

Marta Rey García*

FILANTROPÍA Y PARTICIPACIÓN CÍVICA EN EL ALBOR DEL SIGLO XXI

El concepto de filantropía ocupa hoy un espacio borroso entre los de sociedad civil, Tercer Sector, capital social y responsabilidad social de las organizaciones. El fenómeno en sí es complejo, prevalente en distintas culturas y extraordinariamente resiliente desde una perspectiva dinámica. Este artículo propone una definición operativa compuesta por múltiples dimensiones (motivaciones e intenciones del donante, beneficiarios, proceso de intercambio y resultados) con el objetivo de superar la tentación reduccionista en ausencia de síntesis conceptual. Se comparan los principales argumentos legitimadores de la filantropía en la contemporaneidad con la actual tendencia a la medición y rendición de cuentas de su impacto social, y se sugiere un mayor énfasis sobre la participación de los beneficiarios en el proceso filantrópico.

Palabras clave: filantropía, sociedad civil, Tercer Sector, entidades no lucrativas, fundaciones, capital social, responsabilidad social corporativa, evaluación de impacto social.

Clasificación JEL: A13, D64, L31, M31, Z13.

1. Introducción

El recorrido conceptual del término filantropía es tan antiguo como intrincado. La etimología en Occidente es clara: «amor al género humano», como recoge la RAE¹. Sin embargo, si términos como familia o empresa evocan en nosotros con relativa precisión y cierta homogeneidad las correspondientes instituciones sociales, la palabra filantropía sugiere significados en absoluto consensuales y, en ocasiones, conlleva incluso connotaciones negativas.

En cuanto al ámbito académico, la filantropía ha sido objeto de un emergente interés científico durante los últimos 30 años, pero no existe todavía una síntesis conceptual. ¿Por qué resulta tan difícil conceptualizar la filantropía? En primer lugar, porque la filantropía es un fenómeno multidimensional, en el que concurren iniciativas y relaciones de personas y de organizaciones; factores éticos, emocionales y cognitivos; procesos sociales, económicos y políticos; y efectos observables a nivel macro, meso y micro. En segundo lugar, porque se trata de una institución que no solo es sorprendentemente prevalente a lo largo de distintas etapas históricas y a lo ancho de diferentes marcos culturales, sino que además ha mutado de modo sustantivo en sus manifestaciones y percepciones a través de todos ellos.

* Profesora contratada doctora. Departamento de Análisis Económico y Administración de Empresas. Facultad de Economía y Empresa. Universidad de A Coruña.

¹ <http://lema.rae.es/drae/?val=filantrop%C3%ADa>.

El origen del término se remonta a la Atenas de Pericles del Siglo V aC, donde se utilizará sucesivamente en (con)textos teológicos, filosóficos y políticos. En la Grecia clásica, la *philanthrôpia* se asocia en un principio a la divinidad, para terminar vinculándose con el paso del tiempo a virtudes esencialmente cívicas. La única definición formal de filantropía de la Grecia clásica que ha llegado hasta nosotros, la del diccionario filosófico de la Academia platónica, hace referencia tanto a las buenas obras y a los hábitos correctos que emanan del amor a la humanidad, produciendo beneficios para ella, como al estado de gracia o plenitud de conciencia innatas al ser humano que los origina (Sulek, 2010a).

Desde una perspectiva dinámica más amplia, podríamos hablar no tanto de transición del concepto de filantropía del ámbito de lo divino al ámbito de lo humano, sino más bien de sucesivas reinenciones conceptuales (en ocasiones acompañadas por abandonos temporales del propio vocablo) al calor de las visiones filosóficas, religiosas o ideológicas dominantes en cada momento. Redefiniciones paralelas, por otro lado, a la transformación del propio fenómeno filantrópico en el contexto de sociedades cambiantes, y que se sustituyen en ocasiones, superponiéndose parcialmente en otras. Así, la formulación filosófica del término en la era moderna arranca con el hábito de hacer el bien de Francis Bacon y acaba cristalizando en benevolencia universalista hacia la humanidad. En la contemporaneidad, el énfasis se traslada a la transacción entre el donante y el receptor del acto filantrópico (Sulek, 2010b).

¿De qué hablamos cuando hablamos de filantropía hoy?

La idea de filantropía ocupa hoy un espacio con límites borrosos en el punto de encuentro entre diversos conceptos: la sociedad civil, el tercer sector o de entidades no lucrativas, el capital social y la responsabilidad social de las organizaciones. No hay que olvidar que en la actualidad tanto los individuos (en vida o *mortis causa*), como las comunidades y redes informales, u organiza-

ciones formalmente constituidas como las empresas y también las entidades no lucrativas (ENLs), adoptan iniciativas destinadas a satisfacer fines de interés general.

El concepto originario de sociedad civil, cuajado en el Siglo XVIII por David Hume, Adam Smith y otros ilustrados escoceses, evocaba un tipo ideal de sociedad, formada por individuos en un entorno social ordenado gracias al contrapeso de instituciones políticas, económicas y sociales diversas, y a una convivencia público-privada basada en la tolerancia y el diálogo. Ciudadanos que, además de ser libres para gobernarse mediante un sistema político basado en la separación de poderes, y para enriquecerse gracias al libre comercio, serían libres para participar activamente en la consecución del bien común. Un tipo ideal de sociedad cuyos rasgos Alexis de Tocqueville reconoce en los Estados Unidos de su época. Esa acepción normativa y amplia de sociedad civil caerá en desuso para renacer a finales del Siglo XX. En su nueva formulación se referirá a un tipo de sociedad que se opone tanto a las de carácter totalitario como (semi)corporatista, en la medida en que combina la democracia liberal, la economía de mercado y un tejido social rico y diverso donde caben instituciones, organizaciones y redes informales. Precisamente para referirse a ese tejido social se utiliza, en ocasiones, el término sociedad civil en sentido restringido (Pérez, 2000); definiéndose entonces como «la red de asociaciones, grupos y actividades informales que existe separadamente tanto del Estado como del mercado» (Smith y Grønbjerg, 2006: 229). En el caso español, las últimas dos décadas han sido testigos del desarrollo de una sociedad civil incipiente, expresada tanto en términos del número de voluntarios y donantes individuales e institucionales, como de creación de nuevas ENLs y crecimiento de su actividad. No nos referimos al comportamiento de las élites, sino de amplias capas de la sociedad española, en un proceso que podríamos denominar de democratización de la filantropía (Rey, Álvarez y Valls, 2013).

