



---

**Universidad de Valladolid**

**Facultad de Ciencias  
Económicas y Empresariales**

**Trabajo de Fin de Grado**

**Doble Grado en Derecho y Administración y  
Dirección de Empresas**

**La transparencia online en el  
Tercer Sector**

Presentado por:

***Claudia Sánchez-Crespo González***

Tutelado por:

***Víctor Martín Pérez***

*Valladolid, 4 de julio de 2019*

## **RESUMEN DEL TRABAJO**

El presente estudio realiza una investigación sobre las organizaciones sin ánimo de lucro para la cooperación y el desarrollo en España, verificadas como transparentes por organismos externos como son la Coordinadora Española de ONGD y la Fundación Lealtad, respecto de lo transparentes que son también sus páginas web. Tras estudiar el significado y la importancia que tienen la transparencia y la rendición de cuentas en este tipo de organismos, se evaluará la calidad de transparencia que poseen sus sitios web, entendiendo tales como una fuente de información rápida y muy accesible para todos los *stakeholders* interesados en las mismas.

## **PALABRAS CLAVE**

Transparencia, organizaciones sin ánimo de lucro, CONGDE, Fundación Lealtad, páginas web.

## **CÓDIGO JEL/JEL CODE**

C400, L300, L310.

## **ABSTRACT**

The current research makes an investigation about non-governmental development organizations in Spain, verified as transparent by the external entities of the Spanish Development NGO Coordinator and the Lealtad Foundation, and how transparent their websites are. After studying the meaning and importance of transparency and accountability in this type of organizations, the quality of transparency of their websites will be evaluated, understanding them as a source of quick and accessible information for all the stakeholders who could be interested on them.

## **KEYWORDS**

Transparency, non-governmental development organizations, the Spanish Development NGO Coordinator, Lealtad Foundation, websites.

## ÍNDICE DE CONTENIDOS

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	<b>5</b>
<b>2. TRANSPARENCIA, BUEN GOBIERNO Y RENDICIÓN DE CUENTAS</b> .....	<b>6</b>
2.1. Qué son la transparencia, la rendición de cuentas y el buen gobierno .	6
2.2. Desarrollo histórico de la transparencia. ¿Por qué se perdió la confianza en las organizaciones sin ánimo de lucro? .....	8
<b>3. CONTENIDO, DESTINATARIOS E INSTRUMENTOS DE TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS</b> .....	<b>11</b>
3.1. Contenido.....	11
3.2. Destinatarios .....	12
3.3. Instrumentos e iniciativas .....	14
3.3.1. Primera fase: recogida de información .....	14
3.3.2. Segunda fase: evaluación de la información .....	15
<b>4. LOS SELLOS DE TRANSPARENCIA EN LA FUNDACIÓN LEALTAD Y LA COORDINADORA DE ONG. LA DIVULGACIÓN EN INTERNET</b> .....	<b>16</b>
4.1. El sello de transparencia en la Fundación Lealtad.....	16
4.2. El sello de transparencia en la CONGDE.....	18
4.3. La divulgación en Internet .....	19
<b>5. METODOLOGÍA</b> .....	<b>21</b>
5.1. Muestra .....	21
5.2. Medidas.....	22
5.3. Análisis empírico .....	24
<b>6. RESULTADOS</b> .....	<b>24</b>
<b>7. CONCLUSIONES</b> .....	<b>31</b>
<b>8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS</b> .....	<b>33</b>
<b>9. ANEXOS</b> .....	<b>36</b>
9.1. ANEXO I: muestra de ONGD con la que se ha llevado a cabo el estudio .....	36

9.2.	ANEXO II: ítems evaluados dentro del IDI de Gálvez <i>et. al.</i> (2012) ....	37
9.3.	ANEXO III: Índices de Divulgación de las ONGD analizadas.....	39

## 1. INTRODUCCIÓN

Nos encontramos en una sociedad actualmente gobernada por las nuevas tecnologías. Empresas y organizaciones de todo tipo pueden llegar a clientes en cualquier parte del mundo haciendo eco de su labor mediante el gigante de Internet, que a día de hoy nos permite, al tiempo que pulsamos un solo botón, acceder a ingentes cantidades de información.

En este contexto, las sociedades exigen cada vez más transparencia en las entidades, especialmente las organizaciones sin ánimo de lucro, cuyo único producto ofrecido son precisamente los fines sociales con los que se comprometen activamente. Mediante la transparencia y la rendición de cuentas, las organizaciones no gubernamentales pueden obtener como importante intangible la confianza de los *stakeholders* o grupos interesados en la organización, convirtiéndose en una herramienta clave de valor añadido.

Siendo así, puede parecer evidente que este tipo de organizaciones se interesen en obtener certificación de ser transparentes bajo el criterio de otros organismos externos y objetivos, y es precisamente lo que sucede con los sellos de transparencia ofrecidos por la Coordinadora de ONGD (en adelante, CONGDE) y la Fundación Lealtad, que bajo el cumplimiento de determinados requisitos, ofrecen a organizaciones no gubernamentales su certificación como entidades fieles a sus criterios de transparencia.

Pero, ¿qué hay de la divulgación por Internet? Como bien hemos adelantado, este nuevo instrumento ha entrado en el juego empresarial a todos los niveles, y puede ser de interés considerar que las organizaciones no gubernamentales no sólo se preocupan de obtener certificados de transparencia externos, sino también de ofrecer a sus *stakeholders*, directamente y de forma rápida y accesible, información clara y transparente en cuanto a su actividad, su financiación y la manera concreta en la que se organizan.

Pues bien: sobre esta base se encuentra precisamente el presente estudio. Tras analizar qué son la transparencia, la rendición de cuentas y el buen gobierno, y por qué son tan relevantes en la actualidad para las organizaciones no gubernamentales, realizaremos una revisión de los sitios web de las organizaciones no lucrativas para el desarrollo certificadas en la

actualidad por la CONGDE y la Fundación Lealtad y comprobaremos si estas entidades que dicen ser transparentes bajo el criterio de estos organismos externos, lo son también en sus páginas web. Cuestionándonos en otros términos: ¿ofrecen estas entidades en sus dominios web información relevante y de interés para todos sus *stakeholders*? En las siguientes páginas, lo evaluaremos.

Para realizar este estudio se ha utilizado el Índice de Divulgación de información elaborado por Gálvez *et. al.* (2012), dividido en sus tres subíndices –organizacional, de actividades y financiero–, y en atención a las páginas web de las distintas entidades seleccionadas para la muestra.

## **2. TRANSPARENCIA, BUEN GOBIERNO Y RENDICIÓN DE CUENTAS**

### **2.1. Qué son la transparencia, la rendición de cuentas y el buen gobierno**

Para comprender la importancia de estos conceptos en el marco de las organizaciones no lucrativas, y entender por qué se han implantado sistemas de estándares mínimos y códigos éticos que realicen un seguimiento en materia de transparencia y buen gobierno dentro de estas organizaciones, conviene previamente detenerse a analizar qué entendemos concretamente por transparencia, rendición de cuentas y buen gobierno.

Y es que nos encontramos en una época donde todo tipo de instituciones, tanto públicas como privadas, se encuentran constantemente en el punto de mira, acusadas de falta de transparencia o mal gobierno. Resulta en cierta medida alarmante comprobar cómo algunos informes, como el “Índice de Corrupción Percibida” de la ONG Transparencia Internacional (Navarro, 2014) sitúan a España en un muy mal lugar en esta materia.

**¿Qué es, por tanto, la transparencia?** En sus inicios fue comprendida como una herramienta durante la transición del Estado absolutista al Estado de derecho, pues se entendía que si los gobernantes mantenían algo en secreto, se creaba una advertencia sobre lo negativo de aquello que se intenta ocultar. Norberto Bobbio (1986) enmarcaba el concepto en las siguientes palabras:

*“Creo que no tengo necesidad de insistir en la validez del principio de publicidad para distinguir el buen gobierno del mal gobierno. [...] En el momento en que nace el escándalo es el momento en que se hace público un acto o una serie de actos que, hasta ese momento, se habían mantenido en secreto u escondidos, en cuanto no podían ser hechos públicos porque, si esto sucedía, tal acto o serie de actos no podían ser realizados.”*

La cuestión de transparencia resulta especialmente relevante dentro de las organizaciones sin ánimo de lucro, puesto que su único producto es un fin social. La transparencia y el buen gobierno no deben relacionarse con cuestiones de mera burocracia; se trata de dos herramientas que añaden valor a la organización, permitiendo adquirir un importante intangible: la confianza de los *stakeholders* o grupos de interés para la organización, de los que hablaremos más tarde. En la misma línea, la falta de transparencia genera desconfianza: se da pie a pensar que si algo no se muestra, es porque existen razones de peso para ocultarlo, pudiendo conducir al descrédito de la organización y hacer mella en su reputación.

Por tanto, podemos concluir que la transparencia dentro de las organizaciones sin ánimo de lucro consiste en *“ofrecer a determinados colectivos —normalmente relacionados con la propia base social— la información relevante sobre el ser y el hacer de la propia organización buscando generar confianza y adhesión”* (Castejón Silvo, González de la Torre, Huélamo Villanueva, Medina Rey, 2014). Se trata esencialmente de no esconder información importante para los *stakeholders*.

En cuanto a la **rendición de cuentas**, se trata de aquella acción mediante la cual las entidades sin ánimo de lucro comunican a los colectivos o grupos de interés ya mencionados, qué es lo que hace la organización, y a su vez cómo lo hace, cuánto gasta en el desempeño de su actividad, cómo financia tales gastos y qué resultados alcanza finalmente. La rendición de cuentas, y también la voluntad de ser transparente por parte de la organización, pueden englobarse dentro de un concepto más amplio denominado *“accountability”*, *“el cual está relacionado con la acción de gobernar y ser buen gobernante”* (Codorniu, 2009), entendiendo entre tales nociones la responsabilidad de atender a las peticiones e intereses de los distintos

colectivos interesados en mayor o menor medida en las entidades (los ya mencionados *stakeholders*).

En combinación, la transparencia y la rendición de cuentas hacen referencia a la capacidad y la voluntad que tienen las organizaciones de ofrecer aquella información exigida no sólo por sus participantes y donantes, sino también por todos aquellos ciudadanos relacionados o interesados en las mismas.

Por último, podemos también hacer mención al término de **buen gobierno** dentro de las organizaciones sin ánimo de lucro, más relacionado con la eficacia y eficiencia en su funcionamiento: consiste esencialmente en el impulso de una serie de buenas prácticas que garanticen la correcta organización de la entidad, siempre dentro de un marco éticamente correcto.

## **2.2. Desarrollo histórico de la transparencia. ¿Por qué se perdió la confianza en las organizaciones sin ánimo de lucro?**

Para comprender mejor el porqué de la importancia de la transparencia, buen gobierno y rendición de cuentas en las entidades del Tercer Sector, es preciso retrotraernos a la evolución histórica que ha tenido la confianza en este tipo de organizaciones. Desde la caída del muro de Berlín de 1989 se produjo una expansión de la democracia, y la democracia trae implícita tanto la transparencia como la responsabilidad en la rendición de cuentas ante la sociedad. Fue también en este año cuando el concepto de “Buen Gobierno” sería utilizado por primera vez en la publicación “*Sub-saharan Africa: From crisis to sustainable growth*”, del Banco Mundial (1989), donde se trataba el tema de la crisis en África Subsahariana, y cómo la corrupción de los gobiernos y su resistencia a implantar reformas impedía que la gestión de la Ayuda Oficial al Desarrollo fuera eficaz. Las propias organizaciones no lucrativas fueron, en un primer lugar, quienes promovieron la exigencia de transparencia dentro de organizaciones tanto empresariales como políticas, mientras la idea de gobernanza y “buen gobierno” ganaba fuerza y aceptación. Así, poco a poco, se empezaron a cuestionar regímenes de dudosa legitimidad y malas prácticas de gobierno con falta de transparencia.

