

Perú

De la prosperidad al propósito

Perspectivas sobre la filantropía y la inversión social entre las personas de alto nivel patrimonial en América Latina



Perú de un vistazo

Población

30,38 millones de habitantes

PIB

US\$ 202.300 millones

Tasa de crecimiento del PIB

5,8%

PIB per cápita

US\$ 6.662

Índice Gini

45,3 (2012)

Índice de desarrollo humano del PNUD

0,737(82° entre 187 países)

Índice de progreso social

66,29 (55° entre 132 países)

Índice de recuento de pobreza con US\$ 4 por día

25,8% (2011)

Índice de recuento de pobreza con US\$ 2 por día

8,7% (2011)

Índice de recuento de pobreza según la línea de pobreza nacional

23,9%

Desempleo total (del total de la fuerza de trabajo, estimación nacional)

3,6% (2012)

Datos del Banco Mundial y 2013, a menos que se indique lo contrario.

Este tomo forma parte de un informe amplio que contiene un cuerpo principal y seis tomos dedicados a cada uno de los países participantes: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México así como el presente enfocado en Perú.

Perú: Contexto nacional

Perú es un país con múltiples etnias y más de 30 millones de habitantes. Tiene una gran biodiversidad y un rico legado cultural, combinado con una fuerte identidad nacional. Luego de sobrevivir un conflicto extremadamente violento entre el gobierno y el grupo maoísta Sendero Luminoso que se prolongó durante las décadas de 1980 y 1990, con más de 70.000 muertes, Perú se ha convertido en un país relativamente estable y próspero desde principios del siglo XXI. Gracias a su crecimiento, Perú ha logrado una mayor equidad, con menos pobreza y desempleo y una clase media en aumento. En 2013, su PIB era de US\$ 202.000 millones.¹

La situación de Perú ha cambiado drásticamente durante la última generación. Ante una inflación descontrolada, que superó la tasa de 12.000 por ciento en 1990, Perú implementó una serie de reformas económicas extremas bajo la conducción del polémico Presidente Alberto Fujimori durante una década.² Las reformas neoliberales de Fujimori, que promovieron la inversión internacional, redujeron el gasto público y aumentaron el comercio, resultaron exitosas para frenar la hiperinflación y otorgarle cierta aprobación pública a pesar de su estilo autoritario.³

Desde 2000, Perú ha registrado niveles importantes de crecimiento económico. Su PIB aumentó a una tasa promedio de 7 por ciento anual entre 2005 y 2013.⁴ Ese crecimiento se ha traducido en una gran acumulación de riqueza para una minoría pequeña de la población peruana. A fines de 2013, un estudio estimó que había 23.009 personas de alto nivel patrimonial (HNWI) en Perú, que, en conjunto, tenían una fortuna superior a los US\$ 127.000 millones.⁵ Más aún, diez peruanos formaban parte de la lista de multimillonarios publicada por la revista *Forbes* en 2013, mientras que, el año anterior, solo había dos. Su patrimonio conjunto alcanzaba un total de US\$ 23.300 millones o más del 10 por ciento del PIB de Perú.⁶ A pesar de esta concentración de riqueza, la desigualdad en Perú resulta relativamente baja para la región. En 2012, su índice Gini era de 45,3, el segundo más bajo dentro de los países incluidos en el presente estudio.⁷

El bienestar social ha mejorado y la pobreza se ha reducido considerablemente durante la última década, lo que ha beneficiado a un amplio segmento de la población local. La cantidad de peruanos que viven en la pobreza (con menos de US\$ 4 por día) bajó casi a la mitad, de 46,5 por ciento de la población en 2005 a 25,8 por ciento en 2011, mientras que la cantidad de personas que viven en extrema pobreza (con menos de US\$ 2 por día) bajó de aproximadamente 19 por ciento a 8,7 por ciento.⁸ Según un informe del PNUD, entre 2000 y 2012, la clase media peruana (la población que vive con US\$ 10–50 por día) aumentó un 19% y alcanzó más del doble de su tamaño anterior para ubicarse en el 34,3 por ciento de la población total.⁹

Sin embargo, la desigualdad y la pobreza persisten para muchos peruanos. Un estudio realizado por UNICEF en 2010 reveló que el 78 por ciento de los niños indígenas peruanos, población que suma más de un millón de habitantes, viven en la pobreza, casi el doble que el nivel de pobreza de otros niños.¹⁰ Asimismo, la pobreza se encuentra muy concentrada en las zonas rurales del país. En 2013, el 48 por ciento de los habitantes rurales de Perú todavía vivían la pobreza, según la línea nacional de pobreza, cifra que duplica el promedio nacional, mientras que solo el 16 por ciento de la población urbana vivía en la pobreza en ese momento.¹¹ Incluso las personas que han logrado salir de la pobreza todavía corren el riesgo de volver a caer: en 2012, el 40 por ciento de la población peruana se encontraba en situación vulnerable, ya que vivía con US\$ 4–10 por día.¹²

Mientras Perú busca mejoras continuas en el bienestar social y económico de toda su población, los programas del gobierno intentan reducir aún más estas brechas a través de un mayor alcance y mejor calidad de educación, salud y programas de servicios sociales.

La filantropía y la inversión social en Perú: Características y tendencias principales

Hay muy pocos estudios de investigación que hayan analizado el sector filantrópico peruano. Pocas organizaciones se dedican a estudiar o promover al sector y existen pocos estudios que hayan explorado o analizado el contexto para la filantropía y la inversión social. En consecuencia, se debe tener en cuenta que las siguientes observaciones son preliminares y requieren mayor estudio.

Tradiciones de larga data en las donaciones benéficas

La caridad se encuentra profundamente arraigada en tradiciones y prácticas que datan de las sociedades pre-hispánicas, diseñadas para asegurar el bienestar colectivo. Estas culturas practicaban un sistema de asistencia mutua, conocido con el nombre de “*reciprocidad andina*” y basado en la producción y distribución a través de los vínculos sociales, que resultaba en extremo inclusivo y aseguraba, en particular, el bienestar de los grupos con menos recursos.¹³ La filantropía más contemporánea surgió en los siglos XIX y XX, cuando los miembros de la elite de la sociedad peruana, inspirados por las doctrinas cristianas de caridad y moralidad desarrolladas durante la colonización española, comenzaron a armar organizaciones benéficas para desarrollar actividades caritativas. Estas instituciones con financiación filantrópica, sumadas a la obra de la Iglesia Católica, brindaban amplios servicios de educación, salud y bienestar a los pobres.¹⁴

La primera década del siglo XX trajo cambios y crecimientos al sector, al tiempo que la sociedad se volvió más politizada, la migración urbana aumentó, las empresas familiares se expandieron y se incrementó la estabilidad social. A su vez, un cierto alejamiento de la caridad paternalista, con un aumento de la filantropía dirigida al cambio, parece haber marcado este período. No obstante, la violencia y el terrorismo de las décadas de 1980 y 1990 produjeron una notable contracción de la sociedad civil y de su correspondiente apoyo filantrópico. En general, las ONGs eran vistas como instrumentos de los terroristas de izquierda y toda vinculación con ONGs podía generar acusaciones peligrosas de apoyo a los terroristas. Esta desconfianza de la sociedad civil continúa hasta el presente y probablemente impide el apoyo a las ONGs y despierta la reticencia de muchos a hablar de sus actividades filantrópicas.

Si bien no hay información pública disponible y la gente se muestra reacia a hablar de sus donaciones benéficas, es probable que una parte importante de la filantropía individual siga financiando servicios para los pobres, ya sea directa o indirectamente relacionados con la Iglesia Católica. Cada vez más, una parte –se desconoce la proporción– limitada pero de gran importancia de las donaciones e inversiones sociales se destina a la reducción de la pobreza, el desarrollo económico y la equidad a más largo plazo.

Investigación e infraestructura filantrópicas limitadas

Debido a la falta de datos, se desconoce la escala, el alcance y las características de las actividades filantrópicas peruanas actuales. Si bien hay escasez de información filantrópica en la mayoría de los países latinoamericanos, este problema resulta particularmente agudo en Perú. Casi no hay información actualizada sobre donaciones personales o institucionales. Además, a diferencia de otros países como Colombia, México y Brasil, en Perú no hay organizaciones ni iniciativas que recojan y difundan información sobre el sector ni promuevan o apoyen a los filántropos.

La *Universidad del Pacífico* ha realizado excelentes estudios de investigación sobre la filantropía en Perú y en la región, pero carece de un programa (o recursos) permanente y sustentable para seguir desarrollando la base de conocimientos. Asimismo, una organización muy respetada, *Perú 2021*, promueve y fomenta la RSE, pero se limita a las actividades filantrópicas corporativas y no contempla las privadas.

