

f filantropía

Quieren acabar con el paternalismo, con la caridad por la caridad y con los vagos indicadores de éxito de los proyectos que viven sólo de las subvenciones. No ayudan por ayudar ni para agradar al funcionario. Lo hacen para cambiar el mundo o, al menos, intentarlo.

Mucho más que herederos:
así es la nueva generación
de filántropos españoles

Por **Gonzalo Toca**
Ilustración **Miguel Navia**



LA NUEVA GENERACIÓN DE GRANDES FILÁNTROPOS ESPAÑOLES HA INICIADO UNA REVOLUCIÓN INCIPIENTE Y SILENCIOSA QUE ESTÁ TRANSFORMANDO TODO EL SECTOR: LA GESTIÓN DE LOS VEHÍCULOS QUE UTILIZAN PARA DONAR, LA FORMA DE SELECCIONAR Y PUBLICITAR LOS PROYECTOS QUE RECIBEN SU DINERO, LAS ÁREAS QUE SE BENEFICIAN DE SUS DONACIONES, LA CRECIENTE DILUCIÓN DE LA DELGADA LÍNEA QUE SEPARA A VECES FILANTROPÍA Y EMPRENDIMIENTO SOCIAL Y, POR FIN, LA CONVERGENCIA ACELERADA DE LOS MECENAS ESPAÑOLES CON LOS EUROPEOS. LOS GRANDES DONANTES VETERANOS, COMO AMANCIO ORTEGA Y JUAN ROIG, HAN ADOPTADO MUCHOS DE ESTOS NUEVOS VALORES. LA ONDA EXPANSIVA PARECE IMPARABLE.

• La primera gran pregunta es quiénes son y de dónde salen estos filántropos emergentes. La respuesta es que es más una comunidad de valores que de edades, aunque en este colectivo sean muchos más los menores de cincuenta y cinco años que los mayores y los ricos hechos a sí mismos en las últimas décadas que los herederos. Son los millonarios de la democracia.

También predominan las fundaciones con gestores experimentados del tercer sector para llevar el día a día y donantes muy implicados en la estrategia, en la selección de proyectos y en la evaluación de los resultados. Son muchos menos los mecenas que donan directamente de su bolsillo y las fundaciones donde los fundadores delegan toda la gestión salvo las grandes líneas de acción que se marcan anualmente.

Carolina Martínez Caro, directora general para Iberia del banco suizo Julius Baer, una entidad que asesora a las grandes fortunas españolas, confirma que el primer grupo de los filántropos emergentes es

• • el de los “empresarios, emprendedores y ejecu-



tivos” que se han hecho ricos en los últimos cuarenta años. Ricard Valls, socio director de la consultora Zohar, una referencia en la captación de fondos para proyectos sociales y buen conocedor de sus mecenas, añade como segundo gran grupo a los deportistas de élite.

Entre los ellos, afirma Valls, hay que prestar mucha atención a personajes como “Casillas, los hermanos Gasol, Messi o, más recientemente, Ricky Rubio”, porque todos ellos “tienen fundación propia”. Además, la sociedad, a diferencia de cuando las donaciones las realiza un empresario, suele aplaudir su compromiso. Gracias a su fama, pueden atraer a otros muchos mecenas (grandes y pequeños) a hacer lo mismo y ponen el foco de millones de personas en los problemas contra los que luchan con su dinero.

A veces, vinculan sus proyectos sociales a cuestiones ligadas con su actividad profesional: los hermanos Gasol están centrados en la lucha contra la obesidad infantil a través del deporte. En otros casos, añade Valls, los proyectos están más relacionados con vivencias personales como, por ejemplo, lo que significó para Ricky Rubio que su madre muriese de cáncer de pulmón. Por supuesto, no todos los deportistas tienen una fundación. Pep Guardiola prefiere hacer donaciones directamente desde su bolsillo.

El tercer gran grupo de nuevos mecenas, según Valls, lo componen la segunda o tercera generación de propietarios de un negocio de éxito. Han decidido distribuirse las tareas entre los herederos y, según él, “uno asume el *family office* y la fundación, que ya existía o bien se ha creado recientemente”.

Es verdad que lo que más distingue a estos filántropos emergentes son sus valores, no la procedencia de su dinero. Son cada vez más parecidos a sus homólogos europeos en aspectos claves como la forma en la que manejan la publicidad y diferencian la filantropía y la caridad cristiana, en la importancia renovada de las redes locales y transnacionales y en el uso intensivo de sus organizaciones de las nuevas tecnologías.

