

La filantropía en España y Portugal

Actitudes y comportamientos sociales



Índice

INTRODUCCIÓN	3
---------------------------	---



1.A PARTE

CONOCIMIENTO TEÓRICO SOBRE LA FILANTROPÍA: CONTEXTO GLOBAL.....

1.1. ¿Qué es la filantropía?	4
1.2. Definiciones de filantropía.....	5
1.3. Filantropía individual e institucional	8
1.4. La evolución de la filantropía.....	12
1.5. La relación de la filantropía con el Estado y el mercado	13
1.6. Puntos fuertes y débiles característicos de la filantropía	14
Conclusión	15



2.A PARTE

NUEVOS DATOS SOBRE LA FILANTROPÍA INDIVIDUAL EN ESPAÑA Y PORTUGAL: ACTITUDES SOCIALES Y COMPORTAMIENTOS FILANTRÓPICOS

2.1. Conocimientos sobre filantropía.....	16
2.2. Definiciones de filantropía	17
2.3. Conocimiento de filántropos y organizaciones filantrópicas.....	18
2.4. Opiniones sobre la filantropía.....	19
2.5. La solidaridad en las sociedades española y portuguesa	21
2.6. La urgencia de los temas sociales	21
2.7. Comportamientos filantrópicos individuales.....	23
2.8. El voluntariado en organizaciones benéficas.....	24
2.9. Donativos a obras benéficas	25
Conclusión y recomendaciones	28

ANEXO METODOLÓGICO	30
---------------------------------	----

Introducción

Este informe analiza la filantropía en España y Portugal centrándose en el conocimiento, las actitudes sociales y el comportamiento filantrópico en ambas sociedades.

La primera parte de este informe ofrece una visión general del tema de la filantropía: qué es, a quién implica, cómo ha cambiado con el tiempo, cómo se relaciona con el Gobierno y los negocios, cuáles son su función y aportaciones relevantes, y cuáles son sus debilidades.

En esta parte se explica que la filantropía ejerce un papel único a la hora de cubrir necesidades que no cubre –al menos de momento– el Estado o el mercado, y que permite a los donantes compartir sus recursos sobrantes para el bien común, para mejorar la sociedad y para hacer mejor las cosas y expresar solidaridad con sus conciudadanos.

Tras observar que dar dinero, hacer voluntariado y ayudar a desconocidos son actividades comunes en todo el mundo, pero que hay escasez de datos sólidos y recientes sobre la filantropía en España y Portugal, la segunda parte presenta los resultados de una encuesta encargada recientemente sobre las poblaciones española y portuguesa.

Estos datos demuestran que los comportamientos filantrópicos son comunes y se consideran positivos, con algunas variaciones interesantes entre los dos países y entre personas de diferentes grupos de edad, géneros y niveles educativos.

El informe finaliza con un debate sobre las implicaciones de estos nuevos datos para que sean accesibles al público general y cinco recomendaciones para avanzar en la comprensión y el desarrollo futuro de la filantropía en España y Portugal.

1.A PARTE

Conocimiento teórico sobre la filantropía: contexto global



1.1. ¿Qué es la filantropía?

La palabra filantropía tiene un significado muy simple: «amor por la humanidad» (philo = amor, y anthropos = humanidad). En todos los países y en todas las épocas, las personas han mostrado amor y cuidado por el prójimo y se han esforzado voluntariamente por mejorar sus comunidades y entornos. Ayudar a los demás es una actividad muy normal, y aun así la palabra filantropía no se usa habitualmente en ningún lugar del mundo aparte de Estados Unidos. En España y Portugal existe una preferencia por las palabras caridad y solidaridad, y, como muestra la investigación que presenta este informe, un porcentaje significativo de la población de estos países afirma que no sabe qué significa la palabra filantropía. Sin embargo, esta barrera lingüística no resulta obvia a la práctica, porque los datos indican que la población española y la portuguesa suelen mostrar amor por los demás de manera diaria, aunque este amor se llame ayuda, caridad, cuidado, amabilidad, generosidad o solidaridad.

¿Por qué nos centramos en la filantropía en España y Portugal?

Si bien Estados Unidos posee el sector filantrópico más consolidado en términos de número de donantes, cantidades donadas y alcance de la actividad financiada, cada vez hay más países que se toman más seriamente la filantropía.

Por ejemplo, el Gobierno de Irlanda ha publicado recientemente su primera National Philanthropy Policy (política nacional sobre filantropía). Irlanda, como España y Portugal, es un estado de bienestar en el que la población considera que el Gobierno debería ser el principal encargado de cubrir las necesidades sociales básicas. Sin embargo, puede observarse una función filantrópica en acciones para ayudar a cubrir esas necesidades y forjar comunidades más fuertes. Como explicó el ministro que publicó el informe:

La filantropía puede respaldar nuevas respuestas, rápidas e innovadoras, a los problemas sociales. Puede proporcionar financiación en una primera fase, y permitir al Gobierno intervenir más adelante, cuando se disponga de datos y de una base empírica. Si se demuestran los conceptos, el Gobierno puede pasar a integrar, ampliar o impulsar esas innovaciones.¹

Asimismo, el Gobierno australiano ve un papel positivo en la filantropía y ha encargado un informe para entender mejor las motivaciones de los donantes y determinar cómo aumentar significativamente los ingresos filantrópicos. En el primer punto clave del informe preliminar se afirma:

La filantropía contribuye a mejorar la sociedad aportando dinero, tiempo, habilidades, activos o dando voz a personas y comunidades que, de otro modo, recibirían bienes y servicios de menor calidad o tendrían menos acceso a ellos.²

1. Del preámbulo del ministro Joe O'Brien T. D. a la National Philanthropy Policy 2024-2028, Gobierno de Irlanda, diciembre de 2023, p. 5 (<https://www.gov.ie/pdf/?file=https://assets.gov.ie/280970/9db88719-c3b3-49ba-ab4b-0a0683d32021.pdf#page=null>).

2. Informe preliminar de la Comisión de Productividad del Gobierno de Australia: Future Foundations for Giving, noviembre de 2023, p. 2 (<https://www.pc.gov.au/inquiries/completed/philanthropy/draft/philanthropy-draft.pdf>).

Por lo tanto, incluso en los países que creen firmemente en el papel del Estado y en un sistema de prestaciones a sus ciudadanos financiado con impuestos, la filantropía se entiende cada vez más como un mecanismo de financiación útil y un pilar clave de la sociedad junto con el Gobierno y el mercado. Los donantes privados pueden apoyar acciones para satisfacer necesidades y mejorar la vida comunitaria, y pueden contribuir a una sociedad civil diversa e independiente, que es crucial para lograr unas comunidades más fuertes y unas democracias abiertas y prósperas.

El impacto diario de la filantropía «no se ve»

El impacto de la actividad filantrópica es algo que nos rodea inevitablemente. Todos nos beneficiamos a diario de la decisión de otras personas de ceder voluntariamente parte de sus recursos en beneficio de la sociedad. Esos actos filantrópicos pueden haberse dado hace décadas o incluso siglos, en nuestra propia ciudad o país o por parte de donantes que viven lejos y deciden ayudar a completos desconocidos, y actualmente sigue llevándolos a cabo una gran proporción de la población. Como muestran estos ejemplos:

- » Las donaciones filantrópicas han ayudado a construir la infraestructura física de nuestras comunidades, como iglesias, hospitales, escuelas, bibliotecas, galerías de arte, instalaciones deportivas, etc.
- » Las donaciones filantrópicas también financian una amplia gama de servicios que no dejan huella física pero que han mejorado la vida de innumerables conciudadanos, como la ayuda a los sin techo, los enfermos y las personas que pasan hambre; la financiación del trabajo de investigación que hay detrás de importantes descubrimientos científicos y avances médicos, como la vacuna contra la poliomielitis, la insulina para tratar la diabetes y el mapa del genoma humano, o la provisión de los medios financieros para hacer frente a la injusticia y contribuir a una sociedad más igualitaria, por ejemplo, financiando las campañas que pusieron fin

a la trata de esclavos, mejorando las condiciones de los trabajadores, otorgando a las mujeres el derecho a voto y logrando su emancipación, reformando el sistema de justicia penal y promoviendo la igualdad de derechos para las personas que reciben un trato injusto debido a su diversidad física, sexualidad, raza u otras características.

- » Hoy en días, los filántropos –grandes y pequeños– siguen financiando tanto la ayuda inmediata como el cambio sistémico a largo plazo para abordar las desigualdades, el cambio climático, los conflictos, la búsqueda de refugio/asilo y los desastres naturales y aquellos provocados por el hombre.

El amplio abanico y la diferente intensidad de las actividades apoyadas por la filantropía se suman al problema de comprender cuál es su función, su cometido y su impacto. Por ejemplo, dentro de la categoría «Salud», se incluye tanto a quien lleva a un vecino a una cita hospitalaria o dona unos euros para recaudar fondos como a quien hace un donativo multimillonario para construir un hospital. La mayoría de nosotros hacemos donaciones todos los días en el extremo más pequeño e informal de este espectro: «ser filantrópico» es tan común que apenas nos damos cuenta.

Una de las razones por las que la filantropía «no se ve» es porque, fuera de Estados Unidos, y especialmente en la Europa continental desde mediados del siglo xx, se ha preferido que el Estado gestione los servicios financiados mediante impuestos progresivos como principal responsable de cubrir las necesidades básicas como la sanidad y la educación. Sin embargo, los esfuerzos filantrópicos siguen desempeñando un papel importante, ya que pueden coexistir con las prestaciones estatales, complementarlas y cuestionarlas. Como su nombre indica, el amor a la humanidad (filantropía) es un mecanismo financiero diferente y tiene objetivos distintos de los del sistema de prestaciones básicas (Estado). Sobrevivir y prosperar no constituyen una oposición de suma cero: podemos aumentar la base impositiva y fomentar una mayor generosidad privada.

Si se puede confiar en que el Estado garantice un nivel de vida mínimo para todos, entonces la filantropía puede financiar aquellas cosas adicionales que hacen que la vida merezca la pena, como el acceso a la música, el teatro, el deporte, los parques públicos y el bienestar de los animales. Cuando el Estado no cumple con sus obligaciones con la población, las iniciativas financiadas con fondos filantrópicos pueden ser un complemento o un estímulo según sea necesario. Por lo tanto, la filantropía difiere de los sistemas de prestaciones del mercado y del Estado y coexiste con ellos. No es simplemente una alternativa al gasto público financiado con impuestos.

inadvertida, sino que a menudo es cuestionada y criticada. El «amor por la humanidad» debería ser un bien incontrovertible, pero la idea y la práctica de la filantropía generan fuertes susceptibilidades porque esta se sitúa en la intersección de dos cuestiones muy polémicas: el dinero y la moralidad. Sin embargo, la filantropía no solo consiste en donar dinero: la definición de filantropía que prefieren actualmente los expertos es bastante amplia: «iniciativas privadas para el bien público», que incluyen donaciones de tiempo, experiencia, apoyo y contactos, además de donaciones de dinero.³ Todas estas donaciones pueden contribuir a alcanzar diversos objetivos en una serie de causas como las relacionadas en el cuadro 1.

Como ya se ha señalado, la filantropía se da en todas las partes del mundo, en todos los periodos históricos, y es fomentada por todas las grandes religiones del mundo, así como por el humanitarismo laico. Las actividades que se benefician de estas donaciones abarcan un

1.2. Definiciones de filantropía

La filantropía, a pesar de ser omnipresente y necesaria para el pleno desarrollo humano, no solo es invisible y, por lo tanto, pasa

3. Payton, R., y Moody, M. (2008). *Understanding Philanthropy: Its Meaning and Mission*. Bloomington and Indiana: Indiana University Press, p. 63.