Debido a la falta de conocimientos e infraestructura, sumada al deseo de muchos de realizar donaciones anónimas, la mayoría de los participantes del presente estudio no conocían los esfuerzos notables y ejemplares de sus pares. Pareciera que ha habido pocas oportunidades de interacción entre las personas u organizaciones que desarrollan actividades filantrópicas.

“Es comprensible que los empresarios se hayan dedicado a desarrollar sus propios negocios, pero son conscientes de que tienen que pensar más en lo que le conviene al país e involucrarse más.”

Anonymous

Las empresas aparecen como los líderes de la filantropía organizada

A pesar de la falta de datos, existe un consenso general en cuanto a que la filantropía local va aumentando gradualmente y que la mayor parte de ese crecimiento tiene lugar en el sector corporativo. Al igual que en otros países de la región con muchas empresas familiares, no siempre resulta fácil distinguir las actividades filantrópicas corporativas de las familiares en las empresas donde los integrantes de la familia se encuentran en la conducción de ambas. Sin embargo, da la impresión de que, en Perú, la mayoría de las fundaciones relacionadas con una empresa en particular se auto-identifican como fundaciones corporativas. Cynthia Sanborn, directora del Centro de Investigación y Profesora de Ciencias Políticas en la *Universidad del Pacífico* y co-editora de *Philanthropy and Social Change in Latin America*, informa que, en 1998, Perú contaba con 127 fundaciones identificables y, que en 2010, esa cifra ya había aumentado a 312.¹⁵ Sin embargo, todavía eran pocas las que eran realmente fundaciones familiares y no corporativas.

Luego de la liberalización del mercado en la década de 1990, el sector privado peruano comenzó a crecer sustancialmente. Este crecimiento económico generó tasas más altas de empleo e ingresos más elevados, así como un rol más importante para la empresa en la sociedad. En parte gracias a esta expansión, la RSE –y, con ella, la expectativa de que las empresas desarrollen actividades filantrópicas– también ha aumentado. Un estudio de investigación realizado por Sanborn reveló que 14 de las 31 compañías más grandes contaban con sus propias fundaciones o asociaciones de caridad y 12 de ellas tenían programas de voluntariado corporativo.¹⁶ Sin embargo, todavía no hay datos específicos disponibles al público sobre el monto o el impacto de la filantropía en Perú.

Hasta la fecha, las compañías dedicadas a la extracción, una de las industrias más ricas del país, parecen haber sido responsables de la mayor parte de las actividades filantrópicas corporativas. Por su naturaleza intrínseca, que consiste en la extracción de recursos no renovables de una comunidad, muchos creen que estas empresas tienen el deber de realizar inversiones sociales en las comunidades donde operan. No hay datos actualizados disponibles sobre inversiones. La información más reciente, publicada hace casi 20 años en 1997, indicaba que las 30 compañías mineras y petroleras más importantes

realizaron contribuciones filantrópicas por un total de US\$ 21 millones, lo que representaba casi el 60 por ciento de las donaciones corporativas anuales totales.¹⁷ Se necesitan con urgencia datos actualizados para tener un panorama más claro de la filantropía en Perú.

Las entrevistas y las respuestas a la encuesta sugieren que el contexto de políticas y normas impositivas resulta más favorable para las empresas que para los particulares o las fundaciones independientes. Por ejemplo, la *Ley de Obras por Impuestos* permite a las compañías invertir en obras públicas y recuperar el monto total de su inversión de su impuesto a la renta. Se incluye en esta normativa la construcción o mejoras de hospitales y otros centros de salud, instituciones educativas, infraestructura recreativa y deportiva, así como establecimientos culturales.

Un filántropo entrevistado en este estudio especuló sobre las razones que podrían tener los empresarios de fortuna para desarrollar sus actividades filantrópicas a través de estructuras corporativas en lugar de hacerlo en forma independiente. “En Perú, existe un límite para la herencia patrimonial. La mayoría de la gente rica ha desarrollado sus propias empresas, por lo que su capacidad de donar está estrechamente relacionada a las ganancias corporativas. La filantropía se percibe como muy vinculada al éxito empresario”. Y agregó: “También existe una fuerte razón empresarial para este enfoque: las empresas tienen que demostrar su conciencia social. La generación más joven, en especial, quiere comprar los productos de buenos ciudadanos corporativos. También quieren trabajar para compañías que tengan una sólida ética social”.

Asimismo, Felipe Ortiz de Zevallos –ingeniero, empresario, fundador de *Grupo APOYO* y ex embajador de Perú en Estados Unidos– esbozó varias razones importantes y amplias que explicarían los bajos niveles de filantropía privada organizada: “Siempre se ha hecho caridad tradicional a través de la Iglesia, con servicios directos, pero no hay una trayectoria fuerte de ciudadanía. Además, desde la década de 1980, el país ha estado en crisis. Hemos tenido terrorismo, quiebra económica y fracaso político. Los peruanos han vivido necesariamente con una mentalidad de supervivencia. No era un clima propicio para pensar en la inversión social”.

“Durante la última década, la filantropía corporativa y la inversión social han crecido sustancialmente, pero todavía hay pocas donaciones visibles de personas y familias ricas.”

Cynthia Sanborn

El entorno político y de política requiere mejoras

En general, las políticas peruanas no promueven las donaciones filantrópicas; lo que es más, muchos las consideran un obstáculo serio para su crecimiento. Hay pocos incentivos impositivos para las donaciones personales y existen desincentivos para la creación de fundaciones filantrópicas; por otro lado, hay quienes desconfían de las instituciones filantrópicas.

La legislación reciente ha limitado intencionalmente los beneficios impositivos para las donaciones benéficas. Las donaciones sujetas a deducciones impositivas se circunscriben a las organizaciones sin fines de lucro inscritas en la administración fiscal de Perú, SUNAT, y solo a aquellas dedicadas a ciertas áreas muy específicas con fines sociales, tal como las define el código legal.¹⁸ También hay que realizar un trámite complicado y burocrático para solicitar las deducciones, que requieren la presentación de comprobantes y formularios por parte de las organizaciones sin fines de lucro y los donantes a fin de obtener los reembolsos a través del SUNAT. Además, no existe un impuesto a la herencia que sirva de incentivo para realizar legados de beneficencia. Más aún, dado que alrededor del 50 por ciento de la economía peruana corresponde al sector informal,¹⁹ la presión de generar ingresos impositivos recae en una parte pequeña de la economía, por lo que no el panorama no parece muy prometedor en términos de la posibilidad de un cambio en el futuro cercano. No hay consenso con respecto al efecto real de estas políticas en la filantropía. Varias personas destacaron que el contexto de políticas constituye una barrera para la filantropía en Perú. Tony Custer señaló: “La gente que podría realizar donaciones se siente desalentada por la falta de incentivos impositivos y por las presiones sociales muy arraigadas. El primer paso debe consistir en el desarrollo de mejores incentivos; así se pondría el engranaje en movimiento”. Por lo menos un experto expresó su firme desacuerdo, con el argumento de que la decisión de donar no responde a los incentivos impositivos, aunque la existencia de incentivos limitados puede influenciar el monto de las donaciones.

Además de los problemas impositivos, resulta complicado administrativamente crear y manejar una fundación en Perú y hay pocas ventajas monetarias o de otro tipo al hacerlo. Las fundaciones requieren fondos dotales y las actividades a las que pueden dedicarse se limitan a cuestiones religiosas, culturales o las que se definen idiosincráticamente como de “interés social”. Asimismo, los fundadores no tienen el control absoluto de la

distribución de los fondos y se encuentran bajo la supervisión estricta del *Consejo de Supervigilancia de Fundaciones*, entidad gubernamental que se encarga de monitorear el propósito, las actividades y los activos de las fundaciones.²⁰

Varios participantes del estudio reconocieron que los casos anteriores de corrupción relacionada con donaciones filantrópicas han generado una reducción de los incentivos, un mayor control y un desincentivo para formular políticas más favorables. En general, se considera a la filantropía como una oportunidad para obtener una ganancia personal o un mecanismo para sacar riqueza del país. Más allá de que una pequeña minoría haya desarrollado actividades de ese tipo o no, esa percepción ha manchado la reputación de la filantropía y todavía hay mucho por hacer para cambiar esa mentalidad.