• Publicidad

Carolina Martínez Caro, directora general para Iberia del banco Julius Baer, destaca que, hasta hace poco, gracias al expreso deseo de los donantes, “gran parte de la actividad de filantropía en España ha pasado completamente desapercibida”. Eso, apunta, hacía que “el efecto llamada o contagio fuera prácticamente inexistente”. Según ella, “la donación de veinte millones de euros que el fundador del grupo Inditex, Amancio Ortega, realizó a Cáritas en 2014 supuso un hito importante”. Martínez Caro está convencida de que los españoles cada vez aceptan mejor este tipo de donaciones.

Aunque pueda resultar sorprendente, buena parte de la sociedad se ha mostrado tradicionalmente recelosa de los donativos públicos de los grandes patri-monios. Es habitual que un millonario realice una gran donación y que muchos españoles, en vez de celebrarlo como en EE UU, reaccionen indignándose porque no ha aportado lo suficiente, acusándolo de hacerse perdonar con su limosna los pecados cometidos con sus empresas y escandalizándose por esa exhibición impropia de caridad. La tradición cristiana —con la existencia de esos pecados que los ricos cometen por el mero hecho de serlo y el mandato de que toda buena obra ha de ser anónima— sigue pesando en las conciencias.

Pero esas costumbres no son sólo cosa de la sociedad en general sino también de muchos de los mecenas. Nathalie Sauvanet, Global Head of Philanthropy de BNP Paribas Wealth Management, señala que “la donación caritativa es una larga

Los filántropos emergentes españoles se caracterizan por ser menos paternalistas y unilaterales (sólo ayudan a quienes quieren ayudarse), por su creciente diferenciación entre la caridad cristiana y los motivos de sus donaciones y por abrirse, cada vez más, a aspectos que la caridad tradicional española nunca ha incluido como la lucha contra la fuga de cerebros o la promoción de la investigación médica



tradición en España derivada de las instituciones católicas” y que “la filantropía española todavía hace referencia a los valores cristianos”. Los filántropos emergentes españoles se caracterizan por ser menos paternalistas y unilaterales (sólo ayudan a quienes quieren ayudarse), por su creciente diferenciación entre la caridad cristiana y los motivos de sus donaciones y por abrirse, cada vez más, a aspectos que la caridad tradicional española nunca ha incluido como la lucha contra la fuga de cerebros o la promoción de la investigación médica.

La convergencia con Europa también se aprecia en lo que se podría llamar la ‘milénización’ de las costumbres. Es decir, la adopción gradual por parte de la generación anterior y posterior –y así de la inmensa mayoría de la población activa– de algunos de los principales hábitos de los *millennials*. Uno, como advierte Sauvanet, es la utilización intensiva de los canales digitales “no sólo para promover sus causas, sino también para encontrar beneficiarios, donantes, talentos y para formarse a sí mismos”. Y otro es el papel cada vez más importante de las redes de apoyo y *know-how* locales e internacionales. Allí los filántropos pueden encontrar desde asesoramiento hasta proyectos interesantes e incluso coinversores. Cuando por edad les cuesta o exprimir las posibilidades de la digitalización o tejer la red de relaciones, se lo encargan a otro para que sus organizaciones no pierdan la oportunidad.

Los filántropos emergentes se diferencian igualmente del resto por su forma de gestionar sus proyectos. Ignasi Carreras, director del Instituto de Innovación Social de ESADE recuerda en este punto que “aportan capacidades y experiencia, no sólo dinero” y que confían “en gestores profesionales aunque se impliquen en sus proyectos”.

Ricard Valls, socio director de la consultora Zohar, señala que también son novedosas las “técnicas empresariales que no se aplicaban en la fundaciones clásicas: selección del proyecto de impacto, modelo de sostenibilidad, inversión, escalado del proyecto y, a veces, salida a medio plazo”. Además, han fichado especialistas en captar fondos ingentes para los proyectos que impulsan los filántropos. Todo esto es lo que ha empezado a acortar dramáticamente la distancia entre el emprendimiento social y la filantropía y lo que ha atraído decisivamente a muchos *millennials*, que suelen creer que las *startups* sociales responden mejor a los grandes problemas de la población que las ONG.

Nathalie Sauvanet, de BNP Paribas Wealth Management, confirma que “siguiendo los pasos de los anglosajones, cada vez más filántropos de Europa y Asia optan por un enfoque emprendedor basado en modelos de financiación similares al capital riesgo”. La generación más joven, añade, “está particularmente abierta a utilizar métodos híbridos para conseguir mayor eficiencia e impacto global”.