Cuadro 1: Tipos de causas filantrópicas



Cuadro 2: Funciones de la filantropía



1. Función de servicio:

Prestar servicios que el Estado y el mercado no pueden o no quieren proporcionar. *Por ejemplo, proporcionar alimentos y vivienda a los pobres.*



2. Función innovadora:

Financiar la innovación social, la investigación, la experimentación y las intervenciones empresariales. *Por ejemplo, desarrollar avances científicos y médicos.*



3. Función militante:

Defender reformas, intereses particulares, comunidades concretas o determinados aspectos del bien común. *Por ejemplo, hacer campaña para cambiar la ley y que las personas del mismo sexo puedan casarse.*



4. Función cultural:

Proporcionar un vehículo para expresar y preservar valores, tradiciones, identidades y otros aspectos culturales. *Por ejemplo, financiar teatros y galerías de arte.*



5. Función cívica:

Construir comunidad, generar «capital social» y promover y aumentar el compromiso cívico. *Por ejemplo, financiando actos comunitarios o medios de comunicación locales, y promoviendo la participación electoral.*



6. Función personal:

Satisfacer las necesidades psicológicas y sociales de los donantes para lograr un impacto positivo en el mundo y dejar un legado significativo. *Por ejemplo, experimentando una «sensación especial» por ser generosos y la satisfacción de conocer a personal de organizaciones sin ánimo de lucro y a sus beneficiarios, y ganándose una buena reputación.*

Las cinco primeras funciones ponen de relieve la gran variedad de actividades y resultados que la filantropía ayuda a conseguir.

La sexta función nos recuerda que los filántropos también se benefician de utilizar sus recursos para intentar hacer del mundo un lugar mejor para otras personas.

abanico tan inmenso –de las artes a la zoolo-
gía, pasando todas las demás letras del abe-
cedario– que no es de extrañar que a muchas
personas les cueste entender del todo qué es
la filantropía. Una forma de comprender la
naturaleza y la contribución de la filantropía
es pensar en las distintas funciones que des-
empeña en la sociedad (cuadro 2). En resu-
men, la filantropía es necesaria –y seguirá

practicándose– por muy elevados que sean
los tipos impositivos y por mucha respon-
sabilidad que asuma el Estado, porque las
necesidades humanas son infinitas, porque
las cosas siempre podrían ir mejor, porque se
producen emergencias y se necesita ayuda
de forma inmediata y porque algunas perso-
nas querrán responder a esas necesidades
(Payton y Moody, 2008).⁴

4. Payton, R. y Moody, M. (2008) *Understanding Philanthropy: Its meaning and mission*. Bloomington and Indiana: Indianan University Press, pp. 34-35.

Diferencia entre filantropía y caridad

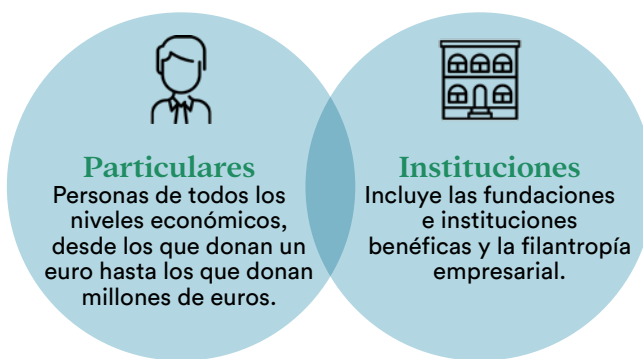
La tarea de definir la filantropía se ve dificultada por la existencia de términos y conceptos similares como *caridad*, *solidaridad* y *benevolencia*. Hay quien sugiere que *filantropía* es el concepto amplio que se refiere a todo tipo de acción privada para el bien común, mientras que *caridad* solo se refiere a la ayuda prestada a los más necesitados. Otros consideran que *caridad* y *filantropía* son conceptos muy distintos; por ejemplo, que la filantropía tiene una orientación laica en contraste con la inspiración y finalidad religiosa de la caridad. También se dice que la caridad va destinada a los individuos, mientras que la filantropía es una iniciativa organizada para mejorar las condiciones socioeconómicas de toda una comunidad.

Un punto de diferenciación habitual entre *caridad* y *filantropía* es el que afirma que la caridad alivia el sufrimiento, mientras que la filantropía es preventiva. En defensa de esta postura, dos personas ampliamente consideradas como «padres de la filantropía moderna» son el industrial escocés-estadounidense Andrew Carnegie, cuyo *El evangelio de la riqueza* sostiene que la filantropía debería «proporcionar escaleras para que los aspirantes puedan ascender» (Carnegie, 1899), y John D. Rockefeller, que escribió que «si se puede educar a la gente para que se ayude a sí misma, atacaremos la raíz de muchos males del mundo». Por lo tanto, tanto Carnegie como Rockefeller sostienen que la filantropía consiste en prevenir, más que aliviar, los síntomas de la pobreza. El trabajo de la Fundação Calouste Gulbenkian de Portugal y la Fundación "la Caixa" de España, que financian proyectos de investigación, son otros tantos ejemplos de este enfoque filantrópico.

La falta de una definición universalmente aceptada de la filantropía se ve agravada por la falta, posiblemente más grave, de datos precisos sobre la filantropía, que se aborda en la segunda parte de este documento. Pero antes examinemos más detenidamente los tipos de filantropía que existen, incluyendo lo que se sabe sobre los comportamientos filantrópicos en España y Portugal.

1.3. Filantropía individual e institucional

Existen dos grandes tipos de donantes filantrópicos:



Es evidente que las motivaciones de la filantropía individual e institucional son distintas. Mientras que los particulares hacen donativos para apoyar causas y temas que les preocupan y con los que tienen vínculos personales, la motivación de las empresas es el deseo de establecer relaciones más sólidas con el personal que trabaja en ellas, lo que ayuda a contratar y retener talento; mejorar la reputación entre los clientes, lo que puede influir en las decisiones de compra, y cultivar relaciones positivas con partes interesadas como periodistas y funcionarios públicos.

1.3.1. FILÁNTROPOS PARTICULARES

Los particulares son, con diferencia, la fuente más importante de actos filantrópicos. Los datos de Estados Unidos y el Reino Unido muestran que hasta cuatro quintas partes del total de donaciones proceden de particulares (sobre todo de personas vivas, y un porcentaje menor, de legados benéficos), alrededor del 15 % del total anual de donaciones benéficas procede de fundaciones benéficas y solo el 5 % proviene de empresas.⁵

Lamentablemente, la información precisa y actualizada sobre las donaciones filantrópicas en todo el mundo es limitada. Las dos principales fuentes de datos son la Base de Datos Internacional sobre Filantropía y el Índice Mundial de Donaciones:

5. Giving USA Foundation; NCVO 2024.

Base de Datos Internacional sobre Filantropía

La Base de Datos Internacional sobre Filantropía solo incluye países de los que se dispone de datos suficientemente sólidos, lo que excluye a España y Portugal. No obstante, este estudio confirma que la filantropía existe en todo tipo de países, desde los muy capitalistas como Estados Unidos hasta antiguos países comunistas como Rusia, aunque las cantidades donadas varían en función del contexto histórico, político, económico y cultural, y oscilan entre donaciones filantrópicas anuales per cápita de hasta 1.427 dólares en Estados Unidos y solo 12 dólares en Rusia.⁶

Índice Mundial de Donaciones

Este estudio sobre la filantropía mundial es más sencillo en su diseño, pero tiene una cobertura mucho más amplia. El Índice Mundial de Donaciones presenta datos de una encuesta realizada a casi 150.000 personas de 142 países, que responden a tres sencillas preguntas:

1. ¿Has donado dinero a organizaciones benéficas?
2. ¿Has ayudado a un desconocido o a alguien que no conocías y que necesitaba ayuda?
3. ¿Has ofrecido tu tiempo como voluntario en alguna organización?

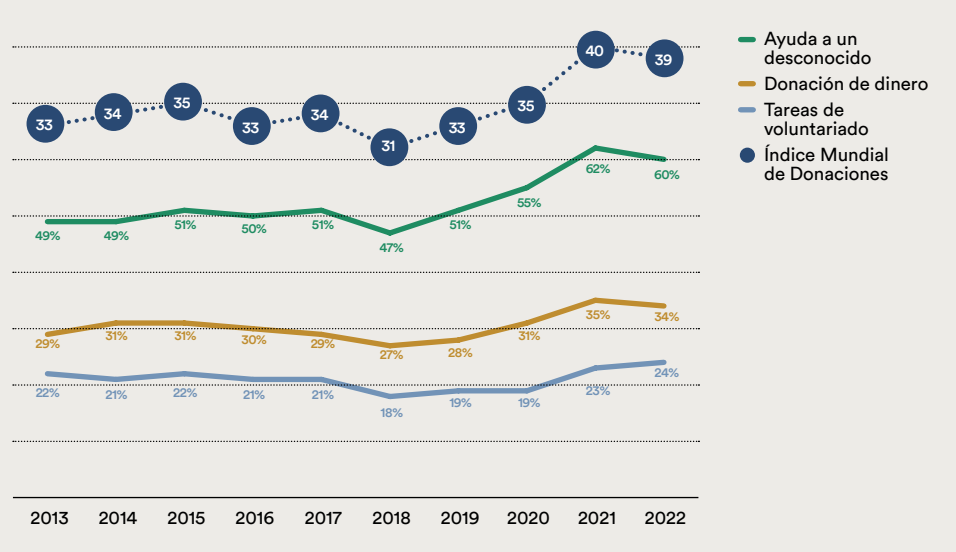
Se trata de preguntas de respuesta «Sí/No» en las que no se facilita información sobre,

por ejemplo, cuánto dinero se donó a obras benéficas o cuántas horas se ofrecieron como voluntario. No obstante, se obtienen datos valiosos sobre el total de actos filantrópicos en todo el mundo y las diferencias entre países. Las principales conclusiones son:

- » El 72 % de la población mundial dio dinero o tiempo o ayudó a un desconocido en 2022 (último año en que se recogieron los datos).
- » En las tres respuestas, se observa que a nivel mundial en la última década ha habido más donaciones, como muestra la figura 3. El porcentaje de personas que declaran haber ayudado a un desconocido es el que más ha aumentado, del 49 al 60 % (un aumento del 20 %), mientras que la donación de dinero ha pasado del 29 al 34 % (un 17 % más) y el voluntariado ha subido del 22 al 24 % (un 9 % más).
- » Al combinar las respuestas a las tres preguntas, se obtiene una puntuación global para cada país en el «índice mundial de donaciones». A pesar de que en Estados Unidos las cantidades de dinero donado son mucho más elevadas (como se ha señalado anteriormente), cuando se mide la participación en la actividad de donación en lugar de las cantidades donadas, Estados Unidos solo alcanza la 5.a puntuación más alta, por debajo de Indonesia, Ucrania, Kenia y Liberia.

Figura 3:
Puntuaciones en el Índice Mundial de Donaciones, 2013-2022

Fuente: CAF (2023).
World Giving Index.
Londres: Charities Aid Foundation.



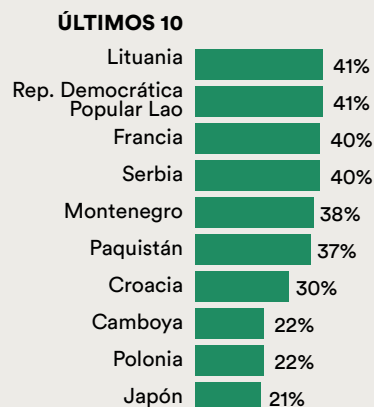
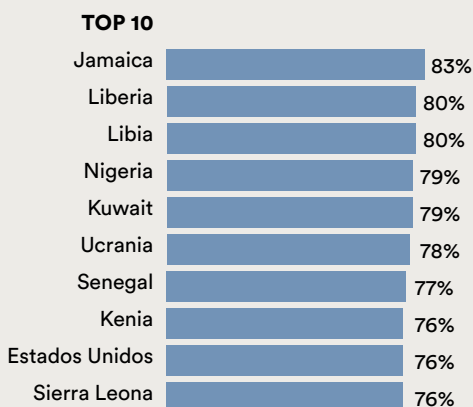
6. Created by Dutch scholar Pamala Wiepking. [http://www.wiepking.com/papers/Documentation_IIPD_\(2016_version1\).pdf](http://www.wiepking.com/papers/Documentation_IIPD_(2016_version1).pdf).

