

Impacto de metodologías y herramientas en línea para la evaluación y mejora de la transparencia y la calidad de la información de las entidades no lucrativas

Impacto de metodologias e ferramentas on-line para a avaliação e melhoria da transparência e qualidade da informação de organizações sem fins lucrativos

Impact of methodologies and online tools for the assessment and improvement of the transparency and quality of information of non-profit organizations

Pedro Molina Rodríguez-Navas

Universidad Autónoma de Barcelona (España)

pedro.molina@uab.cat

Vanessa Rodríguez Breijo

Universidad de La Laguna (España)

vrbreijo@ull.edu.es

Alexandre Lavado i Campàs

Universidad Autónoma de Barcelona (España)

alexandre.lavado@uab.cat

Fecha de recepción: 10 de abril de 2018

Fecha de recepción evaluador: 15 de mayo de 2018

Fecha de recepción corrección: 10 de junio de 2018

Resumen

Las organizaciones sin ánimo de lucro deben mejorar su comunicación para ser más confiables y conseguir así mayores recursos económicos y humanos. Es fundamental que la transparencia se sitúe en el centro de este cambio, aprovechando las posibilidades de las TIC, cumpliendo con las imposiciones legales a las que obliga la percepción de fondos públicos e incorporándola como un valor que fortalece al sector.

En España, la legislación sobre transparencia es reciente, por lo que no existe una tradición ni unos modelos que orienten el trabajo de los responsables de estas entidades. Hemos diseñado una metodología que les permite hacer una autoevaluación de la situación en que se encuentran y mejorarla aplicando un procedimiento escalonado, que incorpora tanto la clarificación de las informaciones que deben ser publicadas como la forma en que debe hacerse para que resulte de utilidad. En este sentido, se presta especial atención a la publicación de informaciones comprensibles y fácilmente accesibles.

Esta metodología se ha puesto a disposición de las entidades en una plataforma en línea que contempla una relación de indicadores y criterios adaptados a diferentes tipologías jurídicas de entidades y en la que pueden trabajar mediante tantas sesiones como precisen.

Entre abril de 2016 y septiembre de 2017, 313 entidades se han registrado en la plataforma y la están utilizando. En su mayoría son asociaciones o fundaciones con presupuestos elevados y, por tanto, están obligadas a cumplir con la Ley de Transparencia. Sin embargo, el progreso en la aplicación del procedimiento es muy lento. Además de una significativa falta de recursos humanos y económicos, no existe una motivación urgente para aplicar la Ley ni tampoco se ha extendido una cultura de la transparencia en el sector, de forma generalizada, que vaya más allá de lo estrictamente declarativo.

Palabras clave: transparencia, entidades no lucrativas, ONG, metodologías de evaluación, ley de transparencia, TIC

Resumo

As organizações sem fins lucrativos devem melhorar a sua comunicação para serem mais confiáveis e assim obter mais recursos económicos e humanos. A transparência deve ser colocada no centro desta mudança, aproveitando as possibilidades das TIC, cumprindo as imposições legais obrigatórias na atribuição de fundos públicos e incorporando-a como um valor que deve fortalecer o sector.

Em Espanha, a legislação sobre a transparência é recente, portanto, não há uma tradição ou modelos para orientar o trabalho dos responsáveis por essas organizações. Criámos uma metodologia que lhes permite fazer uma auto-avaliação da situação em que se encontram e melhorá-la, aplicando um procedimento escalonado que incorpora quer o esclarecimento da informação que deve ser publicada quer a forma em que deve ser feita para ser útil. Neste sentido, é dada especial atenção à publicação de informações compreensíveis e facilmente acessíveis.

Esta metodologia foi colocada à disposição das organizações através de uma plataforma on-line que inclui uma lista de indicadores e critérios adaptados a diferentes tipologias legais de organizações e onde podem trabalhar em quantas sessões forem necessárias.

Entre Abril de 2016 e Setembro de 2017, registaram-se 313 organizações na plataforma e continuam a utilizá-la. São principalmente associações ou fundações com orçamentos elevados e, portanto, obrigadas a cumprir a Lei da Transparência. No entanto, o progresso na aplicação do procedimento é muito lento. Além de uma significativa falta de recursos humanos e económicos, não há uma motivação urgente para aplicar a Lei nem se difundiu uma cultura da transparência no sector, de forma generalizada, que vá além do estritamente declarativo.

Palavras-chave: Transparência, organizações sem fins lucrativos, ONG, metodologias de avaliação, lei da transparência, TIC

Abstract

Non-profit organizations must improve their communication to be more reliable and thus obtain more economic and human resources. Transparency must be placed at the heart of this change, taking advantage of the possibilities of ICT, complying with mandatory legal requirements in the allocation of public funds and incorporating it as a value that should strengthen the sector.

In Spain, transparency legislation is recent, so there is no tradition or models to guide the work of those responsible for these organizations. We have designed a methodology that allows them to make a self-assessment of the situation in which they find themselves and improve it by applying a stepped procedure that incorporates both the clarification of the information that must be published and the way in which it must be done in order to be useful. In this regard, special attention is paid to the publication of understandable and easily accessible information.

This methodology has been made available to the organizations in an online platform that includes a list of indicators and criteria adapted to different legal classes of organizations and in which they can work in as many sessions as needed.

Between April 2016 and September 2017, 313 organizations have registered on the platform and are using it. They are mostly associations or foundations with high budgets and, therefore, obliged to comply with the Transparency Law. However, progress in the application of the procedure is very slow. In addition to a significant lack of human and economic resources, there is no urgent motivation to apply the Law nor has a transparency culture spread in the sector, in a generalized way that goes beyond the strictly declarative.

Keywords: Transparency, non-profit organizations, NGO, evaluation methodologies, transparency law, ICT

Introducción

Las entidades sin ánimo de lucro forman un sector diverso, socialmente influyente y económicamente significativo. Presentan diferentes formas jurídicas que, dependiendo de los países, pueden tener nombres distintos o variaciones en su formulación administrativa, pero destacan las asociaciones y las fundaciones, aunque hay que incluir otra amplia gama de tipologías como las religiosas, las cooperativas de trabajo, las federaciones de entidades e incluso algunas formas de organización informal. Además, trabajan en muy diversos ámbitos, como el social o tercer sector, el deportivo, cultural, medioambiental, vecinal, educativo, etc. Desde cada una de estas áreas, tratan de impulsar cambios sociales que manifiestan en los objetivos de sus estatutos fundacionales. Para alcanzarlos, realizan todo tipo de actividades, contratan personal, frecuentemente especializado, y cuentan con socios, voluntarios o colaboradores. Como consecuencia, para afrontar los gastos derivados de la gestión y la actuación reciben subvenciones o ayudas públicas, captan donaciones, establecen convenios con otras entidades privadas, venden productos y hacen todo tipo de campañas de *merchandising*.

Esta intensa actividad tiene una gran repercusión social y mediática. Si las grandes ONG tienen una visibilidad global, las pequeñas entidades, de ámbito nacional, regional o local, se dirigen al entorno próximo para difundir su ideario, captar recursos y mostrar los resultados de su labor. Según datos del IDESCATⁱ, en Cataluña (España), nuestro ámbito de trabajo, en 2016 había registradas 69.874 asociaciones, 2.602 fundaciones, 824 federaciones, 4.000 cooperativas y un número menor de otras formas de entidades sin ánimo de lucro. Según el *Baròmetre del Tercer Sector Social* (Taula, 2016), en 2016 las entidades del sector social en Cataluña contaban con 559.000 personas socias, 563.000 donantes, 348.000 voluntarios y 85.000 trabajadores. Según esta misma fuente, el volumen económico de estas entidades supone el 1,42% del PIB de Cataluña, unos 3.000.000.000€, de los cuales el 60% proviene de fondos públicos y

el 40% restante de fondos privados. Estos números dan cuenta de la relevancia social y económica del sector en su conjunto.

Sin embargo, en muchas ocasiones, la comunicación que realizan lastran una tradición actualmente inadecuada y carente de modelos que impulsen el cambio. Además, muchas de ellas trabajan con insuficientes recursos y sin personal especializado en el campo de la comunicación. Si las memorias impresas les han sido útiles como herramientas de comunicación con el entorno inmediato y de difusión de la actividad, su conversión en documentos digitales en formato PDF, para incorporarlas a las webs corporativas, no mejora su comunicación, ya que se trata de documentos extensos que no han sido pensados para el entorno web. Aunque se ha generalizado el uso de webs, blogs y de las redes sociales y aunque también se producen algunos contenidos audiovisuales, generalmente conmemorativos, en la mayor parte de las ocasiones las sedes electrónicas se configuran sin una idea clara que guíe las publicaciones y sin un formato específico y adecuado para este tipo de organizaciones, por lo que se replican referentes comerciales o estructuras propias de medios de comunicación.

En estas circunstancias, se aprobó en España la Ley de Transparenciaⁱⁱ y, poco después, la Ley de Transparencia de Cataluñaⁱⁱⁱ. Estas leyes obligan a las entidades privadas perceptoras de recursos públicos a publicar en sus sedes electrónicas las informaciones que especifican en su articulado, cuando esas organizaciones reciben más de 100.000€ de fondos públicos en una anualidad o al menos 5.000€, si la cantidad recibida supone el 40% o más de su presupuesto anual.

Esta obligación puede ser percibida como una oportunidad para convertir la transparencia en el eje central estructurador de la comunicación de las entidades no lucrativas. La publicación correcta de esas informaciones debe proporcionar un nuevo marco para el trabajo comunicacional, capaz de otorgar posicionamiento, reputación e imagen corporativa, siendo utilizado como elemento clave para captar recursos y generar nuevas oportunidades. A la vez, debe permitir establecer relaciones y vínculos con posibles donantes, socios, voluntarios, etc., a través de la empatía y las sinergias que proporciona una comunicación de calidad y correctamente orientada. No hay que olvidar que estas entidades también son cuestionadas, por haber sido utilizadas en tramas de corrupción política o en otros tipos de escándalos. Por ello, deben hacer frente a la misma crisis de credibilidad que afecta al conjunto del sistema político y mediático en que operan. La transparencia debe aportar confianza, al dar a conocer las finalidades de las organizaciones, a las personas que las gestionan, la manera que lo hacen y las posibilidades de participación que se ofrecen. En este sentido, visibilizar la labor del voluntariado y la utilización de los recursos públicos es fundamental para obtener legitimidad social.

Con la finalidad de contribuir a extender el valor de la transparencia entre las entidades sin ánimo de lucro, los principios que deben ser aplicados para implementarla y las prácticas de comunicación necesarias, y partiendo de la aprobación de la Ley de Transparencia de España y autonómica de Cataluña, hemos desarrollado el proyecto TransparEnt. Este cuenta con el respaldo de diferentes administraciones públicas, gobernadas por distintos partidos políticos, lo que le confiere mayor credibilidad^{iv}.

