



La filantropia a Espanya i Portugal

Actituds i comportaments socials



Índex

INTRODUCCIÓ	3
--------------------------	---



1A PART.

CONEIXEMENT TEÒRIC SOBRE LA FILANTROPIA:

CONTEXT GENERAL	4
1.1. Què és la filantropia?	4
1.2. Definicions de filantropia.....	5
1.3. Filantropia individual i institucional	8
1.4. L'evolució de la filantropia	12
1.5. La relació de la filantropia amb l'Estat i el mercat	13
1.6. Punts forts i febles característics de la filantropia.....	14
Conclusió	15



2A PART.

NOVES DADES SOBRE LA FILANTROPIA INDIVIDUAL A ESPANYA I PORTUGAL: ACTITUDS SOCIALS I COMPORTAMENTS FILANTRÒPICS

	16
2.1. Coneixements sobre filantropia.....	16
2.2. Definicions de filantropia	17
2.3. Coneixement de filantrops i organitzacions filantròpiques	18
2.4. Opinió sobre la filantropia.....	19
2.5. La solidaritat a les societats espanyola i portuguesa	21
2.6. La urgència dels temes socials	21
2.7. Comportaments filantròpics individuals.....	23
2.8. El voluntariat en organitzacions benèfiques	24
2.9. Donacions a obres benèfiques	25
Conclusió i recomanacions	28

ANNEX METODOLÒGIC	30
--------------------------------	----

Introducció

Aquest informe analitza la filantropia a Espanya i Portugal centrant-se en el coneixement, les actituds socials i el comportament filantròpic a les dues societats.

La primera part d'aquest informe ofereix una visió panoràmica del tema de la filantropia: què és, qui implica, com ha canviat amb el temps, com es relaciona amb el Govern i els negocis, quines funcions i aportacions importants fa, i quines són les seves febleses.

En aquesta part s'explica que la filantropia exerceix un paper únic a l'hora de cobrir necessitats que no cobreix –si més no, de moment– l'Estat o el mercat, i que permet als donants compartir els seus recursos sobrers per al bé comú, per millorar la societat i per fer millor les coses i expressar solidaritat amb els seus conciutadans.

Després d'observar que donar diners, fer voluntariat i ajudar desconeguts són activitats comunes a tot el món, però que hi ha escassetat de dades sòlides i recents sobre la filantropia a Espanya i Portugal, la segona part presenta els resultats d'una enquesta encarregada recentment sobre les poblacions espanyola i portuguesa.

Aquestes dades demostren que els comportaments filantròpics són comuns i es consideren positius, amb algunes variacions interessants entre tots dos països i entre persones de grups d'edat, gèneres i nivells educatius diferents.

L'informe acaba amb un debat sobre les implicacions d'aquestes noves dades, per tal que el públic general les pugui comprendre, i cinc recomanacions per avançar en la comprensió i el desenvolupament futur de la filantropia a Espanya i Portugal.

1A PART.

Coneixement teòric sobre la filantropia: context general



1.1. Què és la filantropia?

La paraula *filantropia* té un significat molt simple: «amor per la humanitat» (*philo* = amor, i *anthropos* = humanitat). A tots els països i en totes les èpoques, les persones han mostrat amor i cura cap al proïsme i s'han esforçat voluntàriament per millorar les seves comunitats i els seus entorns. Ajudar els altres és una activitat molt normal, i tot i així la paraula *filantropia* no s'utilitza habitualment enlloc més del món tret dels Estats Units. A Espanya i Portugal hi ha una preferència per les paraules *caritat* i *solidaritat*, i, com mostra la recerca que presenta aquest informe, un percentatge significatiu de la població d'aquests països afirma que no sap què significa la paraula *filantropia*. Tanmateix, aquesta barriera lingüística no resulta òbvia a la pràctica, perquè les dades indiquen que la població espanyola i la portuguesa acostumen a mostrar amor pels altres de manera diària, encara que aquest amor es digui ajuda, caritat, cura, amabilitat, generositat o solidaritat.

Per què ens centrem en la filantropia a Espanya i Portugal?

Si bé els Estats Units tenen el sector filantròpic més consolidat en termes de nombre de donants, quantitats donades i abast de l'activitat finançada, cada vegada hi ha més països que es prenen més seriosament la filantropia.

Per exemple, el Govern d'Irlanda ha publicat recentment la seva primera *National Philanthropy Policy* (política nacional sobre filantropia). Irlanda, com Espanya i Portugal, és un estat del benestar en què la població considera que el Govern hauria de ser el principal encarregat de cobrir les necessitats socials bàsiques. Malgrat això, es pot observar una funció filantròpica en accions per ajudar a cobrir aquestes necessitats i forjar comunitats més fortes. Tal com va explicar el ministre que va publicar l'informe:

La filantropia pot donar suport a respostes noves, ràpides i innovadores als problemes socials. Pot proporcionar finançament en una primera fase, i permetre al Govern intervenir més endavant, quan es disposi de dades i d'una base empírica. Si es demostren els conceptes, el Govern pot integrar, ampliar o impulsar aquestes innovacions.¹

Així mateix, el Govern australià veu un paper positiu en la filantropia i ha encarregat un informe per entendre millor les motivacions dels donants i determinar com es poden augmentar significativament els ingressos filantròpics. El primer punt clau de l'informe preliminar afirma:

La filantropia contribueix a millorar la societat aportant-hi diners, temps, habilitats, actius o donant veu a persones i comunitats que, si no, rebrien béns i serveis de menys qualitat o hi tindrien menys accés.²

1. Del preàmbul del ministre Joe O'Brien T. D. a la National Philanthropy Policy 2024-2028, Govern d'Irlanda, desembre 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 Comissió de Productivitat del Govern d'Austràlia: Future Foundations for Giving, novembre de 2023, p. 2 (<https://www.pc.gov.au/inquiries/completed/philanthropy/draft/philanthropy-draft.pdf>).

Per tant, fins i tot als països que creuen fermament en el paper de l'Estat i en un sistema de prestacions als seus ciutadans finançat amb impostos, la filantropia s'entén cada cop més com un mecanisme de finançament útil i un pilar clau de la societat juntament amb el Govern i el mercat. Els donants privats poden donar suport a accions per satisfer les necessitats i millorar la vida comunitària, i poden contribuir a una societat civil diversa i independent, que és crucial per a unes comunitats més fortes i unes democràcies més pròsperes i obertes.

L'impacte diari de la filantropia «no es veu»

Inevitablement, estem envoltats dels impactes de l'activitat filantròpica. Tots ens beneficiem cada dia de la decisió d'altres persones de cedir voluntàriament una part dels seus recursos en benefici de la societat. Aquests actes filantròpics poden haver passat fa dècades o fins i tot segles, a la nostra pròpia ciutat o país, o haver estat obra de donants que viuen lluny i decideixen ajudar persones completament desconegudes, i actualment els continua duent a terme una gran proporció de la població. Tal com mostren aquests exemples:

- » Les donacions filantròpiques han ajudat a construir la infraestructura física de les nostres comunitats, com ara esglésies, hospitals, escoles, biblioteques, galeries d'art, instal·lacions esportives, etc.
- » Les donacions filantròpiques també ajuden a finançar una àmplia gamma de serveis que no deixen empremta física però que han millorat la vida de nombrosos conciutadans, com ara l'ajuda a les persones que passen gana, als sense-sostre i als malalts; el finançament de la recerca que hi ha darrere de descobertes científiques i avanços mèdics importants, com la vacuna contra la poliomielitis, la insulina per tractar la diabetis i el mapa del genoma humà, o la provisió dels mitjans financers per fer front a la injustícia i fer que la societat sigui més igualitària, per exemple, finançant les campanyes que van

posar fi al tràfic d'esclaus, millorant les condicions dels treballadors, atorgant el dret de vot a les dones i aconseguint-ne l'emancipació, reformant el sistema de justícia penal i promovent la igualtat de drets per a les persones que reben un tracte injust a causa de la seva diversitat física, sexualitat, raça o altres característiques.

- » Els filantrops d'avui dia –grans i petits– continuen finançant tant l'assistència immediata com el canvi sistèmic a llarg termini per abordar les desigualtats, el canvi climàtic, els conflictes, la cerca de refugi/asil i els desastres naturals i els provocats per l'home.

L'ampli ventall i la intensitat diferent de les activitats emparades per la filantropia se sumen al problema de comprendre'n el paper, la missió i l'impacte. Per exemple, dins de la categoria «Salut», s'hi inclou tant qui porta un veí a una cita hospitalària o dona uns euros per recaptar fons com qui fa un donatiu multimilionari per construir un hospital. Cada dia, la majoria de nosaltres fem donacions a l'extrem més petit i informal d'aquest espectre: «ser filantròpic» és tan comú que amb prou feines ens n'adonem.

Un dels motius pels quals la filantropia «no es veu» és perquè, fora dels Estats Units i especialment a l'Europa continental des de mitjan segle XX, s'ha preferit que l'Estat gestioni els serveis finançats mitjançant impostos progressius com a principal responsable de cobrir les necessitats bàsiques com la sanitat i l'educació. Els esforços filantròpics, però, continuen tenint un paper important, ja que poden coexistir amb les prestacions estatals, complementar-les i qüestionar-les. Com indica el nom, l'amor a la humanitat (filantropia) és un mecanisme financer diferent i té objectius diferents dels del sistema de prestacions bàsiques (Estat). Sobreviure i prosperar no constitueixen una oposició de suma zero: podem augmentar la base impositiva i fomentar una generositat privada més gran.

Si es pot confiar que l'Estat garanteixi un nivell de vida mínim per a tothom, aleshores

la filantropia pot finançar les coses addicionals que fan que la vida valgui la pena, com l'accés a la música, el teatre, l'esport, els parcs públics i el benestar dels animals. Quan l'Estat no compleix les seves obligacions amb la població, les iniciatives finançades amb fons filantròpics poden ser un complement o un estímul, si cal. Per tant, la filantropia difereix dels sistemes de prestacions del mercat i de l'Estat i hi coexisteix. No és simplement una alternativa a la despesa pública finançada amb impostos.

1.2. Definicions de filantropia

La filantropia, malgrat ser omnipresent i necessària per al desenvolupament humà ple, no només és invisible i, per tant, es passa

per alt, sinó que sovint és qüestionada i criticada. L'«amor a la humanitat» hauria de ser un bé incontrovertible, però la idea i la pràctica de la filantropia generen fortes susceptibilitats perquè aquesta se situa a la intersecció de dues qüestions molt polèmiques: els diners i la moralitat. La filantropia, però, no consisteix només a donar diners: la definició de filantropia que prefereixen actualment els experts és força àmplia: «iniciatives privades per al bé públic», que inclouen donacions de temps, experiència, suport i contactes, a més de donacions de diners.³ Totes aquestes donacions poden contribuir a assolir diversos objectius en una sèrie de causes com les que s'enumeren a la figura 1.

Com ja s'ha assenyalat, la filantropia és present arreu del món, s'ha vist en tots els períodes de la història, i és fomentada per totes les grans religions del món, així com per

3. Payton, R., i Moody, M. (2008). *Understanding Philanthropy: Its Meaning and Mission*. Bloomington and Indiana: Indiana University Press, p. 28.

Figura 1: Tipus de causes filantròpiques



Figura 2: Funcions de la filantropia**1. Funció de servei:**

prestar serveis que l'Estat i el mercat no poden o no volen proporcionar. *Per exemple, proporcionar aliments i habitatge als pobres.*

**2. Funció innovadora:**

finançar la innovació social, la recerca, l'experimentació i les intervencions empresarials. *Per exemple, desenvolupar avenços científics i mèdics.*

**3. Funció militant:**

defensar reformes, interessos particulars, comunitats concretes o visions determinades del bé comú. *Per exemple, fer campanya per canviar la llei i que les persones del mateix sexe puguin casar-se.*

**4. Funció cultural:**

proporcionar un vehicle per expressar i preservar valors, tradicions, identitats i altres aspectes culturals. *Per exemple, finançar teatres i galeries d'art.*

**5. Funció cívica:**

construir comunitat, generar «capital social» i promoure i augmentar el compromís cívic. *Per exemple, finançar actes comunitaris o mitjans de comunicació locals i promoure la participació electoral.*

**6. Funció personal:**

satisfer les necessitats psicològiques i socials dels donants per aconseguir un impacte positiu al món i deixar-hi un llegat significatiu. *Per exemple, adquirint una «aura especial» per ser generosos, gaudint de conèixer el personal de l'organització sense ànim de lucre i els beneficiaris, i guanyant-se una bona reputació.*

Les cinc primeres funcions posen en relleu la gran varietat d'activitats i resultats que la filantropia ajuda a aconseguir.

