



CIRIEC
españa

**CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social
y Cooperativa, n° 82, Diciembre 2014, pp. 179-205**

Conociendo al inversor social privado local: un estudio en la región de la Gran Florianópolis

Carolina Andion
Danilo José Alano Melo
Elaine Cristina de Oliveira Menezes
Universidad del Estado de Santa Catarina (Brasil)

CIRIEC-España, revista de economía pública, social y cooperativa
ISSN edición impresa: 0213-8093. ISSN edición online: 1989-6816.

© 2014 CIRIEC-España

www.ciriec.es www.ciriec-revistaeconomia.es

Conociendo al inversor social privado local: un estudio en la región de la Gran Florianópolis

Carolina Andion, Danilo José Alano Melo y Elaine Cristina de Oliveira Menezes

RESUMEN

Este artículo sintetiza los resultados de la investigación desarrollada en la región de la Gran Florianópolis en Brasil y que tuvo como objetivos comprender el perfil sociodemográfico de los inversores sociales, conocer las características de las inversiones realizadas por los mismos, examinar cómo se desarrolla su relación con los beneficiarios, además de entender sus motivaciones y expectativas. Así, en un segundo momento se analizan los patrones de Inversión Social Privada (ISP) practicados en el ámbito local y se verifica en qué medida esa práctica contribuye para promover la participación cívica. La metodología utilizada fue de carácter cuantitativa, con la aplicación de 1155 cuestionarios a los individuos y de 43 cuestionarios para las organizaciones de diferentes sectores de la región. Los resultados obtenidos fueron analizados en su conjunto, evidenciando los desafíos de la gestión de la ISP, las perspectivas y los límites de esta práctica como vector de la participación cívica.

PALABRAS CLAVE: Inversión Social Privada, Individuos, Organizaciones, Participación cívica.

CLAVES ECONLIT: A130, D200, D640, D700, L330, M140.

Cómo citar este artículo: ANDION, C., MELO, D. & OLIVEIRA MENEZES, E.C. (2014): "Conociendo al inversor social privado local: un estudio en la región de la Gran Florianópolis", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 82, 179-205.

Correspondencia: Carolina Andion, doctora, profesora del Centro de Ciencias de Administración y Socioeconómicas de la Universidad del Estado de Santa Catarina, líder del Núcleo de Investigación en Innovación Social en la Esfera Pública (NISP), andion.esag@gmail.com; Danilo José Alano Melo, maestría en Administración por la Universidad Federal de Santa Catarina, investigador del NISP, danilomelo@live.com, y Elaine Cristina de Oliveira Menezes, doctora, investigadora del NISP, eoliveira.menezes@gmail.com.

Découverte de l'investisseur social privé local : une étude dans la région du grand Florianópolis

RESUME : Cet article synthétise les résultats de l'étude menée dans la région du Grand Florianópolis au Brésil et dont les objectifs étaient de comprendre le profil sociodémographique des investisseurs sociaux, de découvrir les caractéristiques des investissements réalisés par ces derniers, d'examiner la nature de leur relation avec les bénéficiaires, mais aussi de comprendre leurs motivations et leurs attentes. Ainsi, dans un deuxième temps, nous analysons les modèles locaux d'Investissement Social Privé (ISP) et nous vérifions dans quelle mesure cette pratique permet de promouvoir la participation civique. La méthodologie utilisée a été quantitative et a consisté en 1 155 questionnaires individuels et 43 questionnaires destinés aux organisations régionales de différents secteurs. Les résultats obtenus ont été analysés dans leur ensemble, en mettant en évidence les défis de la gestion de l'ISP, les perspectives et les limites de cette pratique en tant que vecteur de participation civique.

MOTS CLÉ : Investissement social privé, individus, organisations, participation civique.

Discovering local private social investors: a study in the greater Florianópolis region

ABSTRACT: This article summarizes the results of research carried out in the Greater Florianópolis region of Brazil with the aim of comprehending the demographic profile of social investors, discovering the characteristics of the investments they have made, examining how their relationship with their beneficiaries works and fathoming their motivations and expectations. It analyses the patterns of Private Social Investments (PSI) made locally and ascertains to what extent this practice contributes to promoting civic participation. The methodology used was quantitative, administering questionnaires to 1155 individuals and 43 organizations from different sectors in the region. The results, which were analysed globally, highlight the challenges of managing the PSI and the prospects and limits of this practice as a vector for civic participation.

KEY WORDS: Private social investment, individuals, organizations, civic participation.

1.- Introducción

La Inversión Social Privada local (ISP), entendida como la práctica voluntaria y sistemática de la donación realizada por individuos y organizaciones en sus comunidades, es un fenómeno muy poco estudiado en Brasil. La investigación en los bancos de datos nacionales sobre el tema nos permite afirmar que son cada vez más frecuentes los estudios que tratan sobre la gestión, los resultados y el impacto de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), de manera más amplia, y sin enfocar específicamente sobre el asunto de la acción social (Domingos, 2007, Basseto, 2010, Conceição, 2011, Sauerbronn, Sauerbronn, 2011, Miranda, Amaral, 2011). Así, en lo que se refiere a los estudios que enfocan específicamente la cuestión de la filantropía en Brasil, sean técnicos (Peliano, 2001, 2006, Schlithler, Kisil, Correia, 2008, Gife, 2008, 2010, Fundação Itaú Social, Instituto Fonte, 2009) o científicos (Landim, Scalon, 2000, Schommer, 2000, Pereira, 2001, Coutinho, Macedo-Soares, Silva, 2006, Milani Filho, 2008, Abreu *et al.*, 2008, Nogueira, Schommer, 2009, Oliveira, Gouvea, 2010, Macke, Carrion, Dilly, 2010) los mismo buscan, en su gran mayoría, comprender la práctica de los grandes inversores que actúan en el ámbito nacional y avanzan muy poco en la caracterización del ISP de las organizaciones menores, de actuación local o todavía en el análisis de las donaciones hechas por individuos en sus respectivas comunidades. Además, las donaciones de organizaciones e individuos son analizadas separadamente, en la mayoría de los casos, lo que no permite llegar a conclusiones más amplias sobre las semejanzas y diferencias entre ellas. De esta forma, se puede afirmar que el ISP local ha sido explorado marginalmente como objeto de investigación en el ámbito académico del Brasil.

Una de las investigaciones precursoras sobre el tema fue realizada fuera del ámbito académico y por el Instituto para el Desarrollo de la Inversión Social (IDIS), en el 2007, en cuatro ciudades paulistas (Guarulhos, Limeira, Santa Bárbara d'Oeste y São José dos Campos) (Schlithler, Kisil, Correia, 2008). Tal investigación, que estaba basada en un estudio realizado por la *Community Foundation Silicon Valley* sobre donaciones y voluntariado, buscó analizar el volumen de recursos donados por los individuos, localmente, y entender el perfil de los mismos y las razones de sus donaciones. Los autores de la investigación concluyen que los inversores sociales locales, ya sean individuos o instituciones, además de las propias organizaciones de la sociedad civil que reciben apoyo, no poseen informaciones fidedignas sobre las donaciones realizadas. En la mayoría de los casos, los donadores actúan de forma casuística y aislada.

Inspirado en este trabajo precursor y con el objetivo de sumarse a los estudios citados, generando un conocimiento relevante no solo sobre la donación local realizada por los individuos, sino también por las organizaciones (empresas, fundaciones, institutos y cooperativas), el presente artículo presenta los resultados de una amplia investigación llevada a cabo entre el 2010 y el 2012, en la región de la

Gran Florianópolis (incluyendo los municipios de Florianópolis, São José y Palhoça). Nuestro enfoque fue, primeramente, (1) trazar el perfil sociodemográfico de los inversores individuales y corporativos de la región estudiada, definiendo quienes son los mismos; (2) caracterizar su donación y su relación con sus beneficiarios, o sea, determinar lo que ellos donan y de qué manera lo hacen; y finalmente, (3) identificar sus expectativas y motivaciones (por qué ellos donan). En un segundo momento, buscamos analizar en qué medida la práctica de la ISP ha estado contribuyendo para la ampliación de la participación cívica, en la esfera local. Para eso, tomamos como parámetro un modelo teórico analítico construido con base en dos conceptos centrales: la “coproducción del bien público” y la “acción colectiva”, además de un estudio previo sobre las investigaciones nacionales e internacionales sobre el tema (Andion, Becker, Victor, 2012). Ese estudio permitió identificar algunos parámetros generales de la ISP, en Brasil y en otros países, y el mismo sirvió de base de comparación y análisis de los datos encontrados, siendo referenciados a lo largo del texto.

El texto está estructurado en cuatro partes complementarias, además de esta introducción. Primeramente, presentamos de forma sintética el marco teórico que sirvió de base para la construcción del modelo de análisis de la investigación. En seguida, detallamos la metodología utilizada, definiendo el universo del estudio, la forma de cálculo de las muestras y las técnicas de recolección, tabulación y análisis de datos. En la tercera parte, exploramos los resultados de la investigación, presentando el perfil de los inversores, las características de la donación, como también, la relación existente entre donadores y beneficiarios, así como las expectativas y las motivaciones expresadas por los investigadores. En la cuarta y última parte, analizamos los resultados en su conjunto, buscando comprender los desafíos en la gestión de la ISP, y en qué medida esa práctica puede ser considerada como un vector de promoción de la participación cívica, en el ámbito local.