En este contexto de falta de tradición o de cultura de transparencia, es necesario colaborar con las organizaciones para que comprendan qué deben publicar y cómo deben hacerlo para que ese trabajo les resulte útil, rechazando una aplicación meramente administrativa de la ley. Para esto hemos diseñado una metodología de autoevaluación de la transparencia, que es también una guía para mejorarla. Este procedimiento ha sido puesto a disposición de las entidades desarrollando una plataforma en línea, que les permite aplicarlo de forma flexible y adaptada a sus necesidades. La metodología permite que, utilizando la plataforma, puedan evaluar su nivel de transparencia, saber cómo mejorarla, obtener autoacreditaciones del nivel alcanzado y conocer modelos de buenas prácticas.

El conjunto de instrumentos del procedimiento ha sido diseñado considerando que las entidades que no están obligadas por la legislación deben incorporar también el valor de la transparencia. Pero incorporar un valor no significa tan solo manifestar conformidad o aceptación de unas ideas generales. Es necesario, sobre todo, aplicarlo en la dinámica de trabajo diaria utilizando criterios compartidos de validez. Por este motivo, planteamos la generación de un estándar de transparencia, útil para cada entidad individualmente y capaz de reforzar al sector en su conjunto.

Este trabajo expone los resultados del proyecto TransparEnt. Explicamos la metodología que hemos diseñado, las utilidades de la plataforma web (en www.transpar-ent.info) y, especialmente, los resultados de utilización de la misma.

Marco teórico: retos de la comunicación y transparencia de las entidades no lucrativas

La búsqueda de una mayor base social y de un incremento de las aportaciones privadas ha sido una de las estrategias más importantes con que las entidades no lucrativas han afrontado la actual crisis económica y la consecuente disminución de los ingresos procedentes de las administraciones (Baamonde, Pena & Martínez, 2015). Para lograr ese propósito, les resulta cada vez más necesario implicar a los donantes en la formulación de sus objetivos y desarrollar conjuntamente con ellos herramientas de seguimiento y evaluación de los mismos (Narberhaus, 2011). Este reto requiere de un cambio en la manera de comunicar y una superación de la manera tradicional de hacerlo.

Hasta hace unos años, los medios de comunicación eran los altavoces más eficaces de los mensajes de las entidades sin fines de lucro. Sin embargo, la proliferación de estas organizaciones, la dificultad para aparecer en los medios y la generalización de las tecnologías digitales ha devenido en la creciente utilización de otros canales. En primer lugar, ganó relevancia el uso de la comunicación web y, poco después, de las redes sociales. Además de su costo, inferior al de grandes campañas publicitarias, estos medios hacen posible una comunicación directa con los distintos públicos (Arroyo, Baladrón & Martín, 2013). Las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICs) han logrado superar barreras espaciales y temporales que antes eran insalvables y que dificultaban el intercambio instantáneo de contenidos y la interacción entre usuarios. Ahora, la capacidad para acceder a la información generada por otros y para compartir la propia es ilimitada (Crespo & Zafra, 2005). En este contexto, el reto de las entidades sociales es establecer una relación y una conversación permanentes con la ciudadanía, promoviendo su implicación incluso más allá de la captación de fondos (Baamonde, et al., 2017).

A través de las TIC se pueden diseñar estrategias de participación de los distintos públicos en las decisiones, utilizando consultas en línea, foros, referéndums, peticiones o cartas (Borge, 2007). La adopción de los medios digitales es una de las maneras más eficaces para difundir información sobre la gestión de fondos públicos y para comunicarse con los ciudadanos (Eom, 2014; Bertot, Jaeger & Grimes, 2010). Las páginas web facilitan la divulgación de información pública, sin ninguna limitación espacial o de horario. Además, reducen en gran medida el coste de la recogida, distribución y acceso a la información (Roberts, 2006). Todo ello facilita el desarrollo de la comunidad, la comunicación bidireccional y la prestación de servicios en línea (Kim & Lee, 2012).

Sin embargo, las experiencias con los medios digitales dependen más bien de su uso. En muchas oportunidades se han limitado a la creación de “webs escaparate”, es decir, de aplicar viejas estrategias a nuevos medios. En otras ocasiones, sin embargo, ha dominado una perspectiva democratizadora, que promueve el desarrollo de contenidos, la participación y el intercambio, apropiándose de lo nuevo para aportar valor a un proyecto ya existente (Burgui, 2010). En este tipo de organizaciones esta función comunicativa debe estar inserta en su propia identidad, pues a través de ella se transmiten valores y rompen prejuicios (Herranz & Cabezuolo, 2009). Una comunicación adecuada y abierta con sus diferentes públicos les hace posible lograr el apoyo público para una actividad, causa o movimiento, consiguiendo de tal modo los fines que se proponen. Por el contrario, el riesgo de una deficiente gestión de la comunicación es la generación de problemas que dificultan la consecución de los objetivos que persiguen estas entidades (Fernández, 2013).

Para ese necesario modelo de comunicación abierto, horizontal y deliberativo, el principal obstáculo es la opacidad con que las entidades no lucrativas reflejan su estructura y funcionamiento, a la vez que el bloqueo, parcial o total, del acceso a la información sobre esos aspectos. Dar voz a la ciudadanía no puede entenderse sin la apertura de canales de acceso a la información, tanto para el control de la gestión de los proyectos, como para el surgimiento de un discurso crítico que permita corregir los desvíos o déficits de esas entidades. Es necesario también para visibilizar los logros y resultados (García, 2012).

En la sociedad actual, la transparencia y la rendición de cuentas se han posicionado como elementos clave para luchar contra los fracasos del desarrollo y los déficits democráticos. Una mayor rendición de cuentas previene y repara la corrupción y la ineficiencia, consiguiendo que la ayuda y el gasto público se canalicen más eficazmente y que con ello aumenten las iniciativas de desarrollo, sus resultados y su visibilidad (Gaventa & McGee, 2013). Por ello, para que las organizaciones sin fines de lucro generen confianza, se legitimen ante la sociedad y se creen las condiciones necesarias para que sean sostenibles, es necesario que la transparencia sea el eje central que estructure su comunicación (Martín Pérez & Martín Cruz, 2017).

Hay teorías que plantean que las organizaciones sin fines de lucro tienden a gestionarse de manera más honesta que las que sí lo tienen. Pero la notoria falta de transparencia del sector, su escaso monitoreo efectivo, la regulación más laxa por parte del Estado, el atractivo de la exención de impuestos y la naturaleza subjetiva e intangible de los servicios y bienes que proporcionan constituyen argumentos para pensar que lo opuesto también podría ser cierto (Burger & Owens, 2010).

La transparencia debe ser concebida como un reconocimiento de que los sistemas no son perfectos y que necesitan controles y balances para que los posibles errores y equivocaciones puedan ser identificados y rectificadas. Así, la disponibilidad oportuna de información confiable es esencial para la regulación efectiva y la supervisión de la gestión por parte de los beneficiarios, donantes y gobiernos (Burger & Owens, 2010). La transparencia aminora los conflictos de intereses y la mala gestión de los recursos (Szper & Prakash, 2011), ya que constituye un potente mecanismo de señalización.

De esta forma, las organizaciones sin fines de lucro deben comunicar información relacionada con su viabilidad financiera, conformidad legal tanto externa como interna, coste de los servicios prestados y, no menos importante, la actuación de sus gestores, que deberá ser evaluada en términos de eficacia y eficiencia (Martín & Martín, 2017). La transparencia no solo requiere rendir cuentas, sino que también incluye mostrar abiertamente el engranaje de una organización: cómo funciona, cómo

realiza su trabajo, cuáles son los procesos internos, sus decisiones o los resultados obtenidos. Las cuestiones referidas a la rendición de cuentas y la transparencia suelen ser entendidas de una manera simplista, como sinónimo de justificación hacia los entes que otorgan financiación, sin tener en cuenta la responsabilidad con los propios beneficiarios y la información sobre el impacto que han tenido las acciones sobre los procesos de desarrollo (Baamonde, García & Martínez, 2017). La rendición de cuentas entendida de esta forma promueve en las entidades un esfuerzo constante para mejorar y, de esta manera, no quedar excluidas de los circuitos de financiación obtenida en concurrencia competitiva (Martín & Martín, 2017).

La sinceridad que implica esta rendición de cuentas, explica Santolino (2010), es valorada positivamente por los distintos públicos de las organizaciones. La necesidad de fondos, de mostrar una gestión económica eficaz, o avances en la reducción de los índices de pobreza y desigualdad, no pueden ocultar los errores, las dificultades y los conflictos, pues estos son consecuencia de la gran complejidad ética y técnica que conlleva el trabajo de cooperación. Y todos los donantes deberían conocer estos datos. “Explicar por qué algo no ha funcionado y cómo se está aprendiendo de la experiencia es algo que la opinión pública puede apreciar especialmente” (Santolino, 2010, p. 246).

De esta manera, la transparencia y la rendición de cuentas son, ante todo, un acto de responsabilidad ante las propias acciones. Las organizaciones evalúan y comunican sus logros, sus fallos y sus planes de mejora, y todo ello tiene una influencia en la percepción que la sociedad tiene sobre ellas. No se trata solo de un informe, es un proceso (Arredondo, Garza & Vázquez, 2014), que existe en la medida en que una organización proporciona información completa sobre todos sus atributos, manteniendo comunicación oportuna directamente con todas las audiencias clave (LaPorte, Demchak & DeJong, 2002).

Objetivos y metodología

Objetivos

El primer objetivo del proyecto TransparEnt es desarrollar una metodología que permita a las entidades sin ánimo de lucro autoevaluar su transparencia.

Para alcanzar este objetivo, partimos de tres consideraciones: la primera es que, tal y como determina la legislación, la herramienta básica de transparencia es la página web de la entidad; la segunda es que no puede darse una comunicación transparente sin incorporar criterios de calidad de la información; y la tercera es que el procedimiento debe contemplar variaciones para diferentes tipologías de entidades.

El segundo objetivo es conceptualizar y desarrollar una plataforma web que ponga la metodología diseñada a disposición de las entidades.

Por último, el tercer objetivo es estudiar cómo utilizan las entidades el procedimiento y la plataforma web, para conocer las dificultades de aplicación que puedan tener y las mejoras que se den en su transparencia y comunicación como consecuencia de esa utilización.

En este trabajo nos centramos especialmente en este tercer objetivo, mostrando y estudiando los resultados de utilización de la plataforma. Pero los datos no son interpretables sin conocer sus funciones y la metodología que propone, aspectos que explicamos en los subapartados siguientes.