La sisena funció ens recorda que els filantrops també es beneficien d'utilitzar els seus recursos per intentar fer del món un lloc millor per a altres persones.

l'humanitarisme laic. Les activitats que es beneficien d'aquestes donacions comprenen un ventall tan immens –de les arts a la zoologia, passant per la resta de lletres de l'alfabet– que no és estrany que a moltes persones els costi entendre del tot què és la filantropia. Una manera de comprendre la naturalesa i l'aportació de la filantropia és pensar en les diferents funcions que desenvolupa a la societat (figura 2).

En resum, la filantropia és necessària –i es continuarà practicant– per elevats –i es continuarà practicant– per elevats que siguin els tipus impositius i encara que l'Estat assumeixi molta responsabilitat, perquè les necessitats humanes són infinites, perquè les coses sempre podrien anar millor, perquè es produeixen emergències i cal ajuda de manera immediata i perquè algunes persones voldran respondre a aquestes necessitats (Payton i Moody, 2008).⁴

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

Diferència entre filantropia i caritat

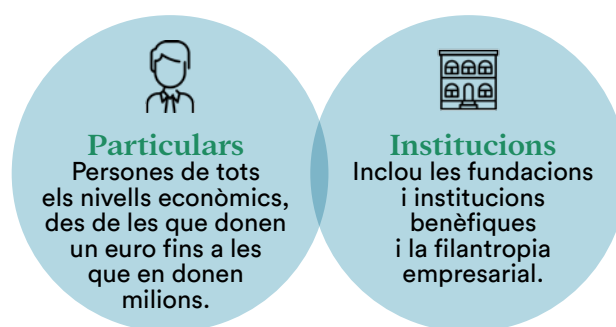
La tasca de definir la filantropia es veu dificultada per l'existència de termes i conceptes similars com *caritat*, *solidaritat* i *benevolència*. Algunes persones suggereixen que *filantropia* és el concepte ampli que es refereix a tot tipus d'acció privada per al bé comú, mentre que *caritat* només fa referència a l'ajuda prestada als més necessitats. D'altres consideren que *caritat* i *filantropia* són conceptes molt diferents; per exemple, que la filantropia té una orientació laica en contrast amb la inspiració i finalitat religiosa de la caritat. També es diu que la caritat va destinada als individus, mentre que la filantropia és un esforç organitzat per millorar les condicions socioeconòmiques de tota una comunitat.

Un punt de diferenciació habitual entre *caritat* i *filantropia* és el que diu que la caritat alleuja el patiment, mentre que la filantropia és preventiva. En defensa d'aquesta postura, dues persones considerades àmpliament com a «pares de la filantropia moderna» són l'industrial escocès-estatunidenc Andrew Carnegie, que a l'obra *Gospel of Wealth* (L'evangeli de la riquesa) afirma que la filantropia hauria de «proporcionar escales perquè els aspirants puguin ascendir» (Carnegie, 1899), i John D. Rockefeller, que va escriure que «si es pot educar la gent perquè s'ajudi a si mateixa, atacarem l'arrel de molts mals del món». Així doncs, tant Carnegie com Rockefeller suggereixen que la filantropia consisteix a prevenir, més que alleujar, els símptomes de la pobresa. La tasca de la Fundaç o Calouste Gulbenkian de Portugal i la Fundació "la Caixa" d'Espanya, que financen projectes de recerca, també constitueix un exemple d'aquest plantejament filantròpic.

La manca d'una definició de la filantropia acceptada universalment es veu agreujada per la manca, segurament més greu, de dades precises sobre la filantropia, que s'aborda a la segona part d'aquest document. Però abans examinem més atentament els tipus de filantropia que hi ha, incloent-hi el que se sap dels comportaments filantròpics a Espanya i Portugal.

1.3. Filantropia individual i institucional

Hi ha dos grans tipus de donants filantròpics:



És evident que les motivacions de la filantropia individual i institucional són diferents. Mentre que els particulars fan donacions per donar suport a causes i temes que els preocupen i amb els quals tenen vincles personals, les empreses estan motivades pel desig d'establir relacions més sòlides amb el personal, fet que ajuda a contractar i retenir talent; millorar la reputació entre els clients, cosa que pot influir en les decisions de compra, i cultivar relacions positives amb parts interessades com ara periodistes i funcionaris públics.

1.3.1. FILANTROPS PARTICULARS

Els particulars són, amb diferència, la font més important d'actes filantròpics. Les dades dels Estats Units i el Regne Unit mostren que fins a quatre cinques parts del total de donacions provenen de particulars (sobretot de persones vives, i un percentatge menor, de llegats benèfics), al voltant del 15 % del total anual de donacions benèfiques prové de fundacions benèfiques i només el 5 % prové d'empreses.⁵

Malauradament, la informació precisa i actualitzada sobre les donacions filantròpiques arreu del món és limitada. Les dues fonts de dades principals són la Base de Dades Internacional sobre Filantropia i l'Índex Mundial de Donacions:

5. Giving USA Foundation; NCVO 2024.

Base de Dades Internacional sobre Filantropia

La Base de Dades Internacional sobre Filantropia només inclou països dels quals es disposa de dades prou sòlides, la qual cosa exclou Espanya i Portugal. No obstant això, aquest estudi confirma que la filantropia existeix en tota mena de països, des dels molt capitalistes com els Estats Units fins als antics països comunistes com Rússia, tot i que les quantitats donades varien segons el context històric, polític, econòmic i cultural, i oscil·len entre donacions filantròpiques anuals *per capita* de fins a 1.427 dòlars als Estats Units i només 12 dòlars a Rússia.⁶

Índex Mundial de Donacions

Aquest estudi sobre la filantropia mundial és més senzill en el disseny, però té una cobertura molt més àmplia. L'Índex Mundial de Donacions presenta dades d'una enquesta feta a gairebé 150.000 persones de 142 països, que responen tres preguntes senzilles:

1. Has donat diners a organitzacions benèfiques?
2. Has ajudat un desconegut o algú que no coneixies i que necessitava ajuda?
3. Has fet de voluntari en cap organització?

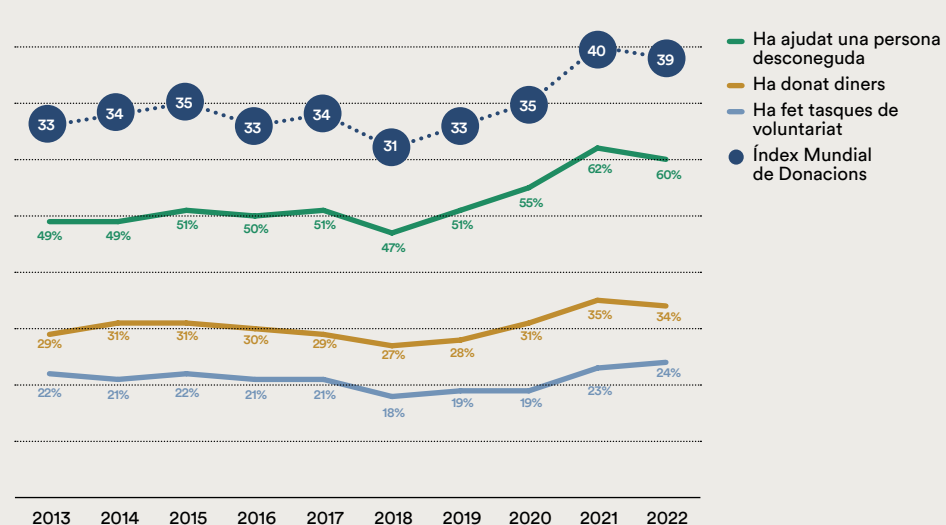
Es tracta de preguntes de tipus «Sí/No» en les quals no es facilita informació sobre, per

exemple, quants diners s'han donat a obres benèfiques o quantes hores s'han ofert com a voluntari. No obstant això, s'obtenen dades valuoses sobre el total d'actes filantròpics arreu del món i les diferències entre països. Les conclusions principals són les següents:

- » El 72 % de la població mundial va donar diners o temps o va ajudar un desconegut el 2022 (últim any en què es van recollir les dades).
- » En tots tres aspectes, el món s'ha tornat més generós en la darrera dècada, com mostra la figura 3. El percentatge de persones que declaren haver ajudat un desconegut és el que més ha augmentat, del 49 al 60 % (un augment del 20 %), mentre que la donació de diners ha passat del 29 al 34 % (un 17 % més) i el voluntariat ha pujat del 22 al 24 % (un 9 % més).
- » Combinant les respostes de les tres preguntes, s'obté una puntuació global per a cada país en l'«índex mundial de donacions». Tot i que als Estats Units les quantitats de diners donats són molt més elevades (com s'ha assenyalat anteriorment), quan es mesura la participació en l'activitat de donació en lloc de les quantitats donades, els Estats Units només obtenen la 5a puntuació més alta, per sota d'Indonèsia, Ucraïna, Kenya i Libèria.

Figura 3:
Puntuacions
en l'Índex
Mundial de
Donacions,
2013-2022

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



6. Creada per l'acadèmica neerlandesa Pamala Wiepking. [http://www.wiepking.com/papers/Documentation_IIPD_\(2016_version1\).pdf](http://www.wiepking.com/papers/Documentation_IIPD_(2016_version1).pdf).

Quan s'analitzen les tres preguntes per separat, hi ha molta varietat pel que fa als països

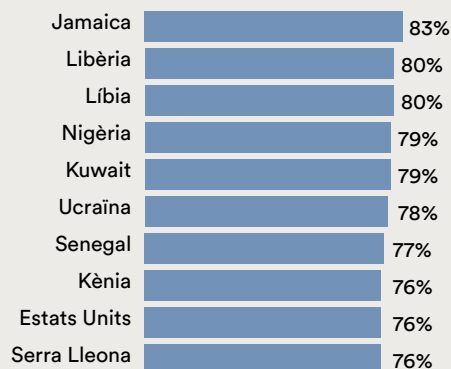
que ocupen els primers i els últims llocs de la classificació, com es mostra a la figura 4:

Figura 4: Variacions en els comportaments pel que fa a donacions segons el país

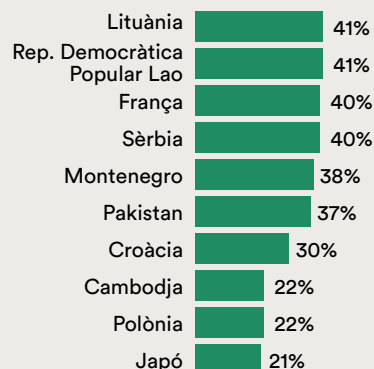
Ajuda a una persona desconeguda



TOP 10



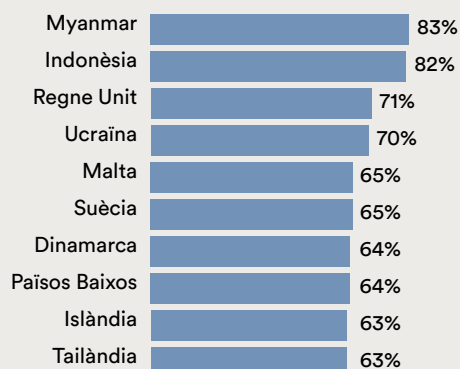
ÚLTIMS 10



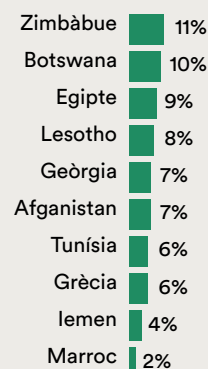
Donació de diners



TOP 10



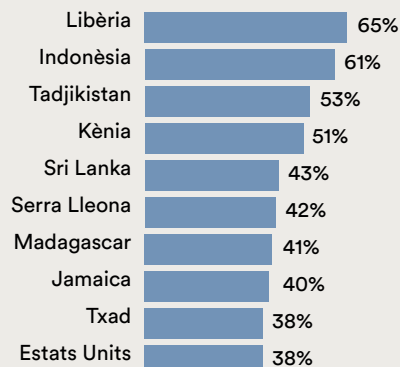
ÚLTIMS 10



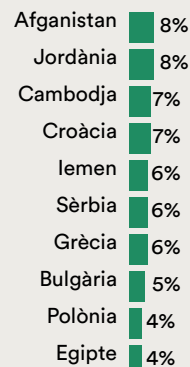
Tasques de voluntariat



TOP 10



ÚLTIMS 10



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

**Figura 5:
Comportaments
pel que fa a
donacions
a Espanya
i Portugal**

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

ESPANYA

86 Classificació general en
l'Índex Mundial de Donacions
entre 142 països

55% HA AJUDAT UNA
PERSONA DESCONEGUDA

39% HA DONAT
DINERS

17% HA FET TASQUES
DE VOLUNTARIAT

PORTUGAL

115 Classificació general en
l'Índex Mundial de Donacions
entre 142 països

53% HA AJUDAT UNA
PERSONA DESCONEGUDA

24% HA DONAT
DINERS

15% HA FET TASQUES
DE VOLUNTARIAT

Curiosament, Espanya i Portugal no es troben entre els deu primers ni entre els deu últims en cap dels tres aspectes. Aleshores, quina és la història de la filantropia en aquests dos països?

