

Razones por las que se demanda una necesidad de transparencia en las entidades no lucrativas: estudio empírico

Javier Corral Lage

Profesor e investigador de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (España).

Crisanta Elechiguerra Arrizabalaga

Catedrática en Economía Financiera y Contabilidad de Escuela Universitaria de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea (España).

javier.corral@ehu.es, crisanta.elechiguerra@ehu.es

Recibido: mayo, 2013.
Aceptado: abril, 2014.
Publicado: junio, 2014.

Resumen

La argumentación del trabajo reside en la importancia de divulgar una información responsable, clara, legítima y transparente por parte de las entidades no lucrativas. El objetivo de este estudio es evidenciar, a través de una encuesta realizada a entidades del sector no lucrativo y al colectivo de profesorado perteneciente a la Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad, qué nivel de importancia supone ofrecer una información transparente a los grupos de interés, cuáles son las principales razones que existen para facilitar este tipo de información y en qué áreas de la entidad sería recomendable incidir.

Los resultados obtenidos en el estudio muestran cómo el nivel de importancia de ofrecer una información transparente es alto, cómo un impulso de la transparencia en la información emitida puede ayudar a las organizaciones a captar y fidelizar mejor sus fondos económicos, suponer un valor añadido y reducir las dudas y suspicacias generadas en los grupos de interés ante actos de negligencia desarrollados por individuos pertenecientes al sector y cómo la mayor parte de las áreas de una entidad deben rendir cuentas mediante una información más transparente.

Palabras clave

Sector no lucrativo, transparencia, grupos de interés, información, confianza.

Abstract

The paper focusses on the degree to which it is important that non-profit organizations disseminate accurate, clear, legitimate and transparent information. The objective of this study is to demonstrate, through a survey of Nonprofit Sector entities and a group of teachers belonging to the Spanish Association of University Professors of Accounting, the degree of importance necessary in order that a non-profit organization provides transparent information to stakeholders, the main reasons that exist in order to provide this type of information and in which areas it might be necessary to intervene.

The following results were obtained from the study. Firstly, the degree to which the importance factor contributed to providing transparent information was high. Secondly, increased transparency in the disclosure of results can help organizations to better attract and retain economic funds, generate added value and reduce uncertainties and suspicions generated in and amongst interest groups as a result of acts of negligence perpetrated by individuals belonging to the sector. Finally, the principal parts of the areas of an entity should provide accounts based on transparent information.

Key words

Nonprofit sector, transparency, stakeholders, information, confidence.

El creciente reconocimiento del tercer sector comporta desempeñar una labor de responsabilidad ante la sociedad

1. Introducción

El creciente reconocimiento del tercer sector como agente de transformación social, así como el proceso de madurez en el que están inmersas las Entidades No Lucrativas (ENL) implica desempeñar una labor de responsabilidad ante la sociedad trabajando más allá de las buenas intenciones, para alcanzar una legitimidad y credibilidad ante la comunidad en general (Vidal & Grabulosa, 2008).

La expansión vivida por las ENL en los últimos años (Brown & Kalegaonkar, 2002; Lee, 2004; De la Roda, 2008; Caba, Gálvez & López, 2011) se está viendo empañada como consecuencia de escándalos, principalmente de fraude, corrupción, gastos excesivos y mala gestión, acaecidos por sus miembros. Esta ineficiencia en el cometido de la entidad, unida a la percepción por parte de la opinión pública de un lucro económico personal e ilegal por parte de sus integrantes (Núñez & Garrido, 2003), desemboca en una tendencia hacia la desconfianza y por ende en un detrimento de su imagen cara a la sociedad (Herranz de la Casa, 2007).

La ruptura de la confianza se genera por la incoherencia entre la conducta y el discurso de las organizaciones. Así, las prácticas corruptas minan la credibilidad de las entidades y supone un comportamiento antiético en contraposición con la transparencia, elemento desarrollador de ética en la labor de estas (Uslaner, 2002).

Actualmente los diferentes *stakeholders* o grupos de interés de las ENL han incrementado de manera exponencial su demanda de información exigiendo una notificación aún más amplia de sus actuaciones relacionadas con aspectos morales y sociales (Moneva & Bellostas, 2007; Marcuello, Bellostas, Marcuello & Moneva, 2007). Por ello, la generación de un clima de confianza y credibilidad entre las ENL y sus grupos de interés ayudará a legitimar las actuaciones de estas, siendo la transparencia, entendida como aquellas cualidad que permite a todos los grupos de interés conocer y descubrir el funcionamiento y la identidad de una organización (Herranz de la Casa, 2006), un elemento crucial para ello (Balas-Lara, 2011).