Metodología de autoevaluación y mejora de la transparencia para entidades sin ánimo de lucro

Este proyecto se fundamenta en la experiencia y los principios del proyecto Mapa Infoparticipa (disponible en <http://mapainfoparticipa.com/index/home>), en el que se propone una auditoría cívica para la evaluación de la transparencia de las administraciones públicas y la publicación de los resultados de dicha evaluación en una herramienta cartográfica en línea (Molina, Simelio, Corcoy, 2017; Moreno, Molina, Simelio, 2017).

Las diferencias fundamentales entre estos dos proyectos es que, a diferencia del proyecto Infoparticipa, el proyecto TransparEnt, del que nos ocupamos en este trabajo, desarrolla una metodología de autoevaluación y mejora de la transparencia y de la comunicación que se realiza a través de las páginas web de entidades que, en este caso, son privadas. Por tanto, la evaluación no la llevan a cabo investigadores, sino que es la misma entidad quien decide cuándo hace su autoevaluación y, a partir de ese diagnóstico inicial, cómo y con qué calendario aplicar el resto de criterios hasta completar el procedimiento de mejora.

Para establecer los criterios e indicadores de autoevaluación del proyecto TransparEnt, nos basamos en las obligaciones establecidas en la Ley de Transparencia de Cataluña, contemplando tanto las informaciones que deben ser publicadas como los principios que deben aplicarse para realizar una comunicación verdaderamente transparente, especialmente considerando que las informaciones han de ser comprensibles y fácilmente accesibles. Esto lo complementamos con otros indicadores fundamentados en la perspectiva del proyecto Infoparticipa, relativos a la publicación de informaciones en los espacios de noticias y a las herramientas de participación que se ofrecen a los diferentes colectivos implicados en la entidad.

Esa primera relación de indicadores la contrastamos y completamos con otras propuestas específicamente dirigidas a entidades. Resultaron especialmente útiles los trabajos de la *Iniciativa Regional de la Sociedad Civil Rendir Cuentas* (Fernández y Ospina, 2012), del *Observatori del Tercer Sector* (Valls, 2010), la metodología de la *Coordinadora ONG para el Desarrollo-España* (Coordinadora, 2012) y la de la *Fundación Lealtad*, dirigida a las ONG dedicadas a la cooperación^v.

A continuación, elaboramos una encuesta que contestaron representantes de 96 entidades. Dicha encuesta, con preguntas de respuesta cerrada y un espacio final abierto, permitió conocer el parecer de las organizaciones en cuanto a la adecuación de la propuesta a sus necesidades y las carencias que podían encontrar. Con base en estos datos se introdujeron algunas modificaciones y, finalmente, se publicó un documento con la metodología y un manual explicativo.

Para que las entidades pudieran utilizar la metodología como procedimiento de autoevaluación y para que fuera útil a todo tipo de entidades, dividimos la relación de indicadores en escalones y bloques de información. Además, incorporamos a cada indicador una relación de criterios que facilitan la comprensión de las tareas necesarias para validar el indicador.

La función de los 4 escalones es proponer un procedimiento que se pueda ir cumpliendo gradualmente, aportando informaciones de forma lógica y complementaria. A la vez, esta segmentación cubre las necesidades de cada tipo de entidad, ya que las que están obligadas a cumplir con la Ley de Transparencia han de alcanzar el cuarto escalón, mientras que las no obligadas pueden decidir hasta dónde pueden llegar en función de sus necesidades y posibilidades. Un quinto escalón recoge otros indicadores que se consideran de carácter voluntario y, en consecuencia, no forma parte del procedimiento de evaluación.

Por otra parte, la división en 5 bloques de información permite diferenciar los campos de trabajo en estos ámbitos temáticos: 1. la entidad; 2. órganos y personas que gestionan y/o forman la entidad; 3. cómo se gestiona la entidad; 4. cómo se informa sobre la entidad; y 5. procedimientos de participación.

Algunas entidades comenzaron a utilizar este documento, lo que nos permitió valorar su aceptación y virtudes, pero también detectamos inmediatamente que la diversidad del sector obligaba a hacer algunas adaptaciones de la metodología para recoger mejor las diferencias. De esta forma llegamos a la conceptualización de la plataforma web, en la que publicamos una segunda y definitiva versión de la metodología.

La plataforma TransparEnt de autoevaluación y mejora de la calidad de la información de las entidades no lucrativas

La utilización de una herramienta en línea es una estrategia adecuada para una propuesta de mejora de la comunicación que se vehicula a través de páginas web y que se complementa con otros recursos como las redes sociales.

La plataforma permite, a partir de una formulación común, establecer diferencias entre las diversas tipologías jurídicas de entidades. Así, las que se registran pueden escoger entre cuatro posibilidades: asociaciones/clubs deportivos, fundaciones, federaciones, y una cuarta opción denominada “otras”. Esta división permite que trabajen con una relación de indicadores y criterios adaptados. De esta forma se consideran los diferentes tipos de órganos de gobierno u otras características, como si existen socios o no, ya que, por ejemplo, las fundaciones no pueden tenerlos. La última categoría presenta una relación de indicadores neutra, para que pueda ser utilizada por las entidades no contempladas en los tipos anteriores. Mostramos a continuación, como referencia, la relación de indicadores de este cuarto tipo, con la división en escalones y la numeración, que recoge el número de orden del indicador dentro del bloque temático correspondiente.

Escalón 1.

- 1.1 ¿Se publican el nombre y los signos distintivos gráficos de la entidad?
- 1.2 ¿Se informa sobre la forma jurídica de la entidad?
- 1.3 ¿Se publica información sobre la misión, la visión y los valores de la entidad?
- 1.4 ¿Se publica información sobre cuáles son las personas o los colectivos que pueden ser miembros, beneficiarios o usuarios?
- 1.5 ¿Se publica información sobre la creación e historia de la entidad?
- 1.6 ¿Se informa sobre las sedes de la entidad y la atención al público?
- 2.1 ¿Se publica información sobre cuáles son los órganos de gobierno?
- 2.2 ¿Se publica información sobre las funciones de los cargos que forman los órganos de gobierno?
- 2.3 ¿Se publica información sobre las personas que forman parte de los órganos de gobierno?

3.1 ¿Se informa de si la entidad es miembro o colabora con otras organizaciones públicas o privadas?

5.1 ¿Se informa del procedimiento a seguir para ser socio, voluntario o colaborador?

Escalón 2.

1.7 ¿Se publican los estatutos?

1.8 ¿Se publica información sobre los aspectos más destacados de los estatutos?

2.4 ¿Se publica un correo electrónico de contacto de cada una de las personas que forman parte de los órganos de gobierno?

2.5 ¿Se publica información sobre la trayectoria de las personas que forman parte de los órganos de gobierno?

2.6 ¿Se publica información estadística sobre voluntarios y otras personas vinculadas a la entidad?

3.2 ¿Se informa sobre la periodicidad con que se reúnen los órganos de gobierno?

3.3 ¿Se publica información sobre cuál es el marco legal que regula el funcionamiento de la entidad?

3.4 ¿Se publica información sobre otros documentos internos que regulan el funcionamiento de la entidad?

3.5 ¿Se publica el presupuesto anual?

3.6 ¿Se publica información sobre el origen de los ingresos?

3.7 ¿Se da información sobre qué parte del presupuesto se dedica a la ejecución de proyectos y actividades relacionadas con la misión de la entidad?

4.1 ¿Se publican noticias sobre la entidad y sobre las decisiones tomadas en las asambleas y demás órganos de gobierno?

5.2 ¿Se informa de las actividades que pueden desarrollar los socios o voluntarios y de cómo pueden participar?

5.3 ¿Se informa sobre la existencia de espacios de participación como grupos de trabajo, comisiones u otros?

Escalón 3.

2.7 ¿Se informa de si las personas que forman parte de los órganos de gobierno reciben retribuciones por trabajos prestados a la entidad?

2.8 ¿Se publica información sobre el organigrama ejecutivo y/o técnico?

2.9 ¿Se informa sobre la existencia de un consejo asesor o de otros asesores, quiénes son y si son retribuidos?

3.8 ¿Se publica información sobre la planificación del año en curso?

3.9 ¿Se publican las cuentas anuales del último ejercicio finalizado y las auditorías, en su caso?

3.10 ¿Se informa sobre el cumplimiento de las obligaciones tributarias y con la Seguridad Social?

3.11 ¿Se publican las convocatorias y el orden del día de las asambleas con suficiente antelación?

3.12 ¿Se publica un plan estratégico?

4.2 ¿Se publica el nombre de la persona encargada de la comunicación de la organización y su contacto?

4.3 ¿Se hacen en la web campañas de publicidad y/o se publican los materiales utilizados en otros soportes para difundir las actividades o captar socios, voluntarios, etc.?

5.4 ¿Se publican los enlaces a las redes sociales de la entidad?

5.5 ¿Se informa de las condiciones en que se ejerce el voluntariado?

Escalón 4.

2.10 ¿Se publica información sobre el equipo de dirección/gestión y el equipo técnico?

3.13 ¿Se publica información de seguimiento de los proyectos vigentes?

3.14 ¿Se publica información que permita valorar la calidad de los servicios y el grado de cumplimiento de los objetivos generales de la entidad y de sus proyectos?

3.15 ¿Se publican informes de seguimiento del presupuesto anual?

3.16 ¿Se publican las retribuciones de los máximos responsables de la gestión de la entidad y el convenio colectivo que regula las condiciones de trabajo del personal contratado?

4.4 ¿Se publica una agenda de actividades?

4.5 ¿Se informa sobre la existencia de una política de transparencia?

¿Hay un buzón virtual de sugerencias y quejas?

Una vez registradas, las entidades pueden trabajar el procedimiento en tantas sesiones como precisen, mientras tres gráficas acompañan el trabajo indicando los avances sobre el total del procedimiento, en relación a los escalones superados y los bloques temáticos.

Figura 1. Imagen de los gráficos de la herramienta TransparEnt, representando una prueba de caso^{VI}.



Cada escalón completado permite la descarga de un documento de autoevaluación, acreditativo del nivel alcanzado. Por último, en diferentes espacios de la web se ofrecen modelos de buenas prácticas.

Resultados

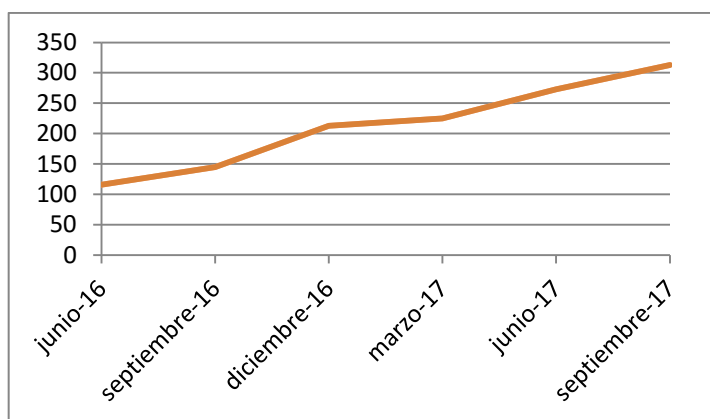
La plataforma está operativa desde el día 6 de abril de 2016. Entre esa fecha y el último día del mes de septiembre de 2017 (tercer trimestre del año) hemos recogido datos sobre la utilización de la plataforma. En este trabajo mostramos y estudiamos esos datos que las mismas entidades aportan en el momento de su registro y los resultados de su proceso de trabajo^{vii}.