Les dades de l'Índex Mundial de Donacions mostren que tots dos països se situen a prop dels primers llocs de la meitat inferior de les taules classificatòries (figura 5).

1.3.2. FILANTROPS INSTITUCIONALS

Les fundacions i les institucions benèfiques existeixen des de fa molts segles. Es calcula que a Europa hi ha 186.000 fundacions que tenen, en conjunt, 647.500 milions d'euros en actius i reparteixen uns 54.500 milions d'euros cada any. Alguns exemples de fundacions filantròpiques europees de llarga tradició són les fundacions *Fugger* a Alemanya (creades el 1521), la *Fundació "la Caixa"* a Espanya (creada el 1904), la *Wellcome Trust* al Regne Unit (creada el 1936) i la *Fundação Calouste Gulbenkian* a Portugal (creada el 1956).⁷

Responsabilitat social empresarial (RSE) és el terme genèric utilitzat per referir-se a les moltes maneres que tenen les empreses de complir les seves obligacions ètiques i filantròpiques amb la societat. Això inclou un compromís social decidit amb els empleats, les comunitats en què operen les empreses i la societat en general per tenir un impacte social i mediambiental més positiu. Sota l'ampli paraigua de l'RSE se situa la filantropia empresarial (FE), que es defineix com l'aportació privada voluntària de recursos en forma de diners, temps o coneixements per part de les empreses en benefici del bé comú (Gautier i Pache, 2015).⁸

Entre els exemples de FE cal esmentar la concessió als empleats de temps lliure remunerat per fer activitats de voluntariat, la compatibilització de les donacions fetes pels empleats i la realització de donacions amb càrrec als beneficis per donar suport a organitzacions benèfiques triades per la direcció de l'empresa i/o els seus empleats i clients.

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>].

Segons dades de més de 200 de les empreses més grans del món, el valor de la mediana de les inversions totals en la comunitat va ser de 36,8 milions de dòlars el 2022, cosa que representa, de mitjana, el 0,96 % dels beneficis abans d'impostos.⁹

1.4. L'evolució de la filantropia

La filantropia no és una cosa nova; des que existeixen les societats humanes, s'han trobat proves de donacions privades per al bé comú, ja a les primeres civilitzacions. La primera menció coneguda de la paraula *filantropia* es fa a la tragèdia grega del segle V aC *Prometeu encadenat*, en què Prometeu regala als humans el foc i l'optimisme. A l'Antiguitat clàssica, ser filantrop es referia tant a les persones amb inclinacions generoses com al lliurament de donacions concretes. El judaisme, el cristianisme i l'islamisme fomenten les donacions filantròpiques, sovint amb una quantia prescriptiva, com el delme o el *zakat*.

Entre els exemples més notables de l'impacte filantròpic en el món premodern cal destacar la construcció i gestió d'orfenats, els habitatges per a gent gran i la construcció d'esglésies, catedrals, mesquites, sinagogues i temples. Al segle XVIII, la filantropia ja no se centrava tant en la religió, sinó en les necessitats seculares, com l'educació i els hospitals, i dirigia els seus esforços a millorar les condicions de les presons; embellir les ciutats amb parcs, galeries d'art, sales de concerts i biblioteques, i respondre a catàstrofes en altres països. El terratrèmol de Lisboa de 1755, en què el 80 % dels edificis de la ciutat van quedar destruïts i van morir 100.000 persones a Portugal, Espanya i el Marroc, va ser

la primera catàstrofe natural que va inspirar una resposta filantròpica mundial, sobretot per part dels habitants dels ports que mantenien relacions comercials amb la ciutat.

Al principi del segle XX, es va produir una evolució important amb la creació de grans fundacions filantròpiques dotades de fons al servei de fins generalistes sense marcs temporals definits. Encara que les fundacions més conegudes van ser creades per nord-americans com Andrew Carnegie i John D. Rockefeller a la dècada de 1910, aquests van ser precedits per l'industrial indi Jamsetji Tata, el fons filantròpic del qual es va crear el 1892 i des de llavors ha finançat una gran varietat de projectes científics i educatius pioners. Altres fundacions filantròpiques notables creades al segle XX són la Fundació "la Caixa", que va sorgir de la coneguda caixa d'estalvis espanyola i ara en distribueix els beneficis, i la Fundação Calouste Gulbenkian, l'homònim de la qual va morir a Portugal el 1956 i va deixar la seva fortuna per donar suport a les arts, l'educació i la ciència, i just al tombant del segle passat, l'any 2000, es va crear la Fundació Bill i Melinda Gates, centrada en la salut i el desenvolupament a escala mundial.

A les primeres dècades del segle XXI, la filantropia ha cobrat cada cop més importància a tot el món i han aparegut noves eines, com la inversió social i els bons amb impacte social; nous instruments de donació, com els cercles de donació col·laborativa i els fons assessorats per donants, i nous actors, com donants professionals i assessors filantròpics.¹⁰

Altres avenços contemporanis importants són els canvis d'actituds i pràctiques dels grans filantrops (tant particulars rics com grans fundacions), com la filantropia basada en la confiança, la concessió participativa

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.

de subvencions i les donacions sense restriccions, en què els donants no imposen condicions sobre com es poden gastar els diners, sinó que confien que els beneficiaris els gastin de la manera que considerin més adequada. Tots aquests avenços pretenen respondre a les preocupacions i crítiques que suscita la filantropia, traslladant el poder dels donants als beneficiaris.

1.5. La relació de la filantropia amb l'Estat i el mercat

La filantropia té una funció distintiva i única per exercir en la societat, i és diferent del paper que exerceixen els governs i els mercats.

Com s'explica a la política nacional sobre filantropia d'Irlanda, esmentada al principi d'aquest informe:

La filantropia no es considera una substituta de la prestació de serveis públics, sinó un finançament independent que també pot ser innovador i pioner i assumir riscos a l'hora d'adoptar possibles solucions per als reptes socials.¹¹

En particular, la filantropia té més llibertat per moure's amb més rapidesa i assumir més riscos perquè no hi ha votants ni accionistes per complaure. L'únic que impedeix una resposta filantròpica és la preferència del donant potencial per conservar els diners o gastar-los en ell mateix.

Estar a favor de la filantropia no vol dir estar en contra dels impostos i l'acció governamental. De fet, molts filantrops creuen fermament en un estat ben finançat que presti serveis universals essencials, alhora que veuen en la filantropia una manera d'actuar amb més rapidesa, qüestionar l'*statu quo* i

proporcionar beneficis addicionals a la societat. Si els governs decideixen intervenir i fer-se càrrec del finançament de l'obra que han iniciat els filantrops, els donants ho consideren un èxit i solen estar disposats a cercar noves maneres d'utilitzar els seus recursos per marcar la diferència. En resum, el que pretenen els filantrops és fer una cosa «extra» i no substituir les prestacions de l'Estat.

La importància i l'abast de les funcions de la filantropia exposades anteriorment i la capacitat de la filantropia per evolucionar i adaptar-se a les noves necessitats emergents demostren que, sigui quin sigui el nivell impositiu que financi els serveis públics, i per molt capaces que siguin les persones de valer-se per si mateixes al mercat, la filantropia continua tenint un paper important que segueix principis diferents dels de l'Estat i el mercat, com per exemple:¹²

- » La filantropia és voluntària i autònoma: les persones són lliures de no fer donacions i de triar a quines causes i beneficiaris donen suport.
- » La filantropia implica tant decisions racionals com emocionals. Encara que algunes persones busquen obtenir proves i intenten prendre decisions lògiques, hi ha preferències personals, connexions culturals i influències socials que afecten allò que la gent dona i com ho fa.
- » La filantropia no és el mateix que la despesa pública i no la pot substituir. La filantropia implica nivells de despesa molt inferiors als dels governs i no pot finançar les prestacions universals a llarg termini.

11. Del preàmbul del ministre Joe O'Brien T. D. a la *National Philanthropy Policy 2024-2028*, Govern d'Irlanda, p. 5.

12. Aquests principis de filantropia estan definits a R. Davies (2023), *What is Philanthropy For?*, Bristol: Bristol University Press.

Figura 6: Resum dels principals punts forts i febles de la filantropia

Punts forts de la filantropia:	Punts febles de la filantropia:
Abast: la filantropia finança una gran varietat de serveis i activitats, de les arts als zoològics, passant per totes les altres lletres de l'alfabet.	Insuficiència: no hi haurà mai prou diners filantròpics per satisfer necessitats i desitjos infinits.
Progrés social: la filantropia finança campanyes i activitats de sensibilització que condueixen al canvi social i polític.	Amateurisme: el factor voluntari, incloent-hi la dependència del voluntariat, pot donar lloc a una manca de professionalització.
Innovació: la filantropia finança formes innovadores de satisfer necessitats duradores, com ara avenços mèdics i noves formes d'organització.	Paternalisme: la distribució de les donacions reflecteix els interessos dels donants, que poden no coincidir amb les prioritats de la societat en general; per exemple, el benestar dels animals pot atreure més donacions que els danys greus a les persones.
Rapidesa: els filantrops no han de complaure votants ni accionistes, per la qual cosa poden actuar amb més rapidesa per satisfer necessitats noves i urgents.	Danys per omissió: la filantropia ajuda un grup de persones o se centra en determinades causes, fet que pot significar que altres persones i causes quedin desatenses.
Pluralisme: la filantropia permet satisfer les necessitats i els interessos de les minories i dona veu als ciutadans per crear la societat civil diversa, descentralitzada i pluralista necessària per gaudir d'una democràcia liberal sana.	Particularisme: la filantropia tendeix a ajudar subgrups específics de persones amb què el donant sent una connexió; només l'Estat pot prometre una prestació universal.
Redistribució: la filantropia trasllada la riquesa de mans privades a l'esfera pública, i pot ajudar a evitar l'acumulació i l'herència de grans fortunes que reforcen la desigualtat.	Retard del canvi sistèmic: quan la filantropia aborda els símptomes en lloc de les causes profundes, pot retardar reformes estructurals necessàries que, a llarg termini, serien millors per als beneficiaris.
Subsidi estatal: la filantropia pot permetre que els serveis públics s'ampliïn o siguin més barats gràcies a la contribució de donants i voluntaris.	Debilitament de la democràcia: animar algunes persones a triar a quins temes i causes volen donar suport –o no– pot socavar el principi d'igualtat a les urnes, ja que els donants tenen més «veu» que els no donants en la gestió de la societat.
Valors: la filantropia permet als donants alinear les seves accions amb els seus valors personals (religiosos i humanitaris).	Manca de sensibilitat cultural: pot ser deguda a persones benintencionades d'entorns privilegiats que intenten imposar els seus valors i punts de vista a les persones que intenten ajudar. Aquesta crítica s'adreça sovint als donants de les societats occidentals que intenten intervenir i ajudar en altres països sense comprendre'n plenament la situació ni ser conscients de les conseqüències de la seva intervenció.
Benefici per al donant: la filantropia satisfà les necessitats dels donants, com ara el sentiment de pertinença, l'estima i el sentit de la vida.	Benefici indegut per al donant: els donants poden ser persones que ja gaudeixen de molts privilegis (per exemple, la riquesa), per la qual cosa no haurien d'obtenir més beneficis pel fet de ser altruistes.

Font: dades recopilades per les autores.