Un cauteloso optimismo respecto del crecimiento del sector

A pesar del bajo nivel de inversión social visible en Perú, se observa un cauteloso optimismo respecto de su crecimiento. Con un liderazgo político estable, crecimiento económico y el consecuente aumento del patrimonio individual, mucha gente cree que hay una creciente sensación de confianza en Perú y que las personas ricas se comprometerán cada más a contribuir con el futuro del país a través de la actuación filantrópica. Cynthia Sanborn señaló: “La mayor parte de la riqueza privada en Perú es nueva –se ha amasado en los últimos 25 años. Tenemos que darle tiempo a la filantropía y la inversión social para desarrollarse”.

Tony Custer, importante empresario, filántropo, chef y escritor, quien creó la *Fundación Custer* en 1996, dijo que tiene la sensación de que la filantropía ha crecido desde la década de 1980 y probablemente continúe haciéndolo. Bernardo Roca-Rey Miro-Quesada, de la familia propietaria del periódico más antiguo y de mayor circulación de Perú, *El Comercio*, señaló: “Creo, espero que haya un cambio positivo en los próximos dos o tres años”. Todas las personas que respondieron a la encuesta declararon que la necesidad de filantropía en Perú era muy urgente o urgente y la mayoría manifestó su optimismo respecto de su crecimiento en los próximos cinco años.

Motivaciones e influencias filantrópicas

Al igual que sus pares en otros países latinoamericanos, los peruanos tienen una variedad de razones para realizar donaciones, pero las influencias principales son similares en la mayoría de los países: valores y ejemplos familiares, una obligación moral estrechamente relacionada con esos valores, una pasión personal por un tema en particular el deseo de generar bienestar social para el país y sus ciudadanos más vulnerables.

La filantropía se basa en los valores familiares

Muchos participantes del presente estudio ven en la filantropía un medio para reflejar e inculcar los valores familiares. Casi sin excepción, las personas consultadas destacaron la firme convicción de sus familias por ayudar a los necesitados y el hecho de que habían adquirido y visto este valor en acción desde su niñez. Muchos también se refirieron a la filantropía como un vehículo importante para reforzar los lazos y valores familiares y mencionaron sus esfuerzos intencionales de transmitir esos mismos valores a sus hijos.

Tony Custer habló de la marcada influencia que habían tenido sus padres en él. Su madre se dedicó a ayudar a las niñas y mujeres jóvenes y su padre participaba en el YMCA. *“Siempre estaban haciendo algo para ayudar a alguien o a algún grupo de gente”*. Felipe Custer, hijo de Tony Custer y miembro del consejo de la Fundación Custer, compartió esta opinión sobre la influencia familiar: *“Así me criaron. Cuando era chico, vi cómo trabajaba mi padre y ahora trabajamos juntos, en familia, para beneficiar a otros”*.

Marco Aveggio, director de la *Fundación Wiese*, recalcó que la Fundación desempeñó un rol importante en la creación y renovación de la unidad familiar. Casi el 100 por ciento de la familia completa, formada por cinco familias, participa en la Fundación y se comprometen a reunirse una vez al mes. Poco tiempo antes, Aveggio había realizado una presentación en Chile sobre familias y fundaciones y destacó: *“La Fundación es un pilar de nuestra familia global. Reúne a distintas familias y diferentes generaciones para que trabajen juntos en pos de una meta y una visión comunes. Genera vínculos y construye relaciones”*.

El sentido de responsabilidad y obligación moral

Muchas de las personas entrevistadas creen que tienen la obligación moral de ayudar a los necesitados. *“Los que tienen más tienen que ayudar a los que tienen menos”*, aseveró una de ellas. Joaquín de la Piedra, co-fundador de la organización sin fines de lucro llamada *Kusimayo* (término quechua que significa *Río Feliz*), describió los períodos prolongados y reveladores que pasó en una granja de truchas en los Andes durante su niñez. *“En la ciudad, tal vez nos resulta más fácil aislarnos de los pobres. Pero, en el campo, no se puede ignorar la pobreza: nos rodea. Al ver las oportunidades para colaborar en la zona rural de Puno, me di cuenta de que tenía la obligación de hacer algo.”* Otro participante destacó: *“Es una vergüenza no ayudar a los necesitados”*.

Tony Custer también señaló que el período que vivió en Estados Unidos lo marcó, ya que, en ese país, *“Incluso en el colegio secundario, los alumnos participaban en todo tipo de iniciativas para ayudar a los demás; era parte de la cultura. Cuando, posteriormente, estudié en Harvard, este concepto de ciudadanía y responsabilidad se encarnó aún más en mí”*.

Los aportes al “Perú del siglo XXI”

Muchos participantes expresaron su fuerte deseo de contribuir personalmente al desarrollo del país y a la creación de un nuevo Perú en el siglo XXI. Ahora que el país ha logrado salir de la inestabilidad política, la volatilidad económica y la violencia, muchos han manifestado su compromiso con la creación, a través de sus esfuerzos filantrópicos, de un país *“del primer mundo”, “estable” y “justo”*. A diferencia de lo que se ha observado en otros países, donde parece haber una marcada orientación comunitaria o regional, muchos peruanos recalcaron sus metas nacionales más amplias, incluso cuando sus actividades filantrópicas actuales tenían un foco más local. Frida Delgado Nachtigall, integrante del directorio de la compañía familiar de medios llamada *Grupo RPP* y presidente de *Integración*, la ONG financiada por la familia, señaló que espera que las donaciones de su familia, que, en la actualidad, se realizan mayormente a través de la empresa, impulsen *“el desarrollo integral de Perú y los peruanos. Podemos ayudar al país y su gente a avanzar hacia un futuro mejor”*.

“Muchos peruanos ya han logrado el éxito económico y ahora buscan el impacto social.”

Diego de la Torre

“La Fundación es un pilar de nuestra familia global. Reúne a distintas familias y diferentes generaciones para que trabajen juntos en pos de una meta y una visión comunes. Genera vínculos y construye relaciones.”

Marco Aveggio

Resultó impactante el deseo de hacer un aporte personal y tangible al país. Por ejemplo, Diego de la Torre, co-fundador de *La Viga*, la compañía más grande de distribución de cemento y acero en Perú, señaló que es posible que gran parte de la filantropía peruana derive de un deseo personal de impulsar un cambio, de contribuir al bien común y de dejar un legado no de riqueza individual sino de bienestar humano y social. “*Muchos peruanos ya han logrado el éxito económico*”, aseveró de la Torre, “*y ahora buscan el impacto social*”.

La competitividad corporativa como meta de algunos esfuerzos filantrópicos

Como se mencionara anteriormente, muchas familias desarrollan actividades filantrópicas a través de compañías privadas y sus prioridades e iniciativas suelen estar directamente relacionadas con las cuestiones, metas y responsabilidades de sus negocios. Como explicó un participante, “*Hay una presión competitiva intensa, ya que la globalización está tocando a la puerta. Existen demandas internas y externas de una mayor responsabilidad corporativa. A los clientes les importa la fibra social de las empresas, que, a su vez, saben que tienen que hacer más*”. Felipe Custer, quien impulsa la sostenibilidad corporativa en la Corporación Custer, destacó que la sostenibilidad es cada vez más importante en Perú, no solo para desarrollar una ventaja competitiva, sino como parte de un compromiso mayor con las prácticas éticas de negocios. Sigue habiendo oportunidades notables para mejorar en este ámbito y se observan señales claras de que el sector privado está decidido a continuar innovando para lograr la sostenibilidad. Como se señalara anteriormente, *Perú 2021* desempeña un rol fundamental en la promoción de la RSE a nivel nacional.

Prioridades y propósitos filantrópicos

Los peruanos que participaron del estudio identificaron una amplia variedad de prioridades filantrópicas. Entre las temáticas principales, se encuentran la educación, la preservación y promoción de la herencia cultural peruana, y a creación de mejores oportunidades para los segmentos más carenciados y marginalizados, que no se han beneficiado con el crecimiento económico de Perú.

La educación resulta clave para el éxito individual y nacional

De manera similar a lo reflejado por las opiniones recogidas en otros países latinoamericanos, la educación es una prioridad fundamental para los filántropos e inversores sociales de Perú. Algunas personas se han dedicado directa y exclusivamente a la educación, mientras que otros han incluido a la educación dentro de un enfoque más amplio para lograr el desarrollo comunitario o nacional. Cabe acotar que casi todas las personas que respondieron a la encuesta se refirieron a la educación como una prioridad ineludible para la filantropía y la inversión social en el futuro.