Entidades registradas en la plataforma TransparEnt

Tabla 1. N° total acumulado de entidades registradas y promedio de inscripciones mensuales del trimestre

	Total	Promedio mensual inscripciones
Junio 2016	116	38,67
Septiembre 2016	145	9,67
Diciembre 2016	213	22,67
Marzo 2017	225	4,00
Junio 2017	273	16,00
Septiembre 2017	313	13,33

Figura 2. N° total de entidades registradas.



En los primeros meses, entre el 6 de abril y el 30 de junio de 2016, se inscribieron 116 entidades (38,67 mensuales de promedio), como consecuencia de la repercusión de la apertura y de la campaña de presentación. Considerando ese periodo, el promedio de inscripciones (313 entidades en 18 meses) ha sido de 17,39 entidades/mes y, sin considerarlo, de 13,13 (197 entidades en 15 meses). Las variaciones trimestrales dependen en buena parte de las incidencias propias del periodo (vacaciones estivales o navideñas) que afectan tanto a la actividad de las entidades como a la difusión del proyecto, incluyendo las sesiones de formación que se imparten paralelamente.

Este último es un factor clave. Así, el trimestre con menor número de registros, comprendido entre el fin de año de 2016 y el 31 de marzo de 2017, incluye el final de un periodo de menor actividad laboral y el periodo de preparación de la campaña de difusión y formación de 2017.

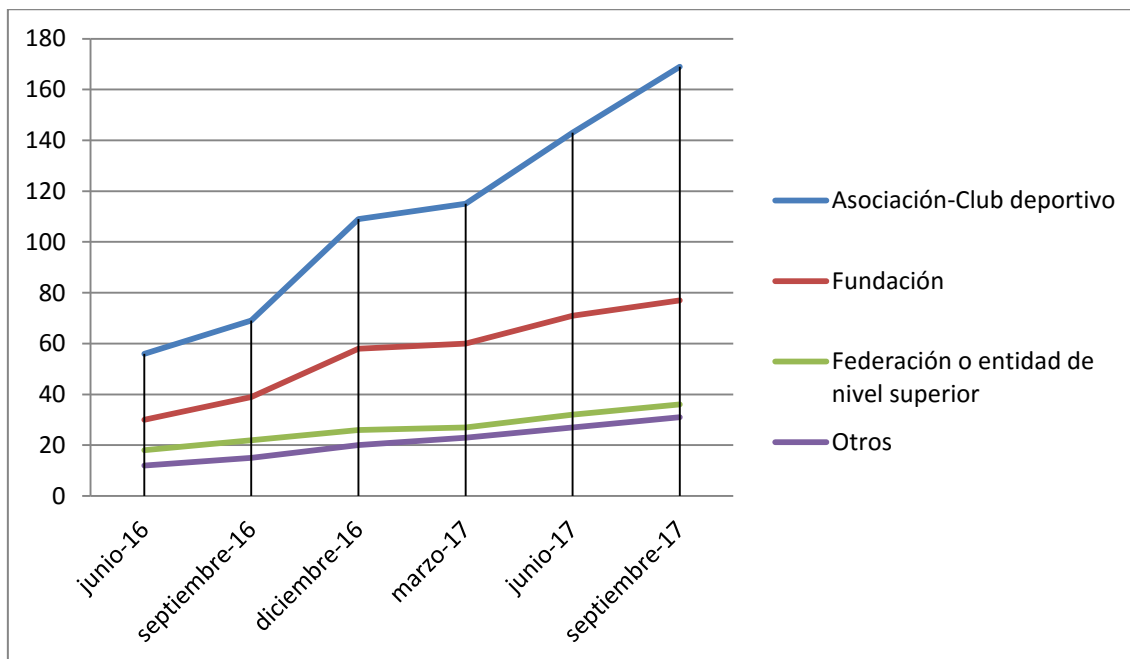
Tipologías jurídicas de las entidades registradas

Tabla 2. Entidades registradas por tipología jurídica

	Asociación-Club deportivo	Federación o entidad de nivel superior	Fundación	Otros	Total
Junio 2016	56	18	30	12	116
Septiembre 2016	69	22	39	15	145
Diciembre 2016	109	26	58	20	213
Marzo 2017	115	27	60	23	225
Junio 2017	143	32	71	27	273

Septiembre 2017	169	36	77	31	313
-----------------	-----	----	----	----	-----

Figura 3. Entidades registradas por tipología jurídica



En cuanto a la tipología jurídica de las entidades registradas, la mayor parte son asociaciones (incluyendo clubs deportivos), seguidas de fundaciones, federaciones y otras agrupaciones de entidades, y por último otros tipos de entidades, como cooperativas, entidades religiosas, etc.

Figura 4. Porcentaje de entidades registradas por tipología jurídica (30 de junio de 2016)

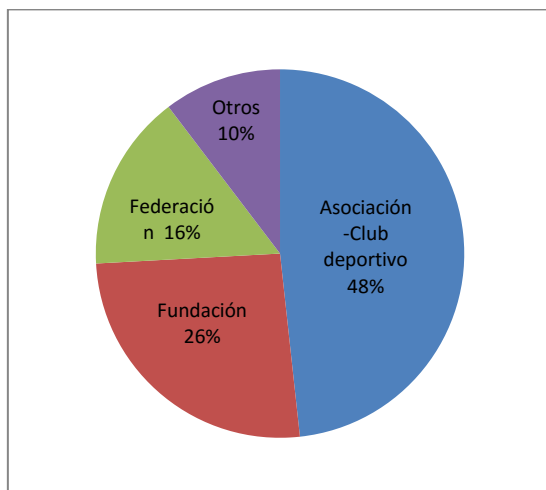


Figura 5. Porcentaje de entidades registradas por tipología jurídica (30 de septiembre de 2017)



Las figuras 4 y 5 permiten comparar la variación porcentual que se ha dado entre el primer y el último trimestre estudiado por tipologías jurídicas de entidades. Como se

puede ver, los cambios no han sido muy significativos. Solo cabe destacar el incremento de las asociaciones, que han pasado de suponer el 48% a ser el 54% de las entidades registradas, en detrimento, especialmente, de las federaciones, que se han reducido en un 5%. Este cambio es natural, ya que el número de federaciones es limitado en relación a las asociaciones y fundaciones.

Sector de actividad

Tabla 3. Entidades registradas por sector de actividad

	Acción social	Comuni./ vecinal	Coop./ derechos	Cultura	Deporte	Form./ educación	Juventud	Medio ambiente	Otros
Junio 2016	68	3	4	15	8	8	2	0	8
Sept. 2016	91	4	4	15	8	10	2	1	10
Diciembre 2016	128	9	8	19	10	17	4	3	15
Marzo 2017	131	9	11	21	11	19	4	3	16
Junio 2017	143	12	16	39	13	21	4	3	22
Sept. 2017	158	18	18	45	16	22	5	6	25

Figura 6. Entidades registradas por sector de actividad

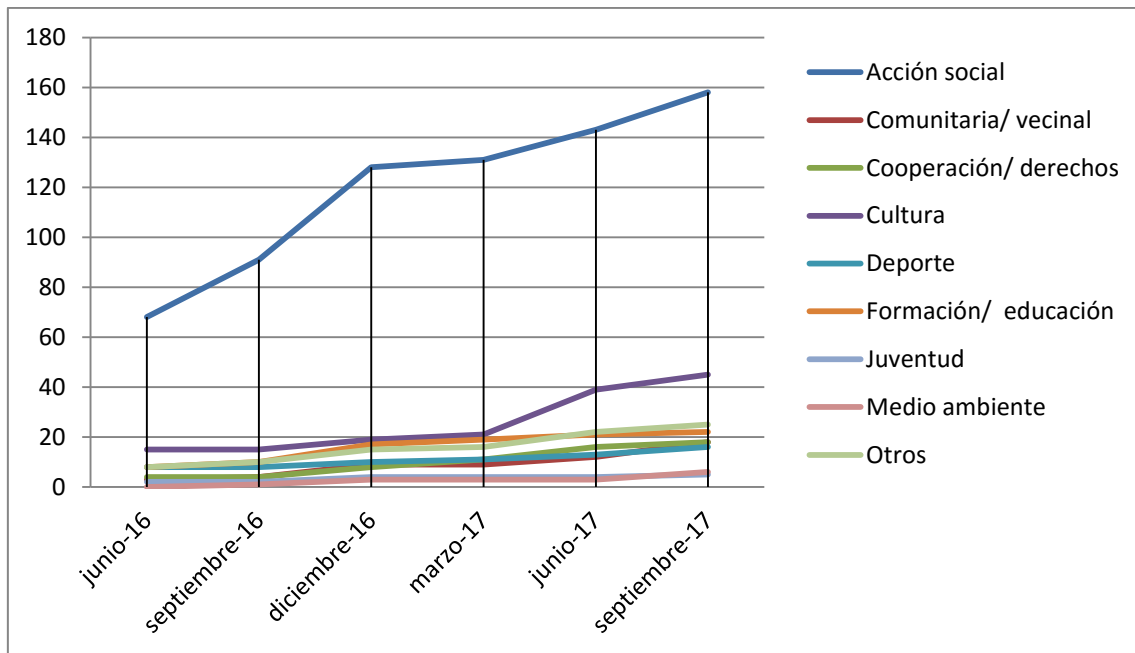
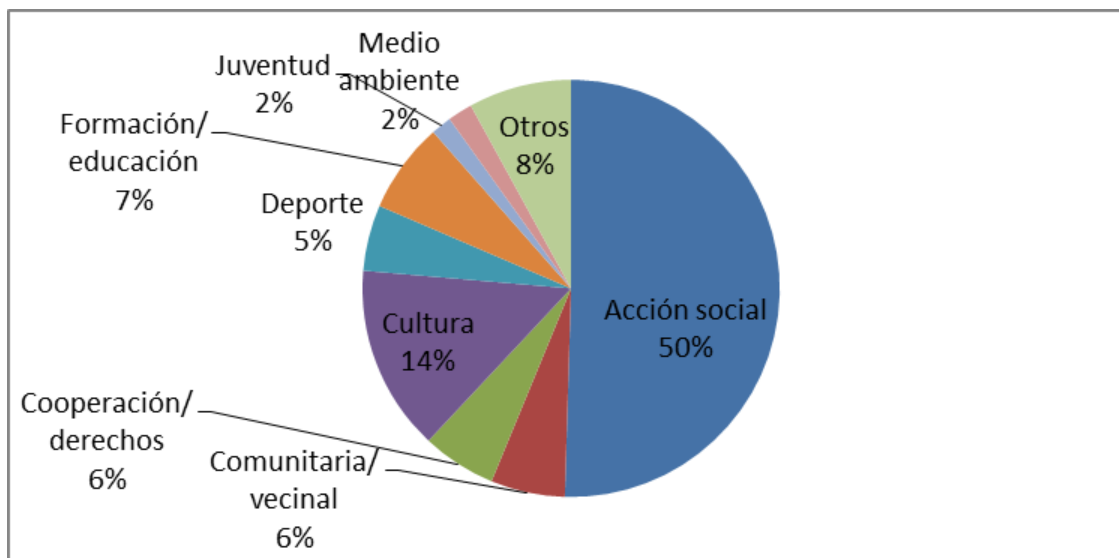