2.- Conceptos orientadores y modelos de análisis

Además de caracterizar de forma más detallada a la ISP de individuos y organizaciones a nivel local, el objetivo de esta investigación es entender en qué medida esa práctica contribuye para promover la coproducción del bien público, o sea, la participación activa de los ciudadanos en la esfera pública, en el ámbito local. Para eso, construimos un modelo de análisis que parte de la interface entre dos conceptos orientadores: “acción colectiva” y “coproducción del bien público”. Esto es así porque entendemos a la ISP como una acción colectiva de entes privados (sean ellos individuos u organizaciones) en la esfera pública. Esos entes se movilizan y repasan, voluntariamente, bienes, recursos y/o servicios para otras personas u organizaciones, con el objetivo de responder a una demanda social específica. Esa acción colectiva tendría, entonces, la posibilidad objetiva de estimular la coproducción del bien público.

La coproducción del bien público es interpretada, aquí, como una estrategia que incluye a la participación activa, directa y voluntaria del ciudadano en la producción y entrega de bienes y servicios públicos. Desde esta perspectiva, los ciudadanos son co-responsables por las políticas y/o por los servicios públicos (Whitaker, 1980, Alford, 2002, Brudney; England, 2003, Cooper, Kathi, 2005, Marshall, 2004, Nadir Jr, Salm, Menegasso, 2007, Pestoff, 2009, Vaillancourt, 2009, Denhardt, 2012). El surgimiento del concepto de la coproducción en el campo de la administración pública ocurre principalmente a partir de la crisis del Estado de Bien Estar, en los años 1980. Este último pierde el monopolio de la producción de los bienes y la prestación de los servicios públicos, ampliándose así, la complejidad del sistema de decisión sobre el quehacer político (Duran, Thoenig, 1996a, 1996b, Milani, 2008). Como destacan esos autores, aunque el papel del gobierno todavía sea central, el mismo pasa a formar parte, actualmente, de los sistemas de gobernanza más amplios, envolviendo otros actores, inclusive a los de la esfera privada. En este contexto, la acción pública local no se refiere solamente a la acción gubernamental, sino a una acción colectiva en la que los actores gubernamentales y no gubernamentales toman parte.

Los estudios demuestran que, en la práctica, la forma que asume la coproducción puede variar de acuerdo con el régimen de gobernanza o del estándar de relación entre el Estado y la sociedad dominante (Bernier, Bouchard, Lévesque, 2003, Enjolras, 2008, Vaillancourt, 2009). Para esos autores, los regímenes de gobernanza pueden variar desde modelos más burocráticos hasta modelos más participativos, lo que va a influenciar el tipo de coproducción generada. Para hacer una distinción entre esos modelos, algunos elementos pueden ser observados como (i) los actores envueltos; (ii) los instrumentos de la política pública colocados en práctica; (ii) los arreglos institucionales concebidos para coordinar a los actores y (iii) los principios y visiones compartidas sobre el interés público. Esas distinciones están detalladas en el Cuadro 1, a seguir.

En este estudio, pretendemos analizar si la ISP promueve la coproducción del bien público en un modelo de asociación. Así, aspectos como la diversidad de los actores envueltos, la forma y el grado de participación de los agentes y su acceso a la información, como también, la división de responsabilidades y la articulación en la formulación de la agenda, en la toma de decisiones y/o en la implementación de las acciones públicas entre los ciudadanos, organizaciones y agentes públicos, se vuelven centrales en el análisis.

Pero, para efectivizar el análisis de tales aspectos y tratar empíricamente al fenómeno de la ISP, precisamos recurrir a una teoría de la acción que nos permita analizar con más precisión de qué forma se construyen los procesos de “coproducción en asociación”. Para eso, utilizamos el concepto de “acción colectiva”, sus teorías y variables, lo que nos permitió ver y comprender mejor como esas iniciativas aparecen, que tipo de actores participan de las mismas, las razones y los condicionantes externos que estimulan esa participación, como las iniciativas se desarrollan, que objetivos buscan y cuáles son sus límites.

Cuadro 1. Modelos de Gobernanza y tipos de coproducción del bien público

Modelos de Gobernanza/ Variables	Burocrático	Corporativo y Competitivo	Comunitario	En Asociación
Actores Envueltos	Estado fundamentalmente	Estado, empresas y agentes de mercado	Estado y comunidades locales	Sociedad entre Estado, empresas, agentes de mercado, sujetos e institu- ciones de la sociedad civil
Instrumentos de Política Pública	Regulación (Intervencionismo y centralización)	Laissez faire (Estado mínimo, enfoque en las libertades individuales)	Filantropía, Caridad para los excluidos	Incentivo (Estado como mediador, regulador)
Arreglos de coordinación	Autoridad, Ley	Contratos, Calidad, Precio	Relaciones personales, Solidaridad	Redes Clusters
Principios	Autoridad y Jerarquía	Éxito Desempeño	Confianza	Deliberación
Visión del interés público	Beneficio Público Oposición entre interés individual e interés público. Padronización de los intereses individuales	Beneficio privado Suma de los intereses individuales	Beneficio e intereses colectivos	Pluralidad de intereses (individual, colectivo y general) Acuerdo (no reducción) de los intere- ses individuales
Tipos de coproducción	No hay coproducción. La política pública es geren- ciada por el Estado y los servicios son sumistra- dos por el aparato estatal y por los funcionarios públicos.	Hay coproducción con exclusiva participación de organizaciones del mercado. Esto origina sociedades público-pri- vadas.	Hay coproducción con participación exclusiva de organizaciones sociedad civil. Hay un repaso de parte o de todos los servi- cios públicos para que sean ofrecidos por ellas.	Hay una coproducción con la participación de agentes del Estado, del mercado y de la sociedad civil.

FUENTE: Adaptado de Bernier, Bouchard y Lévesque, 2003 y Enjolras, 2008.

Según Cefaï (2007, p. 8), la acción colectiva se caracteriza “como toda tentativa de constitución de lo colectivo, más o menos formalizada e institucionalizada por individuos que buscan alcanzar un objetivo compartido en un contexto de cooperación y de competición con otros colectivos”. Cabe destacar que el campo de estudios sobre las acciones colectivas es amplio y está siendo construido por diferentes autores y disciplinas, a ejemplo de la sociología y de la ciencia política, desde el inicio del siglo XX. Como identifican Cefaï (2007) y Gohn (2011), en obras bastante completas sobre el debate a respecto de la acción colectiva, ese campo es vasto y compuesto por diferentes paradigmas. Entre

los paradigmas dominantes en el campo, los autores destacan: (i) el Comportamiento Colectivo; (ii) el Racional Estructural; y (iii) el de los Nuevos Movimientos Sociales. Todavía, se puede agregar uno que es más reciente y está surgiendo, representado principalmente por los autores franceses del campo de la sociología pragmática de la crítica (Latour, 2005, Boltansky, Thevenot, 2006, Cefaï, 2009). Como afirma Cefaï (2007), tales paradigmas se configuran no solo como axiomas teóricos de los cuales derivan las hipótesis de investigación y de análisis, sino que también dan origen a verdaderas “gramáticas de la vida pública”:

[...]. “Rigiendo las formas de ver, de decir y de hacer esos paradigmas imponen implícitamente un modo de ver las cosas – sobre la naturaleza de los colectivos, sobre los motivos de las personas, sobre la racionalidad de sus acciones y sobre las formas de su justificación. Cada perspectiva es tanto una forma de ver como de no ver. El conflicto entre esas perspectivas no tiene solamente un efecto sobre una disputa entre redes de universitarios, pero expresan conflictos sociales y reflejan momentos históricos en la arena académica” (Cefaï, 2007, p. 21).

Sin querer profundizar en cada uno de esos paradigmas, sus características y diferencias, lo que escaparía a los objetivos y extrapolaría el límite de páginas de este artículo, podemos afirmar que en cada uno de ellos están fundamentadas las diferentes teorías que presentan una visión dominante en términos de lo que es la acción colectiva, de su grado de institucionalización, de quienes son los sujetos principales de la acción colectiva, de sus principales motivaciones y objetivos, de los patrones de concertación/articulación utilizados, de los facilitadores o limitadores, de las estrategias y de los instrumentos de acción colectiva.

El modelo teórico-analítico adoptado en este estudio, y cuya síntesis es presentada en el cuadro 2 a seguir, parte del presupuesto de que es posible hacer dialogar a esos paradigmas y teorías, considerando sus particularidades y diferencias, en el análisis de la acción colectiva aquí tratada: la ISP. Esto es así porque la acción colectiva tiene una dimensión racional/instrumental (que se relaciona con el “como” ese fenómeno sucede – qué actores, estrategias, instrumentos, recursos y otros factores convergen para su existencia) y, por otro lado, ella posee, también, una dimensión simbólica (histórica, política y cultural que explica el “porque” y “para que” sucede el fenómeno – relacionándose con cuestiones de contexto, de causa y de identidad de la acción colectiva).

3.- Metodología

La metodología utilizada fue de carácter cuantitativa e incluyó la aplicación de cuestionarios específicos para individuos y organizaciones, elaborados en base al modelo de análisis sintetizado en el Cuadro 2. La investigación fue realizada con dos grupos de sujetos: individuos que viven en la Gran Florianópolis (donadores y no donadores) y organizaciones (empresas, fundaciones, institutos y cooperativas) que actúan en esa región y realizan o no algún tipo de acción social en su comunidad.