Cuando se analizan las tres preguntas por separado, hay mucha variedad en cuanto a los países

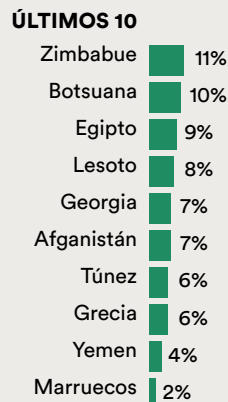
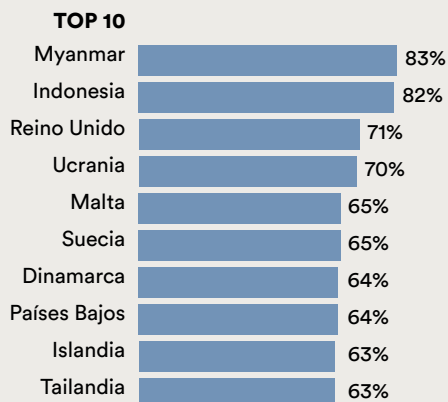
que ocupan los primeros y los últimos puestos de la clasificación, como se muestra en la figura 4:

Figura 4: Variaciones en los comportamientos relativos a donaciones según el país

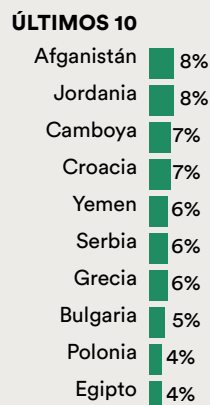
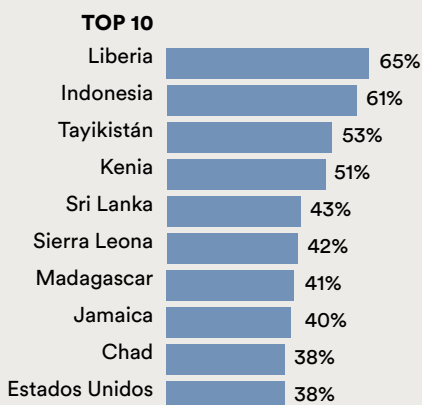
Ayuda a un desconocido



Donación de dinero



Tiempo de voluntariado



Fuente: CAF (2023). World Giving Index. Londres: Charities Aid Foundation.

Figura 5: Comportamientos en cuanto a donaciones en España y Portugal

Source: CAF (2023)
World Giving Index.
London: Charities Aid
Foundation.

España

86 Clasificación general
en el Índice Mundial de
Donaciones entre 142 países

55% HA AYUDADO A UNA
PERSONA DESCONOCIDA

39% HA DONADO
DINERO

17% HA REALIZADO TAREAS
DE VOLUNTARIADO

PORTUGAL

115 Clasificación general
en el Índice Mundial de
Donaciones entre 142 países

53% HA AYUDADO A UNA
PERSONA DESCONOCIDA

24% HA DONADO
DINERO

15% HA REALIZADO TAREAS
DE VOLUNTARIADO

Curiosamente, España y Portugal no se encuentran entre los diez primeros ni entre los diez últimos en ninguno de los tres ámbitos. Entonces, ¿cuál es la historia de la filantropía en estos dos países?

Los datos del Índice Mundial de Donaciones muestran que ambos países se acercan a los primeros puestos de la mitad inferior de las tablas clasificatorias (figura 5).

1.3.2. FILÁNTROPOS INSTITUCIONALES

Las fundaciones y las instituciones benéficas han existido durante siglos. Se calcula que en Europa hay 186.000 fundaciones que poseen en conjunto 647.500 millones de euros en activos y reparten unos 54.500 millones de euros cada año. Algunos ejemplos de fundaciones filantrópicas europeas de larga tradición son las fundaciones Fugger en Alemania (creadas en 1521), la Fundación "la Caixa" en España (creada en 1904), la Wellcome Trust en el Reino Unido (creada en 1936) y la Fundação Calouste Gulbenkian en Portugal (creada en 1956).⁷

Responsabilidad social empresarial (RSE) es el término genérico utilizado para referirse a las muchas formas en que las empresas cumplen sus obligaciones éticas y filantrópicas con la sociedad. Esto incluye un compromiso social decidido con los empleados, las comunidades en las que operan las empresas y la sociedad en general para lograr un impacto social y medioambiental más positivo. Bajo el amplio paraguas de la RSE se sitúa la filantropía empresarial (FE), que se define como la aportación privada voluntaria de recursos en forma de dinero, tiempo o conocimientos por parte de las empresas en beneficio del bien común (Gautier y Pache, 2015).⁸

Entre los ejemplos de FE cabe nombrar la concesión de tiempo libre remunerado a los empleados para que realicen actividades de voluntariado, la compatibilización de las donaciones efectuadas por los empleados y la realización de donaciones con cargo a los beneficios para apoyar a organizaciones benéficas elegidas por la dirección de la empresa y/o sus empleados y clientes.

7. Philea (Philanthropy Europe Association) *Data on the Sector* <https://philea.eu/how-we-can-help/knowledge/data-on-the-sector/#:~:text=It%20is%20estimated%20that%20there,estimated%2054.5%20billion%20euros%20annually>.

8. Gautier, A. and Pache, A-C. (2015): "Research on Corporate Philanthropy: A Review and Assessment", *Journal of Business Ethics* 126(3):343-369. [<https://doi.org/10.1007/s10551-013-1969-7>].

Según datos de más de 200 de las mayores empresas del mundo, el valor de la mediana de las inversiones totales en la comunidad fue de 36,8 millones de dólares en 2022, lo que representa, de promedio, el 0,96 % de los beneficios antes de impuestos.⁹

1.4. La evolución de la filantropía

La filantropía no es algo nuevo; se han encontrado pruebas de donaciones privadas para el bien común en las primeras civilizaciones desde que existen las sociedades humanas. La primera mención conocida de la palabra *filantropía* aparece en la tragedia griega del siglo V a. C. *Prometeo encadenado*, en la que Prometeo regala a los humanos el fuego y el optimismo. En la Antigüedad clásica, ser filántropo se refería tanto a las personas con actitudes generosas como a la entrega de donaciones concretas. El judaísmo, el cristianismo y el islam fomentan las donaciones filantrópicas, a menudo con una cuantía prescriptiva, como el diezmo o el *zakat*.

Entre los ejemplos más destacados del impacto filantrópico en el mundo premoderno cabe mencionar la construcción y gestión de orfanatos, las viviendas para la tercera edad y la construcción de iglesias, catedrales, mezquitas, sinagogas y templos. En el siglo XVIII, la filantropía ya no se centraba tanto en la religión, sino en las necesidades seculares, como la educación y los hospitales, y dirigía sus esfuerzos a mejorar las condiciones de las cárceles; embellecer las ciudades con parques, galerías de arte, salas de conciertos y bibliotecas, y responder a catástrofes en otros países. El terremoto de Lisboa de 1755, en el que el 80 % de los edificios de la ciudad quedaron destruidos y murieron 100.000 personas en Portugal, España y

Marruecos, fue la primera catástrofe natural que generó una respuesta filantrópica mundial, sobre todo por parte de los habitantes de los puertos que mantenían relaciones comerciales con la ciudad.

A principios del siglo XX, se produjo una importante evolución con la creación de grandes fundaciones filantrópicas dotadas de fondos que servían a fines generalistas sin marcos temporales definidos. Aunque las fundaciones más conocidas fueron creadas por estadounidenses como Andrew Carnegie y John D. Rockefeller en la década de 1910, estos fueron precedidos por el industrial indio Jamsetji Tata, cuyo fondo filantrópico se creó en 1892 y desde entonces ha financiado una gran variedad de proyectos científicos y educativos pioneros. Otras fundaciones filantrópicas destacadas creadas en el siglo XX son la Fundación "la Caixa", que surgió de la conocida caja de ahorros española y ahora distribuye sus beneficios, y la Fundação Calouste Gulbenkian, cuyo homónimo murió en Portugal en 1956 y dejó su fortuna para apoyar las artes, la educación y la ciencia, y justo en el cambio de siglo, en 2000, se creó la Fundación Bill y Melinda Gates, centrada en la salud y el desarrollo a escala mundial.

En las primeras décadas del siglo XXI, la filantropía ha cobrado cada vez más importancia en todo el mundo y han aparecido nuevas herramientas, como la inversión social y los bonos con impacto social; nuevos instrumentos de donación, como los círculos de donación colaborativa y los fondos asesorados por donantes, y nuevos actores, como donantes profesionales y asesores filantrópicos.¹⁰

Otros avances contemporáneos importantes son los cambios de actitudes y prácticas de los grandes filántropos (tanto personas adineradas como grandes fundaciones), como la filantropía basada en la confianza, la concesión participativa de subvenciones y las

9. CECP (2023): Giving in Numbers. Chief Executives for Common Purpose, p.7

10. Salamon, L. (2014): *New Frontiers of Philanthropy: a guide to the new tools and new actors that are reshaping global philanthropy and social investing*. Oxford: Oxford University Press.

donaciones sin restricciones, en las que los donantes no imponen condiciones sobre cómo se puede gastar el dinero, sino que confían en que los beneficiarios lo gasten de la forma que consideren más adecuada. Todos estos avances pretenden responder a las preocupaciones y críticas que suscita la filantropía, trasladando el poder de los donantes a los beneficiarios.

1.5. La relación de la filantropía con el Estado y el mercado

La filantropía tiene una función característica y única que desempeñar en la sociedad, y es distinta del papel que ejercen los gobiernos y los mercados.

Como se explica en la política nacional sobre filantropía de Irlanda, mencionada al principio de este informe:

La filantropía no se considera una sustituta de la prestación de servicios públicos, sino una financiación independiente que también puede ser innovadora y pionera y asumir riesgos a la hora de adoptar posibles soluciones para los retos sociales.¹¹

Concretamente, la filantropía tiene más libertad para actuar con mayor rapidez y asumir más riesgos porque no hay votantes ni accionistas a los que deba complacer. Lo único que impide una respuesta filantrópica es la preferencia del donante potencial por conservar el dinero o gastarlo en sí mismo.

Estar a favor de la filantropía no significa estar en contra de los impuestos y la acción gubernamental. De hecho, muchos filántropos creen firmemente en un estado bien financiado que preste servicios universales

esenciales, al tiempo que ven en la filantropía una forma de actuar con mayor rapidez, cuestionar el *statu quo* y proporcionar beneficios adicionales a la sociedad. Si los gobiernos deciden intervenir y hacerse cargo de la financiación de la obra que han iniciado los filántropos, los donantes lo consideran un éxito y suelen estar dispuestos a buscar nuevas formas de utilizar sus recursos para marcar la diferencia. En resumen, lo que pretenden los filántropos es hacer algo «extra» y no sustituir las prestaciones del Estado.

La importancia y el alcance de las funciones de la filantropía expuestas anteriormente y la capacidad de la filantropía para evolucionar y adaptarse a las nuevas necesidades emergentes demuestran que, sea cual sea el nivel impositivo que financia los servicios públicos, y por muy capaces que sean las personas de valerse por sí mismas en el mercado, la filantropía sigue teniendo un papel importante que responde a principios distintos a los del Estado y el mercado, como por ejemplo:¹²

- » La filantropía es voluntaria y autónoma: las personas son libres de no hacer donativos y de elegir a qué causas y beneficiarios apoyan.
- » La filantropía implica decisiones tanto racionales como emocionales. Aunque algunas personas buscan obtener pruebas y tratan de tomar decisiones lógicas, hay preferencias personales, conexiones culturales e influencias sociales que afectan a lo que la gente da y a cómo lo hace.
- » La filantropía no equivale al gasto público y no puede sustituirlo. La filantropía implica niveles de gasto muy inferiores a los de los gobiernos y no puede financiar las prestaciones universales a largo plazo.

11. Del preámbulo del ministro Joe O'Brien T. D. a la *National Philanthropy Policy 2024-2028*, Gobierno de Irlanda, p. 5.

12. Estos principios de filantropía están definidos en R. Davies (2023), *What is Philanthropy For?*, Bristol: Bristol University Press.

