artículo 44 dice: «Los poderes públicos promoverán y tutelarán el acceso a la cultura, a la que todos tienen derecho». Seguirá habiendo fondos públicos para la cultura y el Estado seguirá estando presente. Pero hay que completarlo con la participación activa de todos los ciudadanos. Eso también hace la que cultura sea de todos y es un factor diferenciador de los países más avanzados, en los que Estado y ciudadanía comparten sus responsabilidades y su protagonismo en áreas tan importantes como puede ser la cultura.

3. Sectores de mecenazgo

Históricamente el mecenazgo ha sido un fenómeno del mundo de la cultura. Actualmente continuamos haciendo una vinculación directa de la palabra «mecenazgo» y la cultura. Sin embargo, la Ley 49/2002 está pensada para otros muchos sectores que componen lo que llamamos «actividades de interés general». Cualquier modificación que se realice en la ley debe tener presente ese ámbito amplio del mecenazgo y pensar en la diversidad de casos que encontraremos en cada uno de esos sectores a la hora de desarrollar proyectos de mecenazgo.

Resulta muy vago —e inabarcable— decir que «serán beneficiarios de mecenazgo todos aquellos sectores que forman parte del interés general». Por ese motivo, el artículo 3 de la actual Ley de Mecenazgo, al igual que la Ley de Fundaciones 50/2002 hace una larga enumeración que no da por cerrada. Son los siguientes: «los de defensa de los derechos humanos, 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, de defensa del medio ambiente, de promoción y atención a las personas en riesgo de exclusión por razones físicas, económicas o culturales, de promoción de los valores constitucionales y defensa de los principios democráticos, de fomento de la tolerancia, de fomento de la economía social, de desarrollo de la sociedad de la información, de investigación científica, desarrollo o innovación tecnológica y de transferencia de la misma hacia el tejido productivo como elemento impulsor de la productividad y la competitividad empresarial».

La nueva Ley de Mecenazgo seguirá reconociendo estas áreas de interés general y continuará, como hace la actual legislación, sin convertirlo en un listado exhaustivo. Las sociedades evolucionan y, de igual manera, lo que consideramos en cada momento que es de «interés general». La legislación tiene que prever esos cambios sociales dándoles cabida para que se sientan protegidos por ella.

4. Incentivos fiscales

Una de las medidas más esperadas de esta ley es el incremento de las deducciones por mecenazgo o, dicho de otra forma, la mejora de los incentivos fiscales. Como ya se ha mencionado, uno de los ejemplos a seguir es el caso francés, con un 60 por 100 para las empresas y el 66 por 100 para las personas físicas. Siguiendo esta estela en 2010 el Grupo Parlamentario Popular en el Congreso registró una iniciativa en la que se proponía

una modificación de los incentivos fiscales, pasando del 25 al 70 por 100 para las personas físicas (IRPF) y del 35 al 60 por 100 en el caso del Impuesto de Sociedades. Con esta diferenciación, que priorizaba las donaciones de los particulares, se mostraba también la filosofía de la modificación de la ley: fomentar la participación de la sociedad civil en las actividades de interés general.

Aparte del caso francés hay otros ejemplos que merecen ser mencionados. En Alemania, el primer tramo de donaciones de las personas físicas tiene un 100 por 100 de deducción. Esto, siguiendo uno de los objetivos de la ley, promueve el mecenazgo de los particulares y la implicación de una ciudadanía responsable que, además, puede elegir cómo pagar sus impuestos, al menos una parte de éstos. El ejemplo alemán lo ha llevado al Congreso CiU que en varias iniciativas ha solicitado un 100 por 100 de deducciones para los primeros 150 euros donados.

Estos porcentajes y lo que estas deducciones suponen o no para las arcas del Estado podrían dar lugar a interminables debates. Siempre que se discute el tema se plantea ¿y por qué una cantidad y no otra? Son cantidades de referencia, tomadas a partir de la experiencia de otros países y pensando en el comportamiento habitual de los donantes. Se puede pensar en unas u otras, pero es obvio defender aquellas que sean más ventajosas para los sectores que en este momento más lo necesitan.