Para delimitar el contexto del estudio fue definido que serían considerados los tres municipios más populares y con mayor dinamismo socio-económico en la región estudiada: Florianópolis, São José y Palhoça. Cabe destacar que existe una gran distinción en el perfil socio-demográfico de la población de esos tres municipios, así como en las características socio-económicas de los mismos, lo que influyó en los resultados obtenidos. Florianópolis, capital del Estado de Santa Catarina, es reconocidamente una ciudad con los mayores índices de desarrollo en Brasil, ya sea en lo que se refiere a la dimensión económica (PBI per cápita) o social (IDH, escolaridad). En el caso de São José y Palhoça, a pesar de presentar un mayor dinamismo en términos de crecimiento económico y demográfico – principalmente por el hecho de ser ciudades-polo, con menor costo de vida, y que por esa causa reciben continuamente una población que migra de los municipios del interior del Estado y de otras regiones del Brasil – poseen una situación menos favorable en lo que se refiere a los indicadores de desarrollo.

En lo que se refiere a la delimitación de la muestra para los individuos estudiados fue definido como universo la población estimada de los municipios para el 2009¹. Se utilizó la técnica de muestreo aleatorio estratificado que consiste en dividir a la población en estratos o subgrupos, siendo estos estratos más homogéneos que la población entera, según un determinado aspecto. Los estratos definidos fueron los distritos de los municipios, manteniéndose la proporcionalidad de la división poblacional por distritos, que fue determinada por el Censo 2000 del IBGE y considerando la población estimada para el 2009.

De ese modo, llegamos a una muestra de 385 individuos, por municipio, en un total de 1.155 personas estudiadas, con un grado de confianza del 95% y un margen de error del 5%. Para la obtención de los datos se utilizaron los cuestionarios aplicados con los habitantes de esos municipios, con edad mínima de 18 años, en locales de acceso público tales como shoppings, terminales de autobuses, universidades, etc.

1.- Cuando se inició la investigación, en el 2010, todavía no habían sido divulgados los resultados del Censo del 2010 por el IBGE. Para tener una idea, en Florianópolis, los datos del IBGE indicaban una población de 404.224, en el 2010. Por lo tanto, la misma era menor que aquella estimada, y considerada en el Universo, de 408.161 personas.

Cuadro 2. Síntesis del modelo de análisis

PREGUNTAS DE PARTIDA	OBJETIVO	VARIABLES DE ANÁLISIS
¿Cuál es el perfil del inversor Social de la Gran Florianópolis y cuáles son sus semejanzas y diferencias en relación a los inversores del Brasil y de otros países?	Identificar el perfil socio-demográfico de individuos y organizaciones que invierten en la Gran Florianópolis y compararlos con otros grupos ya investigados en Brasil y en el mundo ¿QUIÉN INVIERTE?	Individuos: - Edad; género; nivel de renta; barrio en que vive; tiempo de residencia; escolaridad; profesión; religión; estado civil. Organizaciones: - Tamaño/porte (ingreso bruto anual y no. de funcionarios); sector en que actúa; tiempo de actuación.
¿Cuál es la cantidad y la calidad de la inversión social hecha por esos inversores sociales? Cómo es hecha la donación y para quién? Cómo es realizado el acompañamiento/evaluación?	Caracterizar la Inversión Social Privada (ISP) hecha en el municipio y realizar su comparación con los datos nacionales e internacionales: qué, cuánto, cuándo, cómo es donado, para qué es donado y cómo es acompañado y evaluado? ¿QUÉ SE INVIERTE Y CÓMO SE INVIERTE?	- Lo que se invierte - Promedio de inversión - Periodicidad de la inversión - Público escogido para realizar la inversión - Estrategias de inversiones predominantes - Áreas prioritarias para las inversiones - Quién toma la decisión y quién participa de la inversión - Formas de gestión, evaluación y acompañamiento
¿Cuáles son las principales motivaciones y expectativas de esos inversores?	Analizar los incentivos y obstáculos para la ISP en la Gran Florianópolis y compararlos con los datos nacionales e internacionales: para qué y por qué se invierte en lo social? ¿POR QUÉ SE INVIERTE?	- Condiciones previas a la inversión - Motivos para la inversión - Estímulos para la inversión
¿En qué medida la inversión social privada realizada por organizaciones e individuos han contribuido para fortalecer la participación cívica y fomentar la coproducción de bienes y servicios públicos tanto en el ámbito nacional como en el local?	Examinar la relación entre la práctica de la ISP y la ampliación de la participación cívica tanto en el ámbito nacional como local. INVERSIÓN SOCIAL COMO COPRODUCCIÓN DE BIENES Y SERVICIOS PÚBLICOS. PERSPECTIVAS Y LÍMITES.	- Diversidad de actores envueltos - Forma y grado de participación de los inversores y beneficiarios, y el acceso a la información - Compartir las responsabilidades en la formulación de la agenda, en la toma de decisiones y/o implementación de la ISP - Relación entre inversores y beneficiarios - Grado de involucramiento de los inversores y del público con las causas - Involucramiento de agentes públicos

FUENTE: Elaborado por los autores.

Ya en el grupo de las organizaciones fue utilizada la técnica de definición de muestreo por acceso. De ese modo, partimos del banco de datos del Portal Transparencia (www.portaltransparencia.org.br)² - disponible en la internet por el Instituto Comunitario Gran Florianópolis (ICom) - para construir una muestra de organizaciones (incluyendo empresas, fundaciones, institutos y cooperativas) que ya realizaban algún tipo de inversión social. En base a esos datos definimos una primera muestra de 109 organizaciones donadoras con actuación en los diversos sectores, en los tres municipios investigados. Además, para tener acceso a las organizaciones que no necesariamente realizaban ningún tipo de donación utilizamos la base de datos de la Asociación Catarinense de Empresas de Tecnología (ACATE), formada por 250 empresas y con actuación en los tres municipios analizados. Para la obtención de los datos fueron enviados por e-mail los cuestionarios para las 359 organizaciones de la muestra. De todas ellas, 43 organizaciones³ aceptaron participar del estudio y respondieron los cuestionarios.

Después de obtener los datos, los mismos fueron tabulados y cruzados con la ayuda del software *Sphinx*, y examinados con base al modelo de análisis sintetizado en el Cuadro 2, dando origen a los resultados presentados en las secciones siguientes.

4.- Conociendo al inversor social de la Gran Florianópolis

A continuación presentamos los hallazgos de las investigaciones referentes a cada una de las variables para los dos grupos de sujetos estudiados. Buscamos, siempre que sea posible, examinar los resultados encontrados a la luz de los datos presentados por otras investigaciones nacionales e internacionales obtenidas previamente (Andion, Becker, Victor, 2012), de modo que se pueda entender cuáles son las semejanzas y las diferencias existentes entre la ISP realizada en la Gran Florianópolis y los patrones brasileños e internacionales.

2.- El Portal Transparencia es una herramienta de acceso para las informaciones actualizadas sobre las ONGs de la Gran Florianópolis, con datos proporcionados anualmente por las propias organizaciones. Contempla un conjunto de indicadores sobre la sustentabilidad de las ONGs en cuatro dimensiones: identidad, gestión, resultados y sociedades. En esta última dimensión, las ONGs mencionan a las organizaciones que son sus financiadoras. Así, esa información fue considerada para componer la muestra de esta investigación.

3.- De todas ellas, 35 tenían sede en el municipio de Florianópolis, cinco en el municipio de Palhoça y tres en São José. Dos organizaciones poseían una forma jurídica de asociación y una de fundación, siendo mantenidas por las empresas, y cinco eran cooperativas (1 de gran porte y 4 de pequeño porte). Las demás (35) eran empresas, siendo 17,1% microempresas, 22,9% pequeñas empresas, 40% medias empresas y 20% grandes empresas (según la clasificación del SEBRAE y del BNDES). El 67,4% de las organizaciones estudiadas actuaban en el sector de servicios, 14% en la industria, 7% en el comercio, 7% en la construcción civil y las demás se dividían entre la administración pública y el sector agropecuario. Además de esto, el 34,9% llevaba actuando entre 11 y 20 años en el segmento, y el 37,2% hacía más de 20 años. Por lo tanto, se percibe que aunque la muestra sea pequeña, la misma es diversificada y compuesta por empresas sólidas y que poseen representatividad en los sectores en el que actúan.

4.1. Perfil de los inversores

En relación a los individuos, de los 1155 entrevistados, 874 (75,7%) afirmaron haber realizado algún tipo de donación en el último año y 281 (24,3%) no hicieron ningún tipo de donación. En los municipios estudiados, Florianópolis, Palhoça y São José, el porcentaje de donadores es de 77,4%, 75,8% y 73,8%, respectivamente.

Construyendo un **perfil de los individuos donadores de la Gran Florianópolis**, podemos afirmar que ellos son, en su mayoría, del sexo femenino (50,8%), tienen entre 26 y 45 años de edad (48,9%), viven hace más de 20 años en sus municipios (58,92%), son casados (48,74%) o tienen una unión estable (12,36%). El grado de escolaridad de los donadores es alto. Si juntamos a los que poseen nivel superior incompleto, completo y pos-graduación (o sea, que frecuentan o ya frecuentaron la Universidad) tenemos el 51,94% de los donadores.