Sin embargo, en el año 2001 se produjo una crisis generalizada de la credibilidad tanto en el mundo empresarial como en el mundo político (de la mano de empresas como Enron o WorldCom, o de los incidentes del 11 de septiembre en Estados Unidos), y esta crisis alcanzó también a las organizaciones sin ánimo de lucro. La desconfianza en las organizaciones lucrativas en materia de buen gobierno y de control de sus actividades financieras también salpicó a las organizaciones sin fines lucrativos, especialmente desde que se conocieron casos de corrupción dentro del Tercer Sector –desde escándalos destapados durante las ayudas ofrecidas tras el “tsunami asiático” de 2004, donde se descubrieron malversación de los fondos humanitarios y corrupción en la distribución de las ayudas ofrecidas; hasta la revelación de fallos éticos en organizaciones no lucrativas por parte de la prensa estadounidense, destacando elevados salarios de los ejecutivos, grandes gastos en viajes y notables fallos en la eficiencia a la hora de alcanzar los objetivos propuestos.

Si bien es cierto que los niveles de confianza en las organizaciones no lucrativas seguían siendo superiores a los que la sociedad depositaba en organizaciones empresariales o políticas, se empezó a reclamar nuevas medidas de control y transparencia para estas organizaciones del Tercer Sector. Los resultados de los estudios de *Brooking Institution* (Codorniu, 2009), que pueden apreciarse dentro de la **tabla 2.1**, demostraron la caída de la confianza en este tipo de organizaciones tras los atentados del 11S, si bien es cierto que tal nivel mejoró levemente transcurridos tres años.

<b>TABLA 2.1: EVOLUCIÓN DE LA CONFIANZA EN LAS ONL</b>			
	DICIEMBRE DE 2001	SEPTIEMBRE DE 2002	AGOSTO DE 2004
MUCHO	24%	13%	15%
ALGO	62%	47%	50%
NADA	11%	26%	25%

**Fuente:** CODORNIU, J.M., “La transparencia y la rendición de cuentas en el Tercer Sector”. Fundación Luis Vives, 2009, p. 17.

Por lo que respecta a nuestro país, la imagen del Tercer Sector en España tiende a relacionarse con el desconocimiento sobre gestión dentro de las organizaciones sin fines lucrativos y con los estereotipos en torno a sus

actuaciones; se asocian con el reconocimiento público y su poder de influencia en el ámbito político o legislativo, pero también con su falta de eficiencia en el desarrollo de actividades. Dentro de las encuestas del centro de investigaciones sociológicas (CIS) se hace referencia a la confianza de la sociedad depositada en las organizaciones sin fines lucrativos, y se observa continuamente que el descubrimiento de un nuevo caso de corrupción en una de ellas perjudica a la confianza de todo el Tercer Sector. No obstante, estudios como el realizado por la Asociación de Organizaciones no Gubernamentales usuarias de Marketing Directo (AOMD) en 2004 (Estudio realizado entre el 5 de noviembre y el 7 de diciembre de 2004; artículo publicado en Expansión, 4-03-2005) verifican que, al menos en nuestro país, las organizaciones no lucrativas siguen teniendo mejores niveles de confianza que otro tipo de entidades.

Se está exigiendo cada vez más a las organizaciones no lucrativas niveles crecientes de transparencia, a tenor de su contribución tanto en el capital social como en el capital económico del país. Hay que tener en cuenta que actualmente las entidades del Tercer Sector se han convertido en auténticos grupos de presión, capaces de influenciar en decisiones políticas de los Gobiernos que puedan mejorar el bienestar de la sociedad. Así, este tipo de organizaciones inciden en el ámbito político, detectan y atienden necesidades sociales y problemas emergentes, colaboran en diversos servicios dentro de la sociedad y promueven la integración social. En materia de misión y valores de la entidad, dejar vía libre al acceso de información sobre sí mismas resultará esencial de cara a atraer a personas que ofrezcan sustento y respaldo a este tipo de entidades, pudiendo así impulsar su actuación y cimentar su legitimidad (Medina Rey, 2009).

Por todo ello, se desprende la responsabilidad que tienen estas organizaciones ante los ciudadanos, y el porqué de ofrecer unos baremos de transparencia que garanticen y protejan la confianza que la propia sociedad ha depositado en ellas.

### 3. CONTENIDO, DESTINATARIOS E INSTRUMENTOS DE TRANSPARENCIA Y RENDICIÓN DE CUENTAS

#### 3.1. Contenido

Habiendo comprendido la importancia y el valor estratégico de la transparencia y la rendición de cuentas en el contexto de las entidades sin ánimo de lucro, cabe centrarnos en su contenido, los destinatarios para los que ha de estar disponible esta información, y los instrumentos disponibles para verificar los estándares de transparencia.

Y es que hay que tener en cuenta que la transparencia no debe limitarse a la publicación más o menos formal y periódica de información aleatoria o meramente financiera respecto de la organización. Debe tratarse de una información que cumpla con una serie de premisas (Navarro, 2014. P.46): 1) debe ser una información veraz y completa; 2) una información comprensible e inteligible; y finalmente, 3) pública y fácilmente accesible.

¿Cuáles son, por tanto, los temas relevantes a tratar dentro de aquella información que las organizaciones no lucrativas deben ofrecer? ¿Qué información en concreto de la entidad sin ánimo de lucro debe estar disponible? Medina Rey (2009) realizó una clasificación de seis bloques temáticos, enunciando los siguientes.

En primer lugar, la organización debe ofrecer información completa respecto de su propia **identidad**. Aspectos tales como su forma jurídica de constitución, sus orígenes, su trayectoria, y cualquier posible vínculo de la misma con grupos religiosos o políticos que ayuden a comprender mejor la línea ideológica y valores de la entidad. Por supuesto, la información respecto de su misión y valores resultará esencial.

Este punto está muy relacionado con la **orientación estratégica** de la organización. ¿Cuáles son los principios de la entidad? ¿Cuál es su línea de actuación? ¿A qué colectivos se dirige prioritariamente? Estas cuestiones son especialmente importantes para captar la colaboración de otras personas e instituciones.

También debe conocerse la **estructura organizativa** de la entidad. El órgano de gobierno será el encargado de dirigir la actividad de la organización, y es por ello conveniente que se conozca la pluralidad existente en el mismo.

En cuarto lugar, debe conocerse el **funcionamiento y la gestión** de la entidad, esto es: comprender no sólo qué se hace, sino también cómo se hacen las cosas. Estas cuestiones son más importantes para aquellos que se encuentren directamente relacionados con la organización, como los trabajadores o los voluntarios.

Por supuesto, debe conocerse información sobre la **financiación** de la entidad. Datos por parte de auditorías externas, las fuentes de financiación, los ingresos y su peso en la estructura de la organización son algunos de los temas que más preocupan al público general en torno a las organizaciones sin ánimo de lucro.

Y como último bloque temático, conviene también dar a conocer los **resultados** de la entidad. Con los recursos de los que dispone, ¿cuáles son sus objetivos alcanzados? La medición de resultados puede convertirse en una cuestión compleja, por lo que no sólo es necesario hacer mención a los proyectos llevados a cabo, sino también a los indicadores utilizados para evaluar su éxito.

### **3.2. Destinatarios**

Una vez analizadas las dimensiones de la transparencia y rendición de cuentas, cabe preguntarnos lo siguiente: ¿a quién debe ir dirigida esta información? Ya hemos comprendido la necesidad de que la información que las organizaciones sin fines de lucro han de divulgar, debe responder a las preguntas que puedan tener los interesados en las mismas: aquellos que, de una u otra forma, estén relacionados con la organización, o bien que se vean afectados por su actividad. Pero, ¿quiénes son concretamente tales interesados?

Tradicionalmente se consideraba que los destinatarios de esta transparencia eran simplemente los donantes y financiadores de la organización. Este concepto se ha ampliado en la actualidad, considerándose

que los destinatarios de la rendición de cuentas son todos los *stakeholders* o grupos de interés. Codorniu (2009) estableció una diferenciación de estos grupos, identificando los socios internos y los socios externos, a tenor de la relación existente entre el grupo en cuestión y la propia organización, y de sus distintas expectativas e intereses.

Así pues, los **socios internos** serían aquellos que tendrían una relación directa con la entidad, ya fuera porque participan de forma activa con la actividad de la organización, o bien porque fueran beneficiarios de sus servicios prestados. Estaríamos hablando de grupos tales como los socios adheridos a la organización, los trabajadores y voluntarios, las entidades colaboradoras en los proyectos, los profesionales externos y por supuesto, los destinatarios de las actuaciones de la entidad.

Por su parte, los **socios externos** serían aquellos que también tendrían algún tipo de vínculo con la organización, pero este ya no sería tan directo como en el caso de los socios internos. Este sería el caso de los donantes, los proveedores, las instituciones bancarias, las administraciones públicas y la sociedad en general.

De manera que son muchos y muy variados los colectivos a los cuales las entidades han de rendir cuentas. Cabe entender que tanto el alcance como la intensidad de la información a recibir serán diferentes en cada caso. Por ello, debe ser la propia organización la que establezca los protocolos y sistemas de registro de datos que permitan ordenar toda la información y satisfacer las necesidades de cada *stakeholder*. Este es el punto que nos lleva a comprender la necesidad de “establecer un sistema organizativo global e integrado en el que cada programa o área de actuación tenga asignado un sistema de información que sea capaz proporcionar información sobre los resultados” (Codorniu, 2009), sirviéndonos en el proceso de una serie de instrumentos que evaluaremos a continuación.

### 3.3. Instrumentos e iniciativas

#### 3.3.1. Primera fase: recogida de información

Avanzando en nuestro análisis cabe comprender la evidente asociación entre la transparencia y la información: las entidades sin ánimo de lucro, por tanto, habrán primero de recoger la información pertinente, de manera que esta pueda ser posteriormente analizada en pos de la comprobación de la transparencia de la organización. Hemos de tener en cuenta que esta información no ha de limitarse a datos meramente financieros, puesto que la rendición de cuentas dentro del tercer sector ha de abarcar también cuestiones relativas al marco estratégico de la entidad, los procesos llevados a cabo y los resultados alcanzados. Siempre debe tenerse en mente que, como se comentaba con anterioridad, la información que se facilitará a los distintos *stakeholders* no será la misma (pues no tienen los mismos intereses en la organización), pero la entidad debe estar preparada para rendir cuentas ante cualquier aspecto en relación consigo misma y que pueda ser solicitado.

De manera que en una fase previa ha de llevarse a cabo la **recogida de información** sobre las distintas áreas de la organización (tales como el área directiva, el área de actividades, el área de recursos humanos y por supuesto, el área económico-financiera), la cual podrá llevarse a cabo tanto con recursos propios como mediante la ayuda de profesionales externos. Esta información se someterá a una fase de **evaluación** posterior mediante sistemas de indicadores.