1.6. Punts forts i febles característics de la filantropia

La filantropia pot contribuir significativament a la vida de les persones i de les comunitats, però no és perfecta i no necessàriament podrà resoldre tots els problemes insolubles. A més, com que la filantropia implica intervencions privades en l'àmbit públic, pot agreujar les diferències de poder existents, i els seus resultats no sempre seran positius.

Sovint, la filantropia és política amb «p» minúscula: no es concedeixen desgravacions fiscals a l'activitat filantròpica que pretén influir en les eleccions o donar suport a polítics concrets, però les donacions privades poden ser una manera eficaç d'expressar les conviccions sobre allò que importa i el desig que es produeixin els canvis necessaris.

Les exempcions fiscals ofertes a la filantropia en molts països pretenen fomentar la generositat privada, però també signifiquen que l'Estat està renunciant a uns ingressos fiscals que, altrament, estarien disponibles perquè els polítics electes els poguessin gastar. Per tant, els contribuents estan subvencionant donacions a causes a les quals potser no donen suport personalment, cosa que fa que hi hagi qui es pregunta si, en conjunt, la filantropia és perjudicial per al funcionament democràtic de la societat (figura 6).

Conclusió

En resum: la filantropia és omnipresent i exerceix un paper important en la societat contemporània. Ha evolucionat amb el temps i genera molts debats sobre el paper i l'impacte de les donacions privades, però continua sent una font de finançament crucial per a l'activitat no lucrativa i per a una societat civil sana.

La segona part presenta noves dades sobre la filantropia a Espanya i Portugal.

2A PART.

Noves dades sobre la filantropia individual a Espanya i Portugal: actituds socials i comportaments filantròpics

Aquesta part presenta noves dades recollides en una enquesta encarregada específicament per esbrinar què pensen els ciutadans d'Espanya i Portugal sobre la filantropia i valorar-ne els comportaments filantròpics.



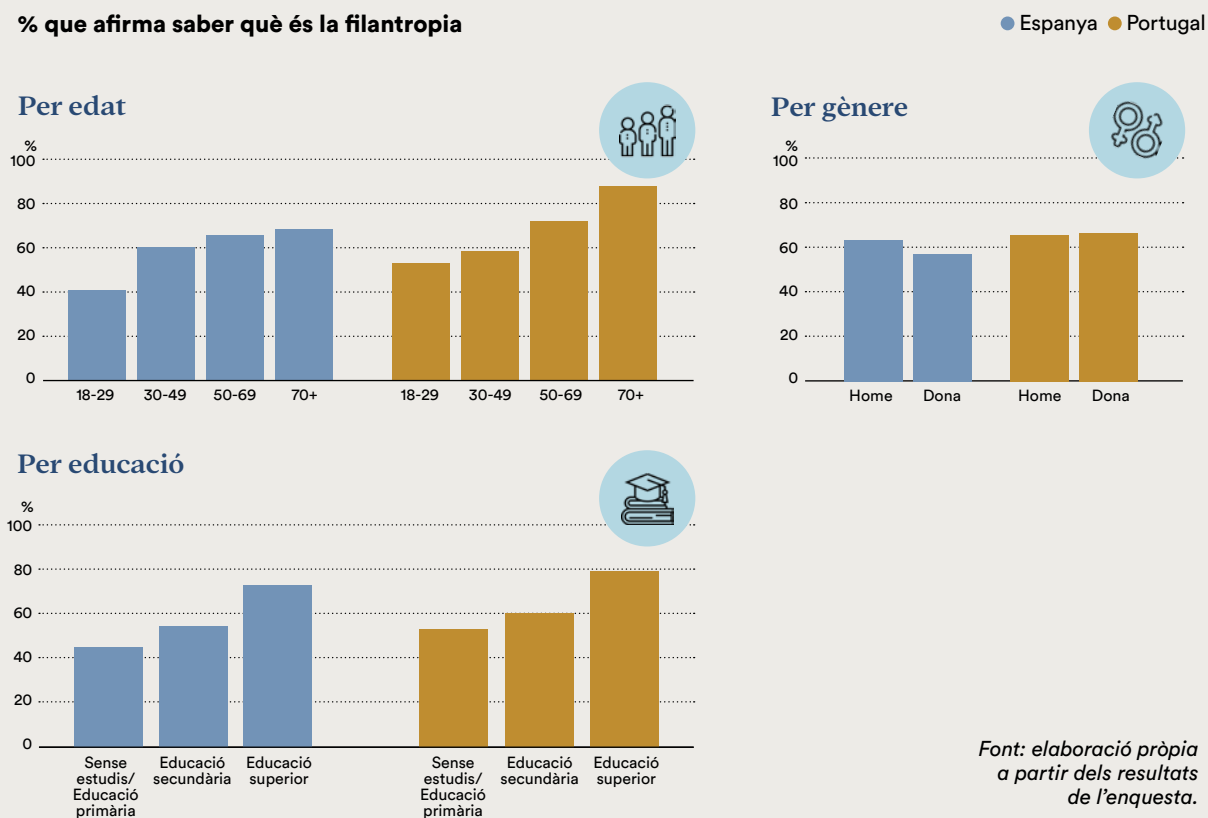
2.1. Coneixements sobre filantropia

Quan se'ls pregunta «Sap què és la filantropia?», la majoria dels espanyols i portuguesos afirmen que estan familiaritzats amb aquest

terme, amb nivells de coneixement lleugerament superiors a Portugal (66 % de la població) que a Espanya (60 % de la població).

La probabilitat d'entendre què és la filantropia augmenta a tots dos països tant amb l'edat com amb el nivell educatiu (figura 7).

Figura 7: Coneixement de la filantropia segons perfil



Els portuguesos de 70 anys o més són més del doble de propensos a dir que saben què és la filantropia (87 %) que els espanyols de 18 a 29 anys (41 %), mentre que els que han completat estudis universitaris són significativament més propensos a dir que saben què és la filantropia que els que només han completat estudis primaris o secundaris.

Les diferències de gènere són mínimes, amb només un nombre lleugerament superior d'homes espanyols que diuen conèixer el terme, i sense diferències de gènere significatives a Portugal.

2.2. Definicions de filantropia

En demanar-los que definissin la filantropia, els enquestats van suggerir una gran varietat de paraules. Curiosament, les mateixes quatre paraules van ser les més esmentades

tant a Espanya com a Portugal: *ajuda*, *amor*, *humanitat* i *generositat*.

També és interessant esmentar que totes les paraules que es van suggerir diverses vegades a tots dos països eren paraules positives, excepte dues, *negoci* i *diners*, que poden tenir una connotació negativa. *Negoci* apareix a les posicions 12 i 17 a Espanya i Portugal, respectivament, i *diners*, a la 16 i la 24.

Això contrasta amb els resultats d'una enquesta similar feta al Regne Unit, en què els enquestats van dir moltes paraules positives, com *generós*, *atent* i *després*; algunes paraules neutres, com *adinerat*, *ric* i *dador*, però també un gran nombre de paraules negatives, com ara *antidemocràtic*, *arrogant*, *autopromocionador*, *cínic*, *cobejós*, *culpable*, *dolent*, *egocèntric*, *egoista*, *enganyós*, *erràtic*, *escatimador d'impostos*, *evasiu*, *evasor d'impostos*, *exagerat*, *fracàs*, *idiota*, *insensible*, *massa ric*, *mentider*, *no digne de confiança* i *trampós*.¹³

Figura 8: Ranking de les 20 paraules que defineixen la filantropia



Font: elaboració pròpia a partir dels resultats de l'enquesta.

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

Les connotacions més positives de la filantropia a Espanya i Portugal poden ser degudes a diferents interpretacions culturals de les donacions privades, o a menys exemples de donants problemàtics, o pot ser que als països on la filantropia té més notorietat, com al Regne Unit, passi allò que la familiaritat genera menyspreu.

2.3. Coneixement de filantrops i organitzacions filantròpiques

En demanar-los que anomenin un filantrop o una organització filantròpica, crida l'atenció el nombre d'enquestats que donen exemples nord-americans.

Filantrops particulars esmentats

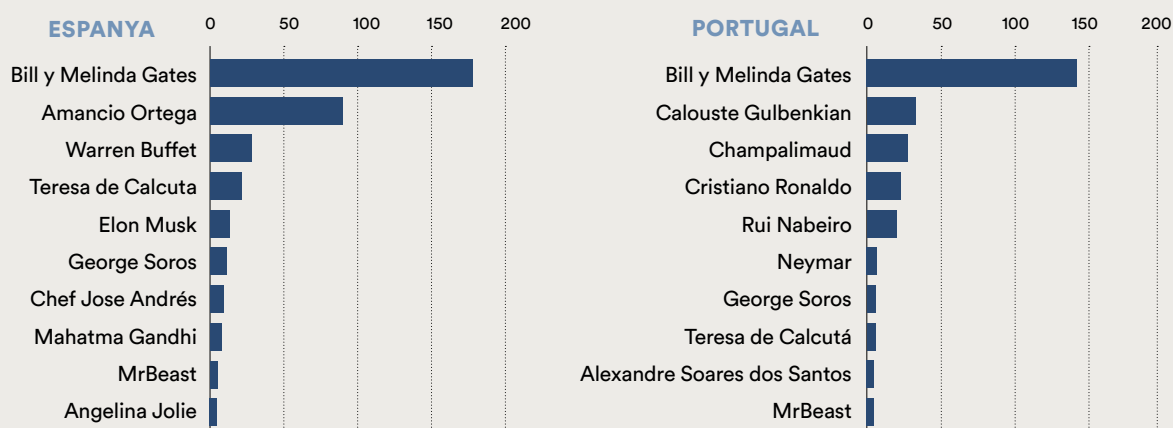
Tant a Espanya com a Portugal, els noms que primer venen al cap, i que són esmentats pel triple d'enquestats que la segona menció més popular –l'empresari espanyol Amancio Ortega– són Bill i Melinda Gates, el fundador de Microsoft i el seva exdona. Això és potser menys sorprenent si recordem que els Gates

han destinat a filantropia les quantitats més grans mai vistes al món: la xifra pujava a 69.000 milions de dòlars el 2023. Però no queda tan clar per què la meitat dels deu primers noms són també nord-americans, entre ells Elon Musk, que té una fortuna més gran que els Gates (uns 200.000 milions de dòlars en comparació amb uns 140.000 milions), però que, tanmateix, fa gala d'uns esforços filantròpics molt més petits i opacs, amb donacions conegudes de milions de dòlars, i no de milers de milions.

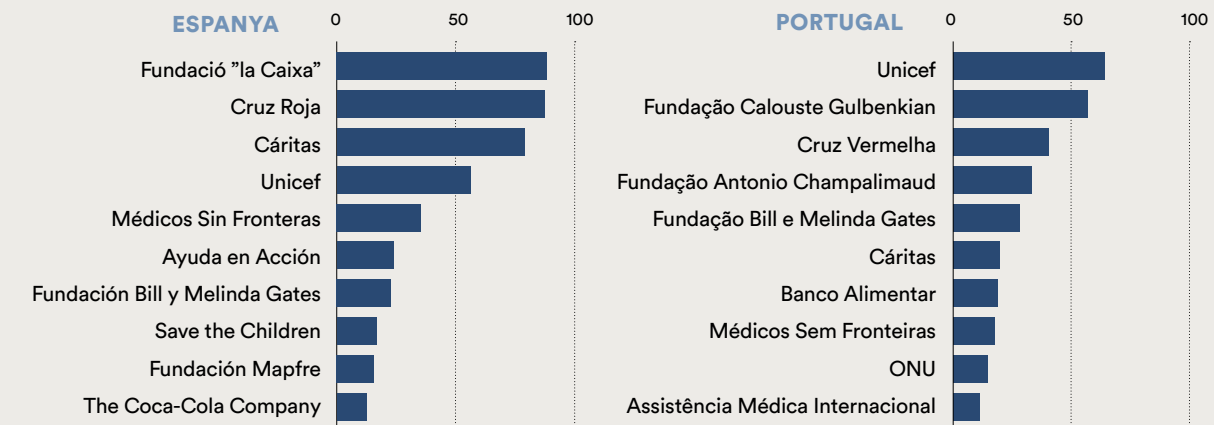
A banda dels nord-americans, els enquestats espanyols suggereixen noms de religiosos, com la Mare Teresa de Calcuta i el líder indi Mahatma Gandhi, mentre que els portuguesos tendeixen a esmentar més empresaris i futbolistes portuguesos, amb Antonio Champalimaud, Rui Nabeiro i Alexandro Soares dos Santos a la primera categoria, i Cristiano Ronaldo i el futbolista brasiler Neymar a la segona. El *youtuber* nord-americà Mr. Beast, un destacat promotor d'actes filantròpics exhibicionistes a internet, és el desè més esmentat tant pels joves espanyols com pels portuguesos, mentre que persones famoses com l'actriu de Hollywood Angelina Jolie i el xef hispano-americà José Andrés també figuren a la llista.