En cuanto a la profesión, la mayor parte de los individuos que donan (60,8%) está trabajando en empresas privadas (50,7%) o en instituciones públicas (10,1%). En lo que se refiere a la renta, se percibe que los de renta promedio, superior a un sueldo y hasta cinco sueldos mínimos, que corresponden a las clases C, D, y E, en Brasil, componen el 62,3% de los donadores. Juntándolos con la clase B, de 5 a 10 sueldos mínimos, tenemos al 80,2% del total de los donadores estudiados. Por lo tanto, podemos afirmar que la mayoría de los donadores de la Gran Florianópolis es de clase media. Esos datos difieren de aquellos presentados en las investigaciones nacionales e internacionales obtenidas, en los que la clase media es señalada como la que dona menos y las clases más altas como aquellas que son más propensas a donar (Van Slyke, Brooks, 2004, Ting-Yuan Ho, 2006, Schlithler, Kisil, Correia, 2008).

Apenas el 10,8% de los donadores investigados afirman no tener religión alguna. El 89,2% se declaran religiosos y de éstos el 57,2% se consideran practicantes. Además, entre aquellos que no tienen religión, el 41,6% no dona nada, lo que representa un porcentaje bien mayor que el observado entre los que se declaran practicantes (entre los cuales, el 21,6% declaran no donar nada). Entre las religiones más citadas están la Católica (63,7%), la Evangélica (13%) y la Espiritista (11,3%).

El perfil de los individuos donadores, descripto anteriormente, difiere del perfil de los no donadores (24,3% de los entrevistados). Este último grupo está formado, en su mayoría, por hombres (61,6%); con edad entre 18 y 35 años (64,4%); solteros (49,5%); que viven en la ciudad hace más de 20 años (55,9%); con grado de escolaridad hasta el colegio secundario (58%) y con una renta de hasta 3 sueldos mínimos (72,6%). Además de esto, el 23,8% de los no donadores no practica ninguna religión y de los que practican una religión, apenas lo hace el 24,8%.

Por lo tanto, los datos de los no donadores permiten confirmar el perfil del donador típico que fue descripto anteriormente y sintetizado en la Figura 1. Además, ese perfil condice con los estudios internacionales y nacionales realizados. Ellos demuestran que las mujeres mayores de 35 años donan más

y que hay una correlación positiva entre el grado de escolaridad y la inversión social, así como existe una tendencia en que las personas más estables donan más (aquellas que están empleadas, que son casadas o tienen una unión estable y que viven hace más tiempo en el lugar) (Landim, Scalón, 2000, Charities Aid Foundation, 2006, Bekkers, Wiepking, 2007, 2011, Schlithler, Kisil, Correia, 2008).

Figura 1. Características predominantes de los donadores de la Gran Florianópolis



FUENTE: Elaborado por los autores a partir de la investigación de campo.

En relación a las organizaciones, 36 de ellas (83,7%) afirmaron que invierten recursos en algún tipo de acción social. Examinando el **perfil de esas 36 organizaciones donadoras**, el 41,7% es de medio porte y el 30,6% es de pequeño porte. Los resultados en la Gran Florianópolis muestran que el peso de las organizaciones de gran porte es bien menor, en comparación a las pequeñas y medias corporaciones. Por otro lado, se observa que en el caso de las microempresas disminuye la probabilidad de una acción social más sistemática. De las 7 organizaciones que afirmaron no realizar acciones sociales, 4 son microempresas y 2 son pequeñas cooperativas. Ese dato coincide con los datos nacionales e internacionales, los cuales demuestran que las empresas más consolidadas y estructuradas tienen mayores probabilidades de invertir en causas sociales (Abreu *et al.*, 2008, Conceição, 2012). Por otro lado, esa conclusión también se confirma cuando observamos que el 80,6% de las organizaciones estudiadas y que practican algún tipo de acción social en la Gran Florianópolis llevan más de 11 años en el sector en que actúan.

4.2. Características de la inversión

Analizando **lo que invierten los individuos** se percibe que existe una frecuencia mayor de donaciones en dinero, sin embargo, las donaciones de bienes son, también, bastante expresivas, como lo indican otros estudios nacionales. El 57,3% de los donadores de la región ofrece dinero, el 55,6% dona bienes personales y el 47,8% dona productos. Cabe destacar que el porcentaje de donación en dinero es mayor en Palhoça y en São José que en Florianópolis (donde predomina la donación de bienes personales). Esa diferencia puede ser justificada por el perfil religioso del donante de esos municipios y, por lo tanto, la donación de dinero en esos casos sería expresiva porque incluye el diezmo.

En lo que se refiere al voluntariado, la frecuencia de esta práctica sigue los patrones nacionales, siendo su porcentaje inferior a las donaciones en dinero y bienes. Apenas el 21,5% de los donadores comparten su tiempo o experiencia. Otro dato importante es que el 12,7% de los donadores afirma donar sangre para los bancos de sangre.

Cruzando las informaciones de lo que es invertido por los individuos con aquellas informaciones de **para quien invierten los mismos**, observamos que la mayoría, tanto las personas estudiadas que donan dinero (64,3%) como los que donan bienes personales (76,1%), lo hacen para las personas necesitadas, lo que indica que gran parte de las donaciones es realizada directamente para el beneficiado y sin pasar por intermediarios. Por otro lado, las donaciones en dinero para la Iglesia son bastante frecuentes, siendo citadas por el 39,7% de los donadores (aquí observamos más una vez el papel del diezmo). Las donaciones para las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs) son bien menos expresivas, siendo mencionadas por apenas el 18,8% de los donadores. Este dato demuestra que esas organizaciones están aprovechando poco el potencial de los donadores individuales. Otro dato que confirma esta evidencia es que solamente el 18,6% de los que afirman donar su tiempo o conocimiento lo hacen para las ONGs, lo que indica una movilización frágil en términos de voluntariado.

Ahora, los valores anuales promedio de las donaciones individuales, en la Gran Florianópolis, son menores que el promedio nacional⁴ que ya es bajo en relación a los patrones internacionales⁵. El 59,4% de los donadores contribuyen hasta R\$ 50,00 reales por año, y apenas el 7,8% afirma donar más de R\$ 100,00 reales, anualmente. Cabe resaltar que el índice de no respuestas en esa cuestión fue alto (23,7%). Ese índice puede ser explicado por el número expresivo de donadores que contribuyen con poca regularidad y/o con bienes personales y productos, lo cual dificulta la atribución de un valor monetario para las donaciones efectuadas.

4.- Investigación nacional realizada por Landim y Scalon (2000) que llegó a un valor promedio de R\$ 158,00 reales por año para las donaciones individuales, mientras que Schlithler; Kísil y Correia (2008) llegaron a un promedio de donación anual de R\$ 388,00 reales.

5.- Según el análisis presentado por Verstelund (2006), anualmente, el 90% de los hogares americanos dona un promedio US\$ 1.623,00 dólares para las organizaciones sin fines de lucro. Cabe resaltar que los EUA son líderes en relación a los números de la filantropía en el mundo, con inversiones anuales en donaciones de alrededor del 1,7% de su Producto Bruto Interno (PBI), seguidos por Inglaterra (0,73% del PBI) y por Canadá (0,72% del PBI) (CHARITIES AID FOUNDATION, 2006).

Enfocando **cómo es realizada la donación** se puede observar que la mayoría de los donadores individuales contribuye para personas necesitadas (65,6%) y de forma esporádica (42,8%). Cruzando los datos referentes a la periodicidad y al destino de las donaciones, se nota que aquellos que donan con una frecuencia mensual reciben algún estímulo, pues lo hacen utilizando intermediarios, como las Iglesias (47,8%), las campañas de beneficencia (31,2%) o las ONGs (30,4%). Pero, las donaciones esporádicas son proporcionalmente más frecuentes para las personas necesitadas (76,5%).

Se percibe entonces que la forma de donación de los individuos en la Gran Florianópolis todavía es predominantemente asistemática, y no se configura como una “inversión social”, ya que es realizada sin planeamiento y con una perspectiva de más corto plazo. Los datos se corroboran con las conclusiones de Schlithler, Kisil y Correia (2008), que fueron citadas anteriormente y que afirman que la mayoría de los donadores brasileños “actúa de forma casuística” y realiza donaciones de forma no sistemática. Pero, aquellos que donan con una mayor periodicidad, lo hacen por medio de organizaciones de la sociedad civil, de la Iglesia o de la comunidad, lo que llama la atención para la importancia de crear vínculos y una mayor fidelización de los inversores.

En el caso de las organizaciones, los tipos de acción social más frecuentes fueron: la donación en servicios (61,1%), la donación de bienes (50%), el financiamiento de acciones o proyectos realizados por organizaciones de la sociedad civil (33,3%) y el estímulo al voluntariado junto a los funcionarios (33,3%). Es curioso que apenas 10 organizaciones (27,8%) mencionaran hacer donaciones en dinero.

La mayor parte de las organizaciones (55,6%) invierte un valor anual promedio de hasta R\$ 50.000 en acciones sociales. Entre ellas, aproximadamente la mitad (22,3%), invierten hasta R\$ 5.000 reales por año. Es importante destacar que los valores varían de acuerdo con el porte de las organizaciones. En este sentido, 72,8% de las micro y pequeñas organizaciones investigadas donan hasta R\$ 10.000; el 46,7% de las empresas medianas donan de R\$ 10.000 hasta R\$ 500.000 y el 50% de las grandes empresas donan más de R\$ 500.000 por año.

El promedio donado por las organizaciones en la Gran Florianópolis está bien abajo del promedio nacional, comparándose con los datos obtenidos mediante estudios anteriores (Andion, Becker, Victor, 2012)⁶. Esa diferencia refleja las particularidades de la inversión de carácter nacional en relación a la realizada en el ámbito local. En la primera predomina una concentración de mayores inversiones en pocas empresas; en la segunda se observan menores valores monetarios y más inversiones de bienes y servicios por un mayor número de organizaciones.