A pesar de la importancia de divulgar una información transparente por parte de las ENL, son escasos los estudios (Vernis, 1998; Marcuello et al., 2007; De la Roda, 2008) que han ahondado en las razones que impulsan una demanda creciente de esta. Bajo estos antecedentes los objetivos de este trabajo son:

1. Conocer el nivel de importancia que supondría ofrecer una información transparente a los grupos de interés.
2. Determinar cuáles son las razones principales por las que las ENL deberían promover su transparencia en la información emitida.
3. Identificar en qué áreas sería recomendable incidir.

Para la consecución de estos objetivos tras la introducción, este estudio se estructura en los siguientes apartados, el segundo muestra el contexto socio-económico en el que se encuentran las ENL. El tercer apartado se centra en el concepto de transparencia y los mecanismos que existen para favorecerla. Seguidamente en el apartado cuarto se desarrolla la metodología para el análisis de los objetivos definidos anteriormente. En el quinto apartado analizamos los resultados obtenidos y, finalmente, en el último apartado se recogen las conclusiones más importantes.

La mala gestión puede generar desconfianza y un detrimento de la imagen de las ENL

2. El contexto social y económico del Sector No Lucrativo

Los escándalos generados por individuos pertenecientes a ENL en España en la última década no han ayudado más que a desvirtuar la loable labor desempeñada por la mayor parte de las ENL y a reducir el grado de confianza que la sociedad deposita en ellas (Edelman, 2012). En ciertas ocasiones, las ideas o prejuicios de creer que una ENL es una tapadera para generar un lucro personal o que la falta de control y transparencia en sus actividades económicas es característica de ellas (Nuñez & Garrido, 2003) ayuda a desvirtuar la proyección de estas organizaciones.

La demanda de una información más detallada y veraz por parte de los *stakeholders* (Kearns, 1994), entendidos estos como cualquier individuo o grupo que pueda afectar o ser afectado por la consecución de los objetivos de una organización (Freeman, 1984), no es más que un síntoma de una paulatina agravación de la imagen negativa del sector por parte de estos (Kearns, 2001).

Los grupos de interés ante este escenario demandan una información basada en la claridad, la legitimidad y la responsabilidad (Mitchell, Agle & Wood, 1997; Horrach & Salvá, 2011) y es ahí precisamente donde surge el concepto de transparencia como base sustentadora de todo ello (Marcuello, et al., 2007; Caba, Gálvez & López, 2009).

Esta acepción supone una actitud e implica una disponibilidad de información que reduzca la incertidumbre de aquellos grupos de interés que la soliciten (Marcuello et al., 2007). Asimismo, la sociedad no se debe contentar con obtener un simple detalle económico financiero de un periodo de tiempo, es necesario conocer los objetivos, actividades, estrategias y toma de decisiones, conocer la gestión interna y actuación de la organización (Marcuello et al., 2007), pero sobre todo su misión y lo que eso significa.

La información relativa a la imagen y el nivel de confianza de las ENL es recogida en varios estudios (Delgado, Jiménez, Fernández & Remis, 2004; Bonbright, 2007; Delgado, 2009; Coordinadora de ONGD, 2010; Edelman, 2012; Centro de Investigaciones Sociológicas, 2006, 2007, 2009, 2010 y 2011), según los cuales la imagen pública y la confianza depositada en las ENL está por encima de la otorgada al sector público y privado, si bien es cierto que en los últimos años el contexto socio-económico ha influido de manera negativa en todos los ámbitos (véase el cuadro 1).

Cada vez se hace más palpable el uso e impulso de la transparencia como mecanismo de supervivencia y garantía de calidad de muchas entidades no lucrativas, ya que según Balas-Lara (2008), mejorar en transparencia es la fórmula más apropiada para difundir una imagen más positiva del sector, abandonando así la desconfianza adquirida y la pérdida de credibilidad.