En cuanto al sector de entidades no lucrativas, en su formulación original de «Tercer Sector» independiente de los sectores público y empresarial, es una reciente invención

estadounidense que, curiosamente, se origina en una coyuntura crítica gracias a la iniciativa de una saga familiar reputada por su tradición filantrópica. Durante las décadas de 1950 y 1960 se habían acentuado en aquel país las críticas a las fundaciones y a otras entidades no lucrativas favorecidas por exenciones y deducciones fiscales, en un contexto de alzas inflacionistas e impositivas. Se entendía que dicho régimen había incentivado, por un lado, una filantropía orientada a minimizar costes fiscales al donante y, por otro, la proliferación indiscriminada de ENLs beneficiarias de dichos donativos, pero fundamentalmente orientadas a influir sobre la formulación de políticas al tiempo que a captar subvenciones y contratos públicos. Se habían sucedido investigaciones en el Congreso y el Senado, plasmándose alguna de ellas en informes de dureza extrema para las fundaciones, juzgadas como instrumentos de transmisión del control sobre grandes corporaciones sin coste fiscal para sus propietarios, y/o entidades dedicadas a fines más políticos que filantrópicos (con ejemplos señalados como el de la Fundación Ford). Como resultado de todo ello, en 1969 se endurecerá sustancialmente el tratamiento fiscal para las fundaciones y otras entidades no lucrativas con consecuencias que aún perduran hoy (Rey y Puig, 2013).

En este contexto, John D. Rockefeller III liderará una estrategia legitimadora para todas las ENLs, fundaciones incluidas, y su tratamiento fiscal diferenciado a través de tres líneas: *i*) la financiación de una comisión vinculada al Departamento del Tesoro para producir informes de investigación sobre dichas organizaciones (Filer Commission, 1973); *ii*) la financiación del primer programa académico sobre el sector en la Universidad de Yale (1978), y *iii*) la creación de *Independent Sector* como paraguas organizativo común a fundaciones donantes y ENLs beneficiarias (1980). El colofón de todos estos esfuerzos será la consolidación del concepto de un sector netamente diferenciado, compuesto por entidades enormemente diversas pero bajo el denominador común de carecer de propietarios y no distribuir beneficios. Acorde a esta conceptualización, su propia diversidad convertiría al sector en pieza imprescindible de una democracia basada en el

pluralismo; al tiempo que sus rasgos comunes le harían merecedor de un tratamiento fiscal favorable (Hall, 2006).

Esta estrategia de legitimación se internacionaliza con notable éxito. En el caso español los procesos de formulación, institucionalización y crecimiento del Tercer Sector se aceleran en los primeros años de la década de los noventa; desarrollándose en paralelo un interés investigador en torno a él. Conviven aportaciones fundamentalmente macro y meso económicas (i.e. estimaciones de la contribución del sector o de sus subsectores en términos de PIB y empleo) realizadas desde dos perspectivas diferentes. La primera, exportada desde Estados Unidos gracias al Johns Hopkins Comparative Nonprofit Sector Project liderado por Lester Salamon y centrada en ENLs en sentido estricto, esto es entidades singulares, fundaciones y asociaciones de utilidad pública (desarrollada en España por el profesor Ruiz de Olabuénaga). La segunda, desarrollada en Europa por el CIRIEC y comprensiva de un abanico diverso de entidades de la economía social —entidades singulares, ciertas fundaciones y asociaciones financiadas con fuentes «no de mercado», instituciones religiosas, cajas de ahorros, cooperativas, sociedades laborales o empresas de inserción— (Marbán y Rodríguez, 2008 y Rey y Álvarez, 2011).

Sin embargo, esta línea investigadora se encuentra en nuestro país en un *impasse* por múltiples razones. Desde el punto de vista de las Administraciones, el Instituto Nacional de Estadística (INE) no ha implementado una cuenta satélite para el sector no lucrativo. En cuanto a la Agencia Tributaria, protege celosamente los datos declarados por organizaciones donantes y beneficiarias de iniciativas filantrópicas a los efectos de deducciones y exenciones; cayendo en cualquier caso buena parte de la actividad filantrópica individual o informal por debajo del radar fiscal y/o estadístico. La competencia de registro y supervisión de las propias ENLs se encuentra distribuida en una pléyade de unidades administrativas, tanto estatales como autonómicas. Desde el punto de vista del propio sector, la crisis en curso ha estrangulado las expectativas de financiación de investigación rigurosa y sistemática sobre la materia. No existen encuestas del

tipo *Giving USA* que permitan analizar longitudinal o transversalmente la filantropía individual. En cuanto a la filantropía institucional, el recorrido de mejora que tienen ante sí las fundaciones, en términos de transparencia y rendición de cuentas ante la sociedad en general, tampoco facilita la obtención sistemática de datos (Rey y Álvarez, 2011 y Rey, Martín y Álvarez, 2012).

En cuanto al capital social, tanto las iniciativas filantrópicas informales como las organizaciones del Tercer Sector han sido caracterizadas desde la academia como capital social en sí o fuentes generadoras de ese recurso. En el trabajo seminal de Coleman sobre los efectos del capital social sobre la creación de capital humano, el capital social es definido como aquél que se encarna en la estructura de las relaciones entre los actores socioeconómicos, ya sean éstos personas u organizaciones. Su valor como recurso les permite conseguir sus intereses, con resultados a nivel tanto macro como micro, económicos o no. A diferencia de los otros tipos de capital productivo (financiero, físico o humano), la mayoría de las manifestaciones del capital social tienen características propias de los bienes públicos, pues los actores que lo generan se apropian solo de una pequeña parte de sus beneficios; redundando esto en un déficit inversor en dicho capital. Existen tres tipos básicos: obligaciones y expectativas (dependientes de la capacidad del entorno social para generar confianza), canales de información (dependientes de la capacidad de la estructura social para generar flujos de información que faciliten la acción), y normas y sanciones efectivas (Coleman, 1988).