6.- La investigación de la Fundación Itaú Social y el Instituto Fonte (2009) reveló que 38% de las 211 empresas entrevistadas realizaban inversiones de hasta R\$ 500.000 reales. Sin embargo, en su conjunto, las empresas invierten un promedio de R\$ 1.800.000 reales, por año. El Censo GIFE (2010), realizado con 102 miembros asociados, mostró que 1/3 de los entrevistados invertían entre 2 y 8 millones de reales, y que apenas 3 organizaciones invertían casi la mitad del total invertido por todos los asociados y que fue de 2 billones de reales, en el 2010.

La frecuencia de las inversiones ocurre de manera especial para una gran parte de las organizaciones donadoras (50%), de forma mensual, demostrando que la práctica de la acción social es más sistemática en comparación con los donadores individuales. Todavía, 8 organizaciones (22,2%) realizan inversiones anuales y 6 (16,7%) realizan inversiones de forma esporádica, cuando son contactadas. Otro aspecto que merece destaque es que cuando mayor sea el ingreso de la organización, mayor va a ser la probabilidad de la misma de financiar acciones y proyectos de terceros. Ya las organizaciones de menor porte invierten con más frecuencia y por medio de prestación de servicios.

Cuando analizamos **cómo se realiza la inversión**, percibimos que la mayoría de las citaciones de las organizaciones confirma que el responsable por la iniciativa de la acción social es el directorio (41,7%), además del presidente y/o vice-presidente (30,6%). El 25% de las citaciones hechas por las organizaciones se refieren a la iniciativa de los funcionarios. Si cruzamos esta respuesta con aquella sobre la decisión de la inversión, confirmamos ese patrón. La gran mayoría menciona que **la decisión en términos de cantidad y el destino de los recursos invertidos** es tomada por los directores (66,7%), el presidente o vice-presidente (47,2%) y los funcionarios (16,7%). La comunidad fue mencionada apenas una vez (2,8%) en las respuestas obtenidas, aunque esa pregunta fuera de elección múltiple.

En lo que se refiere a la **forma de gerenciamiento de la inversión**, 29 organizaciones (80,6%) lo hacen por cuenta propia, 4 (11,1%) lo realizan por medio del propio fundador y apenas 3 (8,4%) lo hacen por medio de una institución independiente asociada o no a la organización. Esos datos difieren de las investigaciones nacionales que demuestran que los inversores sociales corporativos brasileños actúan, en su mayoría, por medio de estructuras independientes (Fundação Itaú Social, Instituto Fonte, 2009, Gife, 2010).

Entre las organizaciones que administran la ISP por estructura propia, el 24,1% lo hacen por medio del departamento financiero/administrativo, el 20,7% a través del departamento de responsabilidad social, el 17,2% por la dirección y el 13,8% por el departamento de marketing. Esos datos indican que hay, por un lado, una aproximación de la acción social del negocio de la organización, pero por otro lado, demuestran que existe poca autonomía de la ISP en relación a los objetivos comerciales de las organizaciones estudiadas. Se puede cuestionar, también, si aquellos que actúan en departamentos específicos (como marketing y finanzas) y que son responsables por la ISP de las organizaciones donadoras poseen formación y experiencia en el área. La falta de una preparación específica podría resultar en una gestión menos profesional de la ISP.

Finalmente, cuando analizamos **quién participa de la operación de la acción social** de las organizaciones verificamos que existe, en la mayoría de los casos, la participación de los funcionarios (mencionado por el 88,9% de las organizaciones investigadas). Mientras, notamos que existe una fuerte concentración de participación en el equipo directivo. O sea, el 58,3% de las organizaciones citan que el directorio participa de las acciones sociales, el 36,11% menciona que involucra al presidente y apenas el 33,33% aborda la participación de asociados, lo que indicaría que las acciones están siendo conducidas de forma aislada por las organizaciones investigadas.

Los datos sobre la gestión y gobernanza de la ISP evidenciados por el estudio de campo no se distancian y confirman las conclusiones encontradas en los estudios realizados en el ámbito nacional e internacional (Peliano, 2006, Mckinsey & Company, 2008) que demuestran una concentración del poder de decisión sobre la inversión social en el equipo directivo de las empresas y un bajo involucramiento de la comunidad y de los interesados en la organización (*stakeholders*), en los procesos de gestión de la ISP.

4.3. Relación entre inversores y beneficiarios

El **público más citado por los individuos donadores** en la región de la Gran Florianópolis es “todos los públicos” (53% de las menciones), lo que indica una falta de segmentación en la actuación del donador individual, además de un probable desconocimiento en relación a los beneficiarios de su donación. En seguida, se destaca el apoyo a los niños, adolescentes y jóvenes (37,8%), familias (18,4%) y ancianos (10,2%).

Cuando se les preguntó sobre la **forma de realizar la donación** afirmaron que, en su mayoría, lo hacen “por medio de una organización” (61,3%) o “directamente para el público específico” (60,3%). Cabe mencionar que en la categoría “por medio de una organización”, se incluyen las Iglesias, lo que justifica el alto índice de citaciones. Apenas una persona respondió que donaba por medio de órganos gubernamentales como el Fondo del Niño y del Adolescente, por ejemplo, lo que indica que esos mecanismos están siendo muy poco aprovechados como estrategias de movilización de recursos para el campo social. Tales datos nos hacen constatar que las donaciones directas, informales, sin mediación de las ONGs, aún son prácticas frecuentes entre los donadores individuales de la Gran Florianópolis.

Otro dato relacionado con esto es que el 72,4% de los individuos donadores **no se involucra con las causas para las que contribuye**. Eso puede indicar que las ONGs que reciben recursos de individuos no están buscando incluirlos en sus causas y pocas de ellas han buscado hacer con que sus donadores individuales sean “inversores sociales”, actuando no solo como meros financiadores, sino también como sujetos de la causa de la organización.

Por otro lado, entre aquellos que se envuelven en una causa (y que presentan un perfil más típico de inversor social), el 33,6% apoya la causa de la asistencia social, el 24,5% apoya la causa de la educación y el 19,5% la del medio ambiente. Esas causas, que son las más mencionadas, tienen una relación directa con la distribución del número de ONGs, en la región. Como señaló la investigación realizada por el ICom (2011), el grupo más numeroso de ONGs en la región actúa en el campo de la asistencia social; ya en Florianópolis, el número de ONGs ambientales es el segundo más relevante.

En relación a la **forma de relacionamiento con los beneficiarios**, se destaca que el 75,6% de los donadores individuales de la Gran Florianópolis no acompaña sus donaciones. Entre el 24,4% que

así lo hace, la mayoría lo realiza por medio de un contacto directo con los beneficiarios (50,2%), visitas (31,5%) o reportes recibidos de las organizaciones beneficiadas (22,1%). Ese resultado difiere bastante del estudio realizado en el interior de São Paulo, el cual indicó que el 74% de los donadores individuales afirmaban conocer y acompañar los destinos de sus donaciones, y la mayoría (87%) sabía de eso porque la organización había informado (Schlithler, Kisil, Correia, 2008). En el caso de la Gran Florianópolis, además de que la mayoría de los donadores desconocían el destino de sus donaciones, aquellos pocos que lo conocían y lo acompañaban lo hacían directamente, sin la mediación de las organizaciones beneficiadas.

Ese patrón se confirma cuando les preguntamos a los individuos si ellos mantenían alguna relación con los beneficiarios. El 78,5% de los mismos afirmó que no. Ya entre el 21,5% que mantenía una relación con los beneficiarios, la mayoría describió esa relación como personal (afirma que los beneficiarios son conocidos, familiares, amigos o compañeros de religión). Se observa, así, que la relación entre donadores individuales y sus beneficiarios ocurre a partir de fuertes lazos de proximidad (Granovetter, 1973). Tal resultado confirma las tendencias observadas por los estudios internacionales sobre los factores que influyen la decisión de donar. Como lo demuestran Bekkers y Wiepking (2011) la conciencia de la necesidad del beneficiario es un importante factor de influencia en ese caso. El hecho de conocer y compartir la situación desfavorable de las personas que reciben la donación aumenta las chances para que los donadores se envuelvan y mantengan una relación con los mismos (Sargeant, Woodliffe, 2007).

Las respuestas presentadas sobre los **resultados de la donación** también indican un gran desconocimiento de los donadores individuales de la región sobre lo que se realiza con su contribución. El 73,5% de las personas no sabe cuáles son los resultados de sus donaciones y entre aquellos que afirman conocer los mismos (26,5%) no consigue, en su mayoría, describirlos o lo hace de una forma bien abstracta. Algunos de los ejemplos más citados como resultados son: “mejoría en las condiciones de vida de las personas”; “satisfacción de las personas”; “generación de beneficios”; “alegría y felicidad de aquellos que las reciben”. Se percibe que los resultados son definidos de forma subjetiva y muy pocos entrevistados consiguieron mencionar indicadores concretos (sean ellos cualitativos y/o cuantitativos).