Existen varias razones por las que la educación ocupa un lugar tan destacado entre las prioridades de los filántropos y el país en sí. Primero, Perú presenta uno de los índices más bajos de la región en eficiencia educativa. Según estudios realizados por el Ministerio de Educación, cuando los niños en edad escolar llegan al sexto grado de la escuela primaria, solo el 12,1 por ciento tienen la habilidad de lectoescritura acorde a su edad o grado y apenas el 7,9 se desempeña de manera adecuada en matemática. Más aún, alrededor del 30 por ciento de los niños que ingresan a la escuela en primer grado no están preparados para el aprendizaje formal.²¹

Como la educación provee las herramientas potencialmente necesarias para salir de la pobreza y lograr la seguridad económica y un mayor bienestar, se la considera una prioridad crítica, tanto a nivel personal como familiar. Como subrayó una persona que dirige un programa importante de becas universitarias para estudiantes de escasos recursos y capacidad académica, *“la educación puede cambiar la vida de una familia entera. Si un niño recibe una educación sólida que le permite encontrar empleo, toda su familia puede salir de la pobreza”*.

También se considera a la educación como una de las claves para el progreso y el desarrollo económico nacional y el pasa-

porte de Perú al siglo XXI. *“La clave del desarrollo de Perú radica en la educación. El cuello de botella del país es el talento.”*

Las personas entrevistadas mencionaron otras razones para su dedicación a la educación. Para algunos (no todos), la educación es una de las áreas más aceptables para la filantropía, a diferencia de cuestiones como los derechos humanos o el fortalecimiento de la democracia, que pueden despertar la atención indeseada del gobierno. Otros entrevistados reconocieron que las donaciones educativas pueden vincularse directa o indirectamente a los objetivos empresariales, por ejemplo, a través de becas para la capacitación técnica que requiere una industria o mediante la asistencia a las escuelas de la comunidad donde opera una compañía.

Apoyo a estudiantes con discapacidades de aprendizaje

Una de las metas de la *Fundación Custer* consiste en mejorar la calidad de la educación para niños con dificultades de aprendizaje que provienen de comunidades pobres. Esta misión está muy marcada por la propia experiencia de su fundador. Tony Custer explicó: *“Uno de mis hermanos tuvo dificultades en la escuela por su dislexia grave y discalculia. Me impresionó cómo, a pesar de tener todo lo que necesitaba, la falta de conocimientos terapéuticos le impidió recibir la ayuda que necesitaba. Años más tarde, me sorprendió aún más ver lo difícil que era para los niños de los barrios pobres de Lima recibir la atención a la que, a pesar de estar disponible cerca, jamás podrían acceder”*. Esta experiencia personal influyó profundamente la obra de la *Fundación Custer*.

La fundación familiar desarrolla el programa *Aprendamos Juntos* desde 1998. Se trabaja con los niños, los padres y los docentes para fomentar el éxito y la sensación de bienestar de estos estudiantes a los que a menudo se ignora. Iniciado en 1998 en una escuela, el programa se ha replicado en 12 colegios y, en la actualidad, beneficia a 1.600 niños, 50 maestros y 800 padres por año. En total, la *Fundación* y su programa han trabajado con 8.500 niños, para ayudarlos a mejorar su desempeño escolar y aumentar su autoestima. Se ha capacitado a más de 4.000 padres de niños en edad escolar con talleres prácticos. Asimismo, se han brindado cursos de capacitación a más de 100 docentes para que puedan trabajar de manera más efectiva con los niños que tienen dificultades de aprendizaje.

“La educación puede cambiar la vida de una familia entera. Si un niño recibe una educación sólida que le permite encontrar empleo, toda su familia puede salir de la pobreza”

Anonymous

“La clave del desarrollo de Perú radica en la educación. El cuello de botella del país es el talento.”

Anonymous

La inversión en la gente, de a un estudiante por vez

Al igual que otros filántropos en muchos países, los peruanos suelen brindar su apoyo a estudiantes a fin de proveer oportunidades educativas. Un grupo de personas en Perú, Colombia y Chile describieron sus inversiones en cientos de alumnos a través de *Lumni, Inc.*, un fondo de inversión social que ofrece préstamos educativos flexibles a estudiantes de escasos y muy escasos recursos que, en su mayoría, son los primeros integrantes de sus familias que logran asistir a la universidad. En lugar de ofrecer becas o préstamos, Lumni provee una inversión en educación y, a cambio, los estudiantes se comprometen a pagar un porcentaje fijo de sus ingresos durante 120 meses a partir de su graduación. El objetivo del programa consiste en asegurar que el estudiante no esté sobrecargado de deudas; la obligación de los estudiantes finaliza al cumplirse los diez años, más allá del monto total que se haya pagado hasta esa fecha. Como señaló una de estas personas: “*La gente de orientación empresaria se siente atraída por este enfoque tan especial. Conozco a varias personas que apoyan a Lumni.*”

Educación para el siglo XXI

Otro programa innovador –aunque distinto– en el ámbito de la educación superior es la *Universidad de Ingeniería y Tecnología (UTEC)*. Se trata de una institución educativa muy grande que ha surgido recientemente gracias al compromiso y el apoyo de numerosas personas e instituciones. UTEC es una nueva universidad privada de Lima, que se dedica a enseñar ingeniería de primer nivel y a construir la fuerza laboral que Perú necesita para su crecimiento. La idea nació en el *Grupo Hochschild* y, luego, se sumaron otras compañías privadas, entre ellas, *Credicorp*, *CAT*, *Cementos Pacasmayo* y *la Compañía de Minas Buenaventura*, así como otros donantes particulares.

La preservación de la herencia nacional y la cultura peruana

Perú es un país con una historia cultural extensa y diversa y los peruanos, con razón, están orgullosos de la riqueza cultural –pasada y presente– de su país. Asimismo, se incluye a la cultura como parte importante de la salud económica de Perú, ya que el turismo es una de las industrias más grandes del país. El capital filantrópico ayuda a preservar y promover el rico legado cultural peruano de formas diversas e innovadoras.

Las diversas culturas históricas de Perú –entre ellas, las poblaciones pre-incaicas de alrededor de 2.200 años antes de Cristo

y el Imperio Inca de principios del siglo XIII– dejaron un rico legado físico de asentamientos, terrazas de cultivos, acueductos subterráneos, esculturas, oro y metales, tejidos y cerámica. Durante unos 300 años de colonización, Perú absorbió las influencias culturales de los colonos españoles y europeos. Durante los siglos siguientes, las culturas africanas y asiáticas también contribuyeron mucho al enriquecimiento del paisaje cultural peruano. La cultura peruana actual refleja y honra a todas estas influencias al tiempo que continúa aceptando y creando tradiciones culturales nuevas y emocionantes.

Felipe Ortiz de Zevallos explicó la importancia de las inversiones filantrópicas en la cultura nacional. “*El orgullo nacional por nuestra cultura constituye una fuerza potente. Tenemos que salvaguardar esta herencia. Sin un esfuerzo consciente para protegerla, desaparecerá*”. En otras conversaciones, surgieron otras razones adicionales para la participación filantrópica en la cultura. Una persona entrevistada sugirió que, dado que se trata de un área de actuación de ideología neutral y, por lo tanto, segura, presenta pocas probabilidades de una potencial reacción negativa por parte del gobierno o del público en general. Otro participante añadió que la filantropía cultural no plantea riesgos de posibles debates sobre la responsabilidad del Estado al respecto. “*Cuando uno habla de áreas como la educación y la salud, la gente aduce que paga impuestos y que el gobierno debería proveer esos servicios. Sin embargo, la cultura y el arte son ámbitos en los que se aceptan de buen grado las contribuciones privadas*”. Un filántropo anónimo reconoció que ha realizado aportes significativos a uno de los principales museos de arte. Otro declaró que, todos los años, recauda importantes contribuciones para comprar obras de arte peruano para los museos locales.

La importante herencia arqueológica peruana

Aunque, históricamente, la *Fundación Wiese* se dedicó a la salud y la educación en Perú, ya que consideraba que se trataba de los pilares del desarrollo nacional, comenzó a promover la preservación del patrimonio arqueológico del país en 1990. Su nueva iniciativa apuntó a la recuperación y preservación de la riqueza arqueológica peruana a fin de que la disfrutaran los peruanos y el mundo en general.

El trabajo cultural de la Fundación se inició en El Brujo, un asentamiento antiguo y centro ceremonial de la cultura mochica construido entre 1–600 d.C. Gracias a las tareas de

“El orgullo nacional por nuestra cultura constituye una fuerza potente. Tenemos que salvaguardar esta herencia. Sin un esfuerzo consciente para protegerla, desaparecerá.”