El último concepto actualmente limítrofe con la filantropía es la responsabilidad social corporativa (RSC), entendida como la integración voluntaria por las organizaciones de compromisos sociales y medioambientales en sus operaciones e interacción con grupos de interés. La RSC ha crecido en popularidad durante las últimas décadas hasta el punto de arrinconar el uso de la palabra filantropía en el ámbito empresarial, o de limitar su alcance a las donaciones de las compañías para fines de interés general. En ese contexto, la filantropía empresarial es considerada, con frecuencia, bien como el componente

más prescindible de ese compromiso (muy deseable, pero no esperado en sentido moral), bien como una etapa preliminar de bajo valor añadido en la evolución dinámica del concepto de RSC (Rey, 2012).

2. Abordajes parciales del fenómeno filantrópico y la tentación reduccionista

Las dificultades para conceptualizar la filantropía en ausencia del esfuerzo académico sostenido y multidisciplinar que habría sido necesario, han redundado, por un lado, en la acumulación de aproximaciones parciales desde la perspectiva de la disciplina e intereses de cada investigador; y, por otro, en la constante tentación de reducir un fenómeno complejo a alguna de sus dimensiones. Una buena parte de los abordajes han sido colindantes con una aproximación sociológica donde los actores interactúan en sociedad en el contexto determinante de sus normas e instituciones. Otra línea se ha construido sobre una visión económica donde los actores toman la iniciativa para conseguir de modo racional su objetivo primordial de maximizar su propia utilidad de manera independiente y competitiva (Steinberg, 2006 y Smith y Grønberg, 2006). Aunque el nuevo concepto de capital social ha generado puntos de encuentro entre ambas aproximaciones, el grueso de la literatura es de índole bien jurídica bien fiscal (Rey y Álvarez, 2011). Y, en cualquier caso, la filantropía ha sido objeto de interés investigador en el contexto más amplio del análisis del tejido social o sociedad civil en sentido restringido, del sector no lucrativo, o de los diversos roles que esos actores juegan en sus relaciones con los sectores público y empresarial. Es decir, que ese interés ha sido muchas veces colateral o abiertamente marginal, con la significativa excepción de Estados Unidos (en España hay que remontarse al monográfico dirigido por Víctor Pérez Díaz en homenaje a Rodrigo Uría Jr. para encontrar un antecedente del monográfico de Información Comercial Española que hoy nos ocupa; vid. Pérez, 2008).

El resultado final ha consistido en visiones diversas, y en ocasiones contrapuestas, acerca de la intrínseca

naturaleza del fenómeno filantrópico. Si los roles de las ENLs respecto al sector empresarial están infrainvestigados (Harris, 2012), sus roles respecto al sector público han sido caracterizados como suplementarios, complementarios o adversarios (Young, 2000). Se ha considerado a las ENLs como entidades independientes que compiten entre sí para resolver fallos tanto del mercado como del Gobierno (Weisbrod, 1977 y Hansmann, 1980); como entidades dependientes de la financiación pública que proveen bienes y servicios públicos, en colaboración con las Administraciones, como resultado de fallos voluntarios (Salamon, 1995 y Vaughan, 2010); y como organizaciones prestadoras de servicios con la aspiración de influir sobre las políticas públicas que operan tanto en entornos neoliberales como propios del Estado de bienestar, compitiendo o colaborando con las Administraciones públicas, las empresas y otras ENLs (Walker, 1991; Salamon y Anheier, 1996; Hall, 2006 y Enroljas, 2009).

Otras aproximaciones académicas han caracterizado a la sociedad civil en sentido restringido y a sus organizaciones como vehículos de participación cívica que en su diversidad garantizan el pluralismo y contribuyen a generar capital social para avanzar en la formación de una verdadera sociedad civil en sentido amplio (Putnam, 1993; Coleman, 1988; Giner y Pérez, 1988 y Clemens, 2006); o como colaboradores del Gobierno y de las empresas en la gobernanza de las sociedades contemporáneas (Newman, 2004 y Rhodes, 2001). Si algunos autores han entendido que las ENLs son fundamentalmente un producto de su entorno político, legal e institucional (DiMaggio y Anheier, 1990); las teorías neoinstitucionales han abordado las complejas relaciones de interdependencia que mantienen con otros actores sociales, desdibujando las fronteras entre sectores (Smith y Lipsky, 1993); y otros autores, finalmente, han analizado a las organizaciones filantrópicas en el contexto del nuevo orden global y desde su capacidad para influir sobre su propio entorno institucional (Rey y Puig, 2013).

En el contexto de esta constelación de visiones, el uso del término filantropía ha acabado reduciéndose a la donación de fondos y/o a la actividad fundacional, de

carácter privado y secular, para fines de interés público; realizada al margen de la Administración pública pero apoyada por el Estado a través de un régimen fiscal favorable. La evidencia disponible, sin embargo, apunta en direcciones bien distintas. La filantropía basada en una ética de carácter secular sigue conviviendo con la impulsada por el valor de caridad común a las tres grandes religiones monoteístas —cristianismo, judaísmo e islamismo—. En Estados Unidos, país que suele tomarse como referencia en el ámbito filantrópico, la contribución económica a las respectivas iglesias representa más de la mitad de las donaciones individuales y es además una de las finalidades más frecuentes entre las fundaciones familiares, grandes y pequeñas (Reich, 2005 y Foundation Center, 2011).