Figura 6: Resumen de los principales puntos fuertes y débiles de la filantropía

Puntos fuertes de la filantropía:	Puntos débiles de la filantropía:
Alcance: la filantropía financia una gran variedad de servicios y actividades, de las artes a los zoológicos, pasando por todas las demás letras del abecedario.	Insuficiencia: nunca habrá suficiente dinero filantrópico para satisfacer necesidades y deseos infinitos.
Progreso social: la filantropía financia campañas y actividades de sensibilización que conducen al cambio social y político.	Amateurismo: el factor voluntario, incluida la dependencia del voluntariado, puede dar lugar a una falta de profesionalización.
Innovación: la filantropía financia formas innovadoras de satisfacer necesidades a largo plazo, como avances médicos y nuevas formas de organización.	Paternalismo: la distribución de los donativos refleja los intereses de los donantes, que pueden no coincidir con las prioridades de la sociedad en general; por ejemplo, el bienestar de los animales puede atraer más donativos que los daños graves a las personas.
Rapidez: los filántropos no tienen que complacer a votantes ni accionistas, por lo que pueden actuar con mayor rapidez para satisfacer necesidades nuevas y urgentes.	Daños por omisión: la filantropía ayuda a un grupo de personas o se centra en determinadas causas, lo que puede significar que otras personas y causas queden desatendidas.
Pluralismo: la filantropía permite satisfacer las necesidades y los intereses de las minorías y da voz a los ciudadanos para crear la sociedad civil diversa, descentralizada y plural necesaria para una democracia liberal sana.	Particularismo: la filantropía tiende a ayudar a subgrupos específicos de personas con los que el donante siente una conexión; solo el Estado puede garantizar una prestación universal.
Redistribución: la filantropía traslada la riqueza de manos privadas a la esfera pública, y puede ayudar a evitar la acumulación y la herencia de grandes fortunas que refuerzan la desigualdad.	Retraso del cambio sistémico: cuando la filantropía aborda los síntomas en lugar de las causas profundas, puede retrasar reformas estructurales necesarias que, a largo plazo, serían mejores para los beneficiarios.
Subsidio estatal: la filantropía puede permitir que los servicios públicos se amplíen o sean más baratos gracias a la contribución de donantes y voluntarios.	Debilitamiento de la democracia: animar a algunas personas a elegir qué temas y causas apoyar –o no– puede socavar el principio de igualdad en las urnas, ya que los donantes tienen más «voz» que los no donantes en la gestión de la sociedad.
Valores: la filantropía permite a los donantes alinear sus acciones con sus valores personales (religiosos y humanitarios).	Falta de sensibilidad cultural: puede deberse a personas bienintencionadas de entornos privilegiados que tratan de imponer sus valores y puntos de vista a las personas a las que intentan ayudar. Esta crítica se dirige a menudo a los donantes de las sociedades occidentales que intentan intervenir y ayudar en otros países donde no comprenden plenamente la situación o las consecuencias de su intervención.
Beneficio para el donante: la filantropía satisface las necesidades de los donantes, como el sentimiento de pertenencia, la estima y el sentido de la vida.	Beneficio indebido para el donante: los donantes pueden ser personas que ya disfrutaban de muchos privilegios (por ejemplo, la riqueza), por lo que no deberían obtener más beneficios por el hecho de ser altruistas.

Fuente: datos recopilados por las autoras.

1.6. Puntos fuertes y débiles característicos de la filantropía

La filantropía puede contribuir significativamente a la vida de las personas y las comunidades, pero no es perfecta y no necesariamente podrá resolver todos los problemas más complejos. Además, como la filantropía implica intervenciones privadas en el ámbito público, puede agravar las diferencias de poder existentes y puede que sus resultados no sean siempre positivos.

A menudo, la filantropía es política con «p» minúscula: no se conceden desgravaciones fiscales a la actividad filantrópica que pretende influir en las elecciones o apoyar a políticos concretos, pero las donaciones privadas pueden ser una forma eficaz de expresar las opiniones sobre lo que importa y el deseo de que se produzcan los cambios necesarios.

Las exenciones fiscales ofrecidas a la filantropía en muchos países pretenden fomentar la generosidad privada, pero también significan que el Estado está renunciando a unos ingresos fiscales que, de otro modo, estarían disponibles para que los políticos electos los pudieran gastar. Por tanto, los contribuyentes están subvencionando donaciones a causas que quizá no apoyen personalmente, lo que lleva a algunos a preguntarse si, en conjunto, la filantropía puede perjudicar el funcionamiento democrático de la sociedad (figura 6).

Conclusión

En resumen: la filantropía es omnipresente y desempeña un papel importante en la sociedad contemporánea. Ha evolucionado con el tiempo y genera muchos debates sobre la función y el impacto de las donaciones privadas, pero sigue siendo una fuente de financiación esencial para la actividad no lucrativa y para una sociedad civil sana.

La segunda parte presenta nuevos datos sobre la filantropía en España y Portugal.

2.ª PARTE

Nuevos datos sobre la filantropía individual en España y Portugal: actitudes sociales y comportamientos filantrópicos



Esta parte presenta nuevos datos recogidos en una encuesta encargada específicamente para averiguar qué piensan los ciudadanos de España y Portugal sobre la filantropía y valorar sus comportamientos filantrópicos.

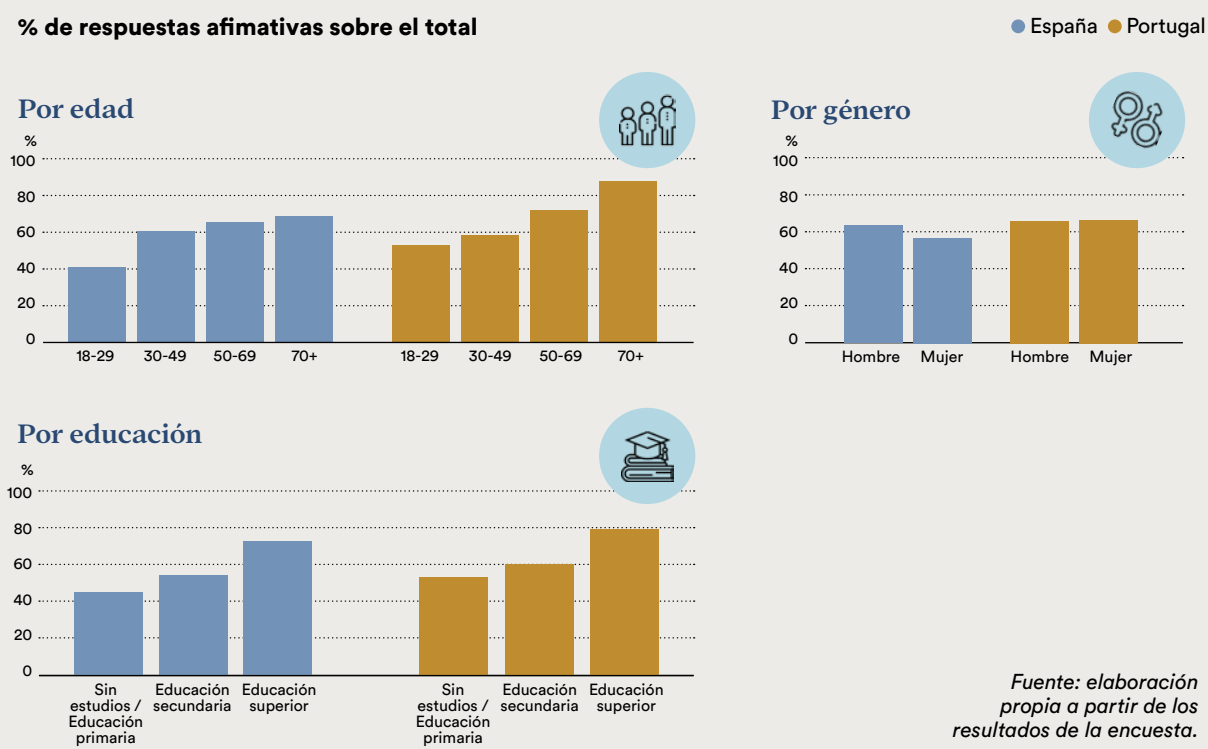
2.1. Conocimientos sobre filantropía

A la pregunta «¿Sabe lo que es la filantropía?», la mayoría de los españoles y portugueses confirman estar familiarizados con este término,

con niveles de conocimiento ligeramente superiores en Portugal (66 % de la población) que en España (60 % de la población).

La probabilidad de entender qué es la filantropía aumenta en ambos países tanto con la edad como con el nivel educativo (figura 7).

Figura 7: Conocimiento de la filantropía según perfil



Los portugueses de 70 años o más son más del doble de propensos a decir que saben qué es la filantropía (87 %) que los españoles de 18 a 29 años (41 %), mientras que los que han completado estudios universitarios son significativamente más propensos a decir que saben qué es la filantropía que los que solo han completado estudios primarios o secundarios.

Las diferencias de género son mínimas, con solo un número ligeramente superior de hombres españoles que dicen conocer el término, y sin diferencias de género significativas en Portugal.

2.2. Definiciones de filantropía

Al pedirles que definieran la filantropía, los encuestados sugirieron una gran variedad de palabras. Curiosamente, las mismas cuatro palabras fueron las más citadas tanto

en España como en Portugal: *ayuda*, *amor*, *humanidad* y *generosidad*.

También es interesante mencionar que todas las palabras que se sugirieron varias veces en ambos países eran palabras positivas, excepto dos, *negocio* y *dinero*, que pueden tener una connotación negativa. *Negocio* aparece en la posición 12 y 17 en España y Portugal, respectivamente, y *dinero*, en la 16 y 24.

Esto contrasta con los resultados de una encuesta similar realizada en el Reino Unido, en la que los encuestados dieron muchas palabras positivas, como *generoso*, *atento* y *dadivoso*; algunas palabras neutras, como *adinerado*, *rico* y *donante*, pero también un gran número de palabras negativas, entre ellas: *antidemocrático*, *arrogante*, *autopromocionador*, *cínico*, *codicioso*, *culpable*, *demasiado rico*, *egocéntrico*, *egoísta*, *engañoso*, *errático*, *escatimador de impuestos*, *evasivo*, *evasor de impuestos*, *exagerado*, *fracaso*, *idiota*, *insensible*, *malo*, *mentiroso*, *no digno de confianza* y *timo*¹³.

Figura 8: Ranking de las 20 palabras más mencionadas que definen la filantropía



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta.

13. Estos datos aparecen en: B. Breeze (2021). *The Philanthropy Paradox: Public attitudes and future prospects for planned giving*, disponible en línea (<https://research.kent.ac.uk/philanthropy/wp-content/uploads/sites/2278/2020/11/The-Philanthropy-Paradox-FINAL-Nov-2020.pdf>).

Las connotaciones más positivas de la filantropía en España y Portugal pueden deberse a diferentes interpretaciones culturales de las donaciones privadas, o a menos ejemplos de donantes problemáticos, o puede ser que en los países donde la filantropía tiene más notoriedad, como en el Reino Unido, suceda aquello de que la familiaridad genera menosprecio.

2.3. Conocimiento de filántropos y organizaciones filantrópicas

Al pedirles que nombren a un filántropo o a una organización filantrópica, llama la atención el número de encuestados que citan ejemplos estadounidenses.

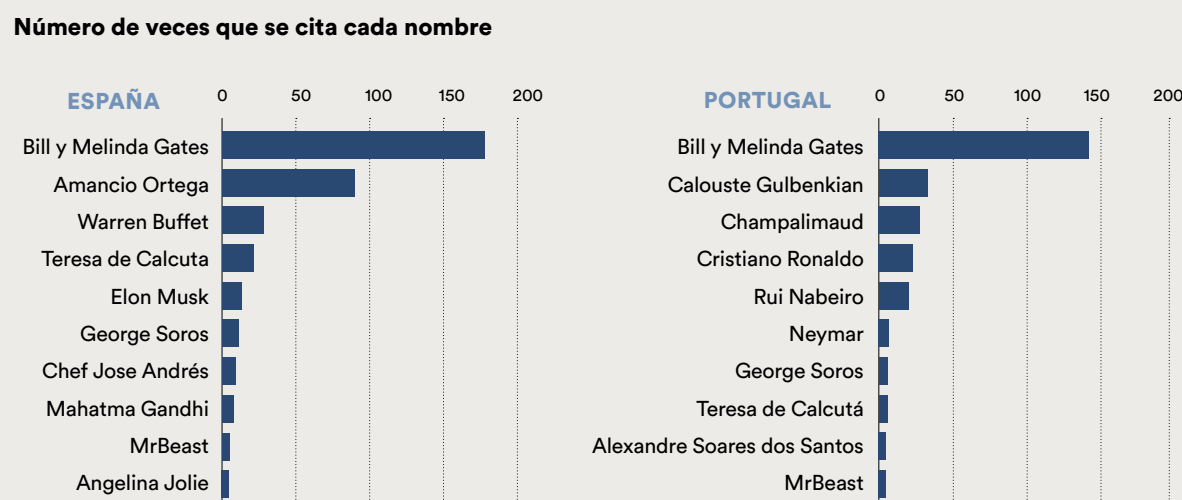
Filántropos particulares mencionados

Tanto en España como en Portugal, los nombres que primero vienen a la mente, y que son mencionados por el triple de encuestados que la segunda mención más popular –el empresario español Amancio Ortega–, son Bill y Melinda Gates, el fundador de Microsoft y su exesposa. Este dato es quizá menos sorprendente si recordamos que los

Gates han destinado a obras filantrópicas las mayores cantidades jamás vistas en todo el mundo: la cifra ascendía a 69.000 millones de dólares en 2023. Pero no está tan claro por qué la mitad de los diez primeros nombres son también estadounidenses, entre ellos Elon Musk, cuya fortuna es mayor que la de los Gates (unos 200.000 millones de dólares frente a unos 140.000 millones) y cuya obra filantrópica, sin embargo, es mucho menor y más opaca, con donaciones conocidas de millones y no de miles de millones de dólares.

