



## Aprender a contar para generar confianza

### Descripción

«En toda Europa crece el interés por las fundaciones, que cada vez desempeñan un papel más importante en los debates sobre el futuro económico, social, medioambiental y otras cuestiones de gran relevancia general. Pese a ello, tanto la opinión pública como muchos de los responsables de las grandes decisiones y bastantes líderes políticos parecen poco informados sobre las particularidades y el papel que las fundaciones son capaces de desempeñar en la sociedad».

Así comenzaba un texto del Centro Europeo de Fundaciones editado en 2001. Han pasado ocho años. ¿Han cambiado las cosas? ¿Está la sociedad mejor informada sobre las particularidades de las fundaciones y sobre el relevante papel que cumplen? ¿Poseen los ciudadanos la percepción de que, en el origen de casi todas, se encuentra el deseo de devolver a la sociedad parte de su riqueza?

En mi opinión, en estos pocos años se han producido importantes avances, pero aún es mucho el camino que queda por recorrer. La construcción de la identidad europea, desde esa perspectiva, ofrece un horizonte de oportunidades para la consolidación del sector fundacional que éste no debe desaprovechar.

De hecho, meses antes de las pasadas elecciones europeas, el Centro Europeo de Fundaciones promovió un Manifiesto, con el fin de trasladar las principales demandas del tercer sector a los nuevos eurodiputados. El texto giraba en torno a dos ejes: la necesidad de desarrollar un clima amistoso para las fundaciones a lo largo y ancho de Europa y la exigencia de avanzar en materia de justicia social. El primero incluía la creación de un Estatuto de la Fundación Europea para las fundaciones y un tratamiento del IVA más adecuado a su naturaleza, dos reclamaciones básicas que, de prosperar, pueden tener un impacto decisivo en el tercer sector.

Ambas tienen su justificación. En su libro *Giving*, el ex presidente Bill Clinton señala que, para prosperar, un país debe poseer tres características: en primer lugar, una economía próspera, que asegure a todos los ciudadanos un trabajo; en segundo lugar, un buen gobierno, que se ocupe de todo aquello de lo que no se puede ocupar el mercado, y, por último, «una sociedad civil vibrante, con ONGs que hagan que no se olvide a nadie». Clinton insiste en este último aspecto, en la necesidad de contar con un tercer sector sólido, organizado. No es una aportación nueva. La idea de que la generación de bienestar no es competencia exclusiva de los gobiernos forma parte de la tradición política y cultural del mundo anglosajón. De ahí la fortaleza de su asociacionismo, esa característica de la sociedad estadounidense que más llamó la atención de Alexis de Tocqueville cuando éste viajó a Estados Unidos, como queda bien reflejado en *La democracia en América*. El asociacionismo y la

fortaleza de las organizaciones civiles (entre ellas, muchas fundaciones) han estado, sin duda, estrechamente ligados al progreso de ese país.

Desde esa perspectiva, en Europa queda mucho por hacer. Por eso la reclamación del Manifiesto merece cierta atención. La regulación actual no facilita la labor de las fundaciones que quieren desarrollar sus actividades en más de un país de la Unión ni contribuye a la creación de nuevas fundaciones de ámbito europeo. Pero el sector fundacional europeo, tanto en términos cuantitativos como cualitativos, está llamado a desempeñar un papel fundamental en el desarrollo económico y en el impulso de la innovación de políticas claves de la Unión Europea. No es una afirmación retórica. Los autores del estudio de viabilidad sobre el Estatuto recuerdan que las 110.000 fundaciones existentes en Europa (casi 4 fundaciones por cada 10.000 habitantes) gastan entre 83.000 y 150.000 millones de euros cada año, más del doble que el sector fundacional en Estados Unidos.

Las elecciones europeas, por tanto, pueden suponer un estímulo si, entre los objetivos de la nueva Cámara, está el de apoyar con decisión las acciones de interés público que desarrollan las fundaciones.