EMPRESAS FUERTES EN FILANTROPÍA

A veces son las grandes empresas las que incorporan antes que nadie los mejores estándares internacionales de compromiso con la sociedad. Al fin y al cabo, son negocios globales con presencia o bien en países donde la filantropía está muy desarrollada (por ejemplo, EE UU y Reino Unido) o en las naciones emergentes donde operan sus grandes fundaciones empresariales. También poseen una capacidad mayor para acceder al talento internacional, que se ha formado y adquirido experiencia en instituciones que no existen en España (la educación para emprendedores sociales es incipiente) o en fundaciones, como la Bill & Melinda Gates, que tienen las mejores prácticas o, al menos, las prácticas más admiradas del sector en todo el mundo.

En España, la Fundación Bancaria “la Caixa”, con más de 20.000 millones de euros en activos, es un gigante europeo hasta el punto de que es el motivo por el que nuestro país aparece como una de las ocho grandes potencias mundiales de la filantropía.

Otras que también destacan, y que además son muy transparentes según Compromiso y Transparencia, son la Fundación Atresmedia, dedicada a acondicionar las clínicas a los niños hospitalizados durante largo períodos, a normalizar la aceptación de la discapacidad y a promover la excelencia en la educación; la Fundación Iberdrola, que apuesta por la formación, la protección del medio ambiente o el compromiso con los colectivos vulnerables; la Fundación Naturgy, que favorece la eficiencia energética y la protección del medio ambiente; la Fundación Rafael del Pino (propiedad de Ferrovial), entregada a la formación de talento de alto potencial y a la difusión de conocimiento; o la Fundación Telefónica, que da prioridad a la difusión de la cultura digital y a la asistencia de niños de colectivos vulnerables.

En la misma liga se encuentran la Fundación Adecco, centrada en la empleabilidad de los discapacitados, la Fundación ONCE, que hace algo parecido pero presionando también para que los espacios públicos sean cada vez accesibles para ellos, o la Fundación Vodafone, que busca la forma de mejorar sus vidas mediante las nuevas tecnologías.

A veces, una parte del compromiso social de las grandes empresas se realiza facilitando a sus empleados oportunidades para ayudar o ayudando a colectivos vulnerables a encontrar empleo en sus plantillas. Es el caso del Grupo Siro, que recibió en 2016 el premio de la ONU a la “Mejor Compañía para Trabajadores con Discapacidad”.

➡ Valls también identifica en los filántropos emergentes “una clara vocación de escoger la financiación de proyectos singulares que generen un alto impacto social”. Es ahí, sigue, “donde se perciben claras diferencias con la filantropía clásica, más orientada a una función distributiva de recursos entre determinado tipo de organizaciones, sin implicación directa del fundador en los proyectos, y en un modelo de dar poco dinero a muchos en vez de mucho dinero a pocos”. Los nuevos filántropos, concluye, “concentran los recursos en menos proyectos”.

• La tierra se mueve

Jordi Casajoana, director de Colectivos de Valor y Filantropía de Banca Privada de CaixaBank, sugiere que nos hallamos en medio de una transición. Hace unos años, advierte, “este tipo de iniciativas eran delegadas en profesionales del tercer sector”. Ahora, matiza, “cada vez son más las decisiones (tanto a nivel particular como familiar) que asumen los mecenas, que también son los que diseñan la estrategia”.

No sólo reciben propuestas, sino que las hacen. Eliseo Cervera, responsable de Banca Privada de Citi para España y Portugal, señala que “en el pasado los grandes donantes iban más de la mano de grandes organizaciones con un rol más pasivo”. Ahora, sin embargo, su actividad y presencia en sus plataformas de filantropía están aumentando. Eso incluye una participación mayor tanto cuando organizan las ayudas y los proyectos como cuando llega el momento de ejecutarlos y hacer seguimiento.

Los patronos, en paralelo, están dejando de ser unas figuras de relumbrón que prestan meramente su prestigio a las fundaciones y asisten a su principal evento anual. Así, han empezado a convertirse en grandes proveedores de contactos de alto nivel y en una ayuda importante en la captación de fondos. El mensaje es sencillo: aquí trabajan hasta los patronos.