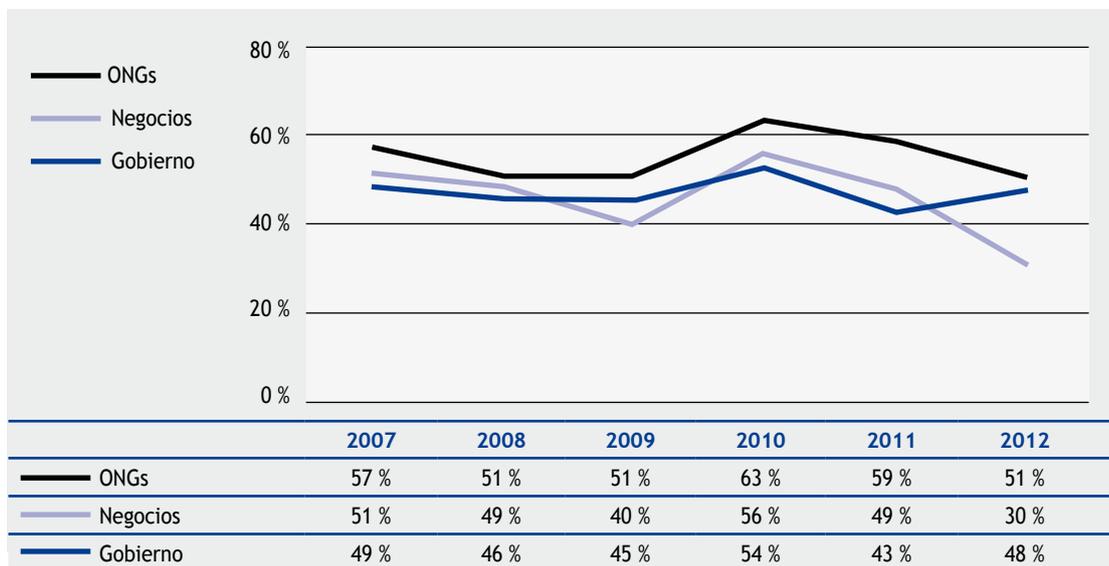
Por todo ello, la transparencia ha pasado a ser el elemento que forma parte del conjunto de valores que posibilitan que las organizaciones actúen dentro de los parámetros de las buenas prácticas éticas (Herranz de la Casa, 2007), donde las organizaciones deben revelar de manera voluntaria información para demostrar su compromiso social ante la comunidad y así conseguir legitimarse (Campbell & Haley, 2006).

3. La transparencia y sus mecanismos de control

En la actualidad se está otorgando un nivel de importancia muy elevado a la transparencia en el mundo de lo no lucrativo, de acuerdo con los estudios realizados por Kearns (1994), el

La transparencia es la cualidad que permite conocer y descubrir el funcionamiento de una organización

Cuadro 1
Nivel de confianza en España. Comparativa ONGs, gobierno y negocios



Fuente: Edelman (2012).

Observatorio del Tercer Sector (2007), Vidal y Grabulosa (2008) y Cavanna (2013), entre otros.

Las definiciones del concepto de transparencia pueden ser numerosas, en función de los autores que se han interesado por dicha acepción (Gruber, 1987; Shafritz, 1992; Puig, 1999; Kearns, 2001; Bonbright, 2007; Vidal & Grabulosa, 2008; Vaccaro & Madsen, 2009; Starling, 2010; entre otros). Sin embargo, tras ellos, se aprecia una posición en común entre unos y otros. En general, como ya hemos definido, se entiende la transparencia como aquella cualidad que permite a todos los grupos de interés conocer y descubrir el funcionamiento y la identidad de una organización (Herranz de la Casa, 2006).

Una buena comunicación tiene el influjo de crear una imagen atractiva de una organización y una posición sólida de diferenciación frente al resto de formas organizacionales (Salvador i Peris, 2003). A estos hechos debemos unirles que el rol de transformación social que poseen las ENL establece, además, un compromiso donde se implica una exigencia social. Esta determinada manera de hacer plantea el reto de implicar e involucrar a la sociedad en las tareas que realizan y en los objetivos que persiguen. En este marco se hace necesario impulsar la transparencia para con todos aquellos que formen parte del proceso (Vidal & Grabulosa, 2008).

La comunicación con los diferentes *stakeholders* involucrados en la organización es un atributo imprescindible para transmitir una visión determinada de la organización, para informar sobre la misión, sobre los objetivos a cumplir y las actividades a desarrollar. Relacionarse con otros agentes sociales relevantes, de un modo transparente, respetuoso y coherente con los valores propios de las entidades, como son el rigor, la veracidad o el respecto, se hace fundamental a la hora de desarrollar cauces de comunicación entre las diferentes partes interesadas (Vidal & Grabulosa, 2008).