Por otro lado, si pensamos en el peso que esto tendrá para las arcas del Estado, tampoco podemos hacer grandes cálculos, como decíamos al principio la falta de «números» es una de las debilidades del mecenazgo en España. Si nos remitimos a las previsiones de Hacienda y a las Memorias de la Agencia Tributaria, encontraremos que el peso de las deducciones en las cuentas públicas oscila alrededor de los 300.000.000 de euros. Dentro de esta cantidad, el mayor peso lo tienen las donaciones a acontecimientos de excepcional interés público. Teniendo en cuenta los incentivos fiscales que se están manejando, el impacto sobre las arcas públicas podría ser del doble de la actual cantidad. Eso sí, es necesario pensar que no incrementarían los acontecimientos de

excepcional interés público y que con mayores incentivos, encontraremos más donaciones y mayor cantidad de deducciones. Por lo tanto, sabiendo que estos dos factores actuarían de forma distinta, resulta complicado hacer una proyección real. En cualquier caso sí hay que prever lo que supondrá una apuesta como esta para los Presupuestos Generales del Estado.

No obstante, distintos análisis demuestran que cada euro donado tiene un extraordinario impacto en la sociedad, no solo por los fines a los que se destina, sino por su capacidad para crear empleo y desarrollar actividades que, con muy poco, suponen un motor económico. Por eso, no podemos pensar que el dinero que se deje de recaudar por las deducciones por donaciones es un «dinero perdido», muy al contrario son inversiones que estamos realizando en la sociedad, en primer lugar y, en otros sectores de la economía como la economía social y creativa, en segundo. El dinamismo de estos sectores es muy distinto al de otras áreas económicas; su contribución y especial necesidad hacen que la apuesta por ellos dé mayores frutos.

Además de modificar los incentivos fiscales, la nueva ley tiene que reflejar prácticas que se han convertido en habituales o que ya están reconocidas por la Agencia Tributaria y que tienen que pasar a formar parte de una Ley de Mecenazgo. Viendo las firmas que participan en este monográfico de *Información Comercial Española*, no me voy a detener en esto, solamente hacer una mención especial, ya que muchas veces nos obcecamos con unas medidas concretas y corremos el riesgo de olvidar otras muchas que, como es el caso, ya están en marcha. Una nueva Ley de Mecenazgo tiene que reconocer, principalmente, dar visibilidad a todas esas medidas que hoy en día ya son corrientes en las empresas, como los pro bonos, y que también son formas de mecenazgo. Esas nuevas prácticas unidas a la Responsabilidad Social Corporativa y lo que ésta conlleva en muchas empresas, están abriendo nuevos campos al mecenazgo y la participación en actividades de interés general que tienen que estar reflejadas en cualquier modificación normativa.

5. Nuevas formas de mecenazgo: el *crowdfunding* o micromecenazgo

Siguiendo en esta línea, la nueva ley tendrá que recoger las nuevas formas de mecenazgo que se han ido desarrollando en los últimos tiempos. Una de ellas es el *crowdfunding* o micromecenazgo, cada vez más utilizado en los distintos sectores del mecenazgo.

En España contamos con experiencias muy interesantes de *crowdfunding* que van desde las corrientes más alternativas de la cultura, entre las que destacamos la experiencia de Goteo–Euskadi, hasta otras que podríamos definir como más clásicas, como la de Enric Martínez-Castignani que a través del micromecenazgo consiguió fondos para grabar un CD de ópera cuyos beneficios, a su vez, donó a un hospital. Un curioso ejemplo de un doble mecenazgo.

Asimismo, están proliferando las plataformas de *crowdfunding* donde se pueden colgar proyectos y promoverlos para contar con la financiación privada. Normalmente son donaciones sin ánimo de lucro, lo que entraría dentro del ámbito de la Ley de Mecenazgo. No obstante, vale la pena destacar la evolución de ese «micromecenazgo», que ha sido tal que empieza a convertirse en microinversiones. Algo que podría abrir un interesante ámbito al desarrollo de la cultura o la innovación para que, en actividades que pueden dar rendimientos económicos, encontraran esos microinversores dispuestos a apostar por ellos. De cualquier modo, lo que ahora nos interesa es el micromecenazgo y su reflejo en la nueva ley.