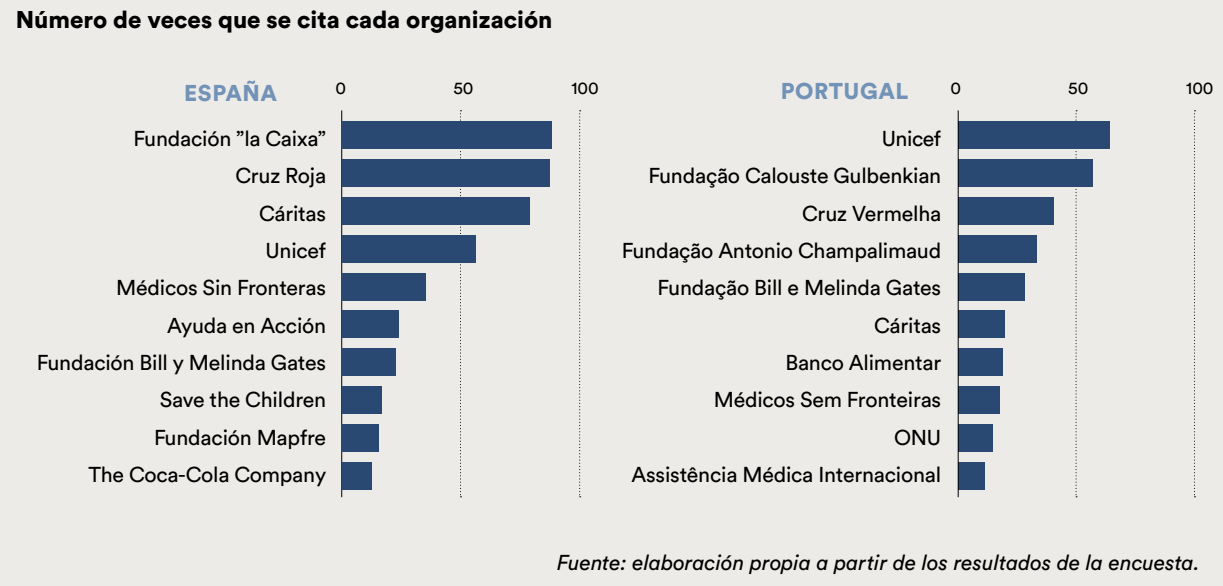
Aparte de los estadounidenses, los encuestados españoles dan nombres de religiosos, como la Madre Teresa de Calcuta y el líder indio Mahatma Gandhi, mientras que los portugueses tienden a nombrar más a empresarios y futbolistas portugueses, con Antonio Chamalimaud, Rui Nabeiro y Alexandro Soares dos Santos en la primera categoría, y Cristiano Ronaldo y el futbolista brasileño Neymar en la segunda. El *youtuber* estadounidense Mr. Beast, un destacado promotor de actos filantrópicos exhibicionistas en internet, es el décimo más nombrado tanto por los jóvenes españoles como por los portugueses, mientras que personajes famosos como la actriz de Hollywood Angelina Jolie y el chef español nacionalizado norteamericano José Andrés también figuran en la lista.

Figura 9: Filántropos más citados por los encuestados



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta.

Figura 10: Organizaciones más nombradas por los encuestados



Instituciones filantrópicas mencionadas

A los encuestados les resultó más fácil nombrar a una organización filantrópica que a una persona filantrópica.

Solo 809 encuestados fueron capaces de nombrar a filántropos particulares, mientras que fueron 1.086 los que respondieron cuando se les pidió que nombraran una organización filantrópica. Sin embargo, esta cifra sigue siendo inferior a un tercio del número total de personas encuestadas (3.222), lo que indica un bajo nivel de conocimiento general sobre el sector filantrópico.

En España, la Fundación "la Caixa", la Cruz Roja y Cáritas encabezan la lista de entidades filantrópicas mencionadas, mientras que en Portugal las más nombradas fueron UNICEF, la Fundação Calouste Gulbenkian y la Cruz Vermelha.

Es interesante destacar que las organizaciones filantrópicas más nombradas en España son entidades sin ánimo de lucro, mientras que en Portugal las más mencionadas fueron fundaciones privadas.

2.4. Opiniones sobre la filantropía

Se preguntó a los encuestados hasta qué punto estaban de acuerdo o en desacuerdo con diez afirmaciones distintas sobre la filantropía (figura 11).

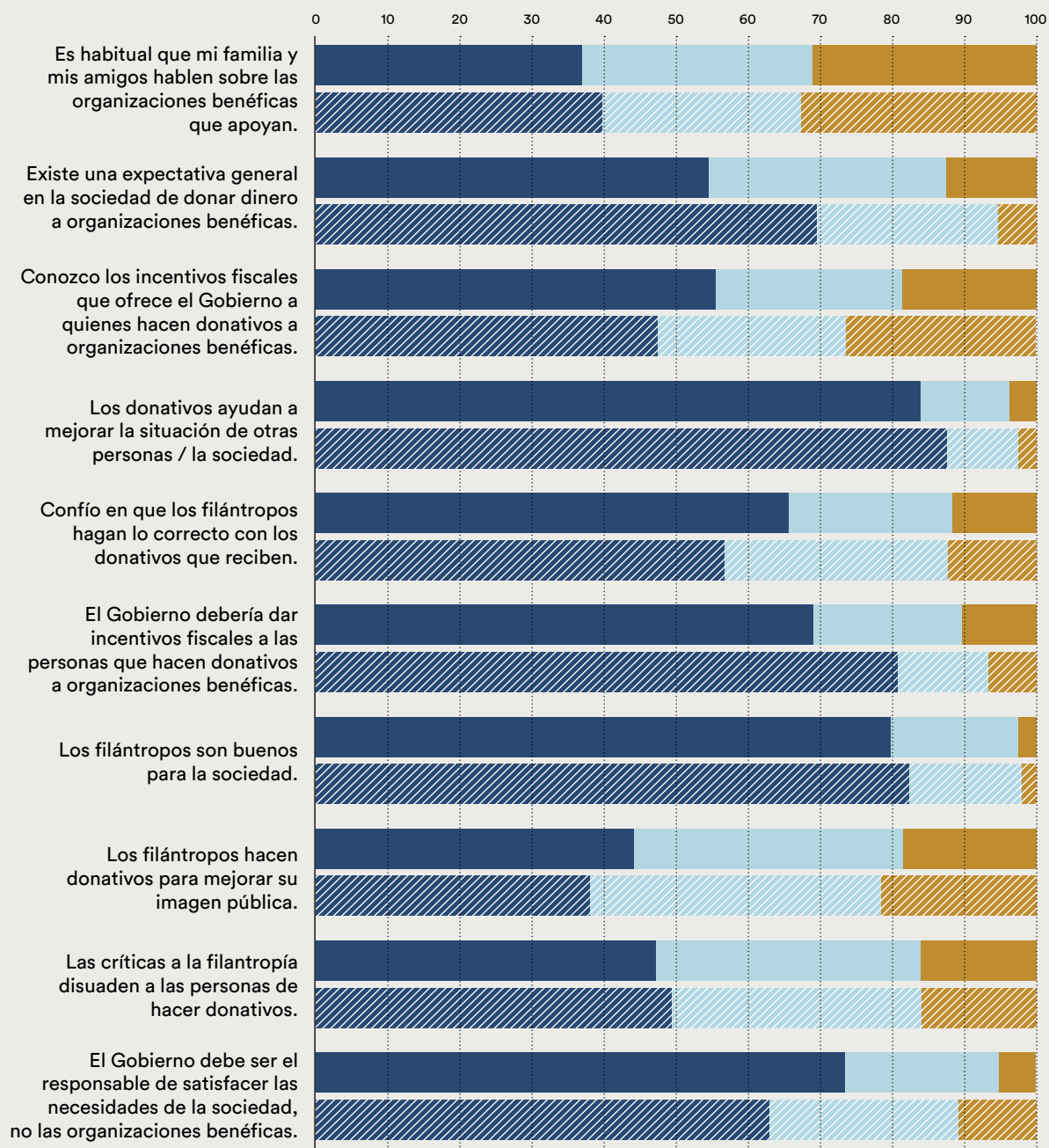
Las respuestas generales a estas afirmaciones tanto en España como en Portugal son bastante favorables, aunque existe cierta desconfianza hacia los filántropos. En ambos países se observa una clara preferencia por que sea el Gobierno el responsable de satisfacer las necesidades de la sociedad, en lugar de organizaciones benéficas financiadas con fondos filantrópicos. Estos resultados apuntan a un fuerte apoyo al estado de bienestar, pero como resultados posteriores muestran que las poblaciones española y portuguesa participan en actividades filantrópicas –dando tanto su dinero como su tiempo para ayudar a los demás–, en la práctica pueden estar abiertas tanto a la acción privada como a la acción organizada por el Gobierno.

Hablar ayuda a establecer la donación como norma social, por lo que es interesante observar que hay más familias que hablan de las

Figura 11: Opiniones sobre la filantropía

% de respuestas sobre el total a cada afirmación

○ España ● De acuerdo
 ⊗ Portugal ● Ni de acuerdo ni en desacuerdo
 ● En desacuerdo



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta.

organizaciones benéficas que apoyan (37 % en España y 40 % en Portugal) que familias que no lo hacen (31 % en España y 33 % en Portugal). Una proporción aún mayor está de acuerdo en que existe una expectativa general en la sociedad de donar dinero a obras benéficas. Esta expectativa se percibe con mayor entusiasmo en Portugal, donde el 70 % está de acuerdo, frente al 54 % en España.

La mayoría de los españoles (55 %) conoce los incentivos fiscales que el Gobierno ofrece a quienes hacen donaciones benéficas, frente a algo menos de la mitad de los portugueses (47 %). Se realizó un análisis estadístico más detallado para analizar este resultado, y se descubrió que los españoles, las personas de más edad, los hombres y las personas con un alto nivel educativo son más propensos a decir que conocen estos incentivos. En este sentido, sería útil que los gobiernos comunicaran más la existencia de estos incentivos, especialmente en Portugal.

Los mayores niveles de conformidad se dan en respuesta a la afirmación de que «los donativos ayudan a mejorar la situación de otras personas / la sociedad», con la que expresan su conformidad el 84 % en España y el 88 % en Portugal. Casi nadie (1 % y 0,3 %) se muestra en desacuerdo con esta afirmación, y el 10-15 % restante se muestra neutral ante esta pregunta.

La mayoría de ambas poblaciones también está de acuerdo en que confían en que las organizaciones filantrópicas hagan lo correcto con los donativos que reciben, aunque la conformidad sobre este punto es significativamente mayor en España (66 %) que en Portugal (57 %).

También se observa una gran conformidad, aún mayor en Portugal, en que el Gobierno debería dar incentivos fiscales a las personas que donan dinero a obras benéficas (69 % en España y 81 % en Portugal). Esta conformidad se traduce en una creencia fundamentada (80 % en España y 82 % en Portugal) de que los filántropos son buenos para la sociedad.

Como refuerzo de la respuesta de palabras abrumadoramente positivas que vinieron a la

mente en relación con la palabra *filantropía*, solo una minoría de los encuestados (44 % en España y 38 % en Portugal) cree que los filántropos donan para promocionar su imagen pública. Un porcentaje similar (47 % en España y 50 % en Portugal) está de acuerdo en que las críticas a la filantropía disuaden a la gente de donar.

La última afirmación, la de que el Gobierno, y no la beneficencia, debería ser responsable de satisfacer las necesidades de la sociedad, también obtiene conformidad por parte de la mayoría, más ampliamente en España (73 %) que en Portugal. En cuanto a otras características como la edad, el género y el nivel educativo, los resultados de una regresión muestran que no hay diferencias significativas.