En cuanto a la relación con el Estado, la filantropía ha sido objeto de su paulatino reconocimiento en la Edad Moderna, desde que Inglaterra promulgó su Estatuto de Usos Caritativos en 1601 (Smith y Borgmann, 2001). Ahora bien, la España reciente es un caso ilustrativo de que la dependencia de la actividad filantrópica del Estado puede ir mucho más allá del ejercicio, por parte de éste, de su tradicional prerrogativa de proveer de un marco legal a la creación, mantenimiento y supervisión de fondos e instituciones con fines filantrópicos; e incluso de la financiación o eventual control públicos de ENLs de naturaleza privada (el 9 por 100 de las fundaciones existentes en España en 2009 estaban controladas por el sector público; Rey y Álvarez, 2011). Un reciente análisis comparativo internacional arroja un contraste sumamente ilustrativo de la fuerte dependencia de la filantropía de lo gubernamental en nuestro país. Por un lado, demuestra que los españoles han sido muy generosos, en términos relativos, en su respuesta filantrópica a emergencias y proyectos de ayuda internacional, consiguiendo las ENLs captar más de 290.000.000 de euros con motivo de las cinco principales campañas realizadas entre 1997 y 2010, en abierta competencia por el incipiente mercado filantrópico privado. Por otro, el estudio demuestra que las campañas de captación de fondos para fines de interés general más exitosas han sido aquéllas mediatiza-

das por la intervención, directa o indirecta, del Estado. Así, entre 2003 y 2009 se ha captado un promedio anual de 2.792 millones de euros a través de las loterías benéficas de la Organización Nacional de Ciegos (ONCE), Cruz Roja y la Asociación Española contra el Cáncer (AECC) y de la asignación tributaria del IRPF (Rey, Álvarez y Valls, 2013).

3. Hacia una definición operativa de la filantropía

Se ha impuesto, en definitiva, la interpretación más empírica de la filantropía como donación, esto es, como transferencia cuantificable de recursos privados a la esfera del bien público. En esta línea, en el mundo anglosajón el término *giving* ha prevalecido, reservándose *philanthropy* de modo específico para la actividad de las fundaciones y otras fórmulas de filantropía organizada o institucional (las iniciativas privadas en pro de fines de interés general que se articulan a través de entidades *ad hoc* como *endowments*, *charitable trusts*, etcétera). En esta línea, el fenómeno filantrópico con frecuencia se ha reducido todavía un poco más, y acaba identificándose con la actividad de *giving* que cuenta con un tratamiento fiscal favorable, o con aquella que desarrollan las empresas, o con la referida específicamente al ámbito de la cultura (utilizándose con frecuencia, en estos casos, el término *mecenazgo*).

El riesgo evidente de esta cadena de reducciones conceptuales es la desnaturalización del fenómeno que se pretende representar. Por este motivo, la definición operativa que se propone englobaría todo tipo de iniciativas privadas y voluntarias en pro de fines de interés general, cuenten o no con un tratamiento fiscal favorable, sean o no cuantificables en su totalidad, se basen en valores laicos o religiosos, y ya sean promovidas por individuos, familias, empresas o por entidades no lucrativas. Se trata, en definitiva, de recuperar la definición de la filantropía como un proceso que nace de la acción privada y voluntaria por el bien público (Payton, 1988) y con ello reivindicar la interpretación del fenómeno filantrópico desde el ámbito moral, como un acto de libertad

con consecuencias sobre las personas y las organizaciones, al tiempo que se construye el concepto sobre sus múltiples dimensiones:

- Las motivaciones (*¿por qué?*)
- Las intenciones (*¿para qué?*)
- Los beneficiarios (*¿para quién?*)
- El proceso de intercambio con ellos (*¿cómo, cuánto y cuándo?*)
- Los resultados finalmente obtenidos por la iniciativa filantrópica (*¿qué?*).

El «*por qué*» incluye gratificaciones intrínsecas, incentivos económicos, el reconocimiento de los demás, el sentido de pertenencia a una comunidad, y motivaciones éticas o trascendentes. Una amplia revisión de investigaciones empíricas sobre las motivaciones de los iniciadores del proceso filantrópico más habitual, esto es, personas que donan a entidades no lucrativas, ha identificado ocho grandes mecanismos: *i*) conciencia de una necesidad insatisfecha; *ii*) existencia de una petición de ayuda; *iii*) examen de los costes y beneficios de donar, incluidos los costes psicológicos o percibidos; *iv*) altruismo o preocupación por los beneficiarios; *v*) consecuencias reputacionales o sociales; *vi*) beneficios psicológicos, incluida la imagen que el donante tiene de sí mismo; *vii*) valores; y *viii*) eficacia o la convicción de que la donación tendrá un impacto positivo (Bekkers y Wiepking, 2011 y Wiepking y Breeze, 2012).

En cuanto al «*para qué*», las intenciones filantrópicas pueden oscilar también ampliamente: entre cambiar el mundo y mantener el *statu quo*; entre «dar peces» y «enseñar a pescar»; entre hacer y hacer que otros hagan; entre hacer hoy y hacer mañana; entre la empatía con las necesidades del otro y la preocupación por los propios intereses; entre complementar la acción del sector público y sustituirla; entre «que no sepa tu mano izquierda lo que hace tu derecha» y la vocación decidida de influir sobre el entorno y, en particular, sobre los procesos de formulación de políticas públicas. El abanico es amplio y las combinaciones infinitas. Las intenciones de la filantropía benéfica o asistencial tradicional se orientaban a paliar los síntomas de los problemas sociales y solían

tener que ver con una institución determinada o una necesidad social específica. La denominada filantropía científica, que se origina en Gran Bretaña en el Siglo XIX al calor de diversas iniciativas de reforma social y cuaja en Estados Unidos a principios del Siglo XX, se caracteriza por la pretensión de abordar las raíces de los problemas sociales con la cobertura flexible de una misión generalista (Rey y Puig, 2013). En cualquier caso no hay que olvidar que en ocasiones las fundaciones se constituyen por un «por qué» (por ejemplo, después de examinar los costes y beneficios de fundar, incluidos los de naturaleza fiscal), y emprenden con posterioridad la búsqueda finalista de su «para qué».

El «para quién» es clave para cualificar el «para qué», dado que la acción filantrópica debe necesariamente redundar en la mejora del bienestar de un grupo de personas distinto al compuesto por los donantes, fundadores, patronos y su círculo más cercano (Hopt *et al.*, 2006). Ahora bien, la denominada filantropía estratégica, tendencia prevalente en la actualidad, se asienta precisamente sobre la idea de que una acción filantrópica alineada con la estrategia y valores del donante redundará también en beneficios para él. Estos beneficios pueden tener valor económico y pueden ser tanto «blandos» —construcción de relaciones de confianza con grupos de interés clave—, como «duros» —mayor ventaja competitiva basada en mejoras de factores de input, condiciones de demanda, industrias relacionadas o contexto institucional— (Porter y Kramer, 2006 y 2002). En el ámbito de la RSC, la etiqueta originada recientemente en Harvard de «valor compartido» responde exactamente a la misma idea (Porter y Kramer, 2011).