¿Pero dónde ponen su dinero normalmente? Los donantes en general, según la Asociación Española de Fundraising, lo concentran en “las causas relacionadas con pobreza e infancia y con emergencias y catástrofes”. Los nuevos filántropos coinciden con las cuestiones vinculadas con la infancia y la pobreza pero, por su vocación de largo plazo, intervienen mucho menos en las emergencias y catástrofes

➡ Y trabajan porque, como aclara Jordi Casajoana, de CaixaBank, los mecenas cuentan con nuevos instrumentos para medir con precisión el impacto de lo que financian. No sólo quieren sentirse bien; quieren que sirva para algo. Y en ese “servir para algo” es donde se inscribe, según Marcelino Blanco, director de Planificación Patrimonial de Andbank España, que “las iniciativas que financian busquen soluciones permanentes o a largo plazo” de problemas graves. Para ello, están dispuestos a aliarse con otros filántropos e incluso a dejar que sus proyectos los administren terceros más experimentados que ellos.

Marta Cardona, directora de Cris Contra el Cáncer, añade otra derivada. Antes de la crisis, dice, cuando había muchas ayudas públicas, “el énfasis de las fundaciones y ONG lo ponían más en cumplir con los requisitos que les permitían acceder a las subvenciones que en el resultado que obtenían con ellas”. Ahora, sigue, “el énfasis lo ponemos en buscar financiación privada y en medir el impacto de nuestros proyectos para explicárselo con absoluta transparencia a nuestros mecenas”. Los filántropos emergentes son los que exigen impacto y transparencia a cambio de su dinero.

¿Pero dónde ponen su dinero normalmente? Los donantes en general, según la Asociación Española de Fundraising, lo concentran en “las causas relacionadas con pobreza e infancia y con emergencias y catástrofes”. Los nuevos filántropos coinciden con las cuestiones vinculadas con la infancia y la pobreza pero, por su vocación de largo plazo, intervienen mucho menos en las emergencias y catástrofes.

• Nuevos frentes prioritarios

Ricard Valls, de Zohar, subraya el interés de estos nuevos donantes por los colectivos vulnerables. Así, intentan animar a otras empresas a seguir el ejemplo del Grupo Siro, donde el 14% de sus colaboradores estaba en riesgo de exclusión social y el 70% de la plantilla de sus tres centros especiales son discapacitados. No sólo es cosa de grandes grupos: la pequeña *startup* española de emprendimiento social DisJob, fundada en 2008, se ha convertido en uno de los mercados de trabajo donde multinacionales como Pepe Jeans o FNAC buscan empleados con alguna discapacidad. Gracias a sus mecenas, ya han superado el umbral de las 5.000 contrataciones.

Marcelino Blanco, director de Planificación Patrimonial Andbank España, añade a los frentes prioritarios de los filántropos emergentes la protección del medio ambiente, la promoción del emprendimiento (muchas veces social pero también tradicional, como el caso de Marina de Empresas de Juan Roig, el fundador de Mercadona) y la investigación médica. Amancio Ortega ha donado, recientemente, 320 millones de euros a la sanidad pública para adquirir nuevos equipos de diagnóstico



➡ y tratamiento del cáncer. Las organizaciones de Marta Cardona, directora de Cris Contra el Cáncer y de Natalia Suárez Rueda, directora ejecutiva de Acción y Cura para Tay-Sachs/ACTAYS, nacieron hace pocos años para atraer y canalizar las crecientes donaciones dedicadas a luchar contra enfermedades.

Indudablemente, los filántropos emergentes son una minoría cada vez más numerosa dentro de otra minoría: la de los grandes donantes españoles. Y esto nos lleva a la pregunta de por qué unos y otros son tan pocos. Jordi Casajoana, director de Colectivos de Valor y Filantropía de Banca Privada de CaixaBank, cree que “la visión social del filántropo en España es menos positiva que la que existe en el mundo anglosajón”. Allí las grandes donaciones se celebran; aquí, a veces, hasta se censuran.

Pero no sólo es eso. Carolina Martínez Caro apunta que “tradicionalmente, la filantropía en los países del Sur de Europa se ha interpretado como un complemento a la provisión de servicios por parte del estado, y se ha dirigido principalmente hacia instituciones religiosas”. Parece lógico que en Estados Unidos, con un estado del bienestar mucho menos protector y universal, los mecenas jueguen un papel mucho

••

FILÁNTROPOS BAJO LOS FOCOS

No es fácil encontrar un gran filántropo en España que reciba sin pestañear todo el impacto de los focos. Le guste o no.