Figura 7. Porcentaje de entidades registradas por sector de actividad (30/09/2017)



En cuanto al sector de actividad, desde el primer momento utilizaron la plataforma de forma destacada las entidades de acción social. En la actualidad suponen el 50% de los usuarios y solo en el ámbito de la cultura se ha dado un crecimiento significativo en los últimos trimestres. Este predominio se explica por diferentes factores: las organizaciones del campo social son las que cuentan con más profesionales y son, generalmente, las que reciben mayores subvenciones, ya que el servicio que prestan requiere de instalaciones y personal especializado. Esta conjunción de elementos hace que sean las que cuentan con mayores recursos, pero también que en todos los estamentos de gobierno y gestión exista una conciencia mayor sobre la importancia de sustentar la actividad en valores diferenciadores y de legitimación de las entidades, llevando esto a un interés mayor por la cuestión de la transparencia.

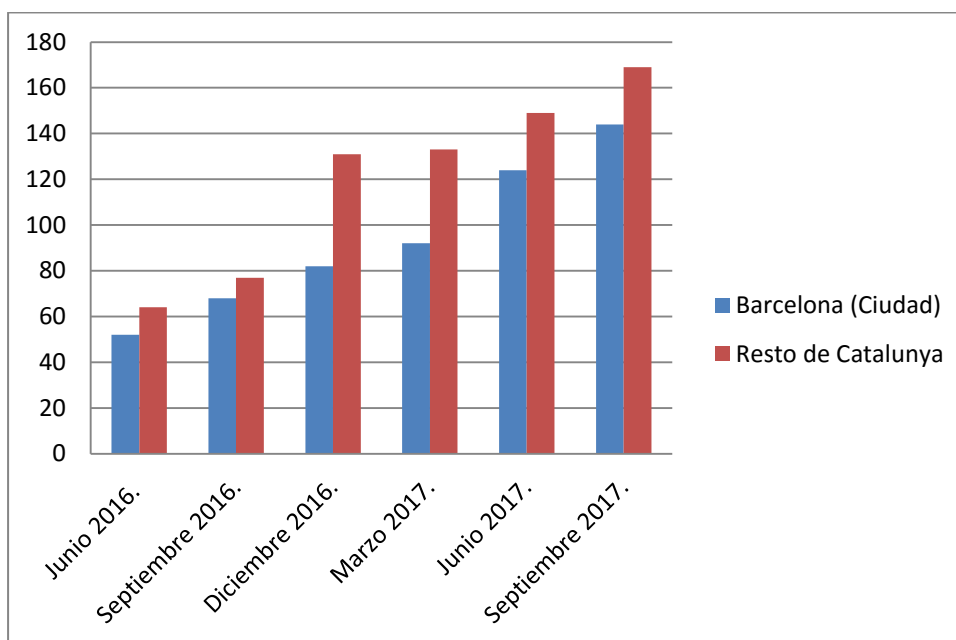
Distribución territorial

Tabla 4. Entidades registradas con sede en la ciudad Barcelona o en el resto de Cataluña

	Barcelona (Ciudad)	Resto de Cataluña
Junio 2016	52	64
Septiembre 2016	68	77
Diciembre 2016	82	131
Marzo 2017	92	133
Junio 2017	124	149

Septiembre 2017	144	169
-----------------	-----	-----

Figura 8. Entidades registradas con sede en la ciudad Barcelona o en el resto de Cataluña



Desde el primer trimestre, el número de entidades con sede en la ciudad de Barcelona ha sido menor que el de las registradas con sede en otras localidades de Cataluña. Esta diferencia es importante porque las entidades con un ámbito de actuación territorial más extenso acostumbran a estar ubicadas en la ciudad de Barcelona, es decir, las de ámbito internacional, estatal o autonómico. Por el contrario, la mayor parte de las situadas en otras localidades dirigen su actividad a un ámbito que oscila entre lo comarcal, local o vecinal.

Las variaciones más significativas en esta relación se han dado cuando se han intensificado las sesiones de formación y difusión en diferentes ciudades y, por el contrario, se ha reducido la diferencia en los últimos trimestres porque se han hecho más formaciones en Barcelona que en el resto del territorio.

Ámbito territorial de actuación

Tabla 5. Entidades registradas por ámbito territorial de actuación (hasta el último día del trimestre)

	Vecinal o local	Comarcal	Autonómico	Estatal	Internacional
Junio 2016	20	30	48	7	11
Septiembre 2016	22	38	65	8	12
Diciembre 2016	38	68	76	11	20
Marzo 2017	39	72	78	14	22
Junio 2017	51	76	91	20	35
Septiembre 2017	70	78	98	21	46

Figura 9. Entidades registradas por ámbito territorial de actuación (hasta el último día del trimestre)

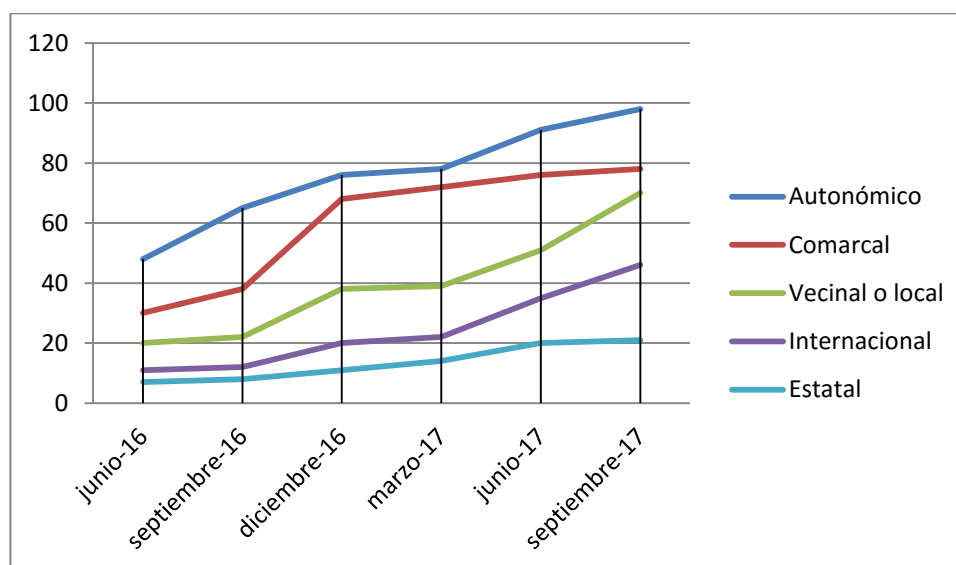
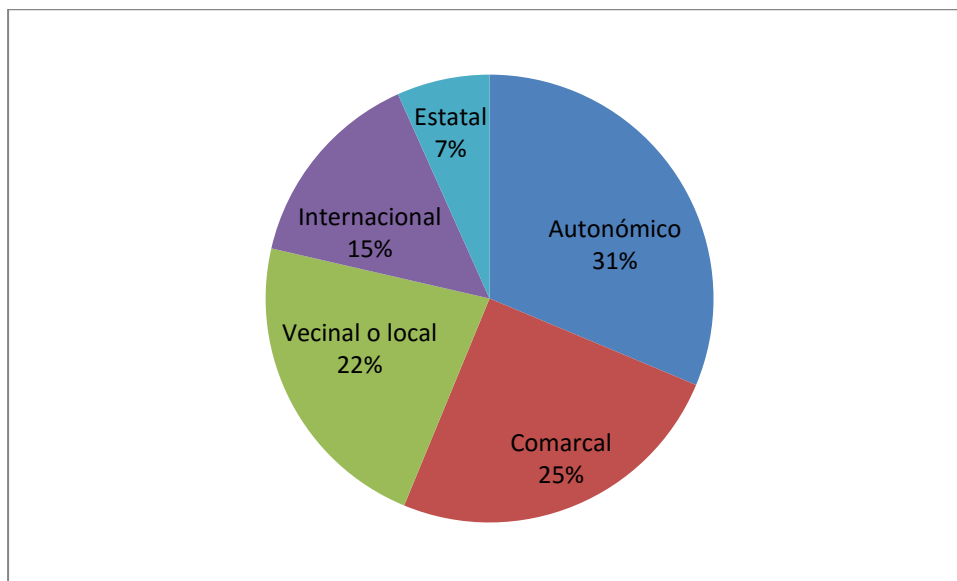


Figura 10. Porcentaje de entidades por ámbito territorial de actuación (30/09/2017)



Los datos de la tabla 5 y la figura 9 muestran que el crecimiento se ha producido en todas las categorías, partiendo de un predominio de las entidades de ámbito autonómico catalán que se ha mantenido en todos los trimestres. Estas han estado seguidas, siempre en el mismo orden, por las comarcales, las vecinales o locales, las internacionales y las estatales.

Sin embargo, el peso de cada tipo dentro de este orden ha ido variando, fundamentalmente en relación al emplazamiento y otras características de las formaciones realizadas. Así, por ejemplo, el crecimiento de las de ámbito internacional en 2017 se debe a las sesiones de formación que se organizaron con la colaboración de la *Federació d'Organitzacions Catalanes Internacionalement Reconegudes* (FOCIR), que se hicieron en Barcelona. El importante crecimiento de las comarcales y vecinales o locales en el último trimestre de 2016, por su parte, se debe a las sesiones formativas realizadas en diferentes ciudades, ya que la mayor parte de las organizaciones de mayor alcance territorial se ubican en Barcelona, como ya se ha apuntado anteriormente.

La figura 10 muestra el último porcentaje registrado. Como se puede ver, las entidades de ámbito autonómico son el 31% de las registradas, casi la tercera parte, y entre las comarcales y vecinales alcanzan el 47%, cerca de la mitad del total. Las internacionales son el 15% y las estatales son solo el 7%.