Respecto de la fase de recogida de información, debe tenerse en cuenta que esta debe realizarse en tiempo real y ha de mostrar aspectos esenciales de la gestión, de manera que puedan dirigirse, controlarse y evaluarse las decisiones, las actuaciones y los resultados de la entidad. Entre las herramientas de las que disponen las organizaciones para realizar esta generación de información, podemos enumerar las que Codorniu (2009) desarrolló en profundidad: 1) Los sistemas de información, es decir, registros y documentos que describan hechos, acuerdos, registros económicos y cualquier otro tipo de información cualitativa o cuantitativa, necesaria para la organización; 2) Las herramientas evaluadoras (ratios), que permitan comparar

los mismos hechos ya sea a lo largo del tiempo, o bien entre organizaciones, homogeneizando la información; 3) Las herramientas deontológicas, esto es, los códigos de conducta que las entidades se imponen a sí mismas para asegurar un determinado comportamiento, y que permiten evaluar las responsabilidades que la organización en cuestión ha asumido frente a sus *stakeholders*; 4) Las herramientas participativas, que permiten una interacción entre los responsables de la organización y los socios, tales como reuniones, jornadas de “puertas abiertas” o sesiones informativas; y 5) Las herramientas comunicativas, que informan tanto acerca de resultados como de valores y actuaciones de la entidad, como memorias, folletos o publicaciones en sus páginas web.

### 3.3.2. Segunda fase: evaluación de la información

Llevada a cabo la recogida de información, es preciso que esta sea sometida a análisis. La evaluación de la información que permitirá valorar el nivel de transparencia y las buenas prácticas de la organización se llevará a cabo mediante una serie de técnicas e iniciativas de control, tanto externas (aplicadas por agentes externos e independientes), como internas, pudiendo limitarse a evaluar un área concreta de la entidad, o bien todas las áreas de la misma. Mediante estas iniciativas o instrumentos podrán reducirse las asimetrías informativas entre los distintos agentes o *stakeholders* interesados en las organizaciones, así como legitimarse ante la sociedad.

En cuanto a las **iniciativas de control externo**, se trata de aquellas técnicas llevadas a cabo por agentes externos e independientes que permiten verificar las buenas prácticas de la organización. Codorniu (2009) establecía una clasificación de las mismas, distinguiendo entre los **sistemas de certificación** –que acreditan la aplicación de una serie de criterios en algunos o todos los procesos de funcionamiento en las organizaciones, y que se llevan a cabo por empresas evaluadoras oficiales–, **las auditorías** –la más común se lleva a cabo en materia económico-financiera, y permite comprobar que los resultados de las cuentas anuales reflejan la realidad dentro de la organización, en pos de la detección de fraudes y la prevención de malas prácticas–, y las **certificaciones de buenas prácticas** –unas guías de evaluación de buenas

prácticas que observan el grado de cumplimiento de una serie de principios, normas y procedimientos dentro de las organizaciones, que son elaboradas por otras organizaciones no lucrativas de segundo nivel y en consenso con una representación de organizaciones. La más utilizada en nuestro país es la guía de la Fundación Lealtad, a cuya evaluación se someten las entidades de forma voluntaria, de manera que mediante sus indicadores (los *principios de transparencia y buenas prácticas*) se evalúa el grado de cumplimiento de cada organización a unos determinados principios.

Por lo que respecta a las **iniciativas de control interno**, hemos de destacar primordialmente la divulgación realizada a través de las páginas web. Se trata de una divulgación esencialmente voluntaria, dado que “*no existe ley que obligue a las organizaciones a divulgar información de ningún tipo en Internet*” (Martín Pérez y Martín Cruz, 2017).

#### **4. LOS SELLOS DE TRANSPARENCIA EN LA FUNDACIÓN LEALTAD Y LA COORDINADORA DE ONG. LA DIVULGACIÓN EN INTERNET**

Nos compete a continuación conocer los tres pilares sobre los que se realizará el presente estudio: los sellos de transparencia de la Fundación Lealtad, de la Coordinadora de ONG, y la divulgación de información a través de las páginas web. ¿En qué consisten estos sistemas de evaluación externos? ¿Y cuál es la relevancia de la evaluación interna a través de Internet?

##### **4.1. El sello de transparencia en la Fundación Lealtad**

La Fundación Lealtad fue creada a comienzos de los años 2000 con el propósito de reforzar la confianza de la sociedad en las entidades del Tercer Sector y proporcionar herramientas para la donación responsable, así como para promover la colaboración entre las organizaciones no lucrativas. Creó para ello una de las guías de buenas prácticas más utilizadas en nuestro país: su *Guía de Transparencia y de las Buenas Prácticas de las ONG*, la cual consta de 9 *Principios de Transparencia y Buenas Prácticas* (desagregados en

43 indicadores o subprincipios sin ponderación): 1) Funcionamiento y regulación del órgano de gobierno; 2) Claridad y publicidad del Fin Social; 3) Planificación y seguimiento de la actividad; 4) Comunicación e imagen fiel en la información; 5) Transparencia en la financiación; 6) Pluralidad en la financiación; 7) Control en la utilización de fondos; 8) Cuentas anuales y cumplimiento de obligaciones legales; y 9) Promoción del voluntariado.

Así pues, mediante un equipo de evaluadores, la Fundación Lealtad genera un informe de validación de los indicadores en los cuales se subdividen los principios enunciados, facilitando, en caso afirmativo, un sello de transparencia que la entidad puede visibilizar en su documentación. Se trata de un proceso dividido en dos fases, con una fase previa y no vinculante donde las propias ONG deben autoevaluarse y considerar si se encuentran preparadas para solicitar el sello de transparencia de Fundación Lealtad; y una fase de acuerdo de colaboración donde ya se procede a realizar la solicitud formal de la acreditación. En esta última fase, las ONGs deben firmar un acuerdo de colaboración (con el pago de la pertinente cuota) y enviar su documentación completa, para que la Fundación Lealtad realice su análisis de los nueve principios anteriormente mencionados. Tras el análisis, la Fundación elaborará un informe borrador donde se señalarán los posibles incumplimientos, teniendo entonces la ONG en cuestión un plazo de tres meses para subsanarlos. Finalmente, la Fundación Lealtad presentará un informe final, con la concesión del sello o la denegación del mismo, y una invitación a volver a comenzar el proceso en este último caso.

Cabe añadir que la Fundación realiza una diferenciación metodológica en función del tamaño de la ONG en cuestión, pues además de su metodología estándar, para las entidades con un presupuesto inferior a 300.000€, realiza una adaptación de su metodología reduciendo los 43 subprincipios a 35.

Las entidades, por tanto, pueden someterse voluntariamente a la evaluación, pudiendo obtener la acreditación de la Fundación Lealtad dentro de su Guía de la Transparencia –el pasado año 2018 consiguieron acreditarse 192 organizaciones.

## 4.2. El sello de transparencia en la CONGDE

La Coordinadora Española de ONG (Coordinadora de Organizaciones de Cooperación para el Desarrollo o CONGDE) nació en el año 1986, y actualmente reúne 75 ONG de Desarrollo, 5 entidades asociadas, y 17 Coordinadoras Autonómicas; integrando a unas 400 organizaciones que trabajan en más de 100 países. Desde la Coordinadora se promueven los valores de justicia social y la garantía de los derechos humanos en cualquier parte del mundo. Ya en sus inicios, la Coordinadora promulgó la idea de autorregulación dentro del colectivo, pretendiéndose que en el seno de la misma cada ONGD “*se confronte con las prácticas de las otras organizaciones miembros y se genere una tendencia a ir extendiendo las mejores prácticas*” (Medina Rey, 2009, pp.108).

Desde el año 1998 se estableció un consenso en el núcleo de identidad de todas las ONGD participantes, la relación entre las propias organizaciones, y por supuesto, los criterios generales de organización –entre los cuales se encuentran la transparencia y el buen gobierno– mediante su Código de Conducta, el cual sentaría las bases para la posterior creación, en el año 2007, de su herramienta de Indicadores de Transparencia y Buen Gobierno, ratificados tres años más tarde. Se trata de una herramienta con 4 bloques de transparencia y 6 de buen gobierno, divididos en 76 indicadores –23 de los cuales de obligado cumplimiento. Para cumplir con los criterios de transparencia y buen gobierno de la Coordinadora y obtener su sello de transparencia –el cual tan sólo se concede tras el informe de conformidad por parte de un auditor externo–, cada ONGD debe cumplir con los 23 indicadores de inexcusable cumplimiento, y a mayores obtener una puntuación mínima del 70% en el cumplimiento de cada bloque.

Partimos nuevamente de la autoevaluación por parte de la propia ONGD interesada en obtener el sello: tras comprobar que cumplen con los 27 indicadores de los cuatro bloques de transparencia –1) órgano de gobierno; 2) misión, visión y valores; 3) planificación y rendición de cuentas; 4) base social y apoyos–, más los 49 indicadores de los seis bloques de buen gobierno –en atención a los tres primeros bloques de transparencia, y a mayores: 1) gestión económica; 2) personas; 3) socios locales y grupos de interés–, una firma

auditora, externa de la Coordinadora, certifica su cumplimiento. Finalmente, la Coordinadora se encarga de revisar el informe de auditoría, y otorgará, en caso de cumplimiento, el sello de transparencia en cuestión.

Se trata de un sistema que permite obtener un sello de transparencia a aquellas organizaciones que formen parte de la CONGDE por un período de dos años, algo que guarda similitud con el sello de transparencia de la Fundación Lealtad. Entre otras semejanzas (Martín Pérez y Martín Cruz, 2017), también es cierto que ambas entidades abarcan aspectos comunes en sus sistemas (sus indicadores tocan temas como aquellos referidos al funcionamiento del órgano de gobierno, la utilización de los fondos o los resultados en las actividades llevadas a cabo), si bien es cierto que el sistema de la Coordinadora es más completo al incluir más indicadores (76 frente a los 43 de la Fundación Lealtad).

Por otro lado, ambos sistemas tienen también sus diferencias (Martín Pérez y Martín Cruz, 2017): la CONGDE destaca por establecer un sistema de evaluación mediante auditores externos, al contrario que la Fundación Lealtad, cuyos analistas forman parte de la organización –algo que mejora la capacidad de trabajo y la agilidad en el análisis de las organizaciones dentro de la CONGDE. Otra diferencia importante se encuentra en la valoración de los indicadores para obtener el sello de transparencia en cuestión, pues la CONGDE pondera cualitativamente cada indicador, exigiendo tan sólo un cumplimiento del 70% en cada bloque de indicadores (además del obligado cumplimiento de los 23 indicadores inexcusables); la Fundación Lealtad, por el contrario, exige el cumplimiento de sus nueve principios y sus 43 indicadores.

#### **4.3. La divulgación en Internet**

Puesto que las formas de divulgación de información en entidades sin fines de lucro (basadas en los requisitos de información aplicables a las entidades con fines de lucro) en muchas ocasiones no llegan a ser satisfactorias, algunas organizaciones se sirven de la divulgación voluntaria de información mediante las nuevas tecnologías, tan relevantes en la actualidad.

Y es que a día de hoy, Internet debe ser considerado como una herramienta de comunicación estratégica en la divulgación de información,

gracias a las facilidades que ofrece para difundir, de forma rápida, económica y accesible, grandes cantidades de datos. Es un instrumento, cuanto menos, interesante para comunicar información sobre sí mismas a la sociedad, así como para poner en conexión a los distintos *stakeholders* interesados en ellas.