Uno de ellos, casi legendario por pionero, es Diego Hidalgo Schnur, un antiguo alto funcionario del Banco Mundial que ayudó a Jesús Polanco a fundar el Grupo Prisa, del que fue consejero durante tres décadas. También fue consejero delegado de la editorial Alianza. Ahora mismo es fundador y presidente de la Fundación para las Relaciones Internacionales y el Diálogo Exterior y del prestigioso Club de Madrid (que agrupa a decenas de jefes de Gobierno de Latinoamérica), y ‘senior fellow’ de la Fundación Gorbachov. Ha sido un apóstol de la filantropía desde hace décadas.

Amancio Ortega, el fundador y principal accionista de Inditex y uno de los hombres más ricos del mundo, ha estado muy activo en los últimos años aportando donaciones millonarias. La inversión ejecutada de la Fundación Amancio Ortega ascendió a 134,5 millones de euros entre 2012 y 2016, procedentes de la aportación, casi en su totalidad, de su fundador y presidente. La cifra comprometida hasta 2021 triplica esa cantidad, con 399,5 millones de euros. Amancio Ortega ha destinado 310 millones de euros de su fortuna personal a comprar equipos oncológicos para la sanidad pública española. A la lucha contra el cáncer, la leucemia en este caso, se ha entregado desde hace décadas una plataforma mucho más pequeña pero muy valorada en el sector: es la Fundación Josep Carreras, que respalda el gran tenor español.

Juan Roig, el fundador y presidente de Mercadona, canaliza su filantropía, sobre todo, mediante dos vías. La primera es Marina de Empresas, donde acelera e incuba startups y decenas de emprendedores han lanzado ya sus proyectos. La segunda es la Fundación Trinidad Alfonso, llamada así en homenaje a la madre de Roig, que promueve eventos e infraestructuras deportivas, los valores del deporte y a los deportistas como referente.

El deporte también está muy presente los hermanos Marc y Pau Gasol, dos jugadores laureados de baloncesto que han lanzado una iniciativa de enorme impacto mediático llamada Fundación Gasol, que promueve la actividad física como una forma excelente de luchar contra la obesidad infantil.

➡ más importante que en España. Martínez Caro recuerda, como el origen del problema, que sólo un tercio de la población española confía en el sector sin ánimo de lucro “debido a que su reputación se ha podido ver salpicada por algunos casos de corrupción”. Por este motivo, y porque el tamaño medio de las fundaciones en España es menor que en otros países europeos, sigue, “los filántropos españoles tienden a valorar la cercanía al destino final de la donación y exigen ver con mucha claridad su impacto”. El ejemplo a seguir, según la Fundación Compromiso y Transparencia, serían las fundaciones Josep Carreras, Gasol, Mario Losantos, Luca de Tena, Rafael del Pino, Barceló y Barrié.

Según la Asociación Española de Fundraising “todo lo que tiene que ver con filantropía, fundraising o financiación privada de las entidades no lucrativas, todavía no está muy desarrollando en España”. Es más, existe “un gran desconocimiento sobre los canales y herramientas de captación de fondos privados y no se conoce el impacto real de la colaboración privada con el tercer sector, aunque ha habido un importante avance en la desgravación a las aportaciones generales de las personas físicas”. Se refiere a la reforma fiscal de 2015, que permitió que los primeros 150 euros de donaciones pudieran desgravarse un 75%. Una reforma que, según la Asociación Española de Fundraising, “deja de lado a las empresas e iniciativas de grandes donantes”. En definitiva, concluye, “no existe un impulso legislativo a estas colaboraciones y su desarrollo no es comparable al de otros países europeos, y menos a los anglosajones”.

Es cierto que España, a pesar de la revolución que están avanzando los filántropos emergentes, tiene mucho camino por recorrer. El cambio que ellos impulsan necesita, para provocar una fortísima onda expansiva, que se recupere -con un salto olímpico de profesionalización y transparencia- la confianza en el sector sin ánimo de lucro, que sus plataformas ganen tamaño y que muchos millonarios se convenzan de que hay formas eficaces de donar y de que el estado no es capaz de afrontar en soledad graves desafíos como la pobreza infantil o la lucha contra el cáncer. Al mismo tiempo, España debería emular con su regulación e instituciones a los vecinos europeos que compatibilizan un estado del bienestar generoso con una filantropía pujante (el ejemplo más destacado es Reino Unido) y celebrar las grandes donaciones de los herederos o propietarios de empresas con el mismo entusiasmo y admiración que celebra las de sus estrellas del deporte. ●