En cuanto al «cómo, cuánto y cuándo», el intercambio entre donante y beneficiario puede consistir en dinero, bienes, tiempo, sangre, conocimiento experto, relaciones, valor de marca... El voluntariado, como la participación no remunerada en órganos de gobierno de entidades no lucrativas, pertenece al ámbito filantrópico. Aunque es obvio que los comportamientos filantrópicos generan distintos tipos de utilidad para los donantes, el «cuánto» es siempre asimétrico en la medida en que el principal

resultado de la iniciativa filantrópica debiera consistir en una mejora del bienestar de los beneficiarios últimos a quien va dirigida. Si no hay un mínimo componente de altruismo, si el donante espera obtener un retorno comparable al valor de su aportación para sí —el riesgo habitual de las estrategias de *program-related investment*—, abandonamos el ámbito de la filantropía para entrar de lleno en el de la contraprestación, el patrocinio publicitario, la mera inversión financiera o la prestación de servicios. La filantropía, en definitiva, debe pertenecer al ámbito de los bienes públicos. El horizonte temporal del intercambio, por último, es también clave para caracterizar la iniciativa filantrópica. La materia con la que trabaja la filantropía son personas libres que viven en sociedad. Los problemas que pretende resolver son complejos y requieren de abordajes colaborativos, humildemente pacientes y dispuestos a integrar el fracaso para obtener cualquier pequeño éxito. Por este motivo, estilos de hacer filantropía como la *venture philanthropy*, donde la orientación a resultados se fija en ocasiones en un horizonte de corto plazo y el fracaso no se metaboliza con facilidad, pueden acabar con frecuencia en decepción (Rey, 2013).

La última dimensión, el «qué», se refiere a los resultados finalmente obtenidos. ¿Qué impacto ha conseguido la acción filantrópica? O, dicho de otro modo, ¿qué valor social perciben que han recibido los beneficiarios de la iniciativa filantrópica y quienes les rodean? ¿Ha redundado la iniciativa en mejoras sostenibles de su bienestar? Cuanto más intermediado esté el proceso filantrópico o, dicho de otro modo, cuanto más largo sea su canal, más difícil será identificar a sus beneficiarios y discernir los efectos de la iniciativa sobre ellos (Clotfelter, ed., 1992, p. 21).

4. Tendencias y retos de la filantropía del Siglo XXI: de las (buenas) intenciones al impacto filantrópico protagonizado por los beneficiarios

La filantropía ha sido objeto en la contemporaneidad de sistemática desconfianza, cuando no de ataques frontales, bajo todo tipo de regímenes políticos; y en particular

ha sido víctima de prejuicios tanto liberales como estatistas (Gomá, 2004). En ese contexto, el discurso legitimador del fenómeno filantrópico ha evolucionado de modo notorio. En una primera etapa el argumentario emanaría de las motivaciones altruistas y propósitos desinteresados que debieran animar a la filantropía. Es significativo que las diatribas de los ilustrados contra las «manos muertas», tanto eclesiásticas como seculares, cuestionasen precisamente la bondad de sus motivaciones e intenciones. Así lo hizo, y de modo demoledor, Anne Robert Jacques Turgot en su artículo «Fondation» para la Enciclopedia de Diderot y d'Alembert, sintetizando las críticas que allanarían el camino a la desamortización de muchas fundaciones en Europa (Turgot, 1757).

Ya nos hemos referido con anterioridad a la estrategia legitimadora que podríamos denominar frontista, impulsada por grandes fundaciones estadounidenses, en la que pasan a un primer plano la estructura organizativa como común denominador que articula el sector y el valor de pluralismo como ratio social última de su existencia. El sector se acota a un conjunto de organizaciones merecedoras de un tratamiento fiscal diferenciado por no distribuir beneficios, al carecer de propietarios, y por constituir en la diversidad de intereses generales representados la base de una sociedad civil estructurada. Este argumento ha sido cuestionado por autores que ponen en relación la proliferación de entidades no lucrativas conforme a la fiscalidad vigente con la decadencia de la verdadera participación cívica en Estados Unidos (Putnam, 1995).

Un tercer bloque de argumentos legitimadores, que podríamos denominar economicista, intenta demostrar la mayor eficiencia del gasto filantrópico en relación al gasto público, con el objetivo de justificar no tanto la filantropía en sí como los incentivos fiscales para ella. El subsidio que estos incentivos suponen estimularía de modo eficiente la producción de bienes y servicios públicos que el Estado no sería en otro caso capaz de producir en cuantía óptima. Así, por un lado, se ha intentado demostrar que el subsidio incentiva la realización de donaciones en cuantía superior a su coste de oportunidad

para las arcas públicas y, por otro, que los bienes producidos por los beneficiarios inmediatos de la filantropía (fundamentalmente entidades no lucrativas) redundan en un valor social amplio, incluida la reducción de las desigualdades para sus beneficiarios últimos.

La primera afirmación ha sido cuestionada por recientes estudios empíricos en países anglosajones que sostienen que la elasticidad de las donaciones a su coste o «precio fiscal» para el donante tiende a ser inferior a uno, además de ser inestable. En el caso de Estados Unidos, el incentivo tiene un impacto a corto plazo pero a medio plazo los donantes retornan a sus cuantías originales una vez se han acostumbrado al aumento en el coste de la donación; los donantes con ingresos más altos son más sensibles a los incentivos porque se benefician más de ellos; la donación a instituciones educativas y hospitales es más sensible a los incentivos que la donación a iglesias. Es decir, que el grueso de las donaciones filantrópicas seguiría existiendo en aquel país en ausencia de incentivos fiscales (Reich, 2005 y *The Economist*, 2012).