Felipe Ortiz de Zevallos

excavación, se hallaron grandes frisos policromos, murales y los restos de la *Señora de Cao*, uno de los descubrimientos arqueológicos más importantes de los últimos años. El sitio se abrió al público en general en 2006. Durante los últimos años y en colaboración con otras instituciones privadas y públicas, la *Fundación Wiese* ha iniciado un ambicioso programa a 10 años para desarrollar la Ruta Moche, un circuito de sitios arqueológicos que presentará las atracciones culturales del norte de Perú.

Asimismo, cabe señalar que la Fundación ha ampliado su foco de atención más allá de la preservación y la investigación para asegurar que las comunidades aledañas se beneficien con el desarrollo de este importante sitio arqueológico y el aumento de turismo en la zona. Este programa apunta particularmente a fortalecer a las pequeñas y micro-empresas locales, llamadas *mypes*, para que provean una variedad de servicios y productos a los visitantes. Esta tarea comenzó en Magdalena de Cao, la localidad ubicada junto al sitio arqueológico, que ya se ha convertido en un modelo del trabajo a realizar en varias comunidades aledañas. La meta del proyecto consiste en crear un destino turístico autosuficiente que traiga beneficios a largo plazo y sustentables para la población local.

La destacada cultura culinaria de Perú

Además de los monumentos y reliquias históricas que se exhiben con orgullo en Machu Picchu, El Brujo y otros sitios arqueológicos y museos, la comida peruana se ha convertido en otro icono cultural. Uno de los símbolos más fuertes de su rica tradición cultural, la cocina peruana ha pasado a formar parte de la identidad nacional y de las prioridades de algunos filántropos. Sello distintivo de la cultura peruana, la comida le permite a Perú promocionar un aspecto distintivo de su identidad y diferenciarlo de otros países latinoamericanos.

En 2007, el chef Gastón Acurio y un grupo de peruanos crearon la *Sociedad Peruana de Gastronomía* (APEGA) con un aporte de US\$ 1 millón de capital filantrópico. Desde entonces, la organización ha conseguido creciente apoyo de la filantropía privada y entidades internacionales, por ejemplo, US\$ 2 millones del BID en 2012. Uno de sus fundadores y su actual presidente, Bernardo Roca-Rey Miro-Quesada señaló: “APEGA promueve nuestra cocina, fortalece nuestra identidad cultural y contribuye a la prosperidad del Perú y de los peruanos”. APEGA es muy conocida por su evento anual, *Mistura*, un festival culinario de dos semanas de duración que atrae a

más de 600.000 personas. El propósito del evento consiste en fortalecer el vínculo entre el público y los múltiples integrantes de la “cadena gastronómica”, que se estima involucra –directa o indirectamente– a más de cinco millones de personas.

Con el mismo enfoque que utiliza la *Fundación Wiese* en su trabajo con el patrimonio arqueológico de Perú, APEGA trabaja para asegurar que la cultura culinaria de Perú beneficie a los pobres y desarrolle las economías de las comunidades pequeñas. La obra de ambas organizaciones ha recibido el reconocimiento y el apoyo de numerosos filántropos. El creciente interés en la gastronomía encierra un potencial enorme para el desarrollo y el empleo en Perú. De acuerdo con un informe realizado por Oxfam en 2010, uno de cada cuatro puestos de trabajo en Perú está relacionado con la agricultura en pequeña escala. Más aún, crece el interés en crear nuevos puestos de trabajo relacionados con la comida y promover el turismo. En 2008, más de 95.000 turistas visitaron Perú con fines gastronómicos.²²

En una actividad afín, APEGA ha desarrollado un programa para promocionar y comercializar los productos elaborados por pequeños productores agropecuarios. También planea lanzar un programa de Adopte una Terraza para que las organizaciones nacionales e internacionales y los restaurantes prestigiosas puedan adoptar una terraza en las montañas donde se producen alimentos exclusivos de Perú. El programa intentará promover y apoyar a los pequeños productores y preservar las terrazas de cultivos que tienen 4.000 años de antigüedad y que han quedado abandonadas a raíz del advenimiento de las prácticas agrícolas de monocultivo y comerciales.

Asimismo, la *Fundación Custer* le rinde homenaje a la cocina peruana de otra manera. Tony Custer, fundador y presidente de la Fundación, es también un chef de renombre nacional. Ha escrito un reconocido libro de cocina de dos volúmenes y destina los ingresos de venta de sus libros a la Fundación.

Cómo influenciar las políticas públicas y a la opinión pública

Otra vez, al referirse a la meta del desarrollo nacional, algunas personas que desarrollan actividades filantrópicas en Perú hablaron de su interés en influenciar a la opinión pública y las políticas públicas, con la esperanza de fomentar y moldear la fortaleza económica del país y el bienestar de sus ciudadanos.

“Somos defensores atentos de los derechos de los niños y los jóvenes a recibir una educación de calidad y valoramos la importancia de la educación en general y la educación básica en particular como caminos para el desarrollo personal y la movilidad social.”

RPP Group

Por ejemplo, el *Instituto APOYO* fue creado en 1989 por iniciativa del presidente del directorio y los directores del *Grupo APOYO*, empresa líder en el área de consultoría en temas de economía e investigación de mercado y de opinión, responsable de la publicación de diversos periódicos e informes económicos. El *Instituto APOYO* es un *think tank* filantrópico sin fines de lucro que busca influenciar las políticas públicas relacionadas con el desarrollo económico sustentable, el fortalecimiento de la democracia y la promoción de valores culturales. Específicamente, quieren participar en las reformas judiciales, legislativas y políticas, así como en la formulación de políticas sociales en materia de educación, salud y pobreza.

Los líderes familiares del *Grupo RPP* también intentan influenciar las políticas públicas en pos del beneficio público. Luego de una larga trayectoria de participación en la filantropía “reactiva”, con la recepción de miles de pedidos de aportes financieros y transmisiones gratuitas, la familia ha decidido recientemente adoptar un rol más proactivo. Ha creado *El Compromiso*, una iniciativa filantrópica sin fines de lucro definida como “un contrato con su audiencia para influenciar a la opinión pública, las políticas públicas y el comportamiento individual en cuestiones importantes para su público y el país”. *El Compromiso* trabaja en cinco áreas principales: educación y cultura, salud, justicia, medio ambiente y seguridad. Para cada una de estas prioridades, la organización lanza campañas de comunicación y programas especiales, al tiempo que realiza estudios de investigación rigurosos. En un plazo de diez años, han desarrollado seis campañas informativas destinadas a informar a los padres sobre cuestiones del desarrollo infantil, que van desde el lavado de las manos hasta la nutrición infantil y la educación de la primera edad. Se han realizado otras campañas con el objetivo de promover la importancia del agua potable y el peligro del cambio climático.

En 2013, la familia desarrolló otra iniciativa con las mismas metas. En la actualidad, está ubicada dentro de la empresa, pero se encuentra en proceso de convertirse en una organización independiente. La familia quiere independizarla de la compañía a fin de que el trabajo de la ONG beneficie al público y a otros medios públicos y periodistas y no solo al *Grupo RPP*. Si bien la familia ejercerá la función de gobierno de la organización durante los primeros dos años, el plan consiste en desarrollar alianzas con otras fuentes de financiamiento para diversificar y ampliar sus recursos.

Enfoques filantrópicos comunitarios

Si bien muchos filántropos se dedican a cuestiones específicas, como la educación o el patrimonio cultural, que se consideran esenciales para el desarrollo nacional y a menudo incluyen metas concretas de desarrollo comunitario, otros adoptan un enfoque más integral basado en la comunidad. Como se señalara anteriormente, los esfuerzos culturales suelen derivar en desarrollo comunitario.

Por ejemplo, Joaquín de la Piedra describe sus esfuerzos para asistir a las comunidades de la región de Puno, que es una importante zona agrícola y ganadera, donde, a pesar de que recibe algunos beneficios por el turismo al Lago Titicaca, mucha gente del área rural carece de los servicios básicos. Casi la mitad de la población vive en casas que no tienen agua potable ni electricidad; casi un tercio sufre de desnutrición y un cuarto son analfabetos.²³ De la Piedra comenzó por construir una escuela, pero pronto se dio cuenta de las diversas causas de la pobreza de la zona y reconoció la necesidad de un enfoque más integral.