Todos esos datos muestran que existe poco control social por parte de la población de donadores individuales sobre lo que es donado, en la Gran Florianópolis. Se nota que los donadores, en su gran mayoría, desconocen lo que se hace con sus donaciones y eso puede reflejar una cierta fragilidad en la *contabilidad* y transparencia por parte de las organizaciones que reciben recursos de los individuos. Por otro lado, aquellos que se involucran con la causa que apoyan (el 27,6% de los donadores), a pesar de ser minoría, tienen una tendencia mayor en conocer y acompañar el destino de sus donaciones. Cruzando los datos, observamos que de los 241 entrevistados que se envuelven con la causa, el 40,2% acompaña lo que ha sido realizado con su donación y el 44% afirma conocer los resultados de la aplicación de los recursos, lo que permite afirmar que hay una correlación entre esas variables.

Ya en el caso de las organizaciones, el público específico apoyado está compuesto, en su mayoría, por niños y adolescentes (61,1% de las citaciones), jóvenes (47,2%) y adultos (41,7%). La categoría todos los públicos fue mencionada por el 25% de los entrevistados, indicando que una pequeña parte de las organizaciones no realiza una segmentación de su público específico.

El área que las organizaciones de la Gran Florianópolis priorizan para su inversión social es la de asistencia social (61,1% de las organizaciones), seguida por la educación (50%) y por el desarrollo comunitario (38,9%). Las causas del medio ambiente, cultura y generación de empleo son citadas con menos frecuencia (36,1%, 33,3% y 33,3%, respectivamente). La región sigue las tendencias de otras investigaciones realizadas (Aksartova, 2003, Fundação Itaú Social, Instituto Fonte, 2009, Gife, 2010) y que revelan un mimetismo en el campo corporativo, en la definición de las áreas de inversión. La agenda de la inversión social corporativa parece caracterizarse por dedicarse a los asuntos más urgentes, menos polémicos y/o de mayor consenso social, como es el caso de la asistencia social y de la educación.

En relación al involucramiento con la causa, diferente de los individuos, el 77,8% de las organizaciones que realizan inversiones afirman que se involucran de algún modo con la causa que apoyan. Las formas más comunes de involucramiento citadas fueron las siguientes: voluntariado de los funcionarios (32,1%), relación directa con la comunidad y/o beneficiarios (25%), acompañamiento de los proyectos (25%), realización de campañas (21,4%) y participación en los consejos o directorio de las organizaciones beneficiadas (17,9%).

En lo que se refiere al acompañamiento de los resultados de la inversión, el comportamiento de las organizaciones también se distingue de los individuos. El 80,6% de las organizaciones que realizan acciones sociales afirman conocer y acompañar los resultados. Las formas de acompañamiento más citadas fueron los informes e indicadores (48,3%), las visitas (27,6%), el contacto directo con el público específico (20,7%), la realización de reuniones periódicas (17,2%) y la participación de los colaboradores involucrados en el proyecto (17,2%). En este caso, parece haber un mayor control social (realizado por las propias organizaciones), si se compara con el realizado por los individuos. Además, hay una tendencia de mayor *feedback* sobre esa inversión por parte de las organizaciones beneficiadas junto a los donadores.

En relación a la **evaluación de los resultados**, el 27,6% de las organizaciones que acompañan los resultados no los evalúan. Eso revela que el acompañamiento no significa, necesariamente, evaluaciones sistemáticas realizadas por las organizaciones. En cuanto a las formas de evaluación más citadas, se destacan los informes (75%), las visitas técnicas (58,3%) y las reuniones periódicas (33,3%), o sea, las formas más tradicionales de evaluación que son llevadas a cabo por las propias organizaciones involucradas.

En cuanto a los **resultados de las donaciones realizadas**, se percibe una mayor objetividad en la definición de los mismos por las organizaciones, en comparación a los individuos. Es interesante

notar que los resultados más citados son: la mejoría de la visibilidad corporativa y el fortalecimiento de la imagen de la organización, o sea, el feedback generado para la propia organización. En seguida, se destacan la inserción socio-económica y profesional de los beneficiarios, el involucramiento de los funcionarios con las acciones sociales y la contribución para el desarrollo comunitario.

Sin embargo, el número de organizaciones que desconoce los resultados producidos para la comunidad y, principalmente, el impacto de sus acciones sociales todavía es alto. Cuando se les pregunta sobre el número de personas alcanzadas por las acciones sociales promovidas, el 30,6% desconoce ese número, el 33,3% afirma que llega a más de 1000 personas, el 22,2% hasta 100 personas y el 14% atiende de 101 hasta 1000 personas.

4.4. Motivaciones, expectativas, incentivos y obstáculos para la inversión

Ayudar al prójimo fue la **motivación que obtuvo el mayor número de citaciones de los individuos estudiados** (82,8%). Se observa, en ese caso, que los motivos humanitarios son más evidentes, o sea, los donadores de la Gran Florianópolis expresan, en su gran mayoría, valores altruistas. Mientras tanto, cuando analizamos los demás motivos mencionados, verificamos que se evidencian otros perfiles (Prince, File, 1994). El perfil "utilitario" es mencionado por el 30,8% de los entrevistados que buscan una ventaja personal con la donación, ya sea por satisfacción o reconocimiento. El 28,3% de los donadores afirman que donan para mejorar las condiciones de vida de su comunidad, caracterizándose por ser un perfil más comunitario. Se destacan, también, el perfil religioso (23,3%) y el perfil político (15,3%).

Esos datos se agregan a las conclusiones de Landim y Scalón (2000) y, también, de Schlithler, Kasil y Correia (2008) que verificaron la coexistencia de dos lógicas predominantes en las motivaciones de los donadores individuales investigados. La primera, y más frecuente, se refiere a la obligación moral y/o religiosa. La segunda se relaciona con la participación ciudadana. En la Gran Florianópolis, se observa que esas dos tendencias también están presentes. Aunque los motivos morales o las razones humanitarias y de caridad para con los desfavorecidos prevalezcan en el perfil del donador, se percibe que otros factores ligados a la participación ciudadana también influyen la motivación de esos mismos donadores, como por ejemplo: observar las mejorías en su comunidad o el hecho de identificarse con una causa.

Esas evidencias se confirman cuando analizamos los **factores que influyen su decisión de donar**. El factor más citado fue la sensibilización por alguna causa social (54,1%), seguido por el conocimiento de que su donación transformó la realidad social, generando impactos positivos (49,1%). Otros factores destacados fueron saber sobre los resultados de la donación (20,3%) y conocer la organización o el individuo beneficiado (18,6%). Aunque los donadores individuales de la Gran Florianópolis consideren que esos factores influyen en su decisión de donar, ellos no reflejan su comportamiento en la práctica, ya que la mayoría no se involucra con la causa, no conoce ni acompaña los resulta-

dos de su donación. En lo que se refiere a los factores menos citados, se destacan los factores religiosos (0,2%), evitar la acumulación de bienes (1,4%), recibir estímulos para donar (6,5%) y recibir una recompensa por la donación (8,1%).

En relación a los individuos no donadores, cuando se les preguntó por qué no donaban, ellos mencionaron, principalmente, la falta de recursos financieros (42%) seguido por la falta de oportunidad para donar por una causa relevante (40,2%). Esos datos son interesantes, pues revelan que aquellos que todavía no hicieron ninguna donación podrían volverse donadores si fueran estimulados. Además de esos dos factores principales existe un tercer factor que es la falta de tiempo disponible (37,7%). Se destaca que el 19,6% de los no donadores indicaron como un motivo para no realizar las donaciones el hecho de no confiar en las organizaciones que las reciben, indicando una falta de credibilidad de las ONGs frente a la comunidad.

Preguntados **para quién donarían** si tuvieran la oportunidad, la mayoría de los no donadores (71,5%) respondió que lo harían para las personas necesitadas, seguidas por las campañas benéficas (31,7%), la comunidad (22,1%) y las Iglesias (16%). Apenas el 11,4% afirmó que donaría para las ONGs y el 3,2% para los Fondos Públicos, en caso de tener esa oportunidad, y reforzando que los instrumentos públicos y las ONGs enfrentan una resistencia como intermediarios de la donación.

En el caso de las organizaciones, la principal razón que las lleva a promover acciones sociales es la de contribuir para mejorar las condiciones de vida de la comunidad (primera opción para el 52,8% de los entrevistados). En segundo lugar, aparece “contribuir para una organización que haga un trabajo social relevante” (19,4%). Una tercera razón, mencionada por el 16,7%, es “fortalecer su imagen, la imagen de sus productos y ampliar el reconocimiento de la marca”. El ítem menos citado, según la investigación, fue el de influenciar en las políticas públicas, con el 2,8%. Esos datos muestran que los resultados de la acción social (inclusive aquellos para las propias organizaciones) son tenidos en cuenta en los motivos para donar, denotando un perfil más pragmático.

Sobre los factores de influencia más mencionados por las organizaciones, como los estímulos para la inversión social, se destacan: (1) “conocer la organización que promueve la acción y saber la efectividad de su trabajo” (63,9% de las citaciones); (2) “conocer los resultados obtenidos con la acción” (52,8%) y (3) “saber que su donación transformó la realidad social, generando impactos positivos” (50%). Los factores de menor influencia para las organizaciones que invierten son: recibir un estímulo (telefonema, pedidos, comunicación, etc.), el 19,4% o un incentivo para donar (fiscal, imagen, etc.), el 13,9%.

Cuando se les preguntó sobre la utilización de los incentivos fiscales, el 33,3% de las organizaciones donadoras afirmó usarlos, lo que significa un porcentaje alto en comparación con otros estudios nacionales⁷. Ese porcentaje se justifica, principalmente, por la utilización de incentivos municipales y estatales, los cuales son más accesibles de acuerdo a las organizaciones investigadas.