Figura 9: Filantrops més citats pels enquestats

Nombre de vegades que se cita cada nom



Font: elaboració pròpia a partir dels resultats de l'enquesta.

Figura 10: Organitzacions més esmentades pels enquestats**Nombre de vegades que se cita cada organització***Font: elaboració pròpia a partir dels resultats de l'enquesta.*

Institucions filantròpiques esmentades

Als enquestats els va resultar més fàcil esmentar una organització filantròpica que una persona filantròpica.

Només 809 enquestats van ser capaços d'esmentar filantrops particulars, mentre que van ser 1.086 els que van respondre quan se'ls va demanar que diguessin una organització filantròpica. No obstant això, aquesta xifra continua sent inferior a un terç del nombre total de persones enquestades (3.222), cosa que indica un baix nivell de coneixement general sobre el sector filantròpic.

A Espanya, la Fundació "la Caixa", la Creu Roja i Càritas encapçalen la llista d'entitats filantròpiques esmentades, mentre que a Portugal les més esmentades van ser UNICEF, la Fundação Calouste Gulbenkian i la Cruz Vermelha.

És interessant destacar que les organitzacions filantròpiques més esmentades a Espanya són entitats sense ànim de lucre, mentre que a Portugal les més esmentades van ser fundacions privades.

2.4. Opinió sobre la filantropia

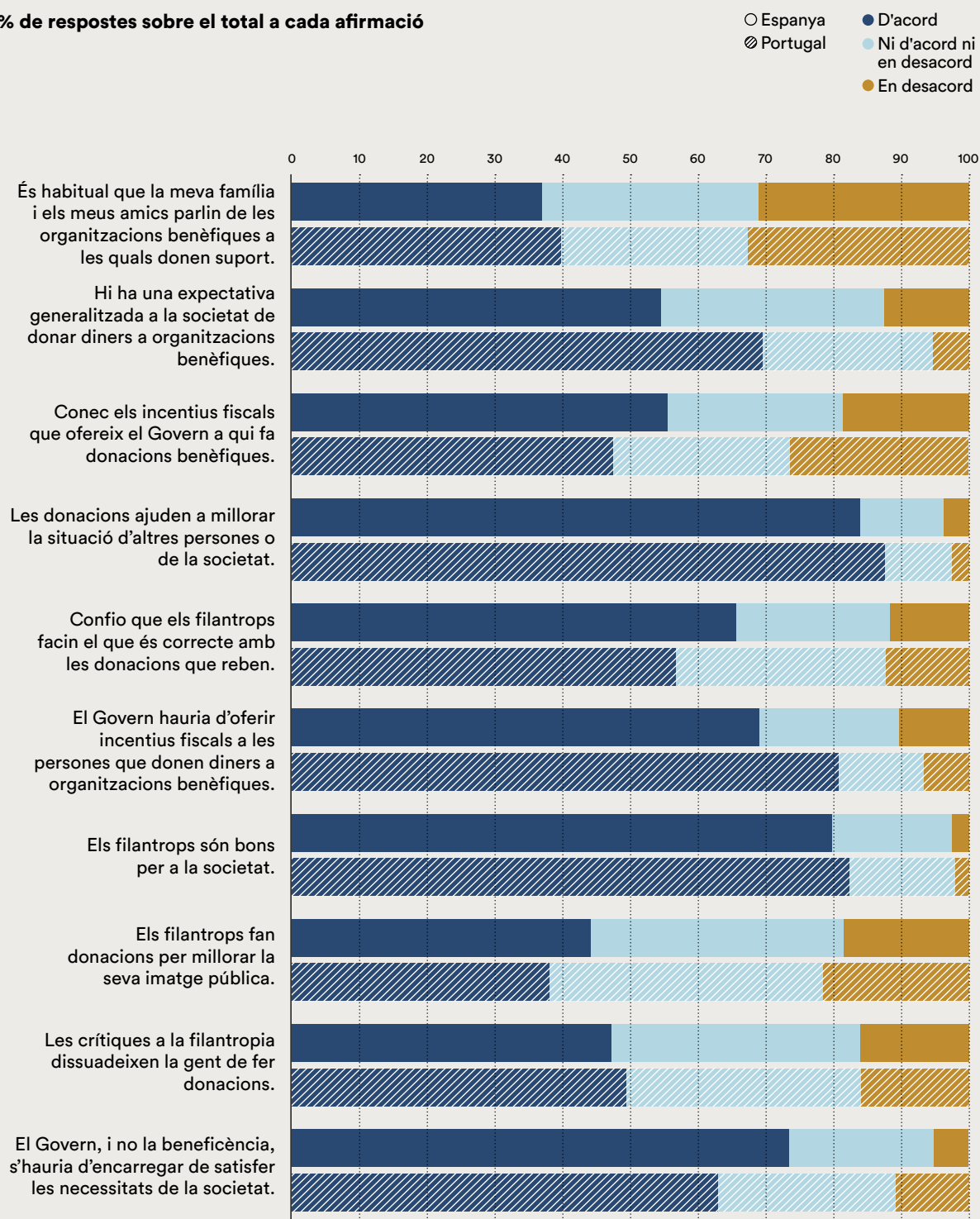
Es va preguntar als enquestats fins a quin punt estaven d'acord o en desacord amb deu afirmacions diferents sobre la filantropia (figura 11).

Les respostes generals a aquestes afirmacions tant a Espanya com a Portugal són força favorables, tot i que hi ha certa desconfiança envers els filantrops. A tots dos països s'observa una clara preferència perquè el Govern sigui el responsable de satisfer les necessitats de la societat, en lloc de les organitzacions benèfiques finançades amb fons filantròpics. Aquests resultats indiquen un gran suport a l'estat del benestar, però resultats posteriors mostren que les poblacions espanyola i portuguesa participen en activitats filantròpiques –donant tant diners com temps per ajudar els altres–, i, per tant, a la pràctica poden estar obertes tant a l'acció privada com a l'acció organitzada pel Govern.

Parlar ajuda a establir la donació com a norma social, per la qual cosa és interessant observar que hi ha més famílies que parlen de les organitzacions benèfiques a les quals donen

Figura 11: Opinions sobre la filantropia

% de respostes sobre el total a cada afirmació



Font: elaboració pròpia a partir dels resultats de l'enquesta.

suport (37 % a Espanya i 40 % a Portugal) que famílies que no ho fan (31 % a Espanya i 33 % a Portugal). Una proporció encara més gran està d'acord que a la societat hi ha una expectativa general de donar diners a obres benèfiques. Aquesta expectativa es percep amb més intensitat a Portugal, on el 70 % dels enquestats hi està d'acord, en comparació amb el 54 % a Espanya.

La majoria dels espanyols (55 %) coneix els incentius fiscals que el Govern ofereix a les persones que fan donacions benèfiques, en comparació amb una mica menys de la meitat dels portuguesos (47 %). Es va fer una anàlisi estadística més detallada per entendre aquest resultat, i es va descobrir que els espanyols, les persones de més edat, els homes i les persones amb un nivell educatiu alt són més propensos a dir que coneixen aquests incentius. En aquest sentit, seria útil que els governs comunicuessin més l'existència d'aquests incentius, especialment a Portugal.

Els nivells més alts de conformitat s'observen en la resposta a l'afirmació que «les donacions ajuden a millorar la situació d'altres persones o de la societat», amb la qual expressen la seva conformitat el 84 % dels enquestats a Espanya i el 88 % a Portugal. Gairebé ningú (1 % i 0,3 %) es mostra en desacord amb aquesta afirmació, i el 10-15 % restant es mostra neutral davant d'aquesta pregunta.

La majoria de totes dues poblacions també manifesta que confia que les organitzacions filantròpiques facin el que és correcte amb les donacions que reben, encara que la conformitat sobre aquest punt és significativament més elevada a Espanya (66 %) que a Portugal (57 %).

També s'observa una gran conformitat, encara més gran a Portugal, sobre el fet que el Govern hauria d'atorgar incentius fiscals a les persones que donen diners a obres benèfiques (69 % a Espanya i 81 % a Portugal). Aquesta conformitat es tradueix en una creença fonamentada (80 % a Espanya i 82 % a Portugal) que els filantrops són bons per a la societat.

Com a reforç de la resposta de paraules extraordinàriament positives que van sortir en relació amb la paraula *filantropia*, només una minoria dels enquestats (44 % a Espanya i 38 % a Portugal) creu que els filantrops fan donacions per promocionar la seva imatge pública. Un percentatge similar (47 % a Espanya i 50 % a Portugal) està d'acord que les crítiques a la filantropia dissuadeixen la gent de fer donacions.

L'última afirmació, la que diu que el Govern, i no la beneficència, hauria de ser responsable de satisfer les necessitats de la societat, també obté conformitat per part de la majoria d'enquestats, més àmpliament a Espanya (73 %) que a Portugal. Pel que fa a altres característiques com l'edat, el gènere i el nivell educatiu, els resultats d'una regressió mostren que no hi ha diferències significatives.

2.5. La solidaritat a les societats espanyola i portuguesa

Quan es pregunta als enquestats com perceben el nivell de solidaritat a la societat en una escala de l'1 al 10, les respostes són molt similars a tots dos països, amb una mitjana de 5,9 i 6,0 a Espanya i Portugal, respectivament. És una resposta notablement uniforme, sense diferències significatives en funció de l'edat, el gènere o el nivell d'estudis. (figura 12).

2.6. La urgència dels temes socials

Tant a Espanya com a Portugal, la Salut és, amb diferència, la prioritat principal, amb més de tres quartes parts dels enquestats (76 %) que la consideren «més urgent». Els Drets humans també són considerats «més urgents» pel 55 % dels enquestats a tots dos països. Pel que fa a l'Acció social, més de tres quartes parts dels enquestats a tots dos països la consideren urgent o molt urgent.

Hi ha menys conformitat sobre quines altres qüestions haurien de qualificar-se d'«urgents»: la Recerca és assenyalada pel 62 % dels enquestats espanyols, però només pel 36 % dels portuguesos. L'Educació i la universitat

també són més urgents, segons els enquestats, a Espanya que a Portugal. Cap altre tema obté una majoria a cap dels dos països, encara que el Medi ambient i els animals s'hi acostava (46 % a Espanya i 41 % a Portugal).