Entonces, en 2007, armó una organización sin fines de lucro llamada *Kusimayo*, que se dedica a mejorar las condiciones de vida de las personas afectadas por la pobreza y la desnutrición. En la actualidad, *Kusimayo* trabaja en 17 comunidades de Puno y desarrolla varias iniciativas interrelacionadas para reducir la pobreza y mejorar las condiciones de vida, entre ellas, un programa de desayunos en 15 preescolares con el fin de mejorar la nutrición infantil, un programa para mejorar sustancialmente las condiciones de vida en un asilo para ancianos, un programa para incorporar nuevas tecnologías agrícolas en los pequeños establecimientos productivos y una ambiciosa iniciativa nueva llamada *K’oñichuyawsi* (término quechua que quiere decir *Casa Cálida y Limpia*) que apunta a mejorar el estado de las viviendas con tres tecnologías: construcción de una cocina mejor, muro caliente, y sellado y aislamiento de paredes y techos. En conjunto, estas tecnologías pueden incrementar la temperatura en el interior de las viviendas unos 10 grados Celsius y eliminar el humo peligroso de la cocina en el hogar. La meta consiste en remodelar 50 viviendas por año. El costo de la remodelación es de alrededor de PE\$ 1.500 (US\$ 500) y las familias proveen la mano de obra.

Plataformas y estrategias filantrópicas

La mayoría de las personas que desarrollan actividades filantrópicas en Perú parecen preferir realizar donaciones directamente a una organización o iniciativa en lugar de armar una institución para organizar e implementar sus objetivos filantrópicos. Como se destacara anteriormente, existe una cantidad muy limitada de fundaciones independientes en Perú que operen fundamentalmente con financiamiento privado de una persona o familia. La mayoría de las organizaciones benéficas creadas por personas o familias son organizaciones sin fines de lucro que desarrollan sus propios programas y buscan diversas contribuciones financieras para lograr sus metas y realizar sus actividades.

Las instituciones filantrópicas incrementan su focalización e impacto

Las personas y familias que han creado sus fundaciones o instituciones sin fines de lucro las describen como un medio para focalizarse más y lograr un mayor impacto. Tony Custer explicó que, si bien requiere un trámite burocrático difícil, decidió crear una fundación independiente por varias razones: le servía para concentrar sus metas filantrópicas, contribuía a atraer más recursos para el logro de la misión de la fundación y constituía una forma importante de demostrar el impacto potencial de la filantropía privada y de alentar a otros peruanos a participar.

Como se señalara anteriormente, Frida Delgado Nachtigall y su familia se han embarcado en el proceso de crear una ONG a fin de adoptar un enfoque más proactivo y especializado e independizar la filantropía familiar de la empresa. La nueva ONG, *Integración*, estará dirigida por la familia, que planea financiarla durante los dos primeros años y, luego, desarrollar alianzas que incrementen los recursos de la ONG. De la misma manera, Felipe Ortiz de Zevallos contó cómo el *Grupo APOYO* creó una organización sin fines de lucro aparte, el *Instituto APOYO*, para estructurar y amplificar sus metas filantrópicas y de bien público. Si bien el Instituto funciona en forma independiente, recibe asistencia administrativa y profesional de las firmas del *Grupo APOYO*.

Se suele buscar el anonimato en la filantropía

Es probable que uno de los factores a los que se puede atribuir la cantidad relativamente limitada de fundaciones sea el marcado deseo de muchos de los donantes a conversar el anonimato en sus actividades filantrópicas. Martín Beaumont, ex director de programas de la *Fundación Avina*, señaló que la mayor parte de la filantropía que se desarrolla en Perú no es de público conocimiento y agregó que, probablemente, los donantes no reconocen un beneficio público ni incentivos personales para hacer públicas sus donaciones y, en cambio, prefieren mantener un perfil bajo. Muchas personas reconocieron que, si las actividades filantrópicas se realizaran abiertamente, serviría para estimular a otras personas a participar. Al mismo tiempo, muchos participantes del estudio –en entrevistas y a través de la encuesta– declararon que realizaban sus donaciones en forma anónima. En general, se utilizan términos tales como “tranquila”, “de perfil bajo” y “poco pretenciosa” para describir la personalidad del peruano promedio. Se plantearon varias razones para justificar el deseo de anonimato: para algunos, se debe a las creencias religiosas o valores familiares; para otros, se trata de no buscar reconocimiento alguno por los actos solidarios; otros consideran que tiene que ver con la reticencia a llamar la atención al patrimonio personal, y, por último, hay quienes se preocupan genuinamente por su seguridad y la de sus familias.

Un participante se refirió al anonimato en relación con las distintas metas de la filantropía: “*La caridad puede y probablemente deba ser anónima. Pero, si uno quiere generar un cambio real y sustentable, es mejor hacerlo con nombre y apellido*”. Resulta entendible que muchos participantes hayan pedido también que no se les atribuyan personalmente los comentarios que hicieron en el presente estudio.

La recaudación de fondos constituye la norma

Casi todas las instituciones filantrópicas identificadas en este estudio de investigación, incluso aquellas que reciben fondos sustanciales de una persona o una familia, buscan recaudar fondos de otras fuentes. Esta práctica se observa en toda América Latina y probablemente responda a una variedad de factores, entre ellos, la costumbre limitada de otorgamiento de subvenciones y un sistema legal que no distingue claramente a las instituciones que proveen recursos de las que los reciben. Además, los filántropos de la región suelen adoptar un enfoque “orientado a los resultados” en sus donaciones: identifican un problema que quieren encarar, como, por ejemplo, la desigualdad educativa, la pobreza rural o la pérdida del patrimonio cultural; establecen las metas que desean lograr, y utilizan una variedad de estrategias y métodos para alcanzar esas metas, incluso, el intento de conseguir más recursos para combatir el problema.

Las fundaciones buscan fondos de diversas maneras, desde la creación de alianzas hasta el pedido de apoyo a amigos y pares. Algunas han desarrollado portales de donaciones en línea y otras realizan eventos para recaudar fondos. Por ejemplo, *Kusimayo* reúne fondos a través de un evento artístico anual, en el que diversos artistas peruanos donan sus obras.

Las fundaciones prefieren desarrollar sus propios programas

La mayoría de las instituciones filantrópicas desarrollan y dirigen sus propios programas. Este estudio de investigación no identificó ninguna fundación en Perú cuya estrategia principal fuera el otorgamiento de donaciones a las ONGs, aunque algunas fundaciones en ocasiones otorgan subvenciones esporádicas. También parece haber un uso limitado de otras estrategias de inversión filantrópica, tales como las inversiones sociales de impacto, las inversiones de capital o los préstamos. Sin embargo, tanto las personas entrevistadas como aquellas que respondieron a la encuesta recalcaron su interés concreto por conocer más sobre los diversos enfoques que se utilizan en otros países de América Latina y el mundo. Entre las personas que respondieron a la encuesta, la mayoría indicó que están interesados o muy interesados en ciertos conceptos de la filantropía de riesgo, la inversión de impacto y la filantropía de impacto colectivo.

Las alianzas se consideran limitadas e importantes a la vez

En Perú, hay varios ejemplos positivos de alianzas sólidas que promueven la filantropía y las misiones sociales, y algunas de ellas incluyen al gobierno o al sector corporativo. Al mismo tiempo, las personas entrevistadas expresaron opiniones divergentes con respecto a los beneficios de las alianzas.

Para la *Fundación Wiese*, las alianzas constituyen una estrategia clave. La Fundación ha trabajado con el gobierno durante más de 30 años y, en los últimos años, estas alianzas han cobrado mayor fuerza y resultan críticas para el logro de objetivos ambiciosos. Como explicó Marco Aveggio, “*las alianzas son cruciales para el logro de impacto de gran escala. El gobierno necesita la ayuda del sector privado. Tenemos que construir puentes entre los distintos sectores.*” De la misma manera, Frida Delgado Nachtigall indicó que las alianzas eran una forma de capitalizar la sinergia entre distintos sectores y organizaciones. En las actividades filantrópicas del *Grupo RPP*, se han desarrollado alianzas fuertes con varios ministerios del gobierno y otros socios públicos y privados. Por ejemplo, el *Grupo RPP* trabajó con el Ministerio de Desarrollo e Inclusión Social en una campaña de 24 semanas para informar a los padres sobre la importancia del desarrollo de la primera infancia. También desarrolló varias iniciativas con el Ministerio de la Mujer y *Alicorp*, la compañía de consumo masivo más grande de Perú, en distintas campañas para promover la importancia de la nutrición infantil. El Grupo también ha trabajado con el PNUD y otras entidades internacionales, como diversas agencias de asistencia de Suiza, Alemania, España y Estados Unidos, el BID y el Banco Mundial.