Por todo ello, cabe pensar que el uso de Internet en las ONG ha aumentado. No obstante, los estudios que analizan este uso de Internet por parte de este tipo de entidades y cómo la transparencia en línea afecta a la imagen de las ONG, parecen demostrar lo contrario; la transparencia online pareciera ser todavía insuficiente, y así lo han demostrado algunos estudios: Gálvez, Caba y López (2012) trataron de identificar la influencia y relación entre factores contingentes a este tipo de entidades (tales como el tamaño de la organización, su forma legal o su internacionalización), y la transparencia en línea. Otros (Gandía, 2011) han analizado la información divulgada en organizaciones sin ánimo de lucro, y el efecto de esta divulgación sobre las donaciones percibidas con posterioridad.

En general, se ha llegado a conclusiones similares, y es que el uso de Internet en el ámbito de las entidades sin ánimo de lucro españolas para difundir información y aumentar los niveles de transparencia, pese a la utilidad de la herramienta y a su fácil accesibilidad, sigue siendo más bien bajo. Estudios como el de Ingenhoff y Koelling (2009), Kang y Norton (2004) y Naudé et. al (2004) concluyen que las organizaciones no aprovechan todo el potencial dentro de sus sitios web. En términos genéricos, las páginas web siguen utilizándose más bien como herramientas de promoción de las entidades, así como para difundir información global y estática.

No obstante lo anterior, el objetivo del trabajo será comprobar si la tendencia anteriormente dicha se ha mantenido en la actualidad. En pleno auge del reinado de las nuevas tecnologías, ¿podríamos decir que el uso de las páginas web todavía se encuentra limitado en temas de transparencia? ¿Se ha comenzado a reorientar su función y a aprovechar este recurso en pos de ofrecer información en tiempo real acerca de los datos financieros y de gobierno, importantes para otro tipo de *stakeholders* más allá de los donantes?

## 5. METODOLOGÍA

### 5.1. Muestra

En la primera fase del estudio fueron escogidas las organizaciones cuya información posteriormente ha sido analizada.

De acuerdo a la **Herramienta de Transparencia y Buen Gobierno de la CONGDE**, se renovará la aplicación del sello de transparencia durante este 2019 a las ONG para el Desarrollo (ONGD) socias y las socias de las Coordinadoras Autonómicas, que cumplan con los requisitos estipulados dentro de la herramienta y ya desarrollados; obteniendo el sello pertinente para el próximo período bianual.

Del último informe de resultados (perteneciente al año 2017), puede extraerse que 2017 ha sido el año donde se ha alcanzado un porcentaje mayor en el total de socias evaluadas, nada menos que el 94,74% –teniendo en cuenta que las organizaciones que recién entran a formar parte de la Coordinadora tienen dos años para evaluarse o someterse de manera voluntaria a la evolución, pudiendo esperar hasta el segundo año para someterse obligatoriamente a la Herramienta de Transparencia y Buen Gobierno de la Coordinadora; tales entidades tuvieron un peso del 2,63%. Por su parte, el 2,63% restante de las entidades socias quedaron pendientes de renovación.

A mayores puede decirse que 2017 fue el año en el que se obtuvo un porcentaje mayor en la superación de los diez bloques de la herramienta, con un total del 90,9%, demostrando una evidente evolución positiva en el transcurso de los años aplicando este instrumento. Destaca comprobar que estos bloques fueron superados en porcentajes muy altos: los bloques relacionados con transparencia obtuvieron un 100% de superación, mientras que los bloques de buen gobierno rondaron entre el 95% y el 100% –con la excepción del bloque *Misión, visión y valores*, que obtuvo un porcentaje de cumplimiento del 90,9%.

Así pues, en atención al último informe de 2017, son 75 ONGD las que han obtenido el sello de transparencia y por tanto, son las organizaciones que podrán entrar a formar parte de nuestra muestra.

Por lo que respecta al **Sello de ONG Acreditada por la Fundación Lealtad**, recordemos que se trata de las organizaciones que han cumplido con los 9 Principios de Transparencia y Buenas Prácticas establecidos por la Fundación. Dentro de su página web se encuentra el listado actualizado con las organizaciones que voluntariamente se han sometido a evaluación y superado la misma con éxito: un total de 194 organizaciones. No obstante, y puesto que las organizaciones enumeradas con el sello de transparencia de la CONGDE son sólo organizaciones enfocadas a la ayuda y el desarrollo, se ha procedido a realizar una criba seleccionando tan sólo las entidades enfocadas a esta labor, que hayan obtenido el sello de transparencia de la Fundación Lealtad. En total, 46.

En la línea con Rocha, Queiruga y Benito (2014), de entre las organizaciones de ambos listados han de descartarse: 1) las organizaciones con una página web obsoleta; 2) aquellas que no ofrecen datos económicos dentro de sus sitios web; 3) y aquellas que carecen de información respecto de ingresos y gastos. Descontando a mayores el total de 13 organizaciones coincidentes dentro de ambos listados, el número total de organizaciones que compondrá la muestra de este estudio será de 108.

## **5.2. Medidas**

Hemos de proceder a analizar en qué medida las ONG ofrecen dentro de sus sitios web información relevante para sus *stakeholders* en materia organizativa, funcional, de gobierno, económica y en cuanto a sus actividades (Martín Pérez y Martín Cruz, 2017). Estudios empíricos anteriores se han basado en instrumentos multi-ítem a través de los cuáles pueden obtenerse índices que permitan evaluar la divulgación de información en internet, ya sea de forma global o parcialmente, en atención a determinadas materias cuya transparencia se quiera evaluar.

En la presente investigación, y tras descartar los índices de Gandía (2011), dirigido a evaluar la relación entre la divulgación de información y la recaudación de fondos; y de Rocha, Queiruga y González-Benito (2014), centrado en la relación positiva entre la transparencia y la eficiencia asignativa; se hará uso del **índice elaborado por Gálvez et. al** (2012), cuya herramienta, basada en la metodología de autores como Saxton y Guo (2011) o Verbruggen et al. (2011), permite la elaboración de un Índice de Divulgación (IDI) capaz de evaluar la información ofrecida por las páginas web de las organizaciones. Mediante este índice, se permite la observación del cumplimiento de requisitos de divulgación y transparencia considerados como más relevantes por la literatura empírica dentro de los sitios web de las ONG, adecuándose tanto a los indicadores de transparencia de la CONGDE (76 indicadores), como a los principios de transparencia de la Fundación Lealtad (43 indicadores). En línea con Martín Pérez y Martín Cruz (2017), se puede concluir que estamos ante una herramienta muy adecuada para:

1. Evaluar la transparencia *online* de las organizaciones sin ánimo de lucro.
2. Verificar si las ONG que han obtenido sellos de transparencia de parte de entidades como la CONGDE o la Fundación Lealtad efectivamente cumplen con los requisitos de transparencia dentro de sus dominios web.
3. Comprobar si existen posibles diferencias entre las entidades aprobadas como transparentes por cada una de estas instituciones.

El Índice de Divulgación de Gálvez *et. al.* (2012) se divide, a su vez, en tres subíndices, a saber: aspectos organizativos (IDI<sub>o</sub>), actividades de las ONG (IDI<sub>a</sub>) y aspectos económicos (IDI<sub>e</sub>). Estos subíndices recogen una serie de elementos o ítems que se evaluarán de manera dicotómica asignándoseles una puntuación, obteniendo un “1” si el elemento en cuestión aparece dentro de la página web, o bien un “0” si este no aparece; de manera que la evaluación de cada subíndice recogerá la suma del número total de ítems que posee cada página web en cuestión, siendo 29 el número total y máximo de ítems que posee el Índice de Divulgación. Así pues, los subíndices se evaluarán como el

sumatorio de puntos obtenidos sobre el máximo de puntos alcanzables, en términos porcentuales, bajo la siguiente expresión:

$$IDI_t = \frac{\sum_{j=1}^h a_s j}{h} \times 100$$

En su estudio, Gálvez *et. al.* (2012) **no se considera relevante la ponderación de los subíndices** dentro del Índice total, apoyándose en otros estudios como el de Rodríguez (2004), quien consideraba que la ponderación era subjetiva; o como los de Choi (1973), Robbins y Austin (1986) y Chow y Wong-Boren (1987), cuyos análisis concluyeron que los resultados de la investigación son independientes de las ponderaciones.

Por lo tanto, el Índice de Divulgación final se evaluará con la siguiente expresión:

$$IDI = (IDI_o + IDI_a + IDI_e) \times \frac{1}{3}$$

### 5.3. Análisis empírico

Se ha realizado un análisis de las páginas web de las organizaciones seleccionadas en la muestra entre mayo y junio de 2019, en pos de localizar los ítems del Índice de Gálvez en cada una de ellas. Una vez realizada la investigación, se han calculado los tres subíndices, más el Índice de Divulgación Total, para el conjunto de organizaciones de la muestra, diferenciando a su vez los resultados entre las que han recibido el sello de certificación de la CONGDE, así como las que han recibido el logotipo de transparencia de la Fundación Lealtad.

## 6. RESULTADOS

Como primer apunte a la hora de analizar el contenido de las páginas web de las organizaciones elegidas, cabe destacar que los datos extraídos en algunas de ellas no se encuentran actualizados. Algunas organizaciones como Fundación Iberoamérica-Europa, Fundación FISC o Fundación Pueblos Hermanos, entre otras, sólo cuentan con actualización de datos desde 2016. Es importante tomar este detalle en cuenta, puesto que de entrada, algunas

organizaciones no permiten que sus *stakeholders* consulten los datos de interés en el tiempo presente, de la forma más actualizada y veraz, y con el mayor acercamiento al tiempo real.

Pero entramos ya en la información obtenida a nivel general. La **tabla 6.1** recoge los datos totales de los tres índices más el índice total de las organizaciones de la muestra, separadas entre los datos de las entidades con el sello de transparencia de la CONGDE, las entidades verificadas por la Fundación Lealtad, las entidades consideradas como transparentes por ambos organismos —a saber: Fundación Adsis, Anesvad, CESAL, Fundación CODESPA, Educo, Entreculturas, Fundación Fontilles, InteRed, Jóvenes y Desarrollo, Manos Unidas, Médicos del Mundo, PROYDE y Fundación Tierra de Hombres— y el total de la muestra. De los datos extraídos se percibe que la transparencia online en las Organizaciones para el Desarrollo no es demasiado elevada; de hecho, y teniendo en cuenta que nos encontramos en plena era de las nuevas tecnologías, resulta sorprendente que el Índice de Divulgación total para el total de la muestra ni tan siquiera alcanza el 50%. Dicho en otros términos: el total de organizaciones certificadas como transparentes por parte de organismos externos sólo presenta la mitad de información que, a tenor del Índice Gálvez, los *stakeholders* podrían considerar de interés.

<b>TABLA 6.1: RESULTADOS PORCENTUALES</b>					
	<b>NÚMERO</b>	<b>IDI<sub>O</sub></b>	<b>IDI<sub>A</sub></b>	<b>IDI<sub>E</sub></b>	<b>IDI<sub>T</sub></b>
<b>CONGDE</b>	75	33,05%	72,33%	57,57%	54,32%
<b>FUNDACIÓN LEALTAD</b>	46	22,17%	63,59%	48,97%	44,91%
<b>CONGDE + F. LEALTAD</b>	13	30,77%	71,17%	56,1%	52,68%
<b>TOTAL</b>	108	27,61%	67,96%	53,28%	49,61%

Fuente: elaboración propia.