2.5. La solidaridad en las sociedades española y portuguesa

Cuando se pregunta a los encuestados, en una escala del 1 al 10, cómo perciben el nivel de solidaridad en la sociedad, las respuestas son muy similares en ambos países, con una media de 5,9 y 6,0 en España y Portugal, respectivamente. Se trata de una respuesta notablemente uniforme, sin diferencias significativas en función de la edad, el género o el nivel de estudios.

2.6. La urgencia de los temas sociales

Tanto en España como en Portugal, la Salud es, con diferencia, la principal prioridad, con más de tres cuartas partes (76 %) que la consideran como tema «más urgente». Los Derechos humanos también son considerados «más urgentes» por el 55 % de los encuestados en ambos países. En cuanto a la Acción social, más de tres cuartas partes en ambos países la consideran urgente o muy urgente.

Existe menos conformidad sobre qué otras cuestiones deberían calificarse de «urgentes»: la Investigación es señalada por el 62 %

de los encuestados españoles, pero solo por el 36 % de los portugueses. La Educación y la universidad también son más urgentes, según los encuestados, en España que en Portugal.

Ningún otro tema obtiene una mayoría en ninguno de los dos países, aunque el Medio ambiente y los animales se acerca (46 % en España y 41 % en Portugal).

Figura 12: Percepción general sobre el grado de solidaridad

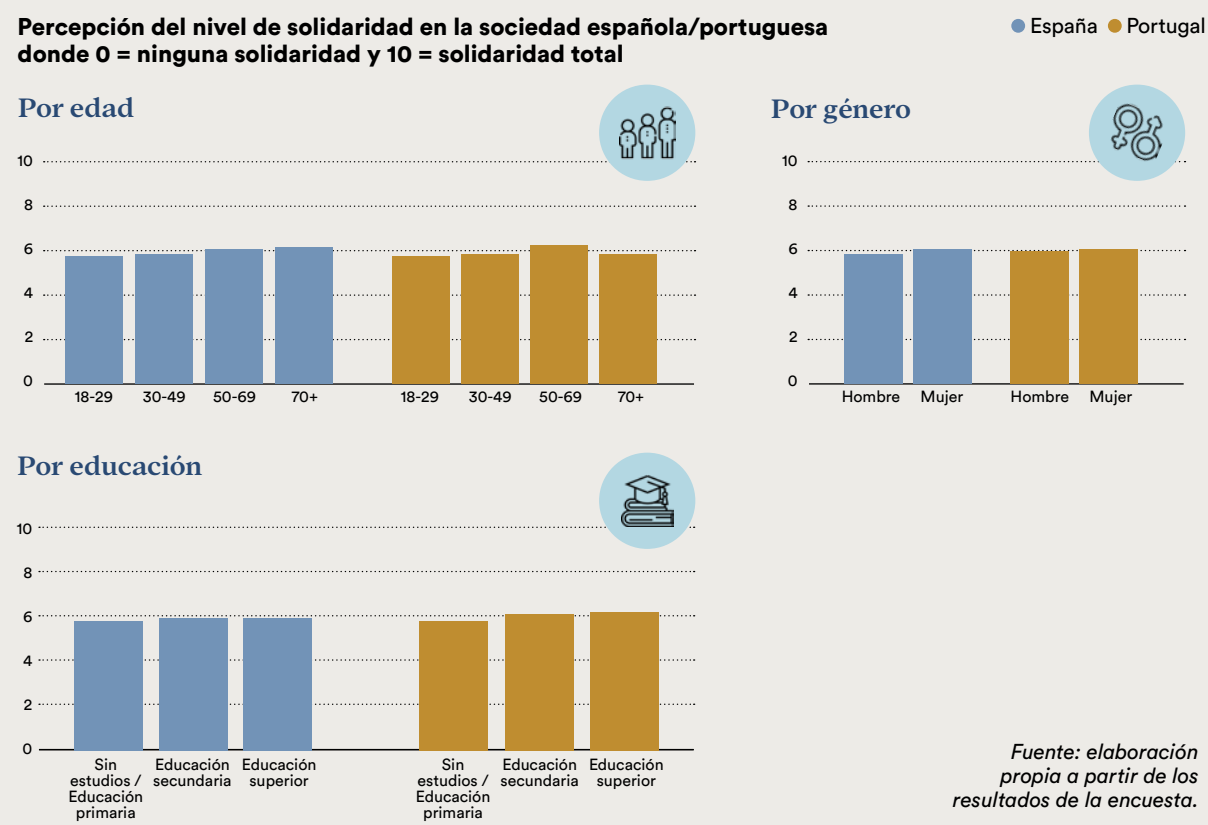
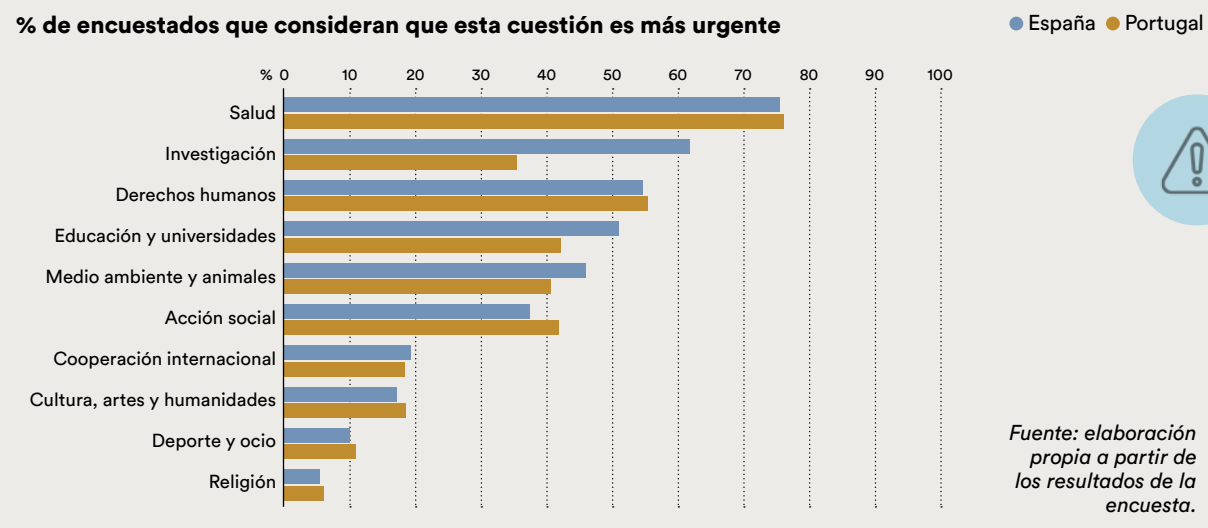


Figura 13: Cuestiones que deberían abordarse con más urgencia



2.7. Comportamientos filantrópicos individuales

Este último apartado profundiza en los comportamientos filantrópicos reales de los encuestados en relación con una serie de actos prosociales (figura 14).

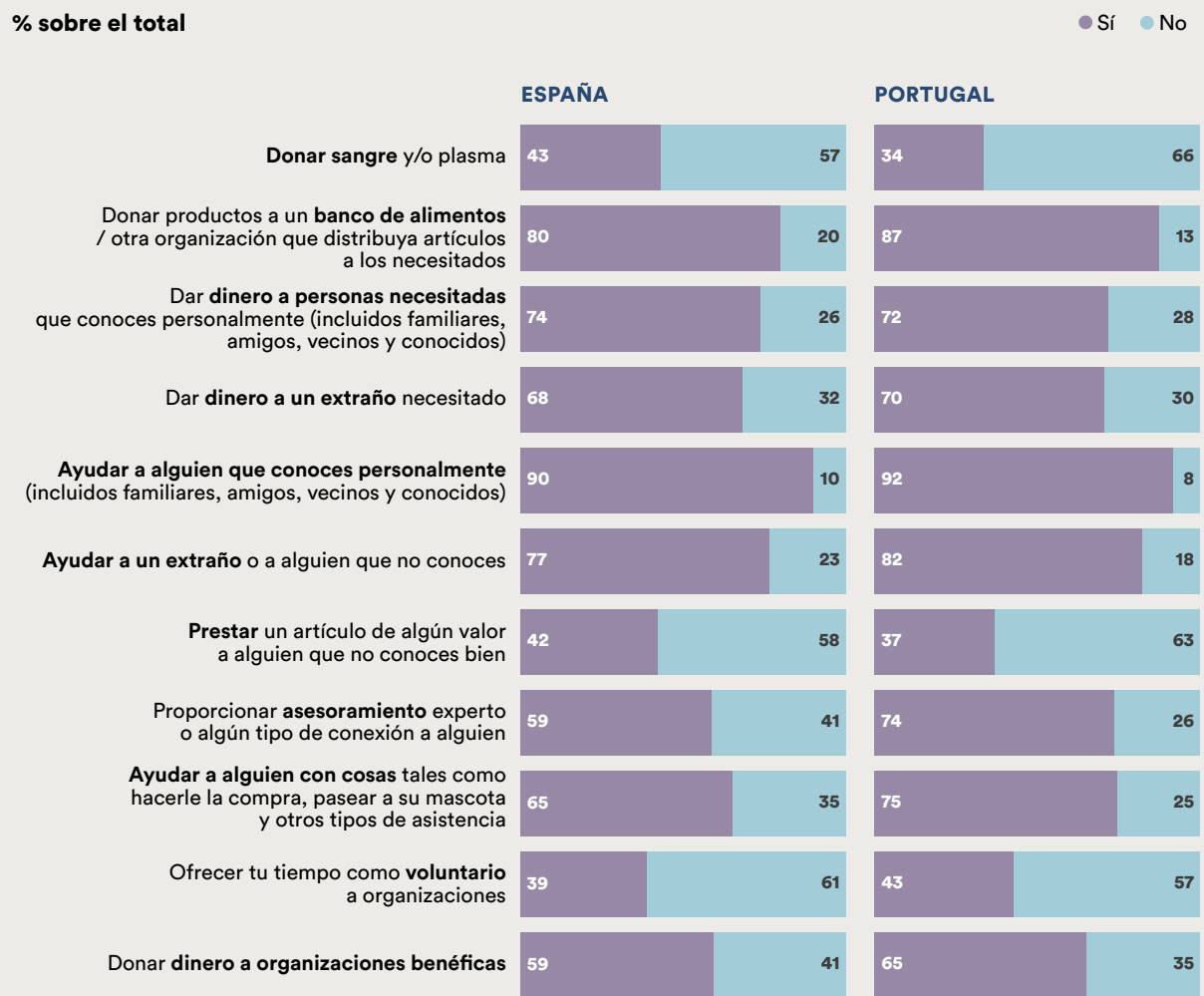
Los resultados muestran que los españoles y los portugueses tienden a ser filantrópicos en su vida cotidiana. La mayoría de los encuestados han realizado todos los actos sugeridos al menos una vez, y en algunos casos semanal o mensualmente, durante el último año.

Los actos filantrópicos más populares son ayudar a alguien conocido personalmente

por la persona encuestada (90 % en España y 92 % en Portugal) y donar productos a un banco de alimentos u otra organización que distribuya artículos a personas necesitadas (80 % en España y 87 % en Portugal).

Otros actos filantrópicos habituales son ayudar a un desconocido (77 % en España y 82 % en Portugal) y dar dinero a personas conocidas personalmente por el encuestado (74 % en España y 87 % en Portugal). Aunque cabría esperar generosidad con los conocidos, es sorprendente que la proporción de personas que dicen dar dinero a desconocidos necesitados sea casi igual (68 % en España y 71 % en Portugal). La mayoría de los encuestados (65 % en España y 75 %

Figura 14: Acciones de apoyo realizadas durante el último año



Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta.

en Portugal) también declararon haber ayudado a otras personas a hacer la compra o a pasear a un animal doméstico, así como haber proporcionado asesoramiento experto o haber proporcionado un contacto útil a alguien (59 % en España y 74 % en Portugal).

Hay dos actos filantrópicos que realiza menos de la mitad de la población: donar sangre o plasma (43 % en España y 34 % en Portugal) y prestar algo de valor a alguien a quien la persona encuestada no conoce bien (42 % en España y 37 % en Portugal).

En general, los portugueses tienden más a mostrar comportamientos filantrópicos en su vida cotidiana. Resulta tranquilizador de cara al futuro, como también reflejan otros estudios según los cuales las generaciones más jóvenes son más prosociales, que en esta encuesta sean los jóvenes (de 18 a 29 años) los que declaran tener más comportamientos filantrópicos, con la excepción de donar dinero a organizaciones benéficas, lo que podría atribuirse a que tienen menos acceso a recursos financieros.