Por otro lado, otras personas entrevistadas declararon que tenían la política explícita de no trabajar con el gobierno. Sugirieron que las motivaciones políticas podrían opacar las metas y actividades filantrópicas y que sentían cierta preocupación por el riesgo de corrupción política. En términos más amplios, algunos participantes señalaron que, históricamente, las personas y las instituciones siempre han querido mantener cierta distancia del gobierno y que la continua falta de confianza en el gobierno limita las posibilidades de alianzas. Algunos participantes expresaron un optimismo bastante mayor, ya que consideraron que la situación está cambiando y que se abrirá un panorama más amplio para este tipo de asociaciones.

De cara al futuro: Desafíos y oportunidades

Las posibilidades para una mayor actividad filantrópica en Perú resultan, como en la mayoría de los países estudiados, al mismo tiempo complejas y conservadoramente prometedoras. Si bien existen obstáculos evidentes para el desarrollo del sector filantrópico –entre ellos, la falta de precedentes históricos de actividades filantrópicas de gran escala que apunten al cambio social, los desafíos burocráticos que frenan la filantropía y una aprehensión residual en medio de un clima de posguerra civil– también hay un cierto optimismo porque, gracias a la estabilidad política, el crecimiento económico y el orgullo nacional, la filantropía privada está creciendo y continuará haciéndolo. Como señaló un participante del estudio, *“en Perú, la riqueza es nueva; la gente todavía está construyendo su seguridad financiera individual. En un contexto de crecimiento económico sostenido, por primera vez, la gente comienza a proyectar su patrimonio y, tal vez, empiece a comprometerse con la filantropía a más largo plazo”*.

La confianza de la sociedad se refleja en la filantropía

Aunque no se han realizado estudios al respecto, es posible que exista una correlación entre el nivel general de confianza en un país y el alcance y la escala de sus actividades filantrópicas. Por la historia del país, los ciudadanos peruanos de alto nivel patrimonial, al igual que el resto de la población, en general, no confían en los dirigentes gubernamentales ni en las personas que ocupan posiciones de poder. Las personas que respondieron a la encuesta consideraron que esta cuestión constituye la barrera principal para el desarrollo de la filantropía en Perú.

El reconocido economista William Easterly ha definido al nivel de confianza de la sociedad como el grado en que una persona confía en personas desconocidas: gente que no pertenece a su familia, clan o localidad.²⁴ Por lo tanto, en una sociedad con un bajo nivel de confianza, en la que la gente solo confía en sus amigos y parientes, las donaciones a instituciones o iniciativas dirigidas por extraños resultarán limitadas. Cabe destacar que esta situación no afecta la generosidad con personas o, incluso, organizaciones dentro de la propia comunidad, pero tiene un impacto más amplio en las donaciones o subvenciones institucionales. Cynthia Sanborn explicó: *“Por varias razones históricas, existe una grave falta de confianza en Perú. La gente no confía en las instituciones –ni públicas ni privadas. Entonces, la gente realiza donaciones para ayudar a la gente a su alrededor, pero se muestra muy reacia a apoyar a las organizaciones”*.

Peor aún, hay quienes recuerdan la violencia del pasado no tan lejano y señalaron que, en consecuencia, son reticentes a exponerse o exponer a sus familias a algún riesgo potencial por su vinculación con organizaciones sin fines de lucro o por sus donaciones filantrópicas visibles.

Por lo tanto, si bien es posible que las donaciones a determinadas personas y a algunas organizaciones conocidas constituyan una práctica generalizada, la falta de confianza probablemente limite el desarrollo de actividades filantrópicas mayores.

El desarrollo de la solidaridad en los distintos grupos sociales

A pesar de compartir una fuerte identidad nacional, las personas entrevistadas destacaron la falta de solidaridad en Perú. Algunas culparon a la historia jerárquica del país, donde tanto los incas como los españoles vivían en sociedades muy estratificadas. Según Joaquín de la Piedra, *“seiscientos años de indiferencia y explotación de los aymaras ha generado una importante falta de confianza entre distintos grupos”*. Tony Custer coincidió con esta opinión y recaló que, en Perú, casi no hay solidaridad fuera de los lazos familiares. Otro participante agregó: *“La clase social más alta está formada por una pequeña cantidad de familias, que están estrechamente relacionadas y aisladas. Esa gente no siente la satisfacción de ayudar a los demás”*. Debido a estos factores, la mayoría de la gente no es consciente o ignora los problemas de los demás. Como señaló una persona, *“en Lima, uno se vuelve indiferente a la pobreza”*.

Si bien reconocieron este desafío social, muchas de las personas entrevistadas se mostraron optimistas, ya que consideran que la situación está cambiando, aunque sea un proceso lento. En los últimos 30 años, la sociedad peruana ha dado pasos claros en pos de la inclusión y el reconocimiento de las poblaciones indígenas, tales como los quechuas y los aymara, así como de los pueblos mestizos, todos grupos que han sufrido marginalización social y económica durante siglos. Asimismo, como se analizara anteriormente, se han realizado avances tangibles para mostrar el rico patrimonio arqueológico de Perú, su excelencia y singularidad culinaria y para asegurar que las poblaciones locales se beneficien con el consecuente aumento del turismo y otros programas de desarrollo. Como se mencionó anteriormente, el programa *Adopte una Terraza de APEGA* vincula los esfuerzos de preservación con la inclusión social a fin de ayudar a los pequeños productores y a las poblaciones rurales, mientras que la *Fundación Wiese* promueve el desarrollo de destinos turísticos autosuficientes que benefician a las poblaciones locales a través del fortalecimiento de sus pequeñas y micro-empresas. La continuación de este tipo de iniciativas, que integran a las diversas poblaciones peruanas y generan unidad social, puede contribuir a incrementar los niveles de confianza, solidaridad y generosidad.

Cynthia Sanborn dijo que se sentía animada por el creciente interés juvenil en la responsabilidad y participación social. Señaló que, entre los alumnos de la *Universidad del Pacífico*, se observa un gran movimiento de voluntariado organizado y cada vez más estudiantes contemplan la posibilidad de trabajar con las organizaciones sin fines de lucro o, incluso, crear una propia. Varias personas entrevistadas sugirieron también que Perú se beneficiaría mucho si se expusiera más a los jóvenes a las realidades socioeconómicas del país y se los informara al respecto.

Las percepciones del sector de las ONGs limitan las donaciones

En general, las ONGs tienen fama de débiles, poco profesionales y, a veces, corruptas (algunos donantes han perdido dinero con algunas ONGs inescrupulosas). Esta percepción frena el otorgamiento de subsidios en Perú. Sin embargo, las entrevistas indicaron que hay grupos ejemplares, que son profesionales, honestos y efectivos. Algunas de las personas entrevistadas creen que la Iglesia Católica constituye el mejor ejemplo, mientras que otras consideran que las organizaciones laicas son mejores. Un puñado de ellas añadió que la difusión de las ONGs que han realizado un excelente trabajo resultaría de utilidad para cambiar la percepción del sector y, en última instancia, incrementar el flujo de donaciones. Una persona sugirió que convendría desarrollar un sistema de calificación de las ONGs con el fin de evaluar su desempeño de acuerdo con distintos indicadores.

Infraestructura de apoyo y promoción de la filantropía

Entre los seis países estudiados, Perú tiene una de las infraestructuras menos desarrolladas para la promoción del crecimiento filantrópica. Hay pocas organizaciones que se dediquen a intentar desarrollar un mejor conocimiento del sector, a hacer que la filantropía resulte más visible, a promover políticas legales e impositivas más constructivas, a crear grupos de interacción entre pares para que compartan sus experiencias y/o a apoyar a los filántropos particulares. En resumen, no hay suficientes iniciativas para fomentar en forma efectiva el rol de la filantropía.

Si bien los desafíos son profundos, se percibe que hay muchos peruanos –en especial los más jóvenes– que están ansiosos por utilizar la filantropía y la inversión social para lograr un cambio en la sociedad de Perú. Varias personas sugirieron también la importancia de los modelos ejemplares, de gente que desarrolle actividades filantrópicas loables e innovadoras y que lo hagan públicamente. La experta en filantropía Cynthia Sanborn subrayó la importancia de generar una mayor conciencia pública sobre las iniciativas de inversión social y señaló que sería importante destacar los ejemplos de filantropía innovadores y efectivos, en especial aquellos desarrollados por personas o familias. Comentó que, si bien hay un marcado reconocimiento a las empresas y a las iniciativas de RSE, son muy pocas las ocasiones en las que se reconoce a las personas particulares por sus donaciones.

La creación de una organización que promueva estas ideas, reúna a la gente y genere una mayor visibilidad podría resultar de enorme utilidad para compartir conocimientos, mostrar el impacto y planear estrategias. Al igual que en la mayoría de los países, su éxito dependería, en gran medida, de su liderazgo. Una organización de este tipo también serviría para conectar a los filántropos con sus pares de otros países, en especial de Chile y Colombia. Martín Beaumont sugirió que el incremento de la interacción y el desarrollo de redes en la región resultarían muy valiosos.