Recientemente, la Comisión de Cultura del Congreso de los Diputados aprobó, por unanimidad, una iniciativa para incluir esta tipología dentro de la nueva Ley de Mecenazgo. Sabiendo que es una tendencia que además se ha hecho muy cercana a todos, cabe esperar un reconocimiento específico para ella en la nueva ley.

El *crowdfunding* es un ejemplo del uso de las nuevas tecnologías en el mecenazgo. Estas plataformas suelen estar ubicadas en internet y contar con mecanismos rápidos y ágiles que permiten la participación de todo aquel

que lo desee. En muchos casos, además llevan contenidos que se pueden visitar y escoger el proyecto del que se quiere ser mecenas. Esto resulta más atractivo y real que un proyecto en papel.

Las nuevas tecnologías piden inmediatez, algo a lo que nuestra legislación no suele estar acostumbrada y en lo que tenemos que evolucionar. Estas nuevas formas de mecenazgo lo son en la forma y también en el fondo, con proyectos novedosos que, como decía, no siempre es evidente que se reflejen en un proyecto en papel. Podemos hablar de innovación en productos y procesos y esto es algo que, desde el Estado, se tiene que reconocer y apoyar. De no ser así, la «nueva» Ley de Mecenazgo nacerá caduca.

Aparte del *crowdfunding*, la nueva ley tendrá que realizar ajustes en formas ya existentes como los convenios de colaboración, que también necesitarán de más previsiones legislativas si queremos incrementar su uso como instrumento del mecenazgo.

6. Reconocimiento de mecenas

En Reino Unido tienen un día dedicado a los mecenas. Ese día, todas las personas que de una forma u otra son mecenas, salen a la calle con un distintivo especial: una nariz roja de payaso. Un gesto gracioso, alegre, que demuestra el compromiso de esa persona por la sociedad. No sé si España esté preparada para vernos un día a todos andando con narices rojas por la calle o con sombreros naranjas, pero sí lo está para reconocer la gran labor que tantas personas e instituciones realizan de forma solidaria.

Nuestra tradición cultural ha hecho que llevemos con absoluta discreción esos «actos de buena voluntad», que resultan las donaciones. Encontramos una forma de entender el altruismo ligada directamente al anonimato. Y puede ser así, para quien lo elija, pero, si el dicho popular dice que «es de bien nacidos el ser agradecido», también ha llegado el momento de reconocer a tantos y tantos donantes y personas comprometidas sus contribuciones a la sociedad.

Las empresas hace años que lo reclaman y han conseguido ver sus logotipos en aquello que financian, como lo hace el Estado o cualquier otro patrocinador. Algunas asociaciones, como los ya mencionados «Amigos de los Museos», reconocen las donaciones con pases a las exposiciones o visitas especiales. Son experiencias, ejemplos que ya existen, pero necesitamos más. Si queremos fomentar el mecenazgo, necesitamos dos cosas: la primera, hacer visible lo que ya hay, algo que motiva a más gente a participar en el mecenazgo. Y la segunda, reconocer esas aportaciones. Los incentivos fiscales son una forma de hacerlo, además, se necesita un reconocimiento público, como ya hacen algunas organizaciones, mediante premios que reconocen los buenos proyectos de mecenazgo o la solidaridad de determinadas personas o instituciones y reconociendo y valorando el papel de la sociedad civil, de todos y cada uno de los ciudadanos comprometidos con los beneficiarios del mecenazgo.