En cuanto a la segunda afirmación, ha sido igualmente cuestionada, porque el grueso del gasto filantrópico en Estados Unidos va dirigido a iglesias, universidades y hospitales que no son productores de bienes públicos puros. Además, la reducción de la pobreza o de las desigualdades son fines de interés general perseguidos por una pequeña minoría de iniciativas filantrópicas. Llevando este argumento a su extremo, el gasto filantrópico sería un tipo de consumo, pues el filántropo estaría comprando beneficios psicológicos o materiales (estatus, reputación, influencia, acceso o pertenencia a instituciones o redes, oportunidades privadas o beneficios mutuos para sí y los suyos). La filantropía no merecería, por tanto, más incentivos fiscales que el de otras alternativas de consumo personal (por ejemplo en lujo) (Reich, 2010).

Tanto la estrategia de visibilización de un Tercer Sector socioeconómico como la preocupación del argumento economicista por la creación de verdadero valor social, propios del último tercio del Siglo XX, han cristalizado al inicio de este siglo en la evaluación y rendición de cuentas del impacto social de las iniciativas filantrópicas

como principal fuente de su legitimidad. Una nueva generación de emprendedores, que cuando hacen filantropía buscan transferir su *know how* empresarial al sector no lucrativo, ha recogido el testigo de la filantropía estratégica e impulsado nuevas etiquetas como *venture philanthropy*, *social entrepreneurship* o *social investing*. Bill Gates se ha convertido en el gran propagandista de esta nueva «filantropía de impacto» gracias a la relevancia global de la Bill & Melinda Gates Foundation, de la que es cofundador. La visibilidad de la mayor fundación privada de Estados Unidos se ha visto amplificada por la donación multimillonaria recibida de Warren Buffet y por la cruzada de ambos para fomentar los legados filantrópicos entre las grandes fortunas del globo, bajo la denominación de *Giving Pledge* (Rey y Puig, 2013).

Pero no solo los denominados *venture philanthropists* y la filantropía estratégica esperan un impacto claro de sus iniciativas; antes bien todas las entidades no lucrativas se encuentran bajo presión de sus donantes y otros grupos de interés para demostrar el resultado social de su actividad. Ello ha generado un interés por la evaluación intenso y creciente en el tercer sector, que sin embargo no ha tenido un reflejo análogo o uniforme en la práctica diaria de sus organizaciones (Rey, Álvarez y Bello, 2012). Ahora bien, en un contexto crítico como el actual, no solo el tratamiento fiscal diferenciado al que pueden acceder las ENLs, sino sobre todo su propia razón de ser dependen de que la sociedad perciba con claridad que sirven a fines de interés general con eficiencia y eficacia. Tanto la medición de impacto como la transparencia en la rendición de cuentas y en la comunicación con grupos de interés relevantes son claves para construir esa percepción (Rey, Martín y Alvarez, 2012).

Esta tendencia ha hecho que las iniciativas y organizaciones filantrópicas empiecen por cuantificar sus *outputs* (unidades de servicio, actividades, proyectos), y tiendan a preguntarse cada vez en mayor medida por los *outcomes* de su actividad, esto es, los cambios directos en personas, organizaciones, entorno y sistemas e instituciones sociales que resultan de ella; y muy especialmente por el valor aportado a los beneficiarios sobre los que pretenden incidir. Y, aunque sea difícilmente mensurable, intenten refle-

xionar también sobre su *impacto*, definido como los efectos últimos de su actividad que resultan en cambios duraderos en personas, organizaciones, entorno y sistemas e instituciones sociales.

Sin embargo, la cuestión del impacto social no es ni mucho menos fácil de responder en la práctica, y las personas y organizaciones tienen todavía un largo recorrido de mejora en la medición y comunicación de los resultados de sus actividades filantrópicas. La explicación va más allá de la tradicional presunción de opacidad de parte del sector filantrópico. En primer lugar, para saber qué resultados se han conseguido, el donante o la organización filantrópica deben haber formulado previamente una propuesta de creación de valor social. En esta propuesta de valor social deberían articularse con claridad los objetivos que se persiguen, los medios con que se cuenta para conseguirlos, el modelo de cambio social que dicta los criterios de asignación de esos recursos escasos, y los indicadores que se utilizarán para medir los resultados obtenidos. En segundo lugar, no hay que olvidar que cuantificar de modo adecuado los resultados de las iniciativas filantrópicas en términos exclusivamente monetarios es poco menos que imposible. El valor social creado depende fundamentalmente de las percepciones de los beneficiarios y de otros grupos de interés relevantes (Rey, Álvarez y Bello, 2012). En tercer y último lugar, existe un repertorio abundante de experiencias y metodologías evaluadoras, pero a las ENLs les cuesta seleccionar herramientas que reúnan tres requisitos clave: ser relevantes —la metodología evaluadora sirve para nuestro propósito, ya sea éste reportar o aprender—, ser asequibles —la metodología evaluadora puede incorporarse a nuestra práctica diaria de modo sencillo y a un coste razonable—, y ser rigurosas —la metodología evaluadora sirve para reducir incertidumbre a los responsables de gobernar y gestionar la organización—.

5. Conclusiones

La filantropía, desde una perspectiva dinámica, es un fenómeno, por utilizar un término en boga, extraordinariamente resiliente; a pesar de los recelos que ha despertado

—y aún despierta— en Gobiernos, credos, ideologías y entornos sociales de todo signo. Un fenómeno fascinante como objeto de estudio, con dimensiones de carácter ético, económico, político o social; entre otras muchas. Y, a pesar de todo ello —o precisamente por todo ello—, un fenómeno aún por delimitar desde el punto de vista conceptual, desdibujado en la frontera entre otros ámbitos mejor definidos como sociedad civil, tercer sector o sector de entidades no lucrativas, capital social y responsabilidad social de las organizaciones.