Las percepciones sobre el rol de la filantropía están cambiando lentamente,

En Perú, la mayoría de la gente cree que el gobierno debería ser el principal proveedor de los servicios básicos y, también, que las cuestiones como la reducción de la pobreza, la educación y la salud son responsabilidades del Estado. Asimismo, la mayoría cree que, a través de sus políticas, el gobierno debería reducir las graves desigualdades que presenta Perú. En consecuencia, la mayoría de los ciudadanos siente que, como paga impuestos, no debería tratar de desempeñar estos roles públicos en forma individual. En tal sentido, siguen considerando que el rol de la filantropía consiste en achicar las brechas existentes en lugar de impulsar el cambio sistémico.

Además, como se señalara anteriormente, los desvíos reales o no de la filantropía en el pasado han generado mucho escepticismo o desconfianza en torno a las donaciones privadas. Para las personas que respondieron a la encuesta, la actitud negativa del público ante la filantropía constituye el obstáculo más importante para el crecimiento del sector en Perú.

Felipe Custer y otros creen, sin embargo, que la situación está cambiando. No solo se habla más sobre la filantropía sino que hay algunos ejemplos –aislados, tal vez– de proyectos de colaboración entre el sector privado, el gobierno y las ONGs. Más aún, varias de las iniciativas descritas en este capítulo presentan ejemplos inspiradores de personas y familias que intentan lograr un impacto amplio y equitativo y promover un cambio sistémico. De esta manera, sus actividades apuntan a generar un cambio y no a achicar una brecha existente. En términos optimistas, a medida que una mayor cantidad de gente descubre el beneficio social y la satisfacción personal de la filantropía, muchos creen que serán más lo que aúnen esfuerzos y decidan participar. Tal vez, este cambio de mentalidad se pueda acelerar con esfuerzos conscientes y liderazgo. Haciéndose eco de la opinión de muchos, una persona señaló: *“Tenemos que lograr que la filantropía sea atractiva.”*

- ¹ GDP (current US\$),” Banco Mundial, <http://data.worldbank.org/indicador/NY.GDP.MKTP.CD>
- ² Carmen M. Reinhart y Miguel A. Savastano, “The Realities of Modern Hyperinflation,” *International Monetary Fund*, junio de 2003. <https://www.imf.org/external/pubs/ft/fandd/2003/06/pdf/reinhard.pdf>
- ³ Bruce H. Kay, “‘Fujipopulism’ and The Liberal State in Peru, 1990–1995,” *Journal of Interamerican Studies and Work Affairs* 38, nro. 4 (1996), 57–58. <http://www.latinamericanstudies.org/peru/fujipopulism.pdf>
- ⁴ “GDP growth (annual %),” Banco Mundial, <http://data.worldbank.org/indicador/NY.GDP.MKTP.KD.ZG>
- ⁵ “Peru Wealth Report 2014,” WealthInsight, febrero de 2015, http://www.researchandmarkets.com/reports/2685492/peru_2013_wealth_book#pos-4
- ⁶ Manuel Vigo, “Ten Peruvians on Forbes’ Billionaire List,” *Peru This Week*, 4 de marzo de 2013, <http://www.peruthisweek.com/news-ten-peruvians-on-forbes-billionaire-list-13684>
- ⁷ “GINI Index (World Bank Estimate),” Banco Mundial, <http://data.worldbank.org/indicador/SI.POV.GINI>
- ⁸ “Poverty & Equity: Peru,” Banco Mundial, <http://povertydata.worldbank.org/poverty/country/PER>
- ⁹ Oficina Regional del PNUD para América Latina y El Caribe, *Perfil de estratos sociales en América Latina: pobres, vulnerables y clases medias*, (Nueva York: PNUD, 26 de agosto de 2014), 4. http://www.sv.undp.org/content/dam/el_salvador/docs/vih-sida/Grupos_sociales_AL.pdf
- ¹⁰ “Study on the situation of Indigenous children in Peru was presented today,” Oficina Regional de UNICEF para América Latina y El Caribe, 19 de agosto de 2010, http://www.unicef.org/lac/media_18656.htm
- ¹¹ “Rural poverty headcount ratio at national poverty lines (percent of rural population),” Banco Mundial, <http://data.worldbank.org/indicador/SI.POV.RUHC>
“Urban poverty headcount ratio at national poverty lines (percent of urban population),” Banco Mundial, <http://data.worldbank.org/indicador/SI.POV.URHC/countries>
- ¹² Oficina Regional del PNUD para América Latina y El Caribe, 4.
- ¹³ Cynthia Sanborn, et al., “Peru” in *Global Civil Society: Dimensions of the Nonprofit Sector*, eds. Lester Salamon, et al., (Baltimore: Johns Hopkins Center for Civil Society Studies, 1999). 449–450.
- ¹⁴ Felipe Portocarrero, “Peruvian Philanthropy,” *ReVista Harvard Review of Latin America*, primavera de 2002, <http://revista.drclas.harvard.edu/book/peruvian-philanthropy>
- ¹⁵ Cynthia Sanborn, “Philanthropy in Latin America: Dawn of a new era?” (Powerpoint, Universidad del Pacífico, Lima, Perú, 25 de octubre de 2012), 9.
- ¹⁶ Ídem, 15.
- ¹⁷ Portocarrero.
- ¹⁸ “Peru,” Consejo de Fundaciones, julio de 2014, <http://www.cof.org/content/peru>
- ¹⁹ Martiza Asencios, “PERU: Women Workers Forced into Informal Economy” *Inter Press News Service*, 2 de diciembre de 2009, <http://www.ipsnews.net/2009/12/peru-women-workers-forced-into-informal-economy/>
- ²⁰ “Peru,” Consejo de Fundaciones.
- ²¹ Aprendamos Juntos, <http://www.aprendamosjuntos.org/index.php/en/acerca-de-nosotros/que-hacemos/por-que-lo-hacemos>
- ²² Geneviève Lavoie-Mathieu, “Gastronomic Boom in Peru: Redefining Culture and Identity,” *Alternatives International Journal*, 1 de octubre de 2012, <http://www.alterinter.org/spip.php?article3873>
- ²³ “Kusimayo,” (Powerpoint, Joaquin de la Piedra, recibido el 9 de septiembre de 2014), 4.
- ²⁴ William Easterly, *The White Man’s Burden*, (Nueva York: Penguin Press, 2006).

Apéndice

Editores	UBS Philanthropy Advisory Hauser Institute for Civil Society, Harvard University
UBS Philanthropy Advisory	Equipo del proyecto: Silvia Bastante de Unverhau Kai Grunauer-Brachetti Anna-Marie Harling
Hauser Institute for Civil Society, Harvard University	Equipo del estudio: Paula Doherty Johnson Christine Letts Colleen Kelly Aviva Argote Asesores: David Gergen Merilee Grindle
Contactos	UBS AG Philanthropy Advisory P.O. Box 8098 Zurich Suiza email: sh-philanthropy-advisory@ubs.com www.ubs.com/philanthropy Hauser Institute for Civil Society Harvard University 79 JFK Street Cambridge, MA 02138 Estados Unidos email: paula_johnson@hks.harvard.edu
Diseño	BLYSS, Zurich
E-magazine	Designwerft, Zurich
Imprenta	Neidhart + Schön AG, Zurich
Traducción	Mariana Donadini

Descargo de responsabilidad

La presente publicación solo tiene fines informativos y no constituye un ofrecimiento ni solicitud de ofrecimiento para comprar o vender ningún producto ni servicio específico. Si bien toda la información y las opiniones expresadas en el presente documento provienen de fuentes que se consideran confiables y de buena fe, no se asevera ni garantiza, de manera expresa o implícita, su precisión ni completitud. Toda la información y las opiniones incluidas están sujetas a cambios sin aviso previo. UBS conserva el derecho de modificar la variedad de servicios, los productos y los precios en todo momento sin aviso previo. Ciertos servicios y productos están sujetos a normas legales y, por lo tanto, no pueden ofrecerse a nivel mundial sin restricciones. Excepto en los casos estipulados explícitamente, UBS no provee asesoramiento legal ni impositivo y la presente publicación no constituye asesoramiento de esos tipos. UBS recomienda enfáticamente a todas aquellas personas que contemplen desarrollar actividades filantrópicas que obtengan asesoramiento legal, impositivo o profesional independiente y adecuado. La presente publicación no puede reproducirse ni distribuirse sin la autorización previa de UBS.