Figura 12: Percepció general sobre el grau de solidaritat

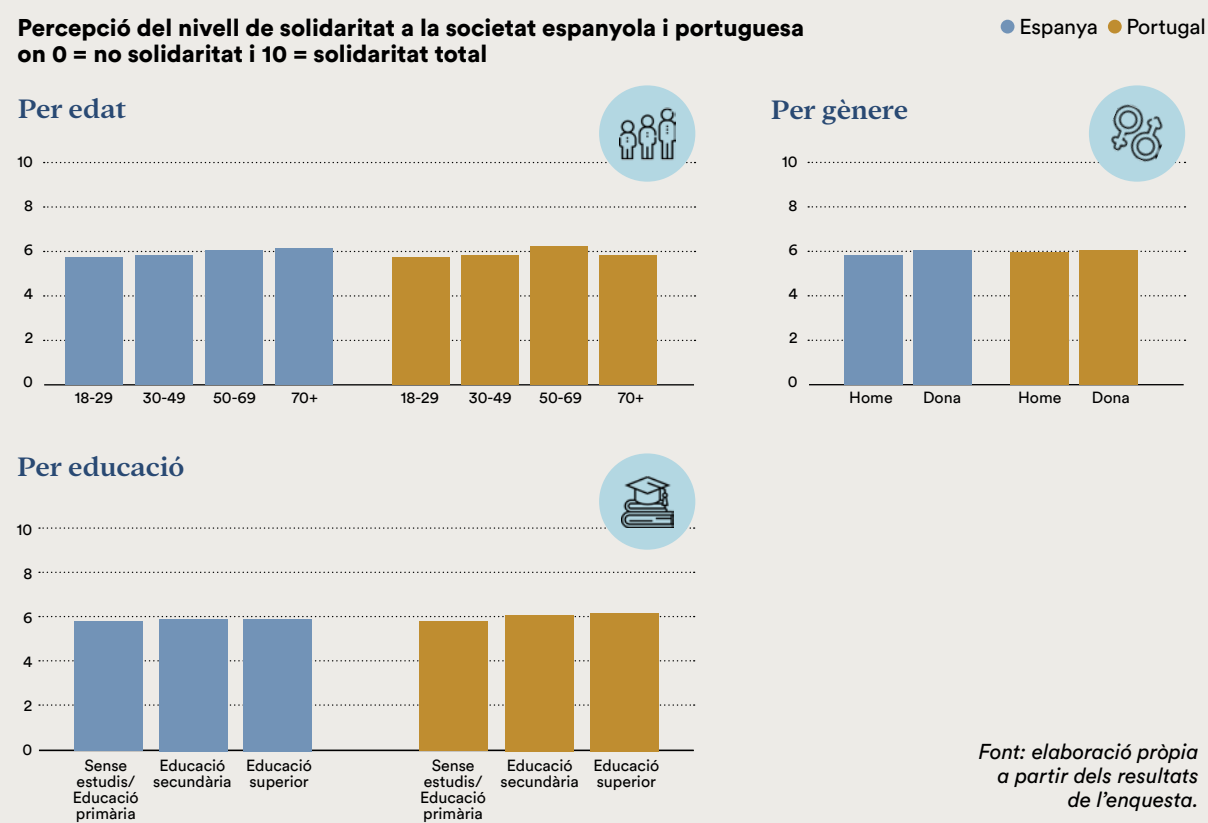
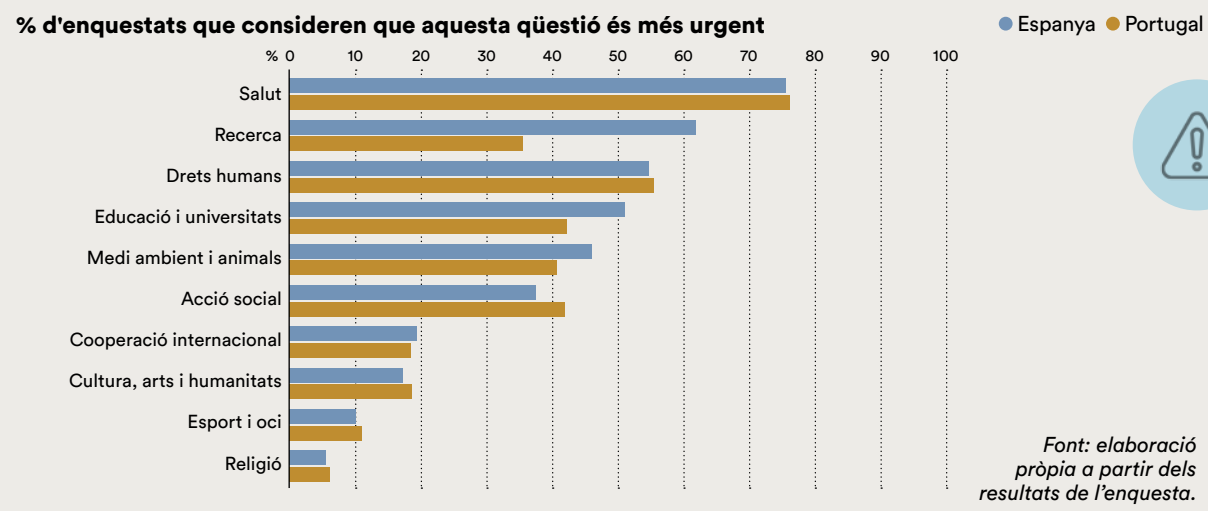


Figura 13: Temes que caldria abordar de manera més urgent



2.7. Comportaments filantròpics individuals

Aquest darrer apartat aprofundeix en els comportaments filantròpics reals dels enquestats en relació amb una sèrie d'actes prosocials.

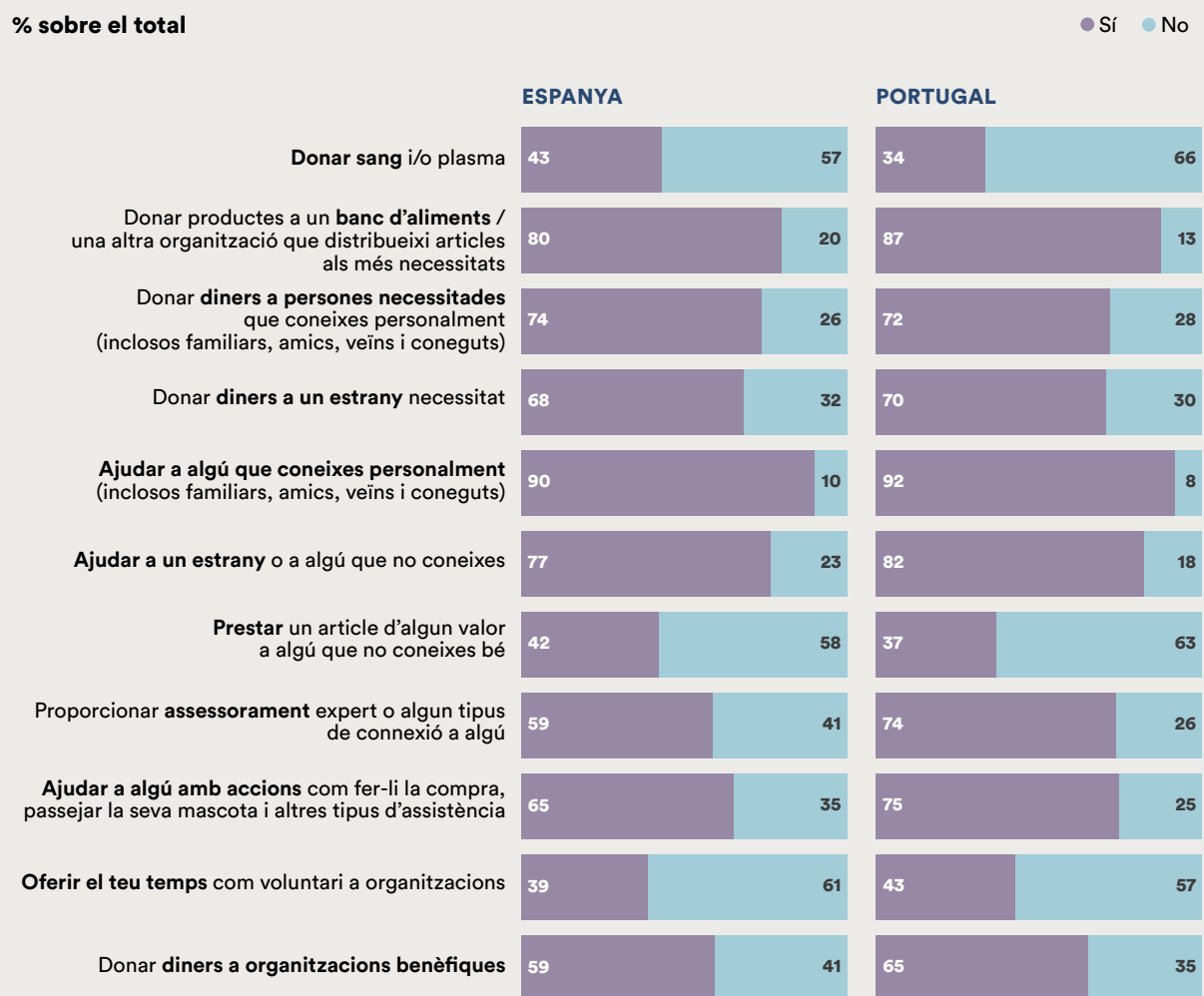
Els resultats mostren que els espanyols i els portuguesos tendeixen a ser filantròpics a la seva vida quotidiana. La majoria dels enquestats han fet tots els actes suggerits almenys una vegada, i en alguns casos setmanalment o mensualment, durant l'últim any.

Els actes filantròpics més populars són ajudar algú conegut personalment per la persona

enquestada (90 % a Espanya i 92 % a Portugal) i donar productes a un banc d'aliments o una altra organització que distribueixi articles a les persones necessitades (80 % a Espanya i 87 % a Portugal).

Altres actes filantròpics habituals són ajudar un desconegut (77 % a Espanya i 82 % a Portugal) i donar diners a persones conegudes personalment per l'enquestat (74 % a Espanya i 87 % a Portugal). Tot i que caldria esperar generositat amb els coneguts, és sorprenent que la proporció de persones que diuen que donen diners a desconeguts necessitats sigui gairebé la mateixa (68 % a Espanya i 71 % a Portugal). La majoria dels enquestats

Figura 14: Accions de suport realitzades durant el darrer any



Font: elaboració pròpia a partir dels resultats de l'enquesta.

(65 % a Espanya i 75 % a Portugal) també van declarar haver ajudat altres persones a anar a comprar o a passejar un animal domèstic, així com haver proporcionat assessorament expert o haver proporcionat un contacte útil a algú (59 % a Espanya i 74 % a Portugal).

Hi ha dos actes filantròpics que fa menys de la meitat de la població: donar sang o plasma (43 % a Espanya i 34 % a Portugal) i prestar alguna cosa de valor a algú que la persona enquestada no coneix bé (42 % a Espanya i 37 % a Portugal).

En general, els portuguesos tendeixen més a mostrar comportaments filantròpics a la seva vida quotidiana. Resulta tranquil·litzador de cara al futur, com també reflecteixen altres estudis segons els quals les generacions més joves són més prosocials, que en aquesta enquesta siguin els joves (de 18 a 29 anys) els que declaren tenir més comportaments filantròpics, amb l'excepció de donar diners a organitzacions benèfiques, cosa que podria atribuir-se al fet que tenen menys accés a recursos financers.

A l'extrem més formal dels actes filantròpics, que implicaria dedicar temps explícitament a determinades accions voluntàries, també s'observa una participació substancial (apartat 2.8).

2.8. El voluntariat en organitzacions benèfiques

A l'enquesta també es demana a les persones que identifiquin les causes a què dediquen temps voluntari, utilitzant les mateixes categories avaluades a l'apartat 2.6. Això permet identificar si els temes considerats més urgents són també els que reben més temps de voluntariat per part dels enquestats, ja que algú pot considerar urgent un tema i, tot i això, trobar barreres per aportar-hi el seu temps.

Els resultats mostren que dedicar temps a donar suport a la tasca d'organitzacions benèfiques també és comú a totes dues poblacions: el 39 % dels enquestats a Espanya i el 43 % a Portugal van oferir el seu temps en benefici d'una organització benèfica.

Les tres causes que atrauen més l'ajuda voluntària són la Salut, l'Acció social i el Medi ambient i els animals a tots dos països, amb una lleugera variació en l'ordre. Això coincideix en gran mesura amb les opinions sobre els temes que es consideren més urgents (encapçalats per la Salut).