La definición operativa propuesta intenta recoger no solo la naturaleza multidimensional de la filantropía, sino también su realidad contemporánea. El ámbito de lo filantrópico es mucho más rico que la donación de fondos para fines de interés general, va más allá de la actividad de las fundaciones y desborda, en su complejidad, la formulación teórica de un sector no lucrativo independiente del Estado, la empresa y la religión y merecedor de un tratamiento fiscal diferenciado. Los incentivos fiscales a la filantropía y al mecenazgo son, en términos históricos, un fenómeno muy reciente. El Estado debe, en primer lugar, garantizar la libertad de los ciudadanos para tomar iniciativas filantrópicas con las limitaciones que se estimen oportunas. En segundo lugar, debe ser consciente de que, con incentivos fiscales o sin ellos, es altamente probable que la institución filantrópica tenga continuidad, porque la voluntad de impulsar de modo altruista las causas que les importan y de hacerlo de manera coherente con sus valores es conatural a dicha condición de ciudadanos. Es precisamente la dimensión moral de la filantropía entendida como acción privada y voluntaria por el bien público la que explica su extraordinaria resiliencia histórica.

En el albor de este siglo, tanto los donantes en su más amplio sentido, como las entidades no lucrativas beneficiarias de la acción filantrópica, tienen pendiente una reflexión estratégica interna y una labor pedagógica con la sociedad sobre los resultados obtenidos por sus iniciativas en pro de fines de interés general, basada en la transparencia y la rendición de cuentas. Urge reorientar definitivamente el discurso legitimador de la filantropía desde las motivaciones, intenciones y eficiencia comparada del

proceso filantrópico, hacia la ponderación de los resultados que humildemente se puedan conseguir en términos de colaboración con la paliación o resolución eficaz de problemas sociales, fomento del pluralismo o facilitación de la participación cívica. Avanzar en esa senda requiere situar a las personas que son los beneficiarios últimos de la acción filantrópica como principal grupo de interés, darles un papel protagonista en el proceso y considerar las mejoras en su bienestar, tanto físico como percibido, como el principal indicador del impacto social de la filantropía.

Referencias bibliográficas

- [1] BEKKERS, R. y WIEPKING, P. (2011): «A Literature Review of Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms That Drive Charitable Giving», *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 40, n.º. 5, octubre, pp. 924-973.
- [2] CLEMENS, E. S. (2006): «The Constitution of Citizens: Political Theories of Nonprofit Organizations». En STEINBERG, R. y POWELL, W.W. (eds.), *The Nonprofit Sector. A Research Handbook*, Yale University, New Haven CT, pp. 207-220.
- [3] CLOTFELTER, C. (ed.) (1992): *Who Benefits from the Nonprofit Sector?* University of Chicago Press, Chicago.
- [4] COLEMAN, J. (1988): «Social Capital in the Creation of Human Capital», *American Journal of Sociology*, n.º 94 (supplement), pp. 95-120.
- [5] DIMAGGIO, P. J. y ANHEIER, H. K. (1990): «The Sociology of Nonprofit Organizations and Sectors», *Annual Review of Sociology*, n.º 16, pp. 137-59.
- [6] ENJOLRAS, B. (2009): «Between Market and Civic Governance Regimes: Civicness in the Governance of Social Services in Europe», *Voluntas*, n.º 20, pp. 274-290.
- [7] FOUNDATION CENTER (2011). «Top 50 U.S. Foundations Awarding Grants for Religion, circa 2009». Disponible en http://foundationcenter.org/findfunders/statistics/pdf/04_fund_sub/2009/50_found_sub/f_sub_x_09.pdf.
- [8] GINER, S. y PÉREZ, M. (1988): «Sobre el origen, naturaleza y modalidades del corporalismo. En GINER, S. y PÉREZ, M. (eds.), *El corporatismo en España*, Ariel, Barcelona, pp. 15-66.
- [9] GOMÁ LANZÓN, J. (2004): «Lo público, más allá de lo estatal», *Nueva Revista de Política, Cultura y Arte*, n.º 91, enero, pp. 22-37.
- [10] HALL, P. D. (2006): «A Historical Overview of Philanthropy, Voluntary Associations, and Nonprofit Organisations in the United States, 1600-2000». En STEINBERG, R. y POWELL, W.W. (eds.), *The Nonprofit Sector. A Research Handbook*, Yale University, New Haven CT, pp. 32-65.

