



Pere Clotas i Cierco

EL PATROCINI EMPRESARIAL

I COM BUSCAR PATROCINADOR

Presentació, Joan Manuel Tresserras

Conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya

amb el suport de



Generalitat de Catalunya
Agència de Patrocini
i Mecenatge



Pere Clotas i Cierco

EL PATROCINI EMPRESARIAL

I COM BUSCAR PATROCINADOR

Per el bon amic Pere A. Fàbrega,
amb el seu apadrinat per
la seva amable col·laboració

Pere
Clotas

Pere Clotas i Cierco

EL PATROCINI EMPRESARIAL

I COM BUSCAR PATROCINADOR

Presentació

Joan Manuel Tresserras i Gaju

Conseller de Cultura i Mitjans de Comunicació de la Generalitat de Catalunya

Il·lustració sobrecoberta

Josep Grau-Garriga

Pròleg

Manuel Parés i Maicas

Professor emèrit de la Universitat Autònoma de Barcelona

Annexos

Raimon Bergós i Civit

Director del Bufet Bergós i secretari general de
la Coordinadora Catalana de Fundacions

Nathalie Sauvanet

Exdelegada general adjunta d'Admical i responsable del projecte Fundació
per a la clientela del BNP Paribas Banca Privada



Comitè editorial de la col·lecció *Acción Empresarial*:

Tomás Alfaro, José Luis Álvarez, Ángel Cabrera, Salvador Carmona, Guillermo Cisneros,
Marcelino Elosua, Luis Huete, María Josefa Peralta, Pedro Navarro, Pedro Nuño, Jaime Requeijo, Carlos Rodríguez
Braun y Susana Rodríguez Vidarte.

Col·lecció Seny i Raixa

Editat per LID Editorial Empresarial, S.L.

Musgo 3, 28023 Madrid • Tel. 91 372 90 03 • info@lideditorial.com

Marqués de Mulhacén 9, 08034 Barcelona • Tel. 93 252 14 01 • bcn@lideditorial.com

LIDEDITORIAL.COM

A member of **BPR** 

businesspublishersroundtable.com

No està permesa la reproducció total o parcial d'aquest llibre, ni el seu tractament informàtic, ni la transmissió de cap manera o qualsevol mitjà, ja sigui electrònic, mecànic, per fotocòpia, per registre o altres mètodes, sense el permís previ i per escrit dels titulars del *copyright*. Reservats tots els drets, inclòs el dret de venda, lloguer, préstecs o qualsevol altra forma de cessió de l'ús de l'exemplar.

Editorial i patrocinadors respecten íntegrament els textos dels autors, sense que això suposi compartir l'expressat en ells.

© Pere Clotas i Cierco 2008, del text

© Manuel Parés i Maicas 2008, del pròleg

© Raimon Bergós i Civit i Nathalie Sauvanet 2008, dels annexos

© Josep Grau-Garriga 2008, de la il·lustració de la coberta

© LID Editorial Empresarial 2008, de l'edició

Impreso en España / Printed in Spain

EAN-ISBN13: 9788483560518

Editora de la col·lecció: Helena López-Casares

Editora: Maite Rodríguez Jáñez

Assessorament lingüístic: Mònica Gisbert i Susanna Turon

Disseny i maquetació: p comunicació corporativa

Impressió i enquadernació: Creacions Gràfiques Canigó, S.L.

Dipòsit legal: B-13950-2008

Primera edició: febrer del 2008

accions de patrocini de les empreses dels diferents sectors en projectes aliens a l'empresa, finançant beques (moltes empreses en concedeixen), càtedres, cursos de postgrau o altres ajuts.

En l'enquesta AEDME 2005 aquest àmbit no s'inclou dins del patrocini social o solidari, com es fa en aquest treball, sinó que se'l considera separatament. Doncs bé, segons aquesta enquesta, un 84,2% de les empreses que patrocinen ho fan en aquest àmbit, percentatge superior al corresponent a cultura (82,5%) i a qualsevol altre àmbit, excepte el social-solidari (86% de les empreses). És a dir, un gran nombre d'empreses patrocinen diversos àmbits. En l'enquesta Admical 2005, a França, l'educació (inclosa en el patrocini social-solidari) és la que aconseguix més patrocini (27,6%) de les accions totals d'aquest patrocini social.

Malgrat que la universitat i l'empresa a Espanya encara estan molt allunyades, el patrocini empresarial és cada vegada més important en l'àmbit universitari, responsable com és, en gran part, de la formació de professionals i de la recerca. Per exemple, el nou projecte català Barcelona School of Economics, impulsat per la Universitat Autònoma de Barcelona i la Universitat Pompeu Fabra i liderat pel prestigiós economista Andreu Mas-Colell, ha comptat amb el patrocini de diferents empreses amb seu a Catalunya, com La Caixa, Caixa Catalunya, Banc Sabadell i Agbar. Un ja llunyà exemple també d'iniciativa empresarial en el món de la formació el tenim –com explica Pere Fàbregas¹³ en la creació de les escoles superiors de negoci a Catalunya, com ESADE o IESE. A finals de la dècada dels cinquanta, els joves empresaris catalans, sota el mestratge de Jaume Vicens Vives, van entendre que era la societat civil, la nova burgesia del país, qui havia d'activar el motor social en aquest aspecte i en altres de la modernització de Catalunya. Des del vessant polític s'invoca també la importància d'aquesta relació: segons l'aleshores president Maragall, en l'obertura del curs universitari 2004-2005, "el desenvolupament de Catalunya ha de fonamentar-se en el turisme, la indústria i la universitat".

A Espanya hi ha una vintena d'universitats privades, quan vint-i-cinc anys enrere només n'hi havia quatre. Malgrat tot, el finançament privat de la universitat a tot Europa és molt inferior al dels Estats Units, on les principals universitats (Harvard, Yale, Stanford) reben donacions per valor de centenars de milions de dòlars dels exalumnes i de grans fundacions, i la Comissió Europea ha recomanat més llibertat als centres educatius perquè puguin dissenyar esquemes de finançament amb més participació

¹³ Pere A. FÀBREGAS. *Arrels d'un futur*. Barcelona: Edicions ESADE, 2004.