Si leemos con detenimiento este último párrafo, no se nos puede escapar un detalle: el reconocimiento público es necesario para los mecenas y también para los beneficiarios del mecenazgo, que saben recurrir a la sociedad para buscar fondos, que presentan proyectos interesantes e innovadores, que abren a la participación social su trabajo y que permiten que todos desarrollemos mejor el compromiso que tenemos como ciudadanos. Un reconocimiento está directamente vinculado al otro. Son responsabilidades compartidas.

7. La responsabilidad del mecenazgo: afectación de donaciones

Uno de los principios del mecenazgo es que se respeten los fines específicos para los que se destinan los fondos. Esto lo encontramos en testamentos que destinan fondos o propiedades a un fin específico y, en el caso de que se utilicen para un fin distinto, se tendrían que devolver a los legítimos herederos. O en las subvenciones, que se conceden para un objetivo concreto y si no se cumple con él deben ser devueltas a la adminis-

tración competente. Sin embargo, esto no pasa siempre con las donaciones, una muestra de ello son los museos estatales.

En este momento, salvo el Museo del Prado y ya también el Reina Sofía, si haces una donación a un museo específico, ese dinero va a la «caja común» del Estado, con lo que se puede utilizar para ese museo o para arreglar una carretera en el Ferrol. Esto desincentiva la búsqueda de fondos propios o fomenta instrumentos alternativos, no siempre claros, de financiación de actividades concretas, sin que se permita una mayor planificación de las actividades del museo.

El reconocimiento de los mecenas también pasa por la previsión de la afectación de sus bienes y donaciones a aquellos fines para los que se realizaron. A su vez, esto motivará a muchas instituciones culturales a buscar fondos que saben que podrán utilizar, que enriquecerán su programación y que les permitirán crecer en calidad expositiva, por ejemplo, y en número de actividades, de visitantes y, por qué no, de nuevos recursos.

Por todo ello, la nueva ley tiene que prever un mínimo en la autonomía de gestión, al menos, de las instituciones culturales. Lo cual, en ningún caso, eximiría al Estado de sus responsabilidades con dichas instituciones pero, nuevamente, sí fomenta la coparticipación del Estado y la sociedad en el funcionamiento de nuestra cultura, lo que contribuye a que sea de todos.

8. Nuevos mecanismos de participación

Al principio del artículo mencionaba la importancia de *Mission Mécénat* en Francia y de *Arts & Business* en Reino Unido. En España necesitamos crear una figura similar, que sea el punto de encuentro de posibles mecenas y posibles beneficiarios, o que cree espacios para fomentar el mecenazgo, espacios que no son tanto físicos como de objetivos en común y de prioridades.

En este sentido, la actual Ley de Mecenazgo prevé unas deducciones mayores en determinados casos y anualmente los Presupuestos Generales del Estado nos dan un listado de Acontecimientos de Excepcional Interés

Público que, damos por sentado, se eligen con un minucioso trabajo de análisis entre otras muchas propuestas. Sin embargo, entre unas decisiones y otras no encontramos una estrategia clara, marcada, a la que responda todo esto.

Como ya he mencionado en este artículo, tampoco encontramos muchas cifras y datos que defiendan el mecenazgo. Existe algún estudio puntual, documentos de hace años, pero no hay una metodología o sistematización que nos permita cuantificar el mecenazgo y analizarlo año a año tanto en lo cuantitativo como en lo cualitativo. Si queremos trabajar con el mecenazgo —defenderlo, promoverlo, potenciarlo, etcétera— tenemos que saber, en profundidad, de qué estamos hablando. Para ello es indispensable conocer las cifras del mecenazgo, analizar las buenas prácticas existentes, buscar alternativas en los distintos sectores que ayuden a aprender a otros, incentivar a los posibles donantes a través de datos y casos que les puedan atraer, etcétera.

Además, es necesario buscar mecanismos para que los agentes sociales, los ciudadanos comprometidos con el mecenazgo y los beneficiarios de éste estén representados y encuentren un espacio para poder trabajar a favor del mecenazgo, de nuevas formas de mecenazgo y analizarlo en profundidad. Necesitamos un punto de encuentro entre todos los actores que construyen este fenómeno que denominamos mecenazgo; porque si el mecenazgo es, en sí mismo, un mecanismo de participación de la sociedad civil, no se entiende su desarrollo sin dar lugar a esa participación.