Les persones amb un nivell educatiu més alt dediquen més temps al voluntariat tant a Espanya com a Portugal, encara que això

Figura 15: Causes recolzades amb hores de voluntariat en el darrer any

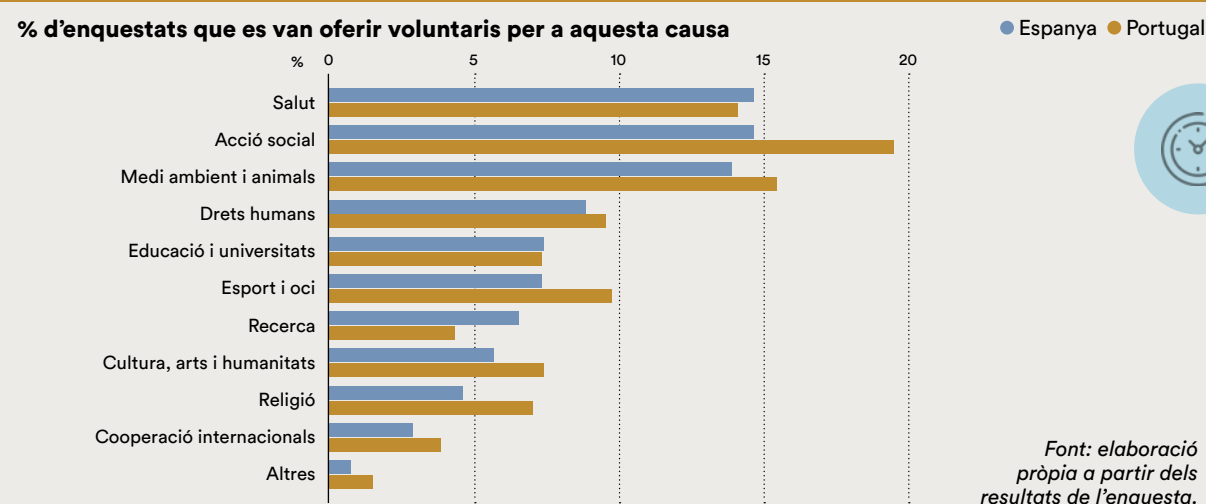
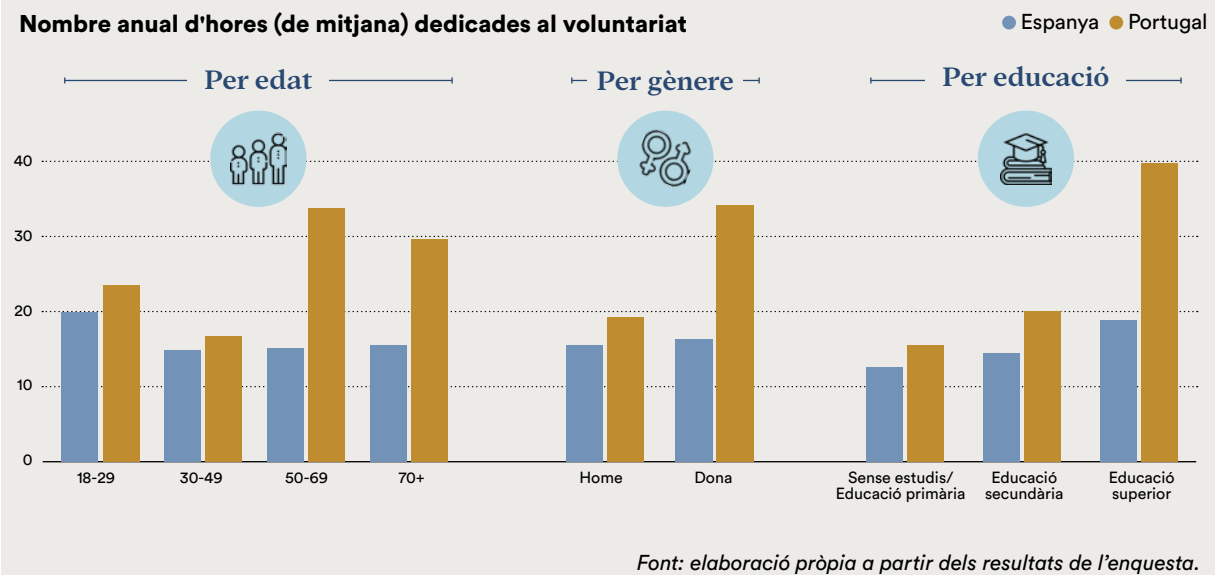


Figura 16: Temps estimat dedicat al voluntariat durant l'últim any

podria ser degut a altres factors, com ara que el seu lloc de treball ofereixi oportunitats de voluntariat durant la jornada laboral, o que tinguin un nivell d'ingressos més alt que els permeti alliberar temps que altrament dedicarien a les tasques domèstiques, pagant aquests serveis, per fer activitats més satisfactòries com el voluntariat.

En tots els trams d'edat, els portuguesos declaren fer més voluntariat i, igual que passa amb les donacions de diners a l'apartat següent, les dones portugueses majors de 50 anys són les que fan més voluntariat. Entre els grups de més edat, més grans de 50 anys, els portuguesos dediquen el doble d'hores al voluntariat que els seus homòlegs a Espanya.

Si ens centrem en les persones que declaren més hores de voluntariat, a Espanya hi ha 22 persones que hi dediquen més de 5 hores a la setmana (38 persones a Portugal). A Portugal aquestes persones són majoritàriament dones (a Espanya no hi ha diferència de gènere) i tendeixen a donar suport a diverses causes.

2.9. Donacions a obres benèfiques

Donar diners a obres benèfiques és típic a tots dos països: el 59 % de la població espanyola declara haver fet almenys una donació durant l'últim any, i el percentatge encara és més gran, del 65 %, en el cas de Portugal.

A tots dos països, les mateixes quatre causes són les que més suport financer han rebut durant l'últim any: Acció social, Salut, Medi ambient i animals, i Drets humans.

L'Acció social i la Salut van ser significativament més populars que altres temes, i cadascuna va rebre el suport de més d'una cinquena part de totes dues poblacions; en concret, l'Acció social va rebre el suport de gairebé un terç dels enquestats portuguesos.

Sibétoteslesaltrescausesrebenuncertsuport dels donants a tots dos països, hi ha algunes diferències clares: la Recerca i la Cooperació internacional són aproximadament el doble de populars a Espanya que a Portugal (12 % i 9 %, respectivament, a Espanya, en comparació amb el 5 % per a totes dues causes a Portugal), mentre que la Cultura i

Figura 17: Causes a les quals s'han destinat diners durant l'últim any

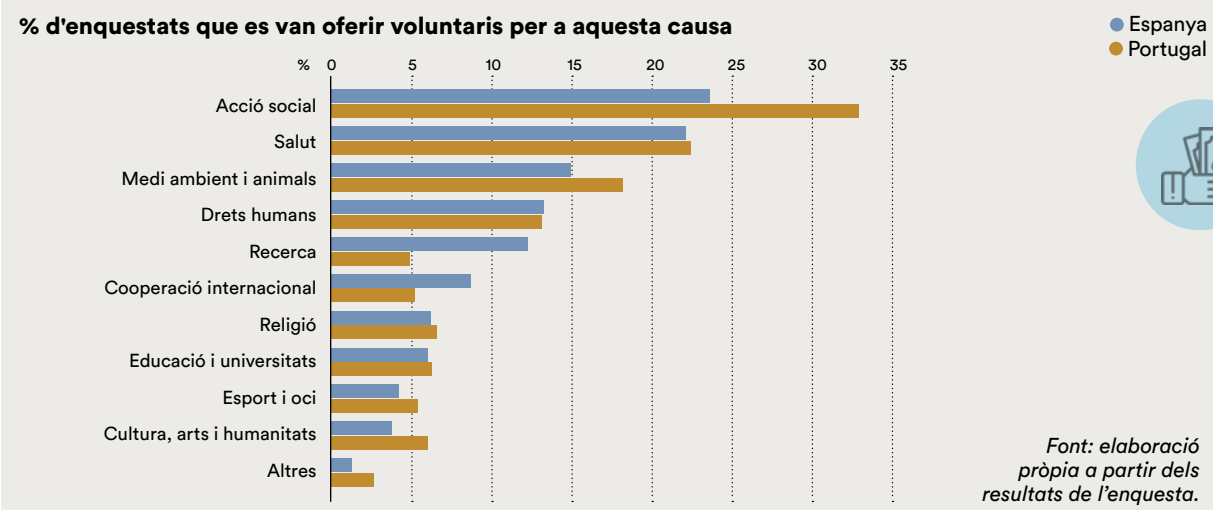


Figura 18: Estimació de les donacions anuals declarades

	MITJANA:	MEDIANA:
ESPANYA	725 €	75 €
PORTUGAL	765 €	30 €

Font: elaboració pròpia a partir dels resultats de l'enquesta.

les Arts són gairebé el doble de populars a Portugal (6 %) que a Espanya (4 %).

No es va preguntar als enquestats quins imports havien donat a cada causa, però es van recollir dades sobre les quantitats que van declarar haver donat a totes les causes durant l'últim any.

Perquè aquestes dades siguin realistes i s'ajustin a les bones pràctiques d'altres països en matèria de donacions individuals mitjanes, s'han fet dos ajustaments: s'han eliminat les persones que declaren no fer cap donació i les que declaren quantitats especialment

elevades (el 3 % superior). La «quantia mitjana de les donacions» es presenta de dues maneres –tant la mitjana com la mediana–, perquè és habitual que moltes persones donin quantitats molt petites i només unes quantes donin quantitats més grans, per la qual cosa sovint es considera que la quantia que se situa al punt del mig (la mediana) reflecteix millor la realitat a la pràctica (figura 18).¹⁴

Aquesta xifra es compara favorablement amb els nivells de donació mitjana anual a la majoria dels altres països, com mostra la taula 2.9.2. Tot i això, és important examinar de prop el procés de recopilació i anàlisi de

14. Aquesta pràctica ajuda a evitar l'«efecte Bill Gates», pel qual incloure les quantitats donades per un donant significativament gran produeix una impressió inexacta de la generositat típica.

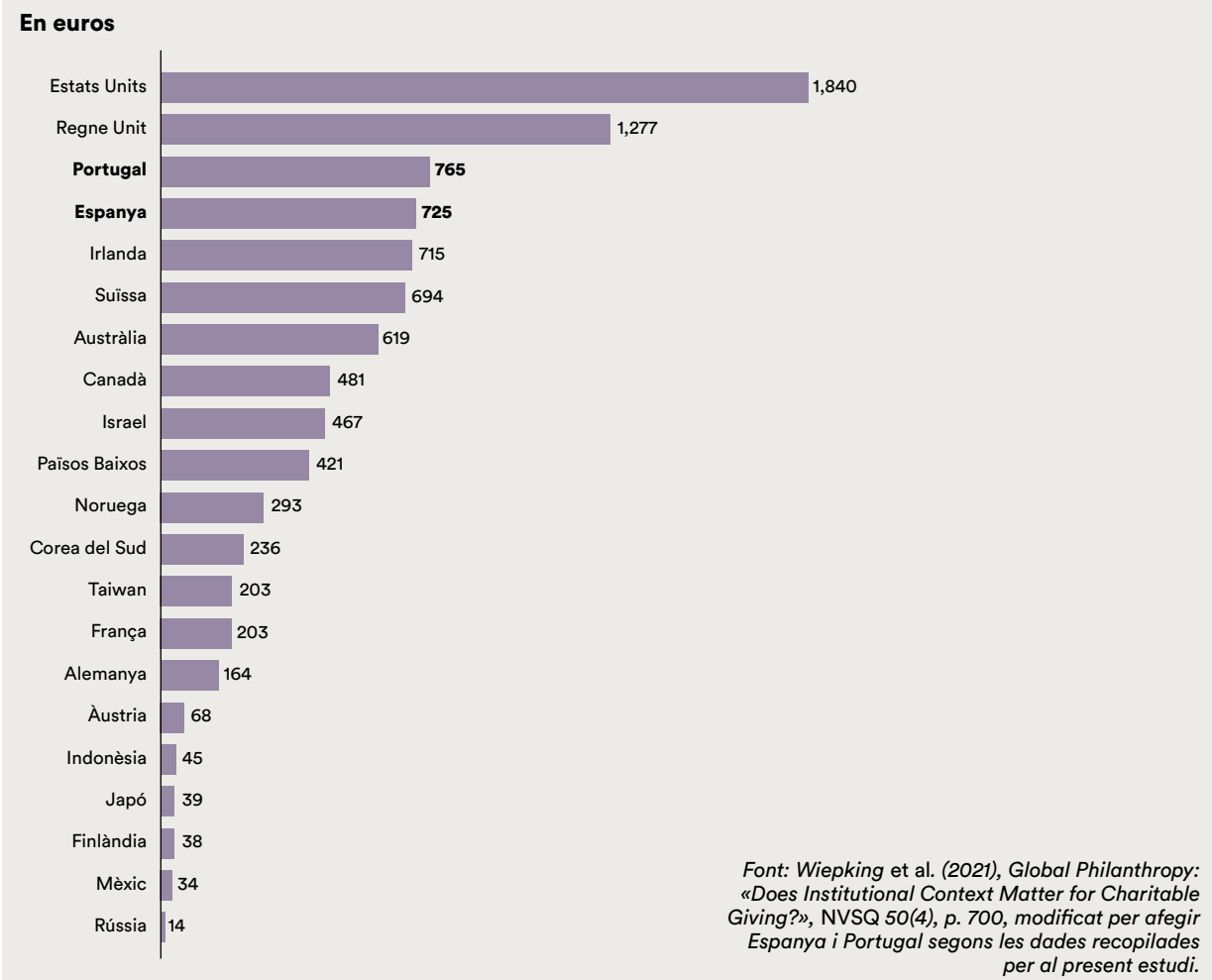
15. Aquestes donacions mitjanes anuals es basen en les xifres comunicades a P. Wiepking et al. (2021), «Global Philanthropy: Does Institutional Context Matter for Charitable Giving?», *NVSQ* 50(4), p. 700, ajustades a la inflació i convertides de dòlars a euros. La informació sobre la metodologia de recopilació de dades per a cada país inclòs a la Base de Dades Internacional sobre Filantropia està disponible a: [http://www.wiepking.com/papers/Documentation_IIPD_\(2016_version1\).pdf](http://www.wiepking.com/papers/Documentation_IIPD_(2016_version1).pdf).