Socios y voluntarios

Tabla 6. N° de socios en las entidades registradas en las tipologías asociaciones o clubs deportivos y otros

	Hasta 10	Entre 11 - 50	Entre 51 - 100	Entre 101- 250	Entre 251- 500	Más de 500	Desconocido
Junio 2016	6	13	12	16	13	8	-
Septiembre 2016	8	15	16	18	15	12	-
Diciembre. 2016	11	21	27	29	23	15	-
Marzo 2017	11	23	30	30	24	16	4
Junio 2017	17	27	33	33	29	22	9
Septiembre 2017	18	30	39	42	33	27	11

La tabla 6 muestra el número de socios en las asociaciones, clubs deportivos y otros tipos de entidades. Se han descartado las fundaciones porque esa tipología jurídica no admite socios y las federaciones porque sus socios no son personas sino entidades federadas. Como puede verse, no hay un predominio abrumador, pero si una mayoría de entidades que se encuentran entre 11 y 500 socios, destacando la horquilla entre 51 y 250. Sin embargo, no es desdeñable el número de entidades con más de 500 socios (27), que son el 14% del total al final del periodo estudiado, datos que pueden apreciarse en la figura 11.

Figura 11. Porcentaje de socios en las 200 entidades registradas en las tipologías asociaciones o clubs deportivos y otros (30/09/2017)

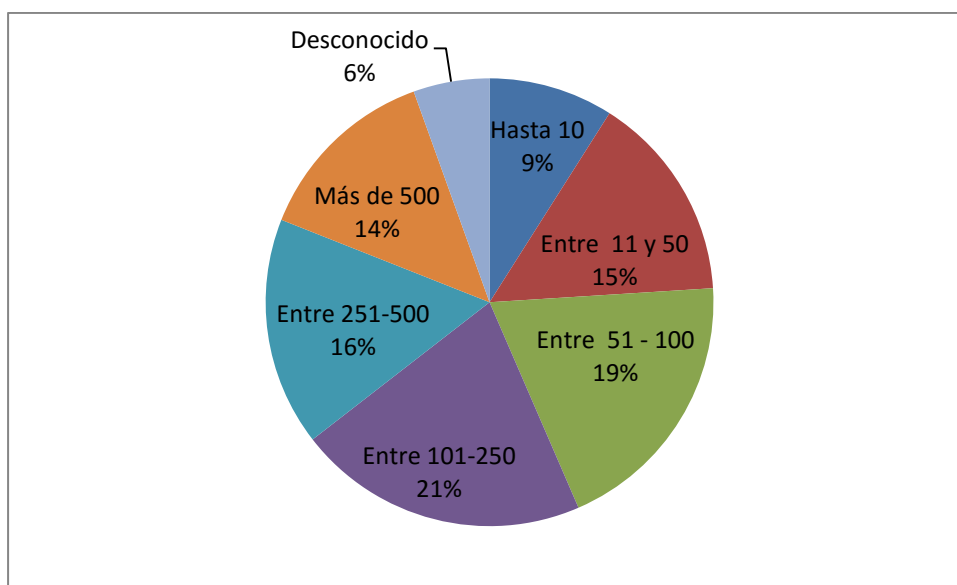


Tabla 7. N° de entidades asociadas a las federaciones registradas

	Hasta 10	Entre 11 - 50	Entre 51 - 100	Entre 101- 250	Entre 251- 500	Más de 500	Desconocido
Junio 2016	4	6	2	3	2	1	-
Septiembre 2016	6	7	2	3	2	2	-
Diciembre 2016	6	10	2	3	3	2	-
Marzo 2017	6	10	3	3	3	2	-
Junio 2017	6	10	4	4	5	2	1
Septiembre 2017	6	10	4	6	6	2	2

En cuanto a las entidades asociadas en las federaciones, o entidades de nivel superior, que son 36, puede verse en la tabla 7 que hay una mayoría de las que agrupan entre 11 y 50 entidades (aunque no se ha registrado ninguna de estas en 2017), pero que hay un número igual o aproximado en las diferentes categorías consideradas, exceptuando las de las federaciones con más de 500 entidades asociadas, que son solo 2

desde septiembre de 2016. Es reseñable que las que cuentan con más de 100 entidades asociadas suman 14, por 20 menores de esta misma cantidad.

Tabla 8. N° de voluntarios en todas las tipologías de entidades

	Ninguno	Hasta 10	Entre 11 - 50	Entre 51 - 100	Entre 101-250	Entre 251-500	Más de 500
Junio 2016	15	28	42	19	6	3	3
Septiembre 2016	20	38	48	21	12	3	3
Diciembre 2016	31	54	73	30	14	7	4
Marzo 2017	33	55	80	30	15	8	4
Junio 2017	41	68	96	35	20	8	5
Septiembre 2017	45	80	112	38	23	9	6

Figura 12. N° de voluntarios en todas las tipologías de entidades (hasta el último día del trimestre)

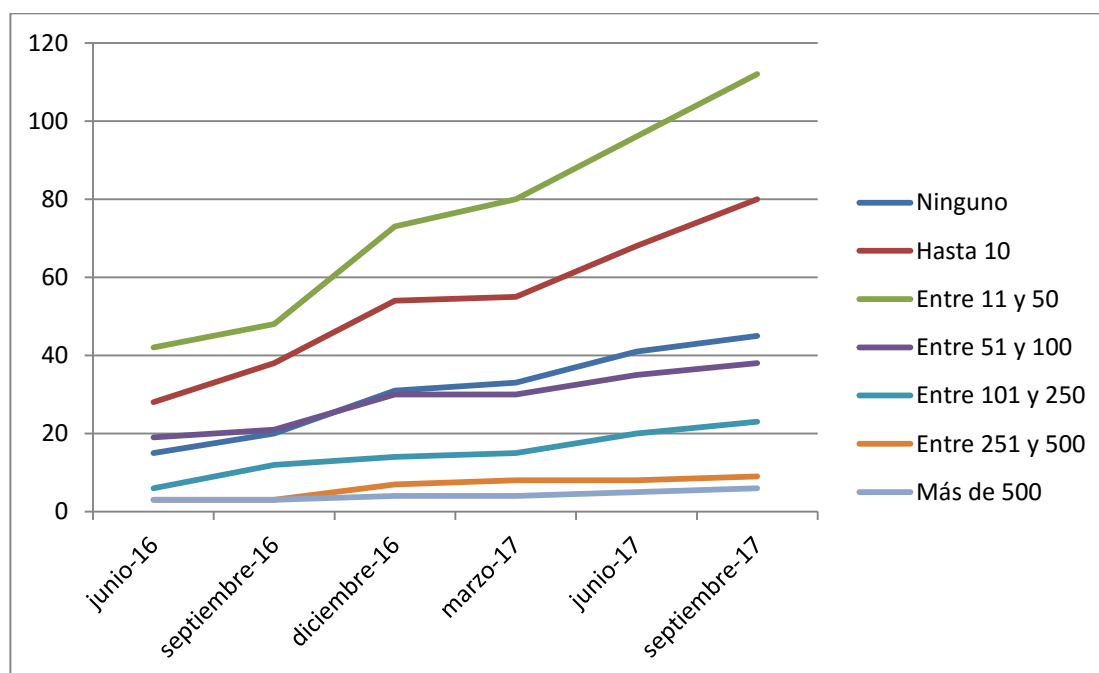
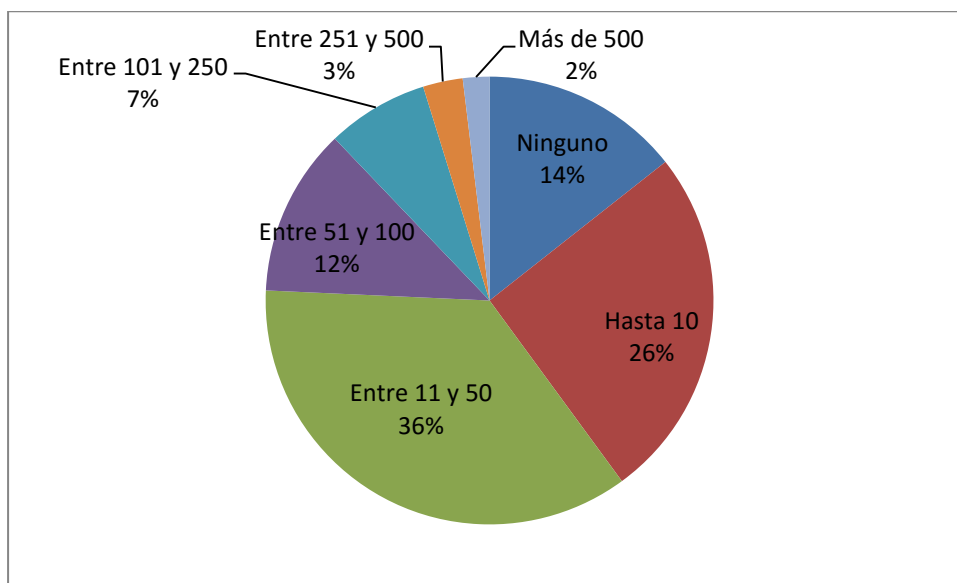


Figura 13. Porcentaje de voluntarios en todas las tipologías de entidades (30/09/2017)



El número de voluntarios es posible consignarlo en todas las categorías. La tabla 8 y la figura 12 muestran que no ha habido grandes cambios de posición entre las diferentes franjas estudiadas. La mayoría siempre ha estado entre la categoría de 1 a 10 voluntarios, y la de 11 a 50 voluntarios. Al finalizar el último trimestre, el 62% de las entidades estaban en esa situación. En tercer lugar se encuentran las que no tienen ningún voluntario colaborando con la organización. Solo el 24% cuentan con más de 50 y, dentro de este grupo, el porcentaje se va reduciendo a medida que se aumenta la cantidad de la franja.