Prestando atención a los resultados presentados, puede observarse que, en rasgos generales, las organizaciones acreditadas por la CONGDE han obtenido unos resultados más favorables en todos los subíndices. Quizá resulta especialmente llamativo el bajísimo Índice de aspectos organizativos (IDI<sub>O</sub>) obtenido para la muestra de la Fundación Lealtad, el cual no alcanza el 22%.

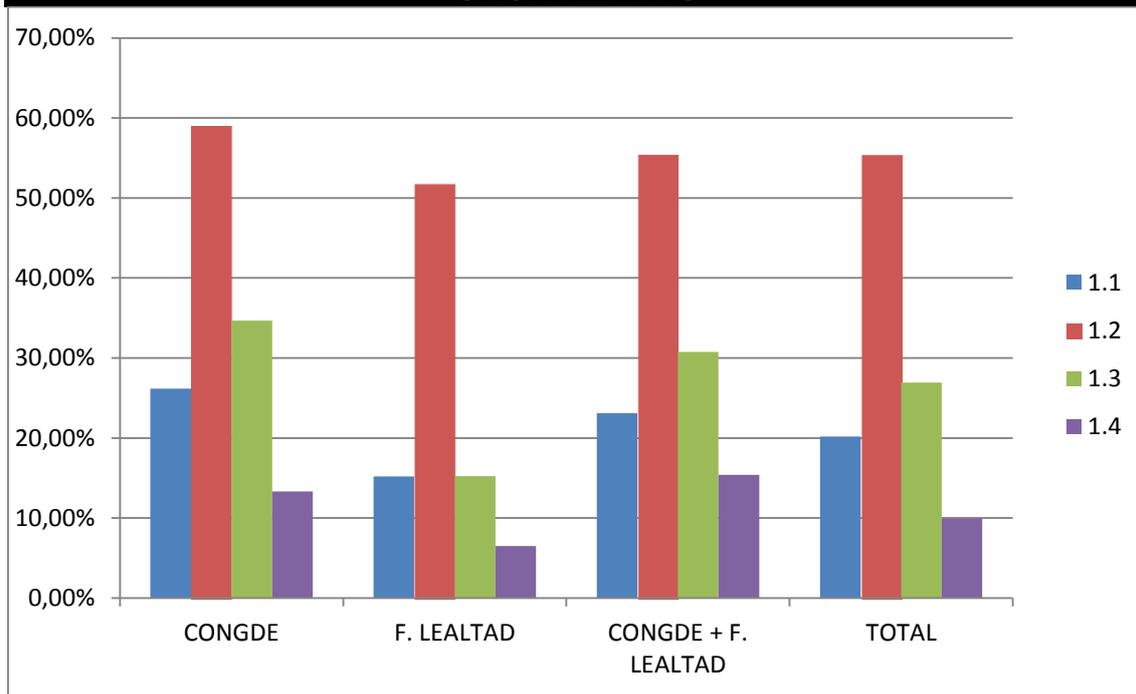
No obstante, tanto en el caso de ambos organismos como en la muestra total, resulta ser el índice más perjudicado. Hay que tener en cuenta que la información relacionada con los órganos de gobierno no es de cumplimiento obligatorio, pese a que la gran mayoría de organizaciones ofrecen algún tipo de dato al respecto, sobre todo en materia de identificación y currículum de los miembros de la Junta Directiva —tan sólo el 2% de la muestra omite información respecto a la identidad y cargos de los miembros de la Junta.

Así podemos observarlo en la **tabla 6.2**: el segundo bloque, donde se resuelven tales cuestiones, es el que ha obtenido datos significativamente más elevados – también lo observamos muy claramente dentro del **gráfico 6.1**. Por hacer mención a dos aspectos de los que apenas se presenta información dentro de la muestra, hemos de destacar las relaciones de parentesco entre los miembros del órgano de gobierno —sólo presentados en el 27% de la muestra—, las políticas de resolución de conflictos de intereses dentro de la junta —presentados por un 11%—, o los temas discutidos en junta —presentados también por el 11%. Cabe comentar que los acuerdos adoptados en la Junta es un tema que la ley exige que las organizaciones den a conocer y, sin embargo, tan sólo un 17% de la muestra ofrece esta información.

<b>TABLA 6.2: RESULTADOS PORCENTUALES – BLOQUE ORGANIZATIVO (IDI<sub>o</sub>)</b>						
	<b>NÚMERO</b>	<b>1.1</b>	<b>1.2</b>	<b>1.3</b>	<b>1.4</b>	<b>TOTAL</b>
<b>CONGDE</b>	75	25,16%	58,93%	34,67%	13,33%	33,05%
<b>FUNDACIÓN LEALTAD</b>	46	15,19%	51,74%	15,22%	6,5%	22,17%
<b>CONGDE + F. LEALTAD</b>	12	23,08%	55,38%	30,77%	15,38%	30,77%
<b>TOTAL</b>	108	20,17%	55,34%	24,94%	9,92%	27,6%

Fuente: elaboración propia.

**GRÁFICO 6.1: RESULTADOS PORCENTUALES – BLOQUE ORGANIZATIVO**



Fuente: elaboración propia.

Por lo que respecta al subíndice más favorecido, sin duda es el Índice sobre actividades ( $IDI_a$ ), cuyos datos se encuentran recogidos en la **tabla 6.3**, y donde se observa que obtiene casi un 68% de éxito a nivel general, y hasta un 72% en el análisis de las organizaciones certificadas por la CONGDE. De nuevo encontramos una tendencia, y es que las organizaciones explotan sus sitios web para darse a conocer en tanto a sus metas y valores, qué planes estratégicos tienen entre manos, cuáles son los proyectos en los que se encuentran participando y cómo los voluntarios interesados pueden participar en ellos. Se trata de una información que muy fácilmente puede dejarse plasmada en una página web, que no varía en breves períodos de tiempo. De alguna forma, se tiende a utilizar las páginas web como un medio de “publicidad” de la actividad que realizan y de sus principios, en detrimento de otro tipo de información que para muchos *stakeholders* igualmente podría ser interesante.

Por quizá destacar alguno de los ítems que con mayor frecuencia no se han completado (entendiendo que, en cualquier caso, se han obtenido muy buenos resultados a nivel general), podemos hablar de los criterios de

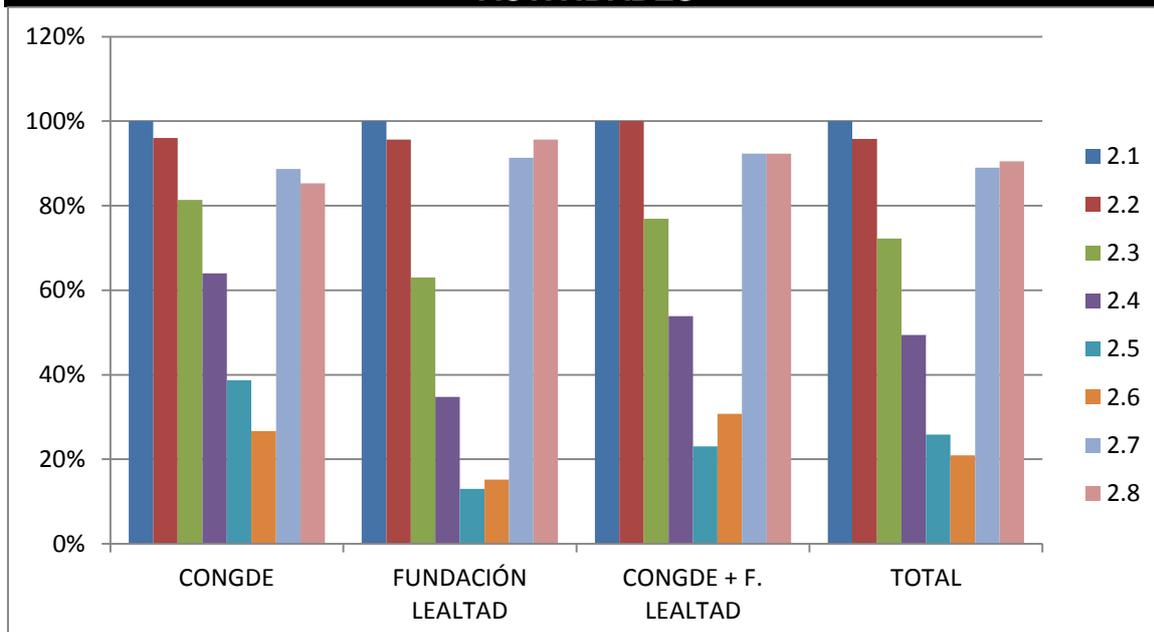
selección de proyectos, que tan sólo aparecen en los sitios web del 21% de la muestra; o los informes de seguimiento detallados de los proyectos y su justificación, presentados por un 26% del total.

**TABLA 6.3: RESULTADOS PORCENTUALES – BLOQUE DE ACTIVIDADES (IDI<sub>A</sub>)**

	2.1	2.2	2.3	2.4	2.5	2.6	2.7	2.8	TOTAL
<b>CONGDE</b>	100%	96%	81,33%	64%	38,67%	26,67%	86,67%	85,33%	<b>72,33%</b>
<b>F. LEALTAD</b>	100%	95,65%	63,04%	34,78%	13,04%	15,22%	91,3%	95,65%	<b>63,59%</b>
<b>CONGDE + F. LEALTAD</b>	100%	100%	76,92%	53,84%	23,08%	30,77%	92,3%	92,3%	<b>71,15%</b>
<b>TOTAL</b>	100%	95,82%	72,19%	49,39%	25,85%	20,94%	88,98%	90,49%	<b>67,96%</b>

Fuente: elaboración propia.

**GRÁFICO 6.2: RESULTADOS PORCENTUALES – BLOQUE DE ACTIVIDADES**



Fuente: elaboración propia.

¿Qué hay de la información económica (IDI<sub>e</sub>)? Puede observarse recogida dentro de las **tablas 6.4, 6.5 y 6.6**. Tradicionalmente es a la que se le ha dado un mayor interés, y puede verse que, si bien cuenta con unos resultados más aceptables que en lo referido a información organizacional, sin

relativizar cuenta con una oferta de información deficiente, que en términos porcentuales sobrepasa muy tímidamente el 50%. Esto resulta sorprendente, y a mi modo de ver, poco esperable, debido precisamente al protagonismo que los datos económicos se han ganado en el mundo empresarial (lucrativo o no) en los últimos años.

<b>TABLA 6.4: RESULTADOS PORCENTUALES – BLOQUE ECONÓMICO (IDI<sub>E</sub>) (I)</b>							
	3.1.1	3.1.2	3.1.3	3.1.4	3.1.5	3.1.6	TOTAL
<b>CONGDE</b>	77,33 %	76%	26,67%	53,33%	68%	5,33%	51,11 %
<b>F. LEALTAD</b>	56,52 %	50%	32,61%	41,3%	84,78 %	4,35%	44,93 %
<b>CONGDE + F. LEALTAD</b>	69,23 %	76,92%	15,38%	53,85%	84,61 %	7,69%	51,28 %
<b>TOTAL</b>	66,92 %	63%	29,64%	47,32%	76,39 %	4,84%	48,02 %

Fuente: elaboración propia.