## RETOS DE LAS FUNDACIONES ESPAÑOLAS

Cualquier análisis del sector fundacional español, y de los retos que tiene planteados, debe tener en cuenta el marco anterior. A pesar de la crisis de identidad y liderazgo que vive la Unión Europea, lo cierto es que España ya no se entiende sin Europa.

Los últimos treinta años han constituido un periodo decisivo en la consolidación de las fundaciones de nuestro país. Con la llegada de la democracia, el sector fundacional experimentó en España un auténtico boom, que ha contribuido a que, en los campos más variados, se hayan abordado problemas inéditos, ofrecido soluciones y aportado nuevas vías y buscar modos de atender las necesidades emergentes de los ciudadanos y las instituciones. Tal y como destacan los expertos, la presencia e influencia de las fundaciones en la política económica, educativa, social y cultural española es evidente. En muchos casos, además, su voluntad transformadora resulta innegable. Sin embargo, todavía hay mucho por hacer: avanzar en transparencia, promover una mayor profesionalización, ganar independencia respecto del poder político, adaptarse a los nuevos escenarios que van surgiendo, consolidar su influencia en la definición de estrategias de largo alcance que contribuyan al progreso y el bienestar de nuestro país...

Marta Rey ha resumido estos grandes retos que afrontan, en la actualidad, las fundaciones. En su opinión, el primero de ellos consiste en definir su *identidad*, «más allá de la mera negación de lo empresarial o lo público». El segundo desafío es el de la *capacidad*. La fragmentación y heterogeneidad del sector, unidas al desequilibrio entre los recursos de los que disponen y los fines propuestos, suponen un problema real. El tercero es el riesgo de obsolescencia. Las fundaciones nacen, en muchos casos, para preservar y conservar no sólo un patrimonio sino unos valores. Sin embargo, en la sociedad actual, como explica el gurú del *management* Gary Hamel en *Liderando la revolución*, lo único estable es el cambio. De ahí que sólo las organizaciones capaces de apostar por el cambio puedan optar al liderazgo en el sector en el que se desarrolle su actividad. Eso no sólo es aplicable a las grandes compañías; lo es también a las fundaciones.

Pero también está aún pendiente el reto de *contar*. Aunque, en los últimos años, las organizaciones sin ánimo de lucro han realizado un esfuerzo muy importante en materia de transparencia y buenas

prácticas de gestión, merece la pena reflexionar sobre la eficacia de su comunicación. ¿Aciertan las fundaciones a la hora de transmitir su misión, a la hora de explicar los valores que dan sentido a toda su actividad? Porque no basta con confiar en las buenas intenciones de estas organizaciones, sino se debe lograr el activo más importante con el que puede contar una fundación: la confianza.

Como señala Rey, «si tuviéramos que definir el negocio fundacional en una sola palabra, esa palabra sería confianza. La confianza es el núcleo del quehacer de las fundaciones, y es la responsabilidad de sus gestores saber generarla y mantenerla». ¿Cómo? Con transparencia, rendición de cuentas y una comunicación eficaz.

## **EL RETO DE CONTAR**

«No communication, no event». Se trata de una máxima muy conocida en el campo de los medios. Si un asunto no se comunica, en la práctica no existe. Pues bien. No es exagerado afirmar que, sin comunicación, tampoco hay fundación, pues las relaciones en la sociedad actual sólo se entienden desde la comunicación.

Para transmitir, por tanto, aquello que les es más genuino, sus valores, las fundaciones deben asumir el reto de querer contar lo que son: quiénes son, qué hacen y por qué lo hacen. Una comunicación deficiente sólo servirá para impedir que estas organizaciones puedan alcanzar la misión para la que han sido creadas.

En definitiva, las fundaciones comunican para existir y existen para comunicar. El reto, en estos albores del siglo XXI, consiste en hacerlo con eficacia. Sólo abordando esta tarea podrán asegurarse de que quienes tienen la responsabilidad de tomar decisiones que afectan de forma relevante al bien común comprenden la naturaleza y las peculiaridades de estas organizaciones, llamadas a desempeñar un papel protagonista en los años que vienen.

### **Fecha de creación**

29/06/2009

### **Autor**

Nazareth Echart