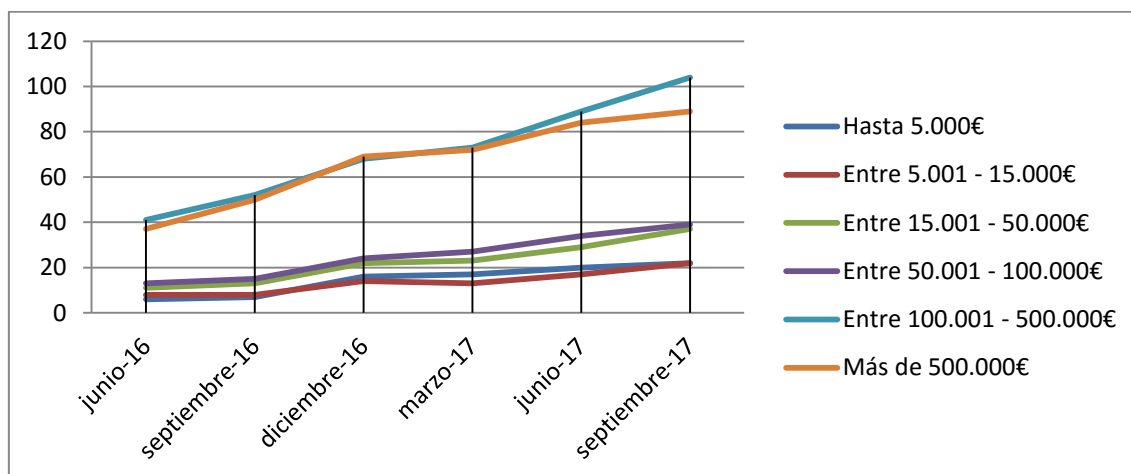
Presupuesto

Tabla 9. Cuantía del presupuesto del último año en todas las tipologías de entidades

	Hasta 5.000€	Entre 5.001 - 15.000€	Entre 15.001 - 50.000€	Entre 50.001 - 100.000€	Entre 100.001 - 500.000€	Más de 500.000€
Junio 2016	6	8	11	13	41	37
Septiembre 2016	7	8	13	15	52	50
Diciembre 2016	16	14	22	24	68	69
Marzo 2017	17	13	23	27	73	72
Junio 2017	20	17	29	34	89	84
Septiembre	22	22	37	39	104	89

2017						
------	--	--	--	--	--	--

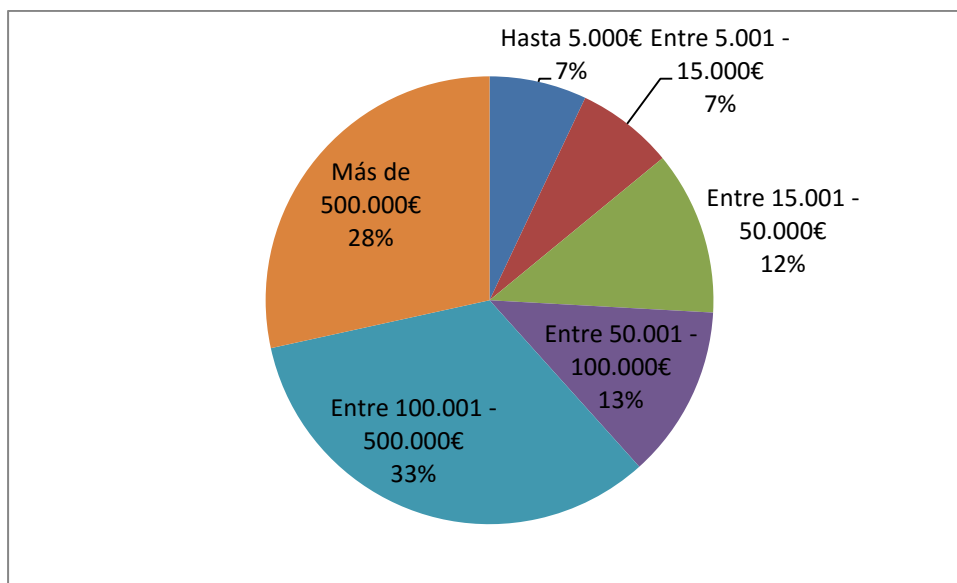
Figura 14. Cuantía del presupuesto del último año en todas las tipologías de entidades



El presupuesto anual de las entidades es un indicador de gran importancia. La figura 14, que representa los datos de la tabla 9, muestra muy claramente como las entidades con presupuesto anual superior a 100.000, incluyendo las que lo tienen mayor de 500.000€, son una mayoría aplastante de las entidades registradas. En el último trimestre suponen el 61% del total (figura 15) y en el primero ya eran un 67%. Por tanto, la distancia entre estas y el resto se ha recortado un 6%. Sin embargo, hay que tener en cuenta que el número de entidades existentes con presupuestos inferiores es mucho mayor, lo que demuestra que las primeras interesadas en el uso de la plataforma han sido las entidades con presupuestos mayores, es decir, las que están obligadas a cumplir con la ley de transparencia, las que cuentan con mayores recursos para hacerlo y con personal profesional.

Aunque en menor medida, también puede apreciarse una distancia, que se ha acrecentado en los últimos trimestres, entre las entidades con presupuestos entre 15.000 y 100.000 y las que tienen presupuestos inferiores a 15.000€. A pesar de que cada uno de estos grupos está dividido en dos franjas, puede verse como en ambos casos los crecimientos son paralelos.

Figura 15. Porcentaje de entidades por franjas de presupuesto del último año en todas las tipologías de entidades (30/09/2017)

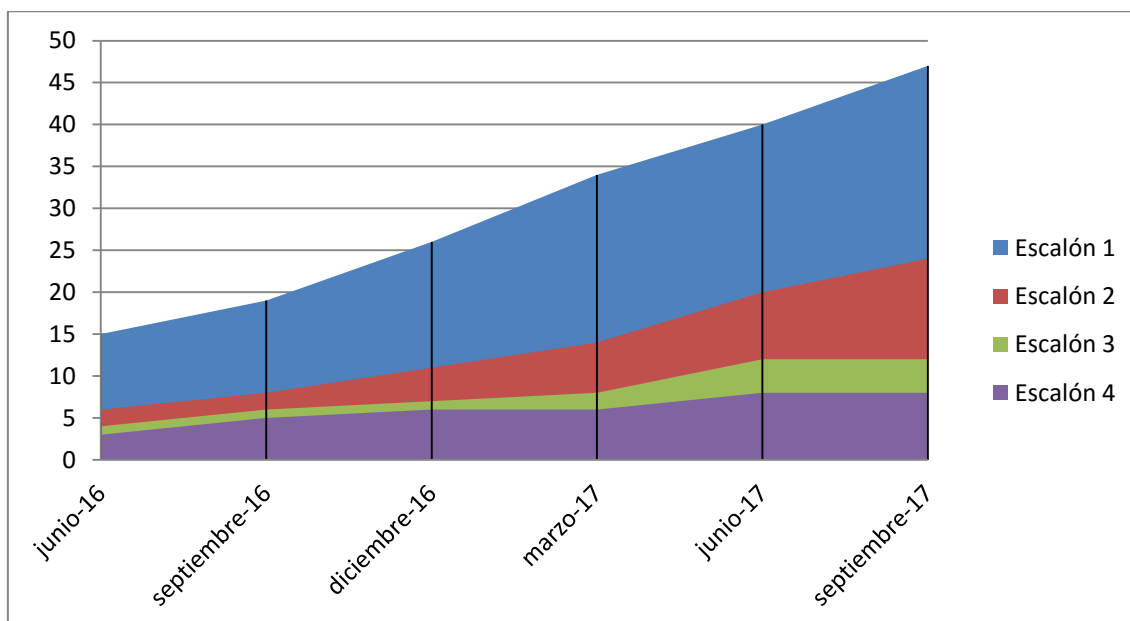


Progreso en el procedimiento

Tabla 10. Nivel del procedimiento alcanzado por las entidades registradas (hasta el último día del trimestre)

	Escalón 1	Escalón 2	Escalón 3	Escalón 4
Junio 2016	15	6	4	3
Septiembre 2016	19	8	6	5
Diciembre 2016	26	11	7	6
Marzo 2017	34	14	8	6
Junio 2017	40	20	12	8
Septiembre 2017	47	24	12	8

Figura 16. Nivel del procedimiento alcanzado por las entidades registradas en todas las tipologías



Por último, ofrecemos los datos sobre el nivel alcanzado. Aunque el número de entidades que superan los diferentes escalones ha ido aumentando, esta mejora se aprecia especialmente en el primer y segundo escalón, es decir, en los menos exigentes y en menor medida en los escalones 3 y 4, en los cuales se ha dado un estancamiento en el último trimestre. Pero, en cualquier caso, las cifras son claramente bajas, ya que incluso las 47 entidades que han alcanzado el primer escalón no son más que el 15,12% del total de las inscritas.

Conclusiones

Se han alcanzado los tres objetivos previstos en el proyecto: se ha diseñado una metodología que permite a las entidades sin ánimo de lucro evaluar su grado de transparencia considerando criterios de calidad de la información; se ha publicado una plataforma con la que estas entidades pueden seguir el procedimiento de autoevaluación y mejora de forma flexible y adaptada a las sus necesidades y obligaciones; y, por último, se ha estudiado cómo utilizan las entidades esta plataforma.

Los resultados del seguimiento de la utilización de la plataforma permiten hacer el siguiente análisis.

- El número de entidades que se inscriben en la plataforma se relaciona con dos factores fundamentales: sus ciclos de trabajo y la programación de sesiones de formación y otros actos de difusión, que también se fijan en relación a dichos periodos de trabajo. Este factor es fundamental: en el primer trimestre se inscribieron una cantidad significativa de entidades

como consecuencia de la difusión que hizo la Generalitat de Cataluña, los actos de presentación de la plataforma y las sesiones de formación que se programaron en el momento de su puesta en marcha. Posteriormente, los momentos con mayor número de inscripciones se corresponden con los de mayor concentración de sesiones formativas, que se programan con la colaboración de ayuntamientos o de federaciones de entidades.

- Este mismo factor determina algunas de las características de las entidades que se registran. Así, la proporción entre entidades registradas en la ciudad de Barcelona o en otras localidades depende de dónde se impartan las sesiones formativas. Igualmente, cuando se hacen formaciones o presentaciones con la colaboración de una federación, las características de esta incrementan los resultados en los apartados de categorías como ámbito de actuación o sector de actividad, ya que las entidades federadas tienen siempre rasgos similares.
- Esta dependencia de la difusión y de la formación muestra que las entidades no están trabajando, salvo excepciones, la cuestión de la transparencia como una prioridad. Es un asunto que todavía no está en su agenda, ni se ha incorporado en sus rutinas. Los motivos tienen que ver con la falta de tradición y, por tanto, con el desconocimiento de las prácticas necesarias para la implementación, así como con la falta de recursos humanos y materiales para hacerlo. Muchas entidades no cuentan con personal especializado en el campo de la comunicación, ni pueden disponer de servicios de gestión externos. Generalmente, el personal que hace este trabajo realiza diferentes funciones en la entidad, algunas de las cuales se relacionan directamente con la consecución de la misión, por lo que la comunicación se subordina a las posibilidades de estas personas y a los objetivos concretos de las actuaciones, sin una planificación ni una visión que contribuya a impulsar a la entidad en su conjunto. Por otra parte, las administraciones que deben vigilar por el cumplimiento de la Ley de Transparencia, y/o que tienen capacidad para imponer sanciones, no lo están haciendo. Como consecuencia, aunque se manifiesta acuerdo sobre la importancia de la transparencia, especialmente cuando se reciben fondos públicos, no existe una percepción de urgencia que coloque esta tarea en la lista de prioridades.
- El perfil mayoritario de las entidades que utilizan la plataforma es el de una asociación que trabaja en el sector social, en un ámbito próximo (hasta autonómico), en la que colaboran un reducido número de

voluntarios (máximo 50) y con un presupuesto superior a 100.000€ anuales, que en una proporción importante supera los 500.000€. Este perfil muestra que las entidades que preferentemente se han interesado por el procedimiento y el uso de la plataforma son las mayores en términos económicos, es decir, aquellas que están obligadas a cumplir con la Ley de Transparencia. Por otra parte, este dato también demuestra que el sector social está más predisposto que el resto. Esto se relaciona con tres elementos: más recursos económicos que en otros sectores como cultura, mejor capacitación de los profesionales y mayor conciencia sobre los valores de las entidades en relación a los objetivos y misiones de las organizaciones, lo que facilita la comprensión de la importancia de la comunicación y la transparencia. Este análisis evidencia también las carencias de otros sectores igualmente importantes, como el del deporte.