dades, com s'exposa a l'annex metodològic, que pot no ser directament comparable amb el disseny de recerca utilitzat en altres contextos.¹⁵

A les noves dades presentades en aquest informe hi ha variacions interessants en les quantitats donades per edat, nivell educatiu i gènere: la part de la població portuguesa més generosa econòmicament són les dones de 50 a 69 anys. A Espanya no hi ha diferències significatives per gènere ni edat. A tots dos països, les persones amb estudis superiors també solen fer donacions més elevades, però és probable que això sigui perquè tenen més ingressos. Hi ha 86 persones a

tots dos països que declaren fer les donacions més grans, de 5.000 euros o més a l'any (47 a Espanya i 39 a Portugal). De les 39 de Portugal, 38 eren dones d'entre 50 i 59 anys i donaven suport a diverses causes. No obstant això, és important recordar que, tot i que la mostra per a aquesta recerca era d'una mida robusta, amb més de 3.000 participants a l'enquesta, quan desglossem les xifres per país, edat i gènere, les mostres es fan més petites, per la qual cosa hem de tractar els resultats amb certa cautela i continuar centrant-nos en les mitjanes globals. Per a més informació sobre la recollida i l'anàlisi de dades, vegeu l'annex metodològic.

Figura 19: Donacions anuals estimades per països



Conclusió i recomanacions

Els resultats de l'enquesta ofereixen dades interessants sobre la filantropia a Espanya i Portugal, no només pel que fa a com entén la societat el paper i l'impacte de les donacions privades, sinó també pel que fa a la mesura en què hi participa amb els seus propis actes individuals.

Donar temps i diners per donar suport a la tasca d'organitzacions benèfiques és comú en totes dues poblacions: el 39 % dels espanyols i el 43 % dels portuguesos van oferir el seu temps en benefici d'una organització benèfica, mentre que el 59 % dels espanyols i el 65 % dels portuguesos van declarar haver fet almenys una donació durant l'últim any. Per tant, els ciutadans són força generosos a l'hora d'oferir el seu temps per a accions de voluntariat i fer donacions.

Les dades també identifiquen les causes benèfiques més populars a què la gent dona prioritat i com això es relaciona amb les seves contribucions personals, tant en termes de temps de voluntariat com de donacions. Les dades mostren que a Espanya i Portugal la Salut és, amb diferència, la prioritat principal, ja que més de tres quartes parts dels enquestats (76 %) la consideren la qüestió «més urgent». Això és coherent amb la causa que més ajuda voluntària i donacions atreu: la Salut.

Quan es va demanar als enquestats que definissin la filantropia, **ajuda, amor, humanitat i generositat** van ser **les quatre paraules més esmentades a Espanya i Portugal**. És interessant observar que gairebé totes van ser paraules positives, excepte dues, *negocis* i *diners*. Això contrasta amb els resultats d'una enquesta similar duta a terme al Regne Unit, en què els enquestats van esmentar paraules positives, neutres i moltes de negatives, com ara *mentider*, *egocèntric* i *evasor d'impostos*. Les connotacions més positives de la filantropia a Espanya i Portugal poden ser degudes a les diferents interpretacions culturals de la

donació privada, o pot ser que als països on la filantropia és més present, com al Regne Unit, hi hagi més autocrítica.

Als enquestats els va resultar més fàcil esmentar una organització filantròpica que una persona filantròpica. A Espanya, l'organització més esmentada va ser la Fundació "la Caixa", juntament amb la Creu Roja. A Portugal, després d'UNICEF, l'entitat més esmentada va ser la Fundação Calouste Gulbenkian. La Fundació "la Caixa" només va ser esmentada tres vegades a Portugal, cosa que significa que, encara que actualment té una presència força important al país, sembla que la població portuguesa no la coneix.

Finalment, pel que fa a **qui dona més**, hi ha un grup diferenciats dins de tota l'anàlisi: **les dones portugueses amb estudis superiors de 50 a 69 anys**. Una explicació plausible podria ser la baixa taxa d'ocupació d'aquest grup a causa de la jubilació anticipada, que podria donar lloc a més temps lliure per a la filantropia. Si aquest és el cas, és possible que, a mesura que aquest grup envelleixi, es redueixi la quantitat total de temps dedicat al voluntariat. No obstant això, podria passar que gradualment les generacions més joves també s'involucressin més en activitats de voluntariat, com sembla que està passant a Espanya, on els més joves estan participant més que els més grans en activitats filantròpiques.

Com a resultat d'aquesta recerca se suggereixen les **cinc recomanacions següents**:

1

EXPLICAR MÉS CLARAMENT QUÈ FAN LES ORGANITZACIONS FILANTRÒPIQUES

Pel que fa a la **comprensió de la filantropia**, moltes persones estan familiaritzades amb el terme *filantropia*, el **60 % a Espanya** i el **66 % a Portugal**, i aquest percentatge augmenta amb l'edat i el nivell educatiu. Tanmateix, això continua indicant que un terç de la població no sap què és la filantropia, i aquest índex de coneixement podria augmentar millorant la comunicació de les organitzacions filantròpiques per explicar més clarament el que fan a la població.

2

LA FILANTROPIA I EL GOVERN EXERCEIXEN FUNCIONS COMPLEMENTÀRIES

La **percepció de la filantropia**, basada a preguntar als individus fins a quin punt estan d'acord o en desacord amb deu afirmacions diferents sobre la filantropia, indica uns **resultats globals força favorables** tant a Espanya com a Portugal, encara que hi ha una certa desconfiança envers els filantrops. A més, hi ha una preferència clara perquè el Govern sigui el responsable de satisfer les necessitats de la societat, en lloc de les organitzacions benèfiques finançades per la filantropia. És a dir, **continua havent-hi la percepció que els governs han d'assumir el paper principal a l'hora d'oferir igualtat d'oportunitats, i no la filantropia**. En aquest sentit, seria útil **esforçar-se més a comunicar** a la població que no es tracta d'una suma zero, sinó que **el Govern i la filantropia tenen papers complementaris**.

3

RECORDAR A LA SOCIETAT QUE SER FILANTRÒPIC ÉS UNA ACTIVITAT NORMAL I QUOTIDIANA

Els enquestats afirmen que el nivell de solidaritat de la societat no és gaire alt: en una escala de 0 a 10, la mitjana s'acosta a 6 a tots dos països. Això contrasta amb els índexs reals de participació en diversos actes prosocials. Els resultats mostren que **els espanyols i els portuguesos tendeixen a ser filantròpics en la seva vida quotidiana**. La majoria han fet tots els actes suggerits almenys una vegada, i en alguns casos setmanalment o mensualment, durant l'últim any. No obstant això, la gent no sembla ser conscient que la seva participació és un fet habitual i que hi ha nivells relativament alts de comportament altruista a tota la societat.

4

MILLORAR EL CONEIXEMENT DELS INCENTIVS FISCALS

Les dades també mostren que els més joves són menys conscients dels incentius fiscals a les donacions que els seus homòlegs de més edat. Una recomanació seria millorar la comunicació de l'existència d'aquest tipus d'incentius fiscals, utilitzant potencialment les xarxes socials o altres canals als quals els joves prestin més atenció, per tal d'impulsar les donacions.

5

RECOLZAR LA CAPTACIÓ I LA RETENCIÓ DE VOLUNTARIS

Per evitar la baixada consegüent dels nivells de voluntariat, seria aconsellable invertir més en ajudes per a l'atracció i el suport als voluntaris, així com comunicar millor els beneficis que reporta a la persona i a la societat en general el fet de convertir-se en voluntari.

Annex metodològic

Els resultats d'aquesta anàlisi procedeixen d'una enquesta encarregada a Espanya i Portugal. La recollida de dades va tenir lloc l'abril del 2024. Per crear una mostra representativa, es van ponderar les quotes de gènere, edat i regió. Així mateix, es van utilitzar com a variables de control el nivell d'ingressos de la llar i el nivell d'estudis de la persona entrevistada. El nombre d'observacions resultant és un total de 3.222, format per 2.009 enquestats a Espanya i 1.213 a Portugal.

S'ha fet una anàlisi de regressió per comprendre millor la relació entre determinades respostes i les característiques demogràfiques: país, edat, gènere i nivell d'estudis.

Les dades sobre el temps dedicat al voluntariat i els diners destinats a donacions es van recollir en intervals i amb marcs temporals (setmanal, mensual i anual). Per calcular la quantitat total de temps dedicat anualment al voluntariat es van prendre els valors mitjans de cada interval. Per exemple: per als que van declarar haver-hi dedicat entre 0 i 1 hora a la setmana, es van comptabilitzar 0,5 hores. Per als que n'hi dedicaven més de 5, es va sumar a aquesta xifra el valor de l'interval anterior. Per tant, es va considerar que els que van dir que hi havien dedicat més de 5 hores n'hi havien dedicat 9. S'obté així una estimació imperfecta però raonable del nombre total d'hores dedicades. El mateix procediment es va fer servir per calcular els informes mensuals i anuals. El temps total de voluntariat anual dedicat es va calcular de la manera següent: $52 \times$ total d'hores setmanals estimades per als que van donar una xifra setmanal i $12 \times$ total d'hores estimades per als que van donar una xifra mensual.

Es va fer un exercici similar per a la declaració del valor dels diners donats. Per calcular l'import anual, es van utilitzar els valors mitjans dels intervals i, per a la franja més alta (els que van declarar més de 5.000 euros), se n'hi van afegir 4.000 (el valor mitjà de la segona categoria més alta) per obtenir un valor de 9.000 euros per a la franja més alta. Atès que aquestes xifres també es van declarar setmanalment,

mensualment o anualment, els imports anuals totals es van calcular multiplicant-los per 52 o 12, respectivament. Es tracta d'una estimació que ajuda a fer-se una idea dels nivells de donacions, però no és perfecta.

Com s'indica a l'informe, per calcular les donacions individuals anuals típiques es van eliminar les persones no donants i el 3 % de les donacions més quantioses. Si es tenen en compte totes les dades sense fer cap ajustament pels que no fan donacions o pels casos atípics que donen grans quantitats, aleshores la donació mitjana anual global és de 1.160 euros tant a Espanya com a Portugal, amb una mitjana (mitjana) de 722 euros a Espanya i 1.887 euros a Portugal. Curiosament, la mediana (considerada la xifra més sòlida per a una distribució esbiaixada a la dreta) no canvia gaire com a resultat dels ajustaments assenyalats. Si no s'eliminen ni els no donants ni el 3 % de les donacions més quantioses, la mediana és de 30 euros tant a Espanya com a Portugal. Si s'eliminen els no donants, la mediana és de 75 euros a Espanya i de 30 euros a Portugal; si s'eliminen els no donants i el 3 % de donacions més quantioses, la mediana és també de 75 euros a Espanya i de 30 euros a Portugal. Això últim significa que Portugal té un nombre més elevat de casos atípics amb una donació estimada molt alta. De fet, el límit del 3 % més alt és de 9.000 euros a Espanya i de 30.000 euros a Portugal.

Tenint en compte que la recollida d'aquesta informació (temps de voluntariat i diners donats) és una estimació, tal com s'ha descrit anteriorment, és important assenyalat les limitacions d'informar sobre les mitjanes i la pertinència de centrar-se també en les medianes en la descripció dels resultats. Tanmateix, malgrat les limitacions, les dades presentades i descrites en aquest informe constitueixen el primer estudi representatiu de les accions i actituds filantròpiques i, per tant, són una eina útil per comprendre millor els nivells de solidaritat de les societats espanyola i portuguesa.



Fundació "la Caixa"