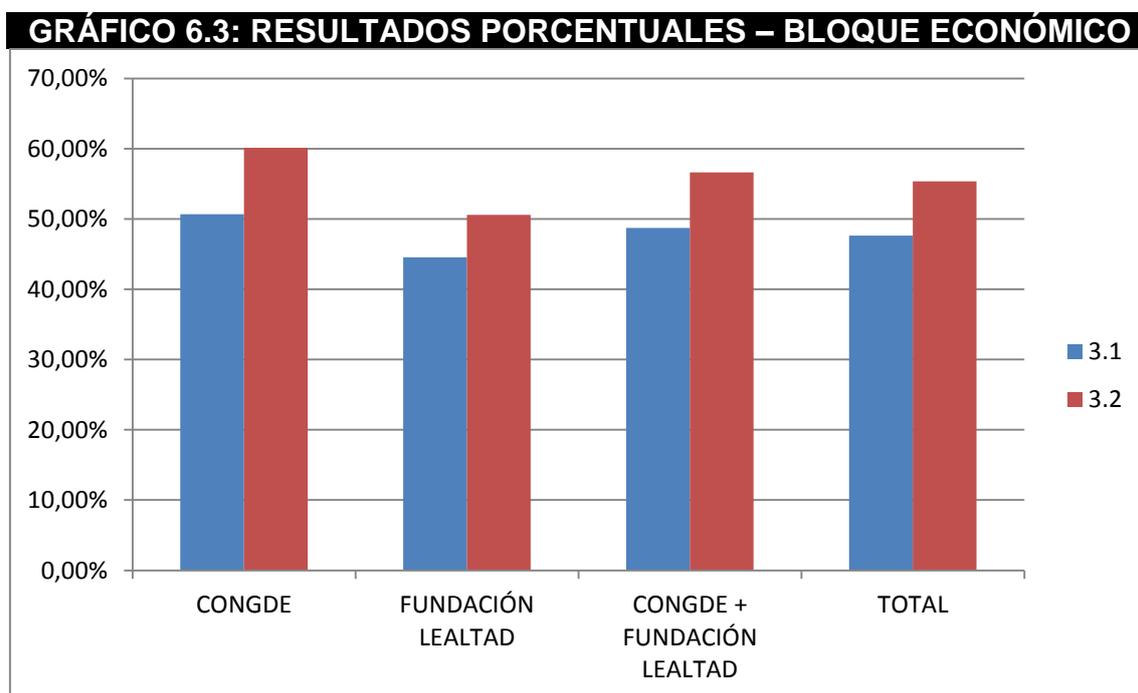
<b>TABLA 6.5: RESULTADOS PORCENTUALES – BLOQUE ECONÓMICO (IDI<sub>E</sub>) (II)</b>											
3.2.1	3.2.2	3.2.3	3.2.4	3.2.5	3.2.6	3.2.7	3.2.8	3.2.9	3.2.10	3.2.11	TOTAL
60%	58,67%	76%	81,33 %	66,67 %	25,33 %	16%	76%	44%	74,67%	93,337%	<b>61,09%</b>
63,04%	43,47%	82,61 %	86,96 %	34,78 %	13,04 %	6,52%	47,83 %	39,13 %	56,52%	89,13%	<b>51,85%</b>
46,15%	61,54%	69,23 %	92,3%	76,92 %	30,77 %	7,7%	69,23 %	53,85 %	61,53%	76,92%	<b>58,74%</b>
61,52%	51,07%	79,3%	84,14 %	50,72 %	19,19 %	11,26%	61,92 %	41,56 %	65,56%	91,23%	<b>56,14%</b>

Fuente: elaboración propia.

En cualquier caso, los ítems con puntuaciones más elevadas se corresponden con los requisitos de cumplimiento obligatorio de estas entidades en materia de presentación de memorias anuales, informes de auditorías y recaudaciones anuales – un 11% de la muestra no presenta información alguna de estos aspectos. Asimismo destaca comprobar que los datos a posteriori en cuanto a los presupuestos se llegan a ofrecer por más del 60% de las organizaciones analizadas, pero no sucede lo mismo con los datos a priori: apenas el 10,5% ofrece información con los presupuestos acordados para el año siguiente y su justificación.

<b>TABLA 6.6: RESULTADOS PORCENTUALES – BLOQUE ECONÓMICO (IDI<sub>E</sub>) (III)</b>				
	<b>NÚMERO</b>	<b>3.1 (I)</b>	<b>3.2 (II)</b>	<b>TOTAL</b>
<b>CONGDE</b>	75	51,11%	61,09%	<b>57,57%</b>
<b>FUNDACIÓN LEALTAD</b>	46	44,93%	51,86%	<b>48,98%</b>
<b>CONGDE + F. LEALTAD</b>	12	51,28%	58,74%	<b>56,12%</b>
<b>TOTAL</b>	108	48,02%	56,14%	<b>53,27%</b>

Fuente: elaboración propia.



Fuente: elaboración propia.

Como última nota destacable, y a la luz de las últimas reformas de la Ley de Protección de Datos del pasado 5 de diciembre de 2018, podemos observar en materia de protección de los datos de los socios y donantes unas puntuaciones bastante elevadas: el 80% de las organizaciones de la muestra ofrecen información sobre esta materia. Podemos pensar que muy probablemente han realizado modificaciones importantes en este punto y se han debido de ceñir a la nueva regulación, que tanto ha afectado a todo tipo de empresas y plataformas, especialmente en Internet.

## 7. CONCLUSIONES

Continuamente estamos oyendo hablar acerca de la importancia que tienen las nuevas tecnologías en el mundo empresarial. Internet ha comenzado a utilizarse como una ventana de comunicación bidireccional a tiempo real entre empresas y clientes, y sacar el máximo rendimiento de esta herramienta se puede convertir en un importante instrumento de diferenciación. Al mismo tiempo, de las empresas se exigen cada vez más responsabilidades sociales, y los múltiples escándalos de corrupción –de los cuáles tampoco se ha salvado el ámbito no lucrativo– han convertido en requisito casi esencial identificarse con términos como la transparencia o el buen gobierno.

Considerando ambas variables y hallándonos en este contexto, sin embargo, las organizaciones no lucrativas –para las que todavía es más importante si cabe, el mantenimiento de su transparencia en pos de presentarse como entidades de confianza— todavía no terminan de utilizar sus dominios en Internet como herramientas de comunicación e información a tiempo real con sus *stakeholders*. Ciertamente es que se utilizan para transmitir información estática y casi “promocional” acerca de sus objetivos, metas y valores; limitando la evaluación de su transparencia a organismos externos, como así lo hacen las plataformas de la Fundación Lealtad y la CONGDE. Tampoco hemos de menospreciar su labor en esta materia, pues ambos organismos incentivan a las entidades sin ánimo de lucro a mejorar en sus labores de transparencia, a través de los sellos que ofrecen en cumplimiento de sus respectivas herramientas. Pero este nivel de divulgación de información, ¿es suficiente?

No cabe duda de que el contenido *online* es accesible para prácticamente todo el mundo, y ya lo es casi desde cualquier lugar – el uso general de los *smartphones* a día de hoy nos permite consultar cualquier sitio web sin apenas impedimentos. Podemos considerar, por tanto, que la generalización en la oferta de información completa y transparente en las páginas web debe convertirse en la nueva meta a conseguir por parte de estas entidades, para lograr una rendición de cuentas impecable.

Como conclusión final, y a modo de crítica personal, siendo la primera vez que me adentro en el mundo no lucrativo en profundidad, reconozco que los pobres resultados en divulgación demostrados en este estudio me han dejado sorprendida. Por cualquiera de nosotros cabría esperar que cualquier empresa, aún más una cuyo único producto es una labor social, aprovecharía una herramienta con el alcance que tiene Internet: a día de hoy, puede ayudarnos a difundir información a cualquier parte del mundo en cuestión de segundos, de forma tan rápida y eficaz como económica. ¿Cuál es la razón por la que este sector todavía no aprovecha este recurso como debiera – o como pudiera?

Son múltiples los sectores en los que ha quedado evidente una falta de adaptación a las nuevas tecnologías y, a mi modo de ver, se ha repetido tal circunstancia dentro del Tercer Sector en sus páginas web. Con frecuencia se ha observado en el estudio la ausencia de datos actualizados o el despliegue de una información incompleta –a menudo tan sólo se ofrecen datos generales o estáticos, que no requieren apenas revisión. Esto puede llevarnos a pensar que en este ámbito no se están invirtiendo suficientes esfuerzos en aprovechar todo el potencial de esta herramienta –una herramienta útil, sí; pero que requiere una constante actualización, a menudo manual, si pretende transmitir información en tiempo real.

Como reflexión, cabría concienciar al Tercer Sector sobre la relevancia de Internet y sobre cuán útil y beneficioso podría suponer el correcto aprovechamiento de esta herramienta en aras de mejorar la confianza que los *stakeholders* puedan depositar este tipo de entidades. Las nuevas generaciones no perdonan la obsolescencia ni la desactualización, y sólo las organizaciones capaces de adaptarse a las nuevas necesidades de sus grupos interesados con la misma rapidez con la que lo hacen las tecnologías, serán capaces de marcar una diferencia favorable y positiva.

## 8. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- CASADO, D. (2015). *Cambios y continuidades en el Tercer Sector de Acción Social*. Revista Española del Tercer Sector nº30, págs. 23-47.
- CASADO CAÑEQUE, F. (2014). *Las políticas públicas promotoras de la transparencia y el buen gobierno en la sociedad*. Revista Española del Tercer Sector nº26, págs. 17-37.
- CASTEJÓN, A., GONZÁLEZ, G., HUÉLAMO, A., MEDINA REY, J.M. (2014). *La herramienta de transparencia y buen gobierno de la Coordinadora de ONG de Desarrollo: orígenes, evolución y perspectivas*. Revista Española del Tercer Sector nº26, págs. 63-94.
- CHOI, F.D.S (1973). *Financial disclosure and entry of the European capital market*. Journal Accounting Research, Vol. 11, num. 2, págs. 159-175.
- CHOW, C.W., WONG-BOREN, A. (1987): *Voluntary financial disclosure by Mexican corporations*. The Accounting Review, Vol. 62, num. 3, págs.. 533-541.
- CODORNIU, J.M. (2009). *La transparencia y la rendición de cuentas en el Tercer Sector*. Fundación Luis Vives, págs. 13-56.
- FRESNO, J.M. (2015). *Cambios sociales y Tercer Sector: Actuar en un nuevo contexto*. Revista Española del Tercer Sector nº30, págs. 191-193.
- GÁLVEZ RODRÍGUEZ, M., CABA PÉREZ, M., LÓPEZ GODOY, M. (2012). *Determining Factors in Online Transparency of NGOs: A Spanish Case Study*. International Society for Third-Sector Research and The John's Hopkins University, págs. 661-683.
- GÁLVEZ RODRÍGUEZ, M., CABA PÉREZ, M., LÓPEZ GODOY, M. (2016). *NGO s Efficiency and Transparency Policy: The Colombian Case*. Revista Innovar Vol.26, núm.60, págs. 67-82.
- GANDÍA, J (2011). *Internet Disclosure by Nonprofit Organizations: Empirical Evidence of Nongovernmental Organizations for Development in Spain*. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly N°40, págs. 57-78.