- En cuanto a los resultados de utilización de la plataforma, son muy pocas las entidades que han alcanzado los escalones 3 y 4, y solo 47 de las 313 totales han superado el escalón 1. Estos resultados, poco alentadores, muestran la falta de recursos de las entidades. Se trata de entidades que se han registrado, mostrando así su interés inicial, y que en muchas ocasiones han acudido a alguna de las sesiones de formación. Sin embargo, una vez han conocido la realidad del trabajo a ejecutar no lo han realizado. También aquí hay que señalar que en un contexto de falta de tradición, es necesario que las administraciones públicas trasladen mensajes y señales que motiven a las entidades.

Señalamos como conclusión que en las condiciones del contexto en que se ha desarrollado este trabajo, para que un procedimiento de medición supere el ámbito académico y sea útil a las entidades para mejorar sus prácticas, no basta con que haya sido construido adecuándose a las obligaciones y necesidades de comunicación de las organizaciones. La falta de una cultura al respecto, y de recursos para introducir y consolidar los cambios, impide la ejecución de estos. No se trata solamente de condiciones materiales. Aunque en la mayor parte de los casos se incorpora la transparencia a la relación de valores de las entidades, e incluso de suscriben códigos éticos al respecto, no se hace el esfuerzo que requiere llevarlo a la práctica.

Cabría discutir estas conclusiones argumentando deficiencias en el procedimiento que impiden su aplicación. Sin embargo, el diseño fue testado con las entidades, que siguen manifestando su percepción de validez, y cuenta con el respaldo de los técnicos de las administraciones públicas implicadas y de las federaciones de entidades, que lo valoran como adecuado y aplicable.

Referencias bibliográficas

- Arredondo Trapero, F.G., Garza García, J., & Vázquez Parra, J.C. (2014). Transparencia en las organizaciones, una aproximación desde la perspectiva de los colaboradores. *Estudios Gerenciales*, 30, 408-418. doi: 10.1016/j.estger.2014.06.007.
- Arroyo Almaraz, I., Baladrón Pazos, A., & Martín-Nieto, R. (2013). La comunicación en redes sociales: percepciones y usos de las ONG españolas. *Cuadernos de Información*, 32, 77-88. doi: 10.7764/cdi.32.497.
- Baamonde Silva, X.M., Pena Rodríguez, A., & Martínez Rolán, X. (2015). La gestión de la comunicación digital como herramienta de transparencia y rendición de cuentas en la ONGDs. *Revista de la Asociación Española de Investigación de la Comunicación*, 2 (4), 27-33. Recuperado de <http://www.revistaaic.eu/index.php/raaic/article/view/54>.
- Baamonde Silva, X.M., García-Mirón, S., & Martínez-Rolán, X. (2017). Solidaridad y transparencia digital. Webs y redes sociales de las ONGS españolas de acción social. *El profesional de la información*, 26 (3), 438-446. doi: 10.3145/epi.2017.may.10.
- Bertot, J.C., Jaeger, P.T., & Grimes, J.M. (2010). Using ICTs to create a culture of transparency: E-government and social media as openness and anti-corruption tools for societies. *Government Information Quarterly*, 27 (3), 264-271. doi: 10.1016/j.giq.2010.03.001.
- Borge Bravo, R. (2007). Nuevas tecnologías y regeneración de la democracia. En: L. Cotino Hueso (Coord.), *Democracia, participación y voto a través de las nuevas tecnologías* (pp.25-34). Granada: Comares.
- Burger, R., & Owens, T. (2010). Promoting Transparency in the NGO Sector: Examining the Availability and Reliability of Self-Reported Data. *World Development*, 38 (9), 1263-1277. doi: 10.1016/j.worlddev.2009.12.018.
- Burgui Jurío, T. (2010). Qué oportunidades ofrece la “nueva cultura digital” a las ONGD en su condición de entidades educadoras. En: T. Burgui-Jurío, & J. Erro-Sala (Eds.), *Comunicando para la solidaridad y la cooperación: cómo salir de la encrucijada* (pp.179-200). Pamplona: Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía.
- Coordinadora de ONG para el Desarrollo – España (2012). *Indicadores de Transparencia y buen gobierno (versión ONGD)*. Madrid: Publicaciones

- Coordinadora. Recuperado de http://webtransparencia.coordinadoraongd.org/wp-content/uploads/Herramienta_Transparencia_y_Buen_Gobierno_Rev_Marzo_20121.pdf
- Crespo Rodríguez, M., & Zafra Jiménez, A. (2005). *Transparencia y buen gobierno. Su regulación en España*. Madrid: La Ley.
- Eom, S.-J. (2014). Improving Governmental Transparency in Korea: Toward Institutionalized and ICT-Enabled Transparency. *The Korean Journal of Policy Studies*, 29 (1), 69-100. doi: 10.1177/0160323X15599427.
- Fernández, R. & Ospina, R. I. (2012). *Manual de autoevaluación sobre las prácticas de transparencia y rendición de cuentas. Iniciativa Regional de la sociedad Civil: Rendir Cuentas*. Recuperado de <http://rendircuentas.org/AplicacionRendirCuentas/index.html>
- Fernández Torres, M.J. (2013). Gestión de la comunicación en el sector no lucrativo español. *Revista de Comunicación de la SEECI*, XVII (30), 94-105. doi: 10.15198/seeci.2013.30.94-105.
- García López, M. (2012). Repensar la comunicación para la paz y la solidaridad desde lo participativo. *Claves y propuestas. Razón y palabra*, 17 (81), 139-151. Recuperado de <http://bit.ly/2iRy5Bp>.
- Gaventa, J., & McGee, R. (2013). The Impact of Transparency and Accountability Initiatives. *Development Policy Review*, 31 (1), s3-s28. doi: 10.1111/dpr.12017.
- Herranz-De la Casa, J. M., & Cabezuelo-Lorenzo, F. (2009). Comunicación y Transparencia en las Organizaciones Sociales. Los blogs como generadores de transparencia en las Organizaciones No Gubernamentales (ONGs). *Revista Icono14*, 13, 172-194. doi: 10.7195/ri14.v7i2.322.
- Kim, S., & Lee, J. (2012). E-Participation, Transparency, and Trust in Local Government. *Public Administration Review*, 72 (6), 819-828. doi: 10.1111/j.1540-6210.2012.02593.x.
- LaPorte, T.M., Demchak, C.C., & DeJong, M. (2002). Democracy and bureaucracy in the age of the Web. *Administration & Society*, 34 (4), 411-446. doi: 10.1177/0095399702034004004.
- 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*, 37,

- cuatrimestre III, 159-190. Recuperado de <http://www.plataformatercersector.es/sites/default/files/N37%20RETS.pdf>
- Molina Rodríguez-Navas, Pedro; Simelio Solà, Núria; Corcoy Rius, Marta (2017). Metodologías de evaluación de la transparencia: procedimientos y problemas. *Revista Latina de Comunicación Social*, 72, pp. 818-831 [ISSN 1138-5820], <http://www.revistalatinacs.org/072paper/1194/44es.html>; DOI: 10.4185/RLCS-2017-1194
- Moreno Sardà, Amparo.; Molina Rodríguez-Navas, Pedro.; Simelio Solà, Núria (2017): El impacto de la legislación sobre transparencia en la información publicada por las administraciones locales. *El profesional de la Información*, v. 26, n. 3, pp. 370-380 [ISSN 1386-6710], <http://www.elprofesionaldelainformacion.com/contenidos/2017/may/03.pdf>
- Narberhaus, M. (2011). Informe SMART CSOs: estrategias para la gran transición: cinco puntos de apoyo para las organizaciones de la sociedad civil. Madrid: Ecodes. Recuperado de <http://bit.ly/2iRqKBL>.
- Roberts, A. (2006). *Blacked out: Government secrecy in the information age*. New York: Cambridge University Press.
- Santolino-Prieto, M. (2010). Recuperando la esencia: las ONGD como agentes de comunicación para el cambio social. En: T. Burgui-Jurío, & J. Erro-Sala (Eds.), *Comunicando para la solidaridad y la cooperación: cómo salir de la encrucijada* (pp.221-256). Pamplona: Foro Comunicación, Educación y Ciudadanía.
- Szper, R., & Prakash, A. (2011). Charity watchdogs and the limits of information-based regulation. *Voluntas*, 22 (1), 112-141. doi: 10.1007/s11266-010-9156-2
- Taula d'entitats del Tercer Sector Social de Catalunya (2016). Baròmetre del Tercer Sector Social. Edició 2016. Informe de resultats. 13 de juny 2016. Taula d'entitats del Tercer Sector Social de Catalunya. Recuperado de http://www.tercersector.cat/sites/www.tercersector.cat/files/informe_barometre_2016_maquetat_0.pdf
- Valls, N. (2010). La transparència i la rendició de comptes al tercer sector. Reflexió i autodiagnòstic. Barcelona: Observatori del Tercer Sector. Recuperado de http://governacio.gencat.cat/web/.content/qualitat_democratica/08_qd_i_associacions/arxius/transparencia.pdf

Notas

-
- i Institut d'Estadística de Catalunya (IDESCAT). En <http://www.idescat.cat/pub/?id=aec&n=791>
- ii Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno. BOE disponible en <http://www.boe.es/boe/dias/2013/12/10/pdfs/BOE-A-2013-12887.pdf>
- iii Llei 19/2014, del 29 de desembre, de transparència, accés a la informació pública i bon govern. DOGC disponible en http://dogc.gencat.cat/ca/pdogc_canals_interns/pdogc_resultats_fitxa/?action=fitxa&documentId=680124&language=ca_ES
- iv El proyecto TransparEnt ha sido financiado con el soporte de la Generalitat de Catalunya y del Ayuntamiento de Barcelona. Recientemente, se ha incorporado el Ayuntamiento de Valencia.
- v Fundación Lealtad <http://www.fundacionlealtad.org/web/home>.
- vi Todas las figuras y tablas de este trabajo son de elaboración de los autores.
- vii Los datos que se muestran en todas las tablas se han recogido el último día del mes señalado, con una frecuencia trimestral, excepto en el primer periodo que abarca desde el día 6 de abril de 2016, cuando fue publicada la plataforma.