En el extremo más formal de los actos filantrópicos, que implicaría dedicar tiempo explícitamente a determinadas acciones voluntarias, también observamos una participación sustancial (apartado 2.8).

2.8. El voluntariado en organizaciones benéficas

En la encuesta también se pide a las personas que identifiquen las causas a las que dedican tiempo voluntario, utilizando las mismas categorías preguntadas en el apartado 2.6. Esto permite identificar si los temas considerados más urgentes son también los que reciben más tiempo de voluntariado por parte de los encuestados, ya que alguien puede considerar urgente un tema y, sin embargo, encontrar dificultades para aportar su propio tiempo.

Los resultados muestran que dedicar tiempo a apoyar el trabajo de organizaciones benéficas también es común en ambas poblaciones: el 39 % en España y el 43 % en Portugal ofrecieron su tiempo en beneficio de una organización benéfica.

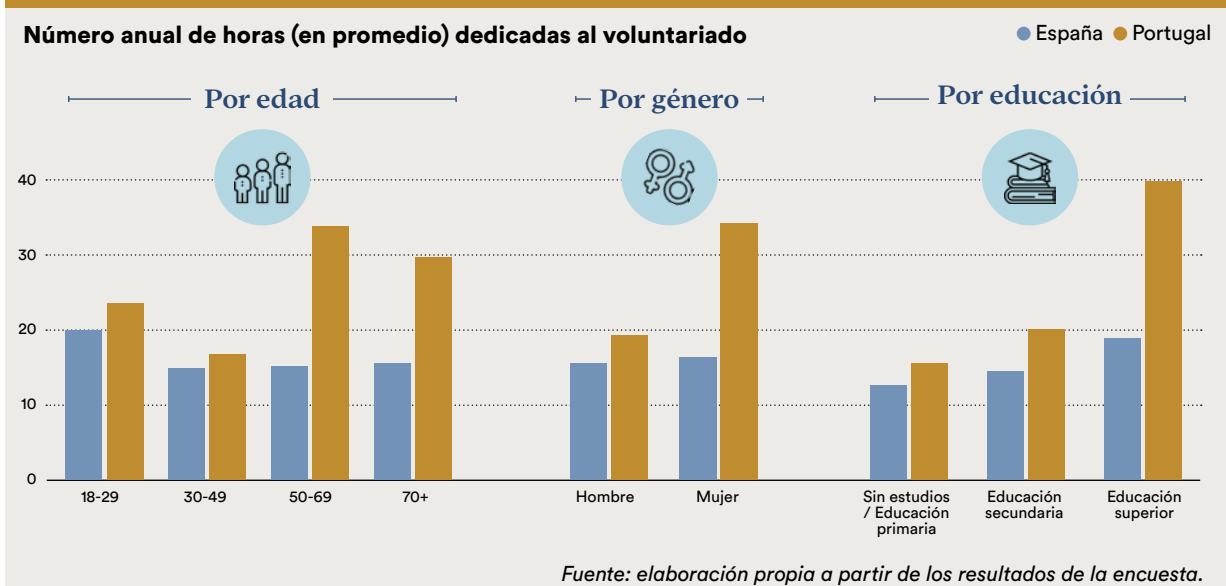
Las tres causas que más atraen la ayuda voluntaria son la Salud, la Acción social y el Medio ambiente y los animales en ambos países, con una ligera variación en el orden. Esto coincide en gran medida con las opiniones sobre los temas que se consideran más urgentes (encabezados por la Salud).

Las personas con un mayor nivel educativo dedican más tiempo al voluntariado tanto

Figura 15: Causas apoyadas con horas de voluntariado en el último año



Figura 16: Estimación del tiempo dedicado al voluntariado en el último año



en España como en Portugal, aunque esto podría deberse a otros factores, como que su lugar de trabajo ofrezca oportunidades de voluntariado durante la jornada laboral, o que tengan un mayor nivel de ingresos que les permita liberar tiempo que de otro modo dedicarían a las tareas domésticas, pagando estos servicios, para realizar actividades más satisfactorias como el voluntariado (figura 16).

En todos los tramos de edad, los portugueses declaran hacer más voluntariado y, al igual que ocurre con las donaciones de dinero en el siguiente apartado, las mujeres portuguesas mayores de 50 años son las que más voluntariado realizan. Entre los grupos de más edad, mayores de 50 años, los portugueses dedican el doble de horas al voluntariado que sus homólogos en España.

Si nos centramos en las personas que declaran un mayor número de horas de voluntariado, en España hay 22 personas que dedican más de 5 horas a la semana (38 personas en Portugal). Estas personas son en su mayoría mujeres en Portugal (no hay diferencia de género en España) y tienden a apoyar diversas causas.

2.9. Donativos a obras benéficas

Donar dinero a obras benéficas es típico en ambos países: el 59 % de la población española declara haber hecho al menos un donativo en el último año y un porcentaje aún mayor, del 65 %, en Portugal (figura 17).

En ambos países, las mismas cuatro causas son las que más apoyo financiero han recibido en el último año: Acción social, Salud, Medio ambiente y animales, y Derechos humanos. La Acción social y la Salud fueron significativamente más populares que otros temas, y cada una recibió el apoyo de más de una quinta parte de ambas poblaciones; en concreto, la Acción social recibió el apoyo de casi un tercio de los encuestados portugueses.

Si bien todas las demás causas reciben cierto apoyo de los donantes en ambos países, hay algunas diferencias claras: la Investigación y la Cooperación internacional son aproximadamente el doble de populares en España que en Portugal (12 % y 9 %, respectivamente, en España frente al 5 % para ambas causas en Portugal), mientras que la Cultura y las Artes son casi el doble de populares en Portugal (6 % que en España (4 %).

Figura 17: Causas apoyadas económicamente en el último año

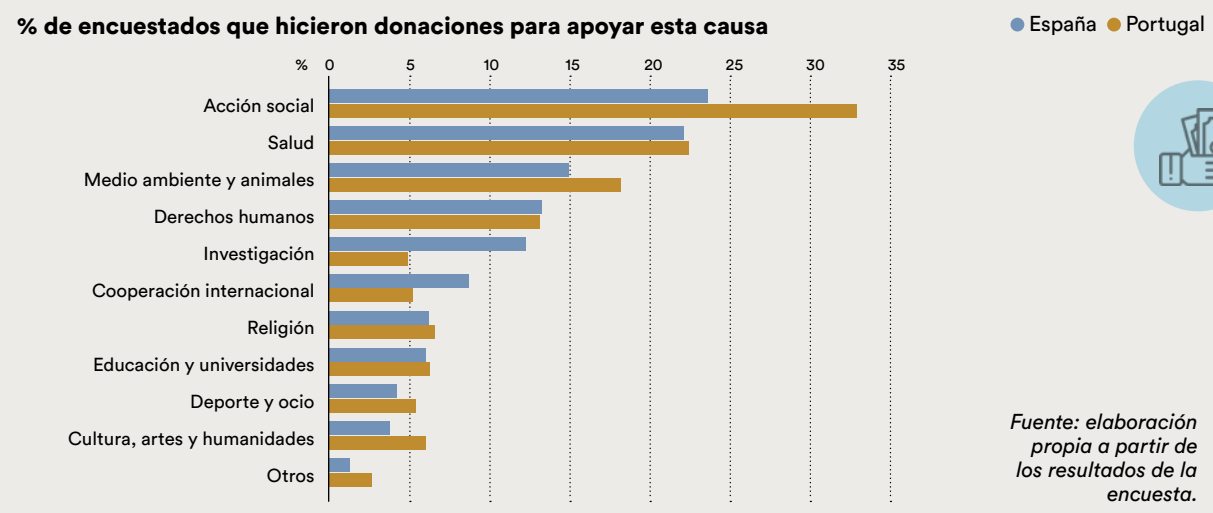


Figura 18: Estimación de las donaciones anuales declaradas

	PROMEDIO:	MEDIANA:
ESPAÑA	725 €	75 €
PORTUGAL	765 €	30 €

Fuente: elaboración propia a partir de los resultados de la encuesta.

No se preguntó a los encuestados cuánto habían donado a cada causa, pero se recogieron datos sobre las cantidades que declararon haber donado a todas las causas en el último año.

Para que estos datos sean realistas y se ajusten a las buenas prácticas de otros países en materia de donativos individuales medios, se han realizado dos ajustes: se han eliminado las personas que declaran no hacer ningún donativo y las que declaran cantidades especialmente elevadas (el 3 % superior). La «cuantía media de los donativos» se presenta de dos formas –tanto la media como la mediana–, porque es habitual que muchas

personas donen cantidades muy pequeñas y solo unas pocas donen cantidades mayores, por lo que a menudo se considera que la cuantía que se halla en el punto medio (la mediana) refleja mejor la realidad en la práctica (figura 18).¹⁴

Esta cifra se compara favorablemente con los niveles de donación media anual en la mayoría de los demás países, como se muestra en la figura 19. Sin embargo, es importante examinar de cerca el proceso de recopilación y análisis de datos, como se expone en el anexo metodológico, que puede no ser directamente comparable con el diseño de investigación utilizado en otros contextos.¹⁵

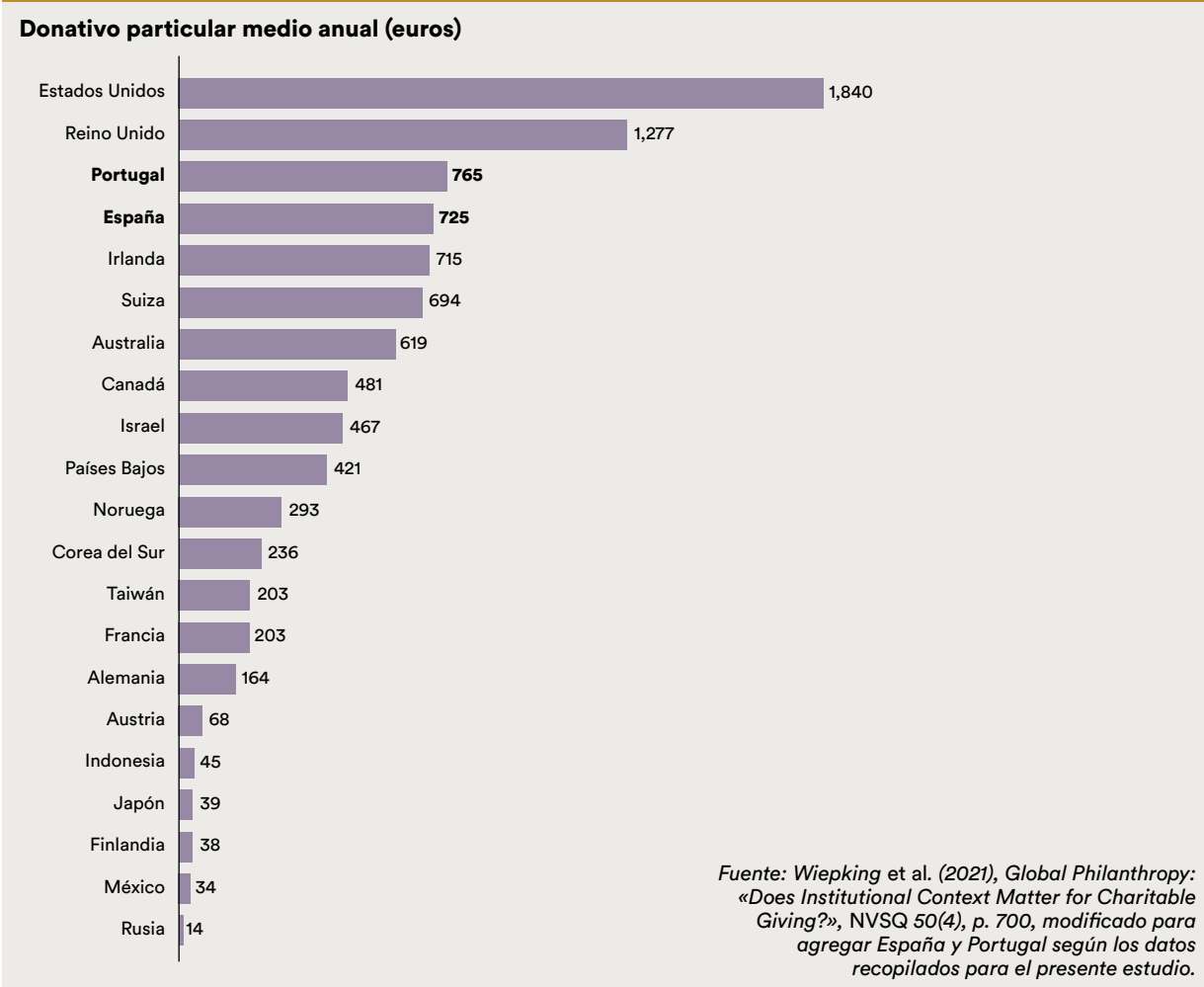
14. Esta práctica ayuda a evitar el «efecto Bill Gates», por el cual incluir las cantidades donadas por un donante significativamente grande da una impresión inexacta de la generosidad típica.