En cuanto a los no donadores corporativos (4 microempresas, 1 pequeña empresa y 2 cooperativas), el motivo principal para no realizar ningún tipo de acción social es la falta de recursos (71,4%). Ese resultado también se equipara al estudio coordinado por Peliano (2006), en el que 62% de las organizaciones que no donaban alegaron como principal motivo la falta de dinero.

Cuando se les preguntó qué tipo de acción social era la más adecuada para el perfil de su organización, los no donadores estudiados respondieron que si ellos fueran a realizar alguna inversión, apoyarían una organización que articulase iniciativas y promoviese programas y proyectos sociales en la comunidad (28,6%), o entonces, formularían, implementarían y evaluarían los proyectos sociales propios de su organización (28,6%). De ese modo, se concluye que existe potencial para que esas organizaciones realicen inversiones en su comunidad, futuramente.

5.- Un análisis de conjunto: perspectivas y límites en la promoción de la participación cívica local

Los datos presentados permiten concluir que en la Gran Florianópolis, así como en Brasil, la ISP presenta un gran potencial en términos de ampliación de la participación cívica, ya que la gran mayoría de los individuos (77,4%) y organizaciones (85,7%) afirma haber realizado algún tipo de inversión, en el último año. Por otro lado, se observa la disposición para la inversión social de aquellos que todavía no son donadores, en caso de tener alguna oportunidad. Mientras tanto, ese potencial nos parece poco aprovechado, tanto por los inversores como por las organizaciones beneficiadas por los mismos.

En lo que se refiere a los individuos donadores de la Gran Florianópolis, los mismos realizan donaciones, en su mayoría, para las personas necesitadas, de forma esporádica y directa, con el objetivo de atender situaciones de emergencia. Eso demuestra un perfil predominantemente asistencial. La mayoría de esos individuos no se involucra con la causa que apoya, no acompaña los resultados de su donación, ni tiene una idea clara y objetiva sobre esos resultados. En general, la práctica de la donación está asociada, en esos casos, a la caridad y a filantropía junto a los excluidos, confirmando el patrón de otras investigaciones realizadas en el ámbito nacional, como la de Landim y Scalón (2000), y la de Schlithler, Kisil y Correia (2008). Se observa que ese patrón dominante de la donación, como una práctica de caridad y asistencia, es un valor típico de la esfera privada (Landim, Scalón, 2000). Y el mismo acaba debilitando el potencial de la ISP como promotor de la participación cívica y de los verdaderos cambios en la esfera pública.

7.- Investigación coordinada por Peliano (2001 y 2006) reveló que el ISP corporativo, en Brasil, está poco influenciado por la política de beneficios tributarios. Según ese estudio, si el porcentaje de empresarios que utilizaban los beneficios fiscales ya era pequeño en el 2000, apenas 6% en el 2004, el mismo es todavía menor: solamente 2% de las empresas que actuaron en el área social hicieron uso de los incentivos. Para la autora, ese resultado confirma que el involucramiento social del sector privado ocurre independientemente del incentivo del Estado.

Sin embargo, se verifica que aunque sean una minoría, una parte relevante de los donadores individuales, estudiados en la Gran Florianópolis (27,6%), se involucra con la causa que apoya, y su comportamiento difiere de aquellos individuos que no se involucran. Tal constatación puede indicar una tendencia de cambio, que ya fue mencionada por otras investigaciones nacionales, de que algunas donaciones individuales han salido del dominio privado y se encuentran en la esfera pública.

En el caso de las organizaciones que realizan algún tipo de acción social, se observa que las mismas presentan una actuación más formal (profesional) que los donadores individuales, y ejercen un mayor control social sobre las donaciones realizadas. La gran mayoría afirma que se involucra con la causa, acompaña y conoce los resultados de sus donaciones. Aunque la evaluación parezca estar más basada en las prácticas poco objetivas, gran parte de las organizaciones evalúa los resultados de su inversión y sabe describirlos de forma objetiva, si se compara con los individuos estudiados. Esos factores han contribuido, ciertamente, para ampliar el impacto de esa práctica y su efectividad en la promoción de acciones sociales en la esfera pública. Mientras, tal constatación todavía no nos permite calificar la acción social de las organizaciones investigadas como un vector de fomento para la participación cívica.

Esto es así porque la mayoría de las organizaciones que promueven acciones sociales todavía lo hacen de forma aislada, y sin involucrar la participación de sus diferentes *stakeholders* en la gestión de la ISP (especialmente de las comunidades y de los beneficiarios); dialogan poco con las diferentes instancias gubernamentales y tienen una actuación poco dirigida para la promoción de los reales impactos en la sociedad. La mayoría de las decisiones y la gestión de la inversión social se concentra en las manos de la cúpula directiva, y no existe un diálogo amplio sobre la definición y la implantación de las agendas de la ISP.

Aunque haya una mayor profesionalización de las prácticas de la ISP, en la mayoría de los casos, su operación queda a cargo de los técnicos en contacto con las diferentes áreas funcionales de la organización (como marketing, finanzas y producción), los cuales no poseen formación ni experiencia en el campo social. Si por un lado, esa perspectiva podría llevar a una mayor participación de los diferentes “agentes” de la organización con las prácticas filantrópicas, por otro lado, la “acción pública”, en ese caso, corre un riesgo mayor de estar sometida a los intereses privados.

Podemos concluir, entonces, que la ISP es una práctica que tiene la posibilidad objetiva de estimular el involucramiento voluntario y la participación ciudadana en la esfera pública, tanto de los individuos como de las organizaciones. En la Gran Florianópolis, observamos que en el ámbito corporativo e individual esa práctica involucra un número expresivo de personas e instituciones, como así mismo, una cantidad razonable de recursos privados invertidos en la esfera pública, ya sea en dinero, bienes o servicios. La ISP puede ser vista, entonces, como un nuevo tipo de acción pública y sus agentes se convirtieron en importantes actores en la escena del desarrollo comunitario, comenzando por el barrio, pasando por el distrito y llegando hasta las ciudades.

Además, para potencializar los efectos de esa práctica en términos de ampliación de la participación cívica y la promoción de la coproducción de bienes y servicios públicos, se hace necesario reforzar su dimensión política y pública (Sauerbronn, Sauerbronn, 2011). Eso implica en la práctica: la diversificación de los agentes involucrados y la intensificación de la relación entre ellos (principalmente los inversores y los beneficiados); un mayor diálogo de los agentes privados con los gestores públicos; un mayor enfoque en los impactos de la inversión y no apenas en los resultados inmediatos de la donación. Y, principalmente, un mayor énfasis en las acciones de largo plazo y en las políticas públicas específicas, en lugar de acciones/proyectos desconectados, meramente de emergencia y/o de cuño humanitario.

Todos esos factores indican limitaciones en relación a esa práctica. Tales limitaciones deberán ser suplantadas para que la ISP se vuelva un medio de fortalecimiento de la participación cívica. Es importante destacar que la superación de esos límites se dará en la práctica, en ese espacio de tensión, de lucha, así como de diálogo, cooperación y compromiso que está en la interface de las esferas pública y privada (Bauman, 2000). En otras palabras, serán los diferentes sujetos involucrados con la práctica de la ISP que, a partir de sus experiencias y conocimientos, serán capaces de suplantar esos desafíos.

Los autores agradecen a la Fundación de Apoyo a la investigación del Estado de Santa Catarina (FAPESC) y al Consejo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico (CNPQ) por el apoyo financiero concedido, el cual permitió la realización de este estudio. Ellos agradecen también a la Universidad del Estado de Santa Catarina (UDESC) por la concesión de dos becas de iniciación científica, durante el desarrollo de la presente investigación.

6.- Referencias

- ABREU, M.C.S de, SILAVA FILHO, J.C.L da, OLIVEIRA, B.C. & HOLANDA JUNIOR, F.L. (2008): "Perfis estratégicos de conduta social e ambiental: estudos da indústria têxtil nordestina", *Gestão e Produção [online]*, 15(1), 159-172.
- AKSARTOVA, S. (2003): "In search of legitimacy: peace grant making of US philanthropic foundations, 1988-1996", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 32(1), 25-46.
- ALFORD, J. (2002): "Why do public-sector clients coproduce? Toward a contingency theory", *Administration & Society*, 34(1), 32-56.
- ANDION, C., BECKER, Y. & VICTOR, I. (2012): "Is Private Social Investment a form of Goods Coproduction? An Overview of The Brazilian Reality", *Annals of Public and Cooperative Economics*, 83(3), 407-433.