En conclusión, necesitamos un órgano colegiado, que cuente con la participación de las distintas Administraciones Públicas y de la sociedad. Ese órgano deberá tener como responsabilidades el fomento del mecenazgo, su visibilidad —como parte de ese fomento y también para conocer mejor el fenómeno del mecenazgo—, el desarrollo de una estrategia de mecenazgo en la que puedan entrar las priorizaciones que se realicen por parte de las administraciones públicas; y, por último, acercar el mecenazgo, mediante su reconocimiento público, a toda la sociedad.

9. Conclusiones

Hay motivos más que de sobra para desarrollar una nueva Ley de Mecenazgo. El contexto económico es uno de ellos, pero no el más importante. La pieza clave en la nueva Ley de Mecenazgo tiene que ser una apuesta real y transparente por la participación de toda la sociedad en las actividades de interés general. Una apuesta que además es de libertad, libertad de los creadores y agentes de los distintos sectores a la hora de elegir sus colaboradores y financiadores; y de los ciudadanos para escoger como pagar una parte de sus impuestos.

Con todo esto, lo que cabría esperar de una nueva Ley de Mecenazgo se puede resumir en tres líneas: *i)* La mejora en los incentivos fiscales. *ii)* La inclusión de las nuevas formas de mecenazgo. *iii)* Instrumentos de fomento de la participación de la sociedad: reconocimiento público, afectación de donaciones y el desarrollo de un órgano que sirva de punto de encuentro entre mecenas y beneficiarios y que haga más visible el mecenazgo.

Este trabajo no empieza de cero. Hace tiempo que las Administraciones Públicas trabajan en esto y hace, más tiempo aún, que la sociedad avanza en todas ellas. No podemos quedarnos atrás. Tenemos que escuchar lo que pasa en nuestro entorno y reflejarlo en una nueva ley que sirva como instrumento dinamizador de unos sectores que no están pasando por su mejor momento y que cuentan con todos, Estado y sociedad. Hay herramientas para hacerlo y necesitamos que estén plasmadas en una nueva ley ambiciosa, por sus contenidos y realista en su base, que es nuestra sociedad.

Referencias bibliográficas

[1] BLAZQUEZ LIDOY, A y MARTÍN DÉGANO, I (2012): *Manual tributario de entidades no lucrativas (asociaciones y fundaciones)*. Ediciones CEF.

[2] FEDERACIÓN ESPAÑOLA DE AMIGOS DE LOS MUSEOS (2013): *Memoria de la Federación Española de Amigos de los Museos*, febrero.

[3] HOLDEN, J. (2007): *Publicly-funded Culture and Creative industries*. Demos, junio.

[4] LÓPEZ NOVO, J.P. (2008) «La filantropía en Estados Unidos: Formas. Culturas e instituciones» La Filantropía: Tendencias y perspectivas. Papeles de la Fundación nº 26. Fundación de Estudios Financieros. Madrid.

[5] MINGUELLA, F. (2010): *El Mecenazgo cultural internacional de las empresas: una contribución a la diplomacia pública*. ARI, nº 17/2010. Real Instituto Elcano.

[6] MINHAP (2006-2010): Memorias de la Agencia Tributaria.

[7] RABANAL, M. (2004): *El patrocinio y mecenazgo empresarial, en el marco de la responsabilidad social corporativa*. AEDME, Barcelona.

[8] VARIOS AUTORES (2010): *The tax Way to Cultural Diversity in Tax Policies*. The Ernst & Young International Survey on Tax Policies in Cultural Sector. Noviembre.

[9] VARIOS AUTORES (2011): *El Gasto en Ocio y Cultura en España. Análisis del caso español: visión nacional y autonómica del año 2011*. EAE Business School.

[10] VARIOS AUTORES (2012): *Sociedad Civil y Museos*. *Revista Amigos de los Museos*, nº 35.