15. Estos donativos medios anuales se basan en las cifras comunicadas en P. Wiepking et al. (2021), «Global Philanthropy: Does Institutional Context Matter for Charitable Giving?», *NVSQ* 50(4), p. 700, ajustadas a la inflación y convertidas de dólares a euros. La información sobre la metodología de recopilación de datos para cada país incluido en la Base de Datos Internacional sobre Filantropía está disponible en: [http://www.wiepking.com/papers/Documentation_IIPD_\(2016_version1\).pdf](http://www.wiepking.com/papers/Documentation_IIPD_(2016_version1).pdf).

En los nuevos datos presentados en este informe hay variaciones interesantes en las cantidades donadas por edad, nivel educativo y género: la parte de la población portuguesa más generosa económicamente son las mujeres de 50 a 69 años. En España no hay diferencias significativas por género y edad. En ambos países, las personas con estudios superiores también suelen hacer donativos más elevados, pero es probable que esto se deba a que tienen mayores ingresos. Hay 86 personas en ambos países que declaran hacer las mayores donaciones, de 5.000 euros o

más al año (47 en España y 39 en Portugal). De las 39 de Portugal, 38 eran mujeres de entre 50 y 59 años y apoyaban diversas causas. Sin embargo, es importante recordar que, aunque el tamaño global de la muestra para esta investigación fue robusto, con más de 3.000 participantes en la encuesta, cuando desglosamos las cifras por país, edad y género, las muestras disminuyen, por lo que debemos tratar los resultados con cierta cautela y seguir centrándonos en las medias globales. Para más información sobre la recogida y el análisis de datos, véase el anexo metodológico.

Figura 19: Estimación de las donaciones anuales por países



Conclusión y recomendaciones

Los resultados de la encuesta ofrecen datos interesantes sobre la filantropía en España y Portugal, no solo en lo que respecta a cómo entiende la sociedad el papel y el impacto de las donaciones privadas, sino también en qué medida participa con sus propios actos individuales.

Dar tiempo y dinero para apoyar el trabajo de organizaciones benéficas es común en ambas poblaciones: el 39 % de los españoles y el 43 % de los portugueses ofrecieron su tiempo en beneficio de una organización benéfica, mientras que el 59 % de los españoles y el 65 % de los portugueses declararon haber realizado al menos un donativo en el último año. Por lo tanto, los ciudadanos son bastante generosos a la hora de ofrecer su tiempo en acciones de voluntariado y hacer donativos.

Los datos también identifican las causas benéficas más populares a las que la gente da prioridad y cómo esto se relaciona con sus propias aportaciones personales, tanto en términos de tiempo de voluntariado como de donativos. Los datos muestran que en España y Portugal la Salud es, con diferencia, la principal prioridad, ya que más de tres cuartas partes (76 %) la consideran la cuestión «más urgente». Esto es coherente con la causa que atrae más ayuda voluntaria y donativos: la Salud.

Cuando se les pidió que definieran la filantropía, **ayuda, amor, humanidad y generosidad** fueron las cuatro palabras más mencionadas en España y Portugal. Es interesante observar que casi todas fueron palabras positivas, excepto dos, *negocios* y *dinero*. Esto contrasta con los resultados de una encuesta similar realizada en el Reino Unido, en la que los encuestados mencionaron palabras positivas, neutras y muchas negativas, como *mentiroso*, *egocéntrico* y *evasor de impuestos*. Las connotaciones más positivas de la filantropía en España y Portugal pueden deberse a las

diferentes interpretaciones culturales de la donación privada o puede ser que en los países donde la filantropía está más presente, como el Reino Unido, haya más autocrítica.

A los encuestados les resultó más fácil nombrar a una organización filantrópica que a una persona filantrópica. En España, la organización más citada fue la Fundación "la Caixa", junto con la Cruz Roja. En Portugal, después de UNICEF, la entidad más citada fue la Fundação Calouste Gulbenkian. La Fundación "la Caixa" solo fue mencionada tres veces en Portugal, lo que significa que, aunque actualmente tiene una presencia bastante importante en el país, la población portuguesa no parece conocerla.

Por último, en cuanto a **quién dona más**, hay un grupo que destaca dentro de todo el análisis: **las mujeres portuguesas con estudios superiores de 50 a 69 años**. Una explicación razonable podría ser la baja tasa de empleo de este grupo debido a la jubilación anticipada, que podría dar lugar a más tiempo libre para la filantropía. Si este es el caso, es posible que a medida que este grupo envejezca se reduzca la cantidad total de tiempo dedicado al voluntariado. Sin embargo, podría darse el caso de que gradualmente las generaciones más jóvenes también se involucran más en actividades de voluntariado, como parece estar ocurriendo en España, donde los más jóvenes están participando más que los mayores en actividades filantrópicas.

Como resultado de esta investigación se plantean las **cinco recomendaciones** siguientes:

1

EXPLICAR MÁS CLARAMENTE QUÉ HACEN LAS ORGANIZACIONES FILANTRÓPICAS

En cuanto a los **conocimientos sobre filantropía**, muchas personas están familiarizadas con el término *filantropía*, **el 60 % en España y el 66 % en Portugal**, y este porcentaje aumenta con la edad y el nivel educativo. Sin embargo, esto sigue indicando que un tercio de la población no sabe lo que es la filantropía, y el índice de conocimiento podría aumentar mejorando la comunicación de las organizaciones filantrópicas para explicar más claramente lo que hacen a la población.

2

COMUNICAR QUE LA FILANTROPÍA Y EL GOBIERNO DESEMPEÑAN FUNCIONES COMPLEMENTARIAS

La **percepción de la filantropía**, basada en preguntar a los individuos en qué medida están de acuerdo o en desacuerdo con diez afirmaciones distintas sobre la filantropía, indica unos resultados globales **bastante favorables** tanto en España como en Portugal, aunque existe cierta desconfianza hacia los filántropos. Además, existe una clara preferencia por que sea el Gobierno el responsable de cubrir las necesidades de la sociedad, en lugar de las organizaciones benéficas financiadas por la filantropía. Es decir, **sigue existiendo la percepción de que los gobiernos deben asumir el papel principal a la hora de ofrecer igualdad de oportunidades, y no la filantropía**. En este sentido, **sería útil esforzarse más en comunicar a la población que no se trata de una suma cero, sino que el Gobierno y la filantropía tienen papeles complementarios**.

3

RECORDAR A LA SOCIEDAD QUE SER FILANTRÓPICO ES UNA ACTIVIDAD NORMAL Y COTIDIANA

Los encuestados afirman que el nivel de solidaridad de la sociedad no es muy alto: en una escala de 0 a 10, la media se acerca a 6 en ambos países. Esto contrasta con los índices reales de participación en diversos actos prosociales. Los resultados muestran que **los españoles y los portugueses tienden a ser filantrópicos en su vida cotidiana**. La mayoría ha realizado todos los actos sugeridos al menos una vez, y en algunos casos semanal o mensualmente, durante el último año. Sin embargo, la gente no parece ser consciente de que su participación es algo habitual y de que existen niveles relativamente altos de comportamiento altruista en toda la sociedad.

4

MEJORAR EL CONOCIMIENTO DE LOS INCENTIVOS FISCALES

Los datos también muestran que los más jóvenes son menos conscientes de los incentivos fiscales a las donaciones que sus homólogos de más edad. Una recomendación sería mejorar la comunicación de la existencia de este tipo de incentivos fiscales, utilizando potencialmente las redes sociales u otros canales a los que los jóvenes presten más atención, con el fin de impulsar las donaciones.

5

APOYAR LA CAPTACIÓN Y LA RETENCIÓN DE VOLUNTARIOS

Con el fin de evitar el consiguiente descenso de los niveles de voluntariado, sería aconsejable invertir más en ayudas para la captación y el apoyo a los voluntarios, así como comunicar mejor los beneficios que reporta a la persona y a la sociedad en general el hecho de convertirse en voluntario.

Anexo metodológico

Los resultados de este análisis proceden de una encuesta encargada en España y Portugal. La recogida de datos tuvo lugar en abril de 2024. Para crear una muestra representativa, se ponderaron las cuotas de género, edad y región. Asimismo, se utilizaron como variables de control el nivel de ingresos del hogar y el nivel de estudios de la persona entrevistada. El número de observaciones resultante es un total de 3.222, compuesto por 2.009 encuestados en España y 1.213 en Portugal.

Se han realizado análisis de regresión para determinar la relación entre ciertas respuestas y las características demográficas: país, edad, género y nivel de estudios.

Los datos sobre el tiempo dedicado al voluntariado y el dinero destinado a donaciones se recopilaron en intervalos y con marcos temporales (semanal, mensual y anual). Para calcular la cantidad total de tiempo dedicado anualmente a voluntariado se tomaron los valores medios de cada intervalo. Por ejemplo: para los que declararon haber dedicado entre 0 y 1 hora a la semana, se calcularon 0,5 horas. Para los que dedicaron más de 5, se sumó a esta cifra el valor del intervalo anterior. Por lo tanto, se consideró que los que respondieron más de 5 horas habían dedicado 9 horas. Se obtiene así una estimación imperfecta pero razonable del número total de horas dedicadas. El mismo procedimiento se utilizó para calcular los informes mensuales y anuales. El tiempo total de voluntariado anual dedicado se calculó de la siguiente manera: 52 x total de horas semanales estimadas para los que dieron una cifra semanal y 12 x total de horas estimadas para los que dieron una cifra mensual.

Se realizó un ejercicio similar para la declaración del valor del dinero donado. Para calcular el importe anual, se utilizaron los valores medios de los intervalos y, para la franja más alta (los que declararon más de 5.000 euros), se añadieron 4.000 (el valor medio de la segunda categoría más grande) para obtener un valor de 9.000 euros en la franja más alta. Dado que estas cifras también se declararon semanal,

mensual o anualmente, los importes anuales totales se calcularon multiplicándolos por 52 o 12, respectivamente. Se trata de una estimación que ayuda a hacerse una idea de los niveles de donaciones, aunque no es perfecta.

Como se indica en el informe, para calcular los donativos individuales anuales típicos se eliminaron los no donantes y el 3 % de los donativos más cuantiosos. Cuando se incluyen todos los datos sin hacer ningún ajuste por los que no donan o por los casos atípicos que donan grandes cantidades, entonces el donativo medio anual global es de 1.160 euros tanto en España como en Portugal, con un promedio (media) de 722 euros en España y 1.887 euros en Portugal. Curiosamente, la mediana (considerada la cifra más robusta para una distribución sesgada a la derecha) no cambia mucho como resultado de los ajustes señalados. Cuando no se eliminan ni los no donantes ni el 3 % de los mayores donativos, la mediana es de 30 euros tanto en España como en Portugal. Cuando se eliminan los no donantes, la mediana es de 75 euros en España y de 30 euros en Portugal; cuando se eliminan los no donantes y el 3 % de los mayores donativos, la mediana es también de 75 euros en España y de 30 euros en Portugal. Esto último significa que Portugal tiene un mayor número de casos atípicos con una donación estimada muy alta. De hecho, el límite del 3 % más alto es de 9.000 euros en España y 30.000 euros en Portugal.

Teniendo en cuenta que la recogida de esta información (tiempo de voluntariado y dinero donado) es una estimación, tal y como se ha descrito anteriormente, es importante señalar las limitaciones de informar sobre las medias y la pertinencia de centrarse también en las medianas en la descripción de los resultados. Sin embargo, a pesar de estas limitaciones, los datos presentados y descritos en este informe constituyen el primer estudio representativo de las acciones y actitudes filantrópicas y, por lo tanto, son una herramienta útil para comprender mejor los niveles de solidaridad de las sociedades española y portuguesa.



Fundación "la Caixa"