- [11] HANSMANN, H. (1980): The Role of Nonprofit Enterprise, *Yale Law Journal*, vol. 89, nº 3, pp. 835-901.
- [12] HARRIS, M. (2012): «Nonprofits and Business: Towards a Sub-field of Nonprofit Studies», *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 20, nº 10, pp. 1-11.
- [13] HOPT, K. J.; WALZ, W. R.; VON HIPPEL, T. y THEN, V. (eds.) (2006): *The European Foundation: A New Legal Approach*. Cambridge University Press, Cambridge.
- [14] MARBÁN GALLEGU, V. y RODRÍGUEZ CABRERO, G. (2008): «Panoramic View of the Social Third Sector in Spain: Environment, Development, Social Research and Challenges», *Revista Española del Tercer Sector*, nº 9, pp. 13-39.
- [15] NEWMAN, J. (2004): *Modernizing the State: A New Style of Governance?*. En LEWIS, J. y SURENDER, R. (eds.), *Welfare State Change: Towards a Third Way?*, Polity Press, Oxford, pp. 69-88.
- [16] PAYTON, R. L. (1988): *Philanthropy: Voluntary Action for the Public Good*, New York.
- [17] PÉREZ DÍAZ, V. (2000). «Sociedad civil, esfera pública y esfera privada: tejido social y asociaciones en España en el quicio entre dos milenios». *ASP Research Paper* 39(a)/2000.
- [18] PÉREZ DÍAZ, V. (dir.) (2008). «La filantropía: tendencias y perspectivas. Homenaje a Rodrigo Uría Meruéndano», *Papeles de la Fundación de Estudios Financieros*, nº 26, Madrid.
- [19] PORTER, M.E. y KRAMER, M.R. (2002): «The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy», *Harvard Business Review*, vol. 80, nº 12, pp. 56-68.
- [20] PORTER, M.E. y KRAMER, M.R. (2006): «Corporate Philanthropy: Taking the High Ground». En EPSTEIN, M. J. y HANSON, K. O. (eds.), *The Accountable Corporation*, Praeger Publishers, Westport CT., vol. 3, pp. 189-206.
- [21] PORTER, M.E. y KRAMER, M.R. (2011): «The Big Idea: Creating Shared Value», *Harvard Business Review*, enero-febrero, pp. 4-17.
- [22] PUTNAM, R. D. (1993): *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*, Princeton University Press, Princeton NJ.
- [23] PUTNAM, R.D. (1995): «Bowling Alone. America's Declining Social Capital», *Journal of Democracy*, enero, pp. 65-78.
- [24] REICH, R. (2005): «A Failure Of Philanthropy. American Charity Shortchanges The Poor, And Public Policy Is Partly To Blame», *Stanford Social Innovation Review*, invierno, pp. 24-33.
- [25] REICH, R. (2010): «Toward a Political Theory of Philanthropy». En ILLINGWORTH, P.; POGGE, T. y WENAR L. (eds.), *Giving Well: The Ethics of Philanthropy*, Oxford University Press, Oxford.
- [26] REY GARCÍA, M. (2012): «Beyond Corporate Social Responsibility: Foundations and Global Retailers», Documentos de trabajo de la Cátedra Fundación Ramón Areces de Distribución Comercial, Universidad de Oviedo, Oviedo, DOCFRADIS 1206, 19 pp. Disponible en <http://econpapers.repec.org/paper/ovrdocfra/1206.htm>.
- [27] REY GARCÍA, M. (2013): «Filantropía, familia, empresa: cómo convertirlas en un triángulo virtuoso». En REVIRIEGO, C. (ed.), *La suerte de dar*, Barcelona.
- [28] REY GARCÍA, M. y ÁLVAREZ GONZÁLEZ, L. I. (2011): «Foundations and Social Economy: Conceptual Approaches and Socio-economic Relevance», CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 73, pp. 61-80.
- [29] REY GARCÍA, M. y PUIG RAPOSO, N. (2013): «Globalization and the Organisation of Family Philanthropy: A Case of Isomorphism?», *Business History*, vol. 55, nº. 2, febrero, pp. 1-28.
- [30] REY GARCÍA, M., ÁLVAREZ GONZÁLEZ, L. I. y BELLO ACEBRÓN, L. (2012): «The Untapped Potential of Marketing for Evaluating the Effectiveness of Nonprofit Organizations: a Framework Proposal», *International Review on Public and Nonprofit Marketing*. <http://dx.doi.org/10.1007/s12208-012-0085-1>.
- [31] REY GARCÍA, M.; ÁLVAREZ GONZÁLEZ, L.I. y VALLS RIERA, R. (2013): «The Evolution of National Fundraising Campaigns in Spain: Nonprofit Organizations between the State and Emerging Civil Society», *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 42, nº 2, abril, pp. 300-321.
- [32] REY GARCÍA, M.; MARTÍN CAVANNA, J. y ÁLVAREZ GONZÁLEZ, L. I. (2012): «Assessing and Advancing Foundation Transparency: Corporate Foundations as a Case Study», *Foundation Review*, vol. 4, nº 3, pp. 77-89.
- [33] RHODES, R. A. W. (2001): *Understanding Governance*, Open University Press, Buckingham.
- [34] SALAMON, L. M. (1995): *Partners in Public Service: Government-Non-Profit Relations in the Modern Welfare State*. The John Hopkins University Press, Baltimore MD.
- [35] SALAMON, L. M. y ANHEIER, H. K. (1996): *The Emerging Nonprofit Sector: An Overview*, University Press, Manchester.
- [36] SMITH, J. A. y BORGMANN, K. (2001): «Foundations in Europe: The Historical Context». En SCHLÜTER, A.; THEN, V. y WALKENHORST, P. (eds.), *Foundations in Europe, Directory for Social Change*, London, pp. 2-34.
- [37] SMITH, S. R. y GRØNBJERG, K. A. (2006): «Scope and Theory of Government-Nonprofit Relations». En STEINBERG, R. y POWELL, W.W. (eds.), *The nonprofit sector. A research handbook*, Yale University, New Haven CT, pp. 221-242.
- [38] SMITH, S. R. y LIPSKY, M. (1993): *Nonprofits for Hire: The Welfare State in the Age of Contracting*, Harvard University Press, Cambridge MA.
- [39] STEINBERG, R. (2006): «Economic Theories of Nonprofit Organizations». En STEINBERG, R. y POWELL, W.W. (eds.), *The Nonprofit Sector. A Research Handbook*, Yale University, New Haven CT, pp. 117-139.
- [40] SULEK, M. (2010a): «On the Classical Meaning of Philanthropía», *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 39, nº 3, junio, pp. 385-408.

[41] SULEK, M. (2010b): «On the Modern Meaning of Philanthropy», *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 39 nº. 2, abril, pp. 193-212.

[42] THE ECONOMIST (2012): «Charity and Taxation: Sweetened charity», 9 de junio. Disponible en <http://www.economist.com/node/21556570>.

[43] TURGOT, A. R. J. (1757): «Fondation», *Encyclopédie, Dictionnaire raisonné des sciences, des arts et des métiers*, par une Société de Gens de lettres, tomo 7, p. 72. Disponible en <http://artflx.uchicago.edu/cgi-bin/philologic/getobject.pl?c.6:54:1.encyclopedie0313>.

[44] VAUGHAN, S. K. (2010): «The Importance of Performance Assessment in Local Government Decisions to Fund Health and Human Services Nonprofit Organizations», *Journal of Health and Human Services Administration*, vol. 32, nº 4, pp. 486-512.

[45] WALKER, J. L. (1991): «Interests, Political Parties and Policy Formation in the American Democracy». En CRITCHLOW, D. T. y HAWLEY, E. W. (eds.), *Federal Social Policy: The Historical Dimension*, Pennsylvania State University Press, University Park PA.

[46] WEISBROD, B. A. (1977): *The Voluntary Nonprofit Sector*, Heath and Company, Lexington D.C.

[47] YOUNG, D. R. (2000): «Alternative Models of Government-Nonprofit Sector Relations: Theoretical and international perspectives», *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, vol. 29, nº 1, marzo, pp. 149-172.

[48] WIEPKING, P. y BREEZE, B. (2012): «Feeling Poor, Acting Stingy: The Effect of Money Perceptions on Charitable Giving», *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, vol. 17, nº 1, febrero, pp. 13-24.