- GIMENO ULLASTRES, J.A. (2015). *Necesidad y necesidades en el Tercer Sector*. Revista Española del Tercer Sector nº30, págs. 49-74.
- GONZÁLEZ LÓPEZ, F (2014). *Transparencia y buen gobierno en las ONG de acción social*. Revista Española del Tercer Sector nº26, págs. 117-124.
- INGENHOFF, D., KOELLING, A.M. (2009). *The potential of web sites as a relationship building tool for charitable fundraising NPOs*. Public Relations Review, Vol. 25, num. 1, pp. 66-73.
- KANG, S., NORTON, H.E. (2004). *Nonprofit organizations' use of the World Wide Web: Are they sufficiently fulfilling organizational goals?* Public Relations Review, Vol. 30, num. 3, págs. 279-284.
- MARTÍN PÉREZ, V., MARTÍN CRUZ, N. (2017). *La web como mecanismo de transparencia de las ONG. Más allá de la certificación*. Revista Española del Tercer Sector nº37, págs. 159-190.
- MEDINA REY, J.Mª (2009). *Transparencia y buen gobierno en las ONGD*. Revista Española del Tercer Sector nº11, págs. 99-113.
- NAVARRO, F. (2014). *La transparencia y sus instrumentos básicos*. Revista Española del Tercer Sector nº26, págs. 39-61.
- NAUDÉ, A.M.E, FRONEMAN, J.D., ATWOOD, R.A. (2004). *The use of the internet by ten South African non-governmental organizations—a public relations perspective*. Public Relations Review, Vol. 30, num. 1, págs. 87-94.
- ORTIZ MARCOS, I. (2014). *Los sistemas de gestión de calidad: un acercamiento hacia la transparencia*. Revista Española del Tercer Sector nº26, págs. 97-114.
- PEÑALOSA ESTEBAN, I. (2014). *Transparencia y buen gobierno en el ámbito de las fundaciones*. Revista Española del Tercer Sector nº26, págs. 151-159.
- ROBBINS, W.A., AUSTIN, K.R. (1986). *Disclosure quality in governmental financial reports: An assessment of the appropriateness of a compound measure*. Journal of Accounting Research, Vol. 24, num. 2, págs. 412-421.

- ROCHA, L., QUEIRUGA, D., GONZÁLEZ-BENITO, J. (2014): *Relationship Between Transparency and Efficiency in the Allocation of Funds in Nongovernmental Development Organizations*. International Society for Third-Sector, Springer.
- RODRÍGUEZ, G. (2004). *Factores explicativos de la revelación voluntaria de información sobre fuentes de ventaja competitiva empresarial*. Revista Española de Financiación y Contabilidad, 33(122), págs. 705-739.
- SAXTON, G., GUO, C. (2011): *Accountability Online: Understanding the Web-Based Accountability Practices of Nonprofit Organizations*. Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, págs. 270-295.
- VERBRUGGEN, S. (2011). *Can resource dependence and coercive isomorphism explain nonprofit organizations' compliance with reporting standards?* Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly, 40, págs. 5-32.

## 9. ANEXOS

### 9.1. ANEXO I: muestra de ONGD con la que se ha llevado a cabo el estudio

<b>TABLA 9.1.1: ONGD ACREDITADAS POR LA FUNDACIÓN LEALTAD CON EL SELLO DE TRANSPARENCIA</b>			
ACNUR	AGORA	Almenara	AMICA
ANESVAD	Asociación Navarra Nuevo Futuro	Asociación Nuevo Futuro	Ayuda en Acción
Candelita	CEOM	CESAL	CODESPA
COSOCIAL – Cooperación Social	Cooperación Internacional ONG	ECODES	EDUCO
Energía sin fronteras	Entreculturas	Envera	Fontilles
Fundación ADSIS	Fundación Altius Mano Amiga	Fundación Cal Pau	Fundación Científica AECC
Fundación CINDE	Fundación Hospitalaria de la Orden de Malta	Fundación Mozambique Sur	Fundación Nantik Lum
Fundación Pablo Horstamnn	Fundación Pere Tarrés	Fundación Tierra de Hombres	Fundación UNICEF Comité Español
Fundación World Vision International (World Vision España)	Fundación InteRed	Itwillbe	Jóvenes y Desarrollo
Madre Coraje	Manos Unidas	Médicos del Mundo	Movimiento Scout Católico
Plan Internacional España	PROYDE	SECOT	Servei Solidari per a la Inclusió Social
Sonrisas de Bombay	YMCA España		

**Fuente:** elaboración propia basada en datos de la Fundación Lealtad

<b>TABLA 9.1.2: ONGD SOCIAS DE LA CONGDE CON SELLO DE TRANSPARENCIA VIGENTE</b>			
Acción Verapaz	Alianza por la Solidaridad	ANESVAD	Arquitectura sin fronteras
Asamblea de Cooperación por la Paz	Asociación AIDA	Asociación Amigos de la Tierra	Asociación CESAL
AIETI	Asociación Entrepueblos	Asociación Fontilles	Asociación Nuevos Caminos
Asociación Paz con Dignidad	Asociación PROYDE	Cáritas Española	Comisión General Justicia y Paz
Cooperación Internacional	Coordinadora de ONGD de Valencia	Coordinadora ONGD España	Cruz Roja Española

EDUCO	Farmacéuticos Mundi	Farmacéuticos sin Fronteras de España	Federación de Asociaciones de Medicus Mundi en España
FISC	Fundación Acción Contra el Hambre	Fundación ADRA	Fundación ADSIS
Fundación Albihar*	Fundación Alboan	Fundación Ayuda en Acción	Fundación CIDEAL
Fundación CODESPA	Fundación DASYS de la Comunidad Valenciana*	Fundación de Ayuda contra la Drogadicción	Fundación de Religiosos para la Salud
Fundación del Valle	Fundación Economistas sin Fronteras	Fundación Entreculturas	Fundación Iberoamérica-Europa
Fundación InteRed	Fundación Jóvenes y Desarrollo	Fundación Madreselva	Fundación Mainel
Fundación Mensajeros de la Paz	Fundación MUNDBAT	Fundación Primero de Mayo	Fundación PROCLADE
Fundación Promoción Social de la Cultura	Fundación Proyecto Solidario	Fundación Pueblos Hermanos	Fundación Save The Children
Fundación Tierra de Hombres	H+D	INSPIRACTION	ISCOD
Juan Ciudad ONGD	Manos Unidas	Médicos del Mundo	Movimiento Por la Paz
Mujeres en Zona de Conflicto	OCASHA	ONG Rescate Internacional	ONGAWA
Oxfam Intermon	Plan España	PRODEAN*	Prosalus
SED	SOTERMUN	Veterinarios sin Fronteras	COPADE*
Fundación AMREF Flying Doctors	Edificación Comunidad de Nazaret	FERE-CECA	

\*ONGD Socias CCAA

Fuente: elaboración propia basada en datos de la CONGDE

## 9.2. ANEXO II: ítems evaluados dentro del IDI de Gálvez *et. al.* (2012)

ELEMENTOS CONSIDERADOS	Puntuación máx.	Puntuación mín.
<b>1. TRANSPARENCIA ORGANIZACIONAL EN LÍNEA</b>	4	0
<b>1.1. Se proporciona información en el sitio web:</b>	1	0
1.1.1. ¿El número de reuniones anuales de los miembros de la junta es público?	0.33	0
1.1.2. ¿Son públicos los temas discutidos en reuniones anuales por los miembros de la junta directiva?	0.33	0
1.1.3. ¿Son públicos los acuerdos adoptados por los miembros de la junta?	0.34	0
<b>1.2. Información sobre los miembros del consejo</b>	1	0
1.2.1. ¿Son públicos los nombres de los miembros de	0.2	0

la junta directiva y del equipo directivo?		
1.2.2. ¿Son públicas las profesiones o cargos de los miembros del consejo?	0.2	0
1.2.3. ¿Son públicas las relaciones familiares y las relaciones de los miembros del órgano de gobierno y del equipo directivo?	0.2	0
1.2.4. ¿El currículum vitae del equipo directivo es público?	0.2	0
1.2.5. ¿Son públicas las relaciones entre los miembros del consejo y los proveedores y co-organizadores de la actividad?	0.2	0
<b>1.3. ¿Es pública la renovación de los miembros del órgano de gobierno?</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>1.4. ¿Son públicas las políticas de resolución de conflictos de intereses entre los miembros del órgano de gobierno?</b>	<b>1</b>	<b>0</b>
<b>2. TRANSPARENCIA DE LAS ACTIVIDADES EN LÍNEA</b>	<b>8</b>	<b>0</b>
2.1. ¿Es público el objetivo de la organización?	1	0
2.2. ¿Es clara la información respecto a la meta social y se corresponde con la actividad realizada y los beneficiarios?	1	0
2.3. ¿Es público el plan estratégico?	1	0
2.4. ¿Es público el plan anual?	1	0
2.5. ¿Son públicos los informes de seguimiento y la justificación de los proyectos?	1	0
2.6. ¿Los criterios y el proceso de selección de proyectos y contrapartes aprobados por el órgano de gobierno son públicos?	1	0
2.7. ¿Es público el informe anual de actividades?	1	0
2.8. ¿Es pública la información sobre las actividades que los voluntarios pueden realizar?	1	0
<b>3. TRANSPARENCIA ECONÓMICA EN LÍNEA</b>	<b>17</b>	<b>0</b>
<b>3.1. Transparencia económica en línea</b>	<b>6</b>	<b>0</b>
3.1.1. ¿Es público el coste anual de la recaudación de fondos públicos y privados?	1	0
3.1.2. ¿La recaudación de fondos anual es pública?	1	0
3.1.3. ¿Es pública la información sobre recaudación de fondos de los principales financiadores, tanto públicos como privados, así como los importes aportados por ellos?	1	0
3.1.4. ¿Son públicas las asignaciones de los fondos recaudados en cada actividad?	1	0
3.1.5. ¿Es pública la política de privacidad de los miembros y donantes?	1	0
3.1.6. ¿Es pública la información sobre las cláusulas de cesión del logotipo a las empresas e instituciones públicas?	1	0
<b>3.2. Transparencia en el uso de los recursos financieros</b>	<b>11</b>	<b>0</b>
3.2.1. ¿Está público el coste operativo agrupado en las categorías de recaudación de fondos, actividades de programas y administración-organizadores?	1	0
3.2.2. ¿Es pública la información sobre los fondos aplicados a cada proyecto y área de trabajo?	1	0
3.2.3. ¿El nombre de los principales proveedores es público?	1	0

3.2.4. ¿Las entidades que participan en la organización de actividades de las ONG son públicas?	1	0
3.2.5. ¿Es pública la política de gastos?	1	0
3.2.6. ¿Son públicos los criterios de selección de proveedores aprobados por el órgano de gobierno?	1	0
3.2.7. ¿Es público el presupuesto anual del año siguiente, junto con su informe explicativo?	1	0
3.2.8. ¿Es público el presupuesto anual del año anterior?	1	0
3.2.9. ¿Hay alguna información sobre el sistema de seguimiento de los fondos de los donantes en el sitio web?	1	0
3.2.10. ¿Es público el informe económico anual (balance y cuenta de resultados)?	1	0
3.2.11. ¿Es público el informe de auditoría?	1	0

Fuente: elaboración propia basada en el estudio de Gálvez *et. al.* (2012)