Legislación

– Legislación comparada de la UNIÓN EUROPEA: <http://www.culturalpolicies.net/web/comparisons-tables.php?aid=41&cid=46&lid=en>.

– CEREC, Comité Européen pour le Rapprochement de l'Économie et de la Culture: <http://195.167.181.214/render.aspx?siteID=1&navIDs=1,2>.

Alemania

– Decreto del Ministerio de Finanzas: Sponsoring-Erlass, Bundessteuerblatt 1998, Teil I Nr. 4.

– Ley de fortalecimiento de la participación cívica: Gesetz zur weiteren Stärkung des bürgerschaftlichen Engagements, Bundesgesetzblatt 2007, Teil I Nr. 50.

Francia

– Loi nº 2003-709 du 1er août 2003 relative au mécénat, aux associations et aux fondations.

España

– Ley 49/2002, de 23 de diciembre, de régimen fiscal de las entidades sin fines lucrativos y de los incentivos fiscales al mecenazgo.

– Ley 50/2002, de 26 de diciembre.

Italia

– Legge 21 novembre 2000, n. 342, disposizioni in materia di imposte sui redditi (art. 38).

– Proposta di legge sulla sponsorizzazione privata della ricerca universitaria Domenica 11 Ottobre 2009 12:01 - Ultimo aggiornamento Domenica 11 Ottobre 2009.

– Decreto presidenziale 917/1986.

Portugal

– Lei Mecenato - Decreto-Lei 74/1999, de 16 de Março - I Série (Actualizado pela Lei 160/99, Lei 176-A/99, Lei 3-B/2000, Lei 30-C/2000, Lei 30-G2000, Lei 109-B/2001, Lei 107-B/2003, Lei 26/2004).

– Lei 26/2004. Aprova o Estatuto do Mecenato Científico e procede à nona alteração do Decreto-Lei n.º 74/99, de 16 de Março (Estatuto do Mecenato).

Reino Unido

– Charities Act 2006 – Guide to Arts Funding in England. <http://www.artsandbusiness.org.uk/>.

En el próximo número de
Información Comercial Española. Revista de Economía

Financiación de la internacionalización de la empresa española

Conmemorativo de los 25 años de COFIDES
1988-2013

<i>Luis de Guindos Jurado</i>	Presentación
<i>Salvador Marín Hernández</i>	Introducción
<i>Antonio Fernández-Martos Montero</i>	Diagnóstico de las necesidades y problemas a los que se enfrentan las empresas españolas: 1988-2013
<i>M^a del Coriseo González-Izquierdo Revuelta</i>	Caracterización y comportamiento de la empresa exportadora española: un análisis desde la experiencia de las políticas de ICEX
<i>Román Escolano Olivares</i>	El ICO y su aportación a la financiación internacional
<i>Rafael Loring Rubio</i>	CESCE: su aportación a la internacionalización española
<i>José María Blasco Ruiz</i>	Del FAD a los nuevos instrumentos de apoyo financiero a la internacionalización: el FIEM
<i>Salvador Marín Hernández</i>	COFIDES y sus específicas características en la financiación internacional
<i>Antonio Aragón Sánchez Joaquín Monreal Pérez y Francisco M. Somohano Rodríguez</i>	Determinantes de la inversión directa en el exterior de la empresa española en un contexto de incertidumbre
<i>Domingo García Pérez de Lema Antonio Duréndez Gómez-Guillamón y Francisco J. Martínez García</i>	Crecimiento, endeudamiento y rentabilidad de las empresas que realizan inversión directa exterior en España
<i>David Crowther y Esther Ortiz Martínez</i>	Revelación de información de responsabilidad social en empresas internacionalizadas: análisis comparado

Coordinador: **Salvador Marín Hernández**

Últimos números publicados:

Economía de la vivienda en España

Liberalización del comercio interior

Innovación y competitividad

Nuevas tendencias de los flujos inversores

Unidad de mercado

Números en preparación:

La agenda comercial bilateral de la UE

Crisis bancaria y regulación del sector financiero en la UE