- BASSETO, L.T. (2010): "A incorporação da responsabilidade social e sustentabilidade: um estudo baseado no relatório de gestão 2005 da companhia paranaense de energia", *Gestão e Produção [on line]*, 17(3), 639-651.
- BAUMAN, Z. (2000): *Em busca da política*. Zahar, Rio de Janeiro.
- BEKKERS, R. & WIEPKING, P. (2007): *Understanding Philanthropy. Review of 50 Years of Theories and Research*, Vrije Universiteit Amsterdam: Department of Philanthropic Studies.
- BEKKERS, R. & WIEPKING, P. (2011): "A Literature Review of Empirical Studies of Philanthropy: Eight Mechanisms That Drive Charitable Giving", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(5), 924-973.
- BERNIER, L., BOUCHARD, M. & LÉVESQUE, B. (2003): "Attending to the general interest: new mechanisms for mediating between the individual, collective and general interest in Québec", *Annals of Public and Cooperative Economics*, 74(3), 321-347.
- BIELEFELD, W., ROONEY, P. & STEINBERG, K. (2005): "How Do Need, Capacity, Geography and Politics Influence Giving?". En: Brooks, A. (Ed.), *Gifts of Money in Americas Communities*, Rowman & Littlefield Pub Inc, Lanham.
- BOLTANSKY, L. & THEVENOT, L. (2006): *On Justification. Economies of Worth*, Princeton University Press, Princeton.
- BROOKS, A. (Ed.) (2005): *Gifts of Time and Money in America's Communities*, Rowman and Littlefield, Lanham.
- BRUDNEY, J. & ENGLAND, R. (2003): "Toward a definition of the coproduction concept", *Public Administration Review*, 43(1), 59-65.
- CAPPELLIN, P. & GIULIANI, G.M. (2007): "Virtudes Privadas e virtudes cívicas: sistematização dos hábitos de doar de empresas e fundações". En: Brito, M., Melo, M.E., *Hábitos de doar e Captar Recursos no Brasil*, Peirópolis, São Paulo.
- CEFAÏ, D. (2009): *Como nos mobilizamos? A contribuição de uma abordagem pragmatista para a sociologia da ação coletiva*, Dilemas.
- CEFAÏ, D. (2007): *Porquoi se mobilise-t-on ? Les théories de l'action collective*, La Découverte, Paris.
- CHARITIES AID FOUNDATION (2006): *International comparisons of charitable giving*, Briefing Paper, UK.
- CONCEIÇÃO, S.H. (2011): "Fatores determinantes no *disclosure* em Responsabilidade Social Corporativa (RSC): um estudo qualitativo e quantitativo com empresas listadas na Bovespa", *Gestão e Produção [on line]*, 18(3), 461-472.
- COOPER, T.L. & KATHI P.C. (2005): "Neighborhood councils and city agencies: a model of collaborative coproduction", *National Civic Review*, Spring, 43-53.

- COUTINHO, R.B.G., MACEDO-SOARES, T.D.L.v.A. de, & SILVA, J.R.G (2006): "Projetos sociais de empresas no Brasil: arcabouço conceitual para pesquisas e análises gerenciais", *Revista de Administração Pública*, 40(5), 763-787.
- DENHARDT, R.B. (2012): *Teorias da Administração Pública*, Cengage Learning, São Paulo.
- DOMINGOS, M. de L.C. (2007): "Responsabilidade social nas organizações de trabalho: benevolência ou culpa?", *Psicologia Ciência e Profissão*, 27(1), 80-93.
- DURAN, P. & THOENIG, J.-C. (1996a): "De la régulation croisée à l'institutionnalisation de l'action collective. Les transformations de la gestion publique territoriale". En: *Congrès de l'Association Française des Sciences Politiques*, Aix-Provence.
- DURAN, P. & THOENIG, J.-C. (1996b): "L'État et la gestion publique territoriale", *Revue française de science politique*, 46e année, 4, 580-623.
- ENJOLRAS, B. (Dir.) (2008) : *Gouvernance et intérêt general dans les services sociaux et de Santé*, Peter Lang, Bruxelles.
- FOUNDATION CENTER (2009): *Foundation Today Series*, julho, 2009.
- FUNDAÇÃO ITAÚ SOCIAL, INSTITUTO FONTE (2009): *A avaliação de investimentos sociais no setor privado*, Instituto Fonte e Fundação Itaú Social, São Paulo.
- GOHN, M.G. (2011): *Teoria dos Movimentos Sociais Paradigmas Clássicos e Contemporâneos*, Edições Loyola, 9ª Edição, São Paulo.
- GRANOVETTER, M. (1973): "The strength of weak ties", *American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- GRUPO DE INSTITUTOS FUNDAÇÕES E EMPRESAS (2008): *Censo GIFE 2007-2008*, GIFE, São Paulo.
- GRUPO DE INSTITUTOS FUNDAÇÕES E EMPRESAS (2010): *Censo GIFE 2009-2010*, GIFE, São Paulo.
- INSTITUTO COMUNITÁRIO GRANDE FLORIANÓPOLIS (2011): *Mapeamento das Organizações Não Governamentais da Grande Florianópolis*, ICOM, Florianópolis.
- LANDIM, L. & SCALON, M.C. (2000): *Doações e trabalho voluntário no Brasil*, 7 Letras, Rio de Janeiro.
- LATOUR, B. (2005): *Reassembling the Social. An Introduction to Actor-Network-Theory*, Oxford University Press, New York.
- LAWRENCE, S. & MUKAI, R. (2010): "Foudation Growth and Giving Estimates", *Current Foundations Today Series*, Foundation Center, New York.
- MACKE, J.R.M., CARRION, R.M. & DILLY, E.K. (2010): "Programas Sociais Corporativos e Capital Social. Proposta de Qualificação", *Revista de Administração Contemporânea*, 14(5), 836-853.

- MARSHALL, M.J. (2004): "Citizen participation and the neighborhood context: a new look at the coproduction of local public goods", *Political Research Quarterly*, 57(2), 231-244.
- MCKINSEY & COMPANY (2008): "The State of Corporate Philanthropy: a McKinsey Global Survey", *McKinsey Quarterly*.
- MILANI, C.R.S. (2008): "O princípio da participação social na gestão de políticas públicas locais: uma análise de experiências latino-americanas e europeias", *Revista de Administração Pública*, 42(3), 551-579.
- MILANI FILHO, M.A.F. (2008): "Responsabilidade Social e Investimento Social Privado: Entre o Discurso e a Evidenciação", *Revista Contabilidade e Finanças da USP*, 19(47), 89-101.
- MIRANDA, R.A. de & AMARAL, H.F. (2011): "Governança corporativa e gestão socialmente responsável em empresas estatais", *Revista de Administração Pública*, 45(2), 435-458.
- NADIR Jr A.M., SALM, J.F. & MENEGASSO, M.E. (2007): "Estratégias e ações para a implementação do ICMS ecológico por meio da coprodução do bem público", *Revista de Negócios*, 12(3), 62-73.
- NOGUEIRA, F.A. & SCHOMMER, P.C. (2009): "Quinze Anos de Investimento Social Privado no Brasil: Conceito e Práticas em Construção", *Anais do XXXIII Encontro Nacional da Associação Nacional dos Programas de Pós-graduação em Administração (ANPAD)*, ANPAD, São Paulo.
- OLIVEIRA, B. & GOUVEA, M.A. (2010): "A importância das ações sociais empresariais nas decisões de compra dos consumidores", *Gestão e Produção [On line]*, 17(4), 791-800.
- PAOLI, M.C. (2002): "Empresas e responsabilidade social: os enredamentos da cidadania no Brasil". En: Sousa Santos, B. (Org.), *Democratizar a Democracia. Os Caminhos da Democracia Participativa*, Civilização Brasileira, Rio de Janeiro.
- PELIANO, A.M. (2011): *Bondade ou interesse: Como e porque as empresas atuam na área social*, IPEA, Brasília.
- PELIANO, A.M. (2006): *A Iniciativa Privada e o Espírito Público. A Evolução da Ação Social das Empresas Privadas no Brasil*, IPEA, Brasília.
- PEREIRA, C. (2001): *Captção de recursos: conhecendo melhor porque as pessoas contribuem*, Editora Mackenzie, São Paulo.
- PESTOFF, V. (2009): "Toward a paradigm of democratic participation: participations and co-production of personal social service in Sweden", *Annals of Public and Cooperative Economics*, 80(2), 197-224.
- PRINCE, R.A. & FILE, K.M. (1994): *The seven faces of philanthropy: a new approach to cultivating major donors*, Jossey Bass, San Francisco.

- SARGEANT, A. & WOODLIFFE, L. (2007): "Gift giving: an interdisciplinary review", *International Journal of Nonprofit and Voluntary Sector Marketing*, 12, 275-307.
- SAUERBRONN, F.F. & SAUERBRONN, J.F.R. (2011): "Estratégias de responsabilidade social e esfera pública: um debate sobre *stakeholders* e dimensões sociopolíticas de ações empresariais", *Revista de Administração Pública*, 45(2), 435-458.
- SCHLITHLER, C., KISIL, M. & CORREIA, T.O. (2008): *Descobrimo o investidor social local: perfil e características*, IDIS, São Paulo.
- SCHOMMER, P.C. (2000): "Investimento Social das Empresas. Cooperação Organizacional num Espaço Compartilhado", *O & S*, 7(19), 145-160.
- TING- YUAN HO, A. (2006): *Charitable giving: what makes a person generous?*, Faculty of the Graduate School of Arts and Sciences of Georgetown University, Washington, D.C
- VAILLANCOURT, Y. (2009): "Social economy in the co-construction of public policy", *Annals of Public and Cooperative Economics*, 80(2), 275-314.
- VAN SLYKE, D.M. & BROOKS, A.C. (2004): "Why do people give? New evidences and strategies for nonprofit managers", *American Review of Public Administration*, 35(3), 199-222.
- VERSTELUND, L. (2006): "Why do People Give?". En: Steinberg, R., Powell, W.W. (Org.), *The Nonprofit Sector*, Yale Press, Yale.
- WHITAKER, G.P. (1980): "Coproduction: citizen participation in service delivery", *Public Administration Review*, 40, 240-246.
- WHITEHEAD, J.C., STEGER, C. & PARSONS, C. (2006): *Exploring Corporate Philantropy*, CECF, New York.