### 9.3. ANEXO III: Índices de Divulgación de las ONGD analizadas

<b>TABLA 9.3.1: ONGD DE LA FUNDACIÓN LEALTAD</b>				
	<b>IDI<sub>O</sub></b>	<b>IDI<sub>A</sub></b>	<b>IDI<sub>E</sub></b>	<b>IDI<sub>T</sub></b>
<b>ACNUR</b>	25%	50%	17,65%	30,88%
<b>AGORA</b>	35%	50%	23,53%	36,18%
<b>ALMENARA</b>	20%	37,5%	41,18%	32,89%
<b>AMICA</b>	35%	75%	82,35%	64,12%
<b>ANESVAD</b>	51,75%	75%	52,94%	59,89%
<b>NAVARRA NUEVO FUTURO</b>	10%	62,5%	64,7%	45,73%
<b>NUEVO FUTURO</b>	10%	62,5%	23,53%	32%
<b>AYUDA EN ACCIÓN</b>	15%	100%	82,36%	65,78%
<b>CANDELITA</b>	10%	62,5%	58,83%	43,77%
<b>CEOM</b>	10%	100%	76,47%	62,16%
<b>CESAL</b>	15%	62,5%	70,59%	49,36%
<b>CODESPA</b>	28,25%	75%	64,7%	55,98%
<b>COSOCIAL</b>	5%	50%	23,53%	26,18%
<b>COOPERACIÓN INTERNACIONAL</b>	10%	62,5%	29,41%	33,97%
<b>ECODES</b>	61,5%	62,5%	17,65%	47,21%
<b>EDUCO</b>	86,75%	100%	82,35%	89,7%
<b>ENERGÍA SIN FRONTERAS</b>	15%	50%	35,29%	33,43%
<b>ENTRECULTURAS</b>	10%	62,5%	41,18%	37,89%
<b>ENVERA</b>	10%	50%	23,53%	27,84%
<b>FONTILLES</b>	10%	25%	5,88%	13,63%
<b>ADSI</b>	60%	100%	47,06%	69,02%
<b>ALTIUS MANO</b>	10%	25%	23,53%	19,51%

<b>AMIGA</b>				
<b>CAL PAU</b>	75%	50%	35,29%	53,43%
<b>AECC</b>	28,25%	62,5%	58,82%	49,86%
<b>CINDE</b>	10%	50%	35,29%	31,76%
<b>FUNDACIÓN HOSPITALARIA DE LA ORDEN DE MALTA</b>	10%	50%	52,94%	37,65%
<b>TIERRA DE HOMBRES</b>	23,25%	62,5%	17,65%	34,46%
<b>UNICEF COMITÉ ESPAÑOL</b>	15%	50%	47,06%	37,36%
<b>WORLD VISION INTERNATIONAL</b>	10%	50%	35,29%	31,76%
<b>INTERED</b>	10%	62,5%	47,06%	39,85%
<b>ITWILLBE</b>	20%	50%	29,41%	33,14%
<b>JÓVENES Y DESARROLLO</b>	10%	75%	76,47%	53,82%
<b>MADRE CORAJE</b>	20%	75%	70,59%	55,19%
<b>MANOS UNIDAS</b>	15%	75%	76,47%	55,49%
<b>MÉDICOS DEL MUNDO</b>	10%	62,5%	52,94%	41,81%
<b>MOVIMIENTO SCOUT CATÓLICO</b>	10%	50%	23,53%	27,84%
<b>PLAN INTERNACIONAL ESPAÑA</b>	15%	75%	70,59%	53,53%
<b>PROYDE</b>	70%	87,5%	70,59%	76,03%
<b>SECOT</b>	10%	62,5%	35,29%	35,93%
<b>SERVEI SOLIDARI PER A LA INCLUSIÓ SOCIAL</b>	10%	62,5%	29,41%	33,97%
<b>SONRISAS DE BOMBAY</b>	20%	62,5%	58,82%	47,11%
<b>YMCA</b>	10%	62,5%	70,59%	47,69%
<b>MOZAMBIQUE</b>	15%	75%	58,82%	49,6%
<b>NANTIK LUM</b>	15%	50%	58,82%	41,27%
<b>PABLO HOSTMANN</b>	30%	87,5%	64,7%	60,73%
<b>PERE TARRÉS</b>	15%	75%	64,7%	51,57%

Fuente: elaboración propia.

**TABLA 9.3.2: ONGD DE LA CONGDE**

	<b>IDI<sub>O</sub></b>	<b>IDI<sub>A</sub></b>	<b>IDI<sub>E</sub></b>	<b>IDI<sub>T</sub></b>
<b>ACCIÓN VERAPAZ</b>	60%	87,5%	52,94%	66,81%
<b>ALIANZA</b>	23,25%	87,5%	35,39%	48,68%

<b>SOLIDARIDAD</b>				
<b>ANESVAD</b>	51,75%	75%	52,94%	59,89%
<b>ARQUITECTURA SIN FRONTERAS</b>	48,5%	87,5%	70,59%	68,86%
<b>ASAMBLEA COOPERACIÓN POR LA PAZ</b>	15%	75%	47,06%	45,69%
<b>AIDA</b>	15%	75%	52,94%	47,65%
<b>AMIGOS DE LA TIERRA</b>	58,25%	75%	64,7%	65,98%
<b>CESAL</b>	15%	62,5%	70,59%	49,36%
<b>AIETI</b>	15%	75%	58,82%	49,6%
<b>ENTREPUEBLOS</b>	35%	87,5%	64,7%	62,4%
<b>FONTILLES</b>	10%	25%	5,88%	13,63%
<b>NUEVOS CAMINOS</b>	23,25%	50%	58,82%	44,02%
<b>PAZ CON DIGNIDAD</b>	35%	87,5%	76,47%	66,32%
<b>PROYDE</b>	70%	87,5%	70,59%	76,03%
<b>CÁRITAS</b>	26,75%	25%	41,17%	30,97%
<b>COMISIÓN GENERAL DE JUSTICIA Y PAZ</b>	45%	100%	70,59%	71,86%
<b>COOPERACIÓN INTERNACIONAL</b>	10%	62,5%	29,41%	33,97%
<b>COORDINADORA DE ONGD DE VALENCIA</b>	15%	87,5%	47,06%	49,85%
<b>COORDINADORA ONGD ESPAÑA</b>	43,25%	87,5%	82,36%	71,03%
<b>CRUZ ROJA ESPAÑOLA</b>	31,75%	75%	70,59%	59,12%
<b>EDUCO</b>	86,75%	100%	82,35%	89,7%
<b>FARMACÉUTICOS MUNDI</b>	86,75%	87,5%	41,18%	71,8%
<b>FARMACÉUTICOS SIN FRONTERAS</b>	81,5%	50%	70,59%	67,36%
<b>ASOCIACIONES DE MEDICUS MUNDI EN ESPAÑA</b>	38,25%	62,5%	70,59%	57,11%
<b>FISC</b>	56,5%	50%	41,18%	49,22%
<b>ACCIÓN CONTRA EL HAMBRE</b>	53,25%	87,5%	76,47%	72,4%
<b>ADRA</b>	43,5%	75%	23,53%	47,34%
<b>ADSI</b>	60%	100%	47,06%	68,24%
<b>ALBIHA</b>	53,25%	75%	76,47%	68,24%
<b>ALBOAN</b>	23,25%	100%	70,59%	64,61%

<b>AYUDA EN ACCIÓN</b>	15%	87,5%	76,47%	59,66%
<b>CIDEAL</b>	23,25%	62,5%	47,06%	44,27%
<b>CODESPA</b>	28,25%	75%	64,7%	55,98%
<b>FUNDACIÓN DASYC DE LA COMUNIDAD VALENCIANA</b>	36,5%	62,5%	70,59%	56,53%
<b>AYUDA CONTRA LA DROGADICCIÓN</b>	61,75%	75%	82,35%	73,03%
<b>RELIGIOSOS PARA LA SALUD</b>	20%	50%	35,29%	35,1%
<b>FUNDACIÓN DEL VALLE</b>	56,75%	87,5%	70,59%	71,61%
<b>ECONOMISTAS SIN FRONTERAS</b>	50%	75%	76,47%	67,16%
<b>ENTRECULTURAS</b>	10%	62,5%	41,18%	37,89%
<b>IBEROAMÉRICA-EUROPA</b>	10%	50%	41,18%	33,72%
<b>INTERED</b>	10%	62,5%	47,06%	39,85%
<b>JÓVENES Y DESARROLLO</b>	10%	75%	76,47%	53,82%
<b>MADRESELVA</b>	10%	87,5%	76,47%	57,99%
<b>MAINEL</b>	53,25%	75%	64,7%	64,32%
<b>MENSAJEROS DE LA PAZ</b>	15%	75%	47,06%	45,69%
<b>MUNDBAT</b>	48,25%	62,5%	35,29%	48,68%
<b>PRIMERO DE MAYO</b>	56,75%	62,5%	23,53%	47,59%
<b>PROCLADE</b>	15%	75%	47,06%	45,69%
<b>PROMOCIÓN SOCIAL DE LA CULTURA</b>	53,25%	100%	82,35%	78,53%
<b>PROYECTO SOLIDARIO</b>	43,25%	100%	82,35%	75,2%
<b>PUEBLOS HERMANOS</b>	23,25%	50%	29,41%	34,22%
<b>SAVE THE CHILDREN</b>	48,25%	62,5%	41,18%	50,64%
<b>TIERRA DE HOMBRES</b>	23,25%	62,5%	41,18%	42,3%
<b>H+D</b>	35%	50%	23,53%	36,18%
<b>INSPIRACTION</b>	35%	25%	11,76%	23,92%
<b>ISCOD</b>	18,25%	87,5%	58,82%	54,86%
<b>JUAN CIUDAD ONGD</b>	28,25%	75%	23,53%	44,21%
<b>MANOS UNIDAS</b>	15%	75%	76,47%	55,49%
<b>MÉDICOS DEL</b>	10%	62,5%	52,94%	41,81%

<b>MUNDO</b>				
<b>MOVIMIENTO POR LA PAZ</b>	23,25%	87,5%	88,23%	66,34%
<b>MUJERES EN ZONA DE CONFLICTO</b>	20%	75%	76,47%	57,16%
<b>OCASHA</b>	15%	62,5%	41,18%	39,56%
<b>ONG RESCATE INTERNACIONAL</b>	10%	75%	64,7%	49,9%
<b>OXFAN INTERMON</b>	15%	87,5%	76,47%	59,66%
<b>PLAN ESPAÑA</b>	15%	75%	82,35%	57,45%
<b>PRODEAN</b>	10%	37,5%	58,82%	35,44%
<b>PROSALUS</b>	40%	62,5%	58,82%	53,77%
<b>SED</b>	10%	100%	94,12%	68,04%
<b>SOTERMUN</b>	40%	75%	41,18%	52,06%
<b>VETERINARION SIN FRONTERAS</b>	20%	62,5%	41,18%	41,22%
<b>COPADE</b>	40%	75%	52,94%	55,98%
<b>AMREF</b>	20%	75%	41,18%	45,39%
<b>EDIFICACIÓN COMUNIDAD DE NAZARET</b>	75%	87,5%	88,23%	83,58%
<b>FERE-CECA</b>	10%	50%	58,82%	39,6%
<b>ONGAWA</b>	23,25%	75%	76,47%	58,24%

Fuente: elaboración propia.