Los 'stakeholders' demandan una información basada en la claridad, legitimidad y responsabilidad

Impulsar todos estos atributos clave hace necesario utilizar mecanismos que favorezcan la comunicación de la información a todas las partes vinculadas a la organización, tanto de manera directa como indirecta. Y todo ello bajo la premisa de la transparencia. Atendiendo a los mecanismos de control que persiguen una adecuada rendición de cuentas en las ENL, estos pueden ser divididos en dos bloques diferenciados. Por un lado, estarían aquellos instrumentos formales impuestos por los poderes públicos y, por otro lado, aquellas iniciativas de carácter eminentemente voluntario por parte de las propias entidades.

En las organizaciones pertenecientes al sector no lucrativo a pesar de no existir una ley expresa en materia de transparencia como ocurre en otros ámbitos, sí existen diversas normas que postulan la disposición pública de información, aunque centrándose única y exclusivamente en el ámbito económico y financiero, como es el caso de la Ley Orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación; la Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones; el Real Decreto 1491/2011, de 24 de octubre, por el que se aprueban las normas de adaptación del *Plan General de Contabilidad* a las entidades sin fines lucrativos y el modelo de plan de actuación de las entidades sin fines lucrativos; y la Ley 38/2003, de 17 de Noviembre, General de Subvenciones.

Sin embargo, la emisión de información transparente, para satisfacer la demanda de los grupos de interés, debería cubrir otras áreas como la de recursos humanos, estratégica, directiva, etc. Para ello, las organizaciones del sector no lucrativo han ido elaborando y aplicando códigos de conducta voluntarios como la *Guía de Transparencia y Buenas Prácticas de la Fundación Lealtad*; la *Herramienta de Transparencia y Buen Gobierno* de la Coordinadora de ONGD España; los *Indicadores para Entidades Sin Fines Lucrativos* de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA); o la *Guía del Global Reporting Initiative (GRI)* adaptada a las entidades no lucrativas; entre otros, que velan por una adecuada transparencia, tanto en lo que a rendición de cuentas se refiere, como a otros aspectos sociales necesarios e importantes en las ENL.

4. Metodología

Se ha llevado a cabo una encuesta a través de la herramienta web de encuestas *online* encuestafacil.com., entre los meses de mayo a septiembre de 2012, dirigida a los responsables de diferentes ENL dentro del ámbito estatal y al profesorado perteneciente a la Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad (ASEPUC).

La encuesta forma parte de un estudio más amplio titulado *El papel de la transparencia en las entidades no lucrativas*. Está formada por los siguientes cuatro bloques: a) datos personales, b) datos sobre la entidad, c) el conocimiento del Sector No Lucrativo y d) el concepto de transparencia en las entidades no lucrativas. Con un total de 30 preguntas, 17 eran preguntas simples y 13, dinámicas.

Para el primer objetivo de este estudio, como es el conocer el nivel de importancia que supone ofrecer por parte de las ENL una información transparente a los grupos de interés, no existen estudios actuales españoles a excepción de aquellos centrados en la confianza o la imagen, como hemos comentado anteriormente. Por ello en la encuesta realizada, tras una breve explicación de qué se entiende por transparencia y quiénes son los grupos de interés, se incide en averiguar cuál es el grado de relevancia que supone ofrecer una información transparente por parte de las ENL a partir de los siguientes ítems: a) nada importante, b) poco importante, c) algo importante y d) muy importante.

La transparencia es la fórmula más apropiada para difundir una imagen más positiva del sector

En el caso del segundo objetivo, a la hora de determinar cuáles son las razones principales por las que las ENL deberían promover su transparencia en la información emitida se ha llevado a cabo la elaboración de un listado de argumentos (ítems) por las que las organizaciones de esta índole deben impulsar especialmente su transparencia. Siguiendo los trabajos previos de Vernis (1998), De la Roda (2008) y Marcuello et al. (2007), nos encontramos, por un lado, que existen razones exógenas que impulsan una demanda creciente de transparencia en la gestión de estas entidades. Según Marcuello et al. (2007), se podrían enumerar las siguientes:

1. Las entidades del tercer sector cada vez adquieren una mayor relevancia en los procesos sociales, políticos y económicos de la sociedad.
2. El número de organizaciones que proliferan en la actualidad están sufriendo uno de sus crecimientos más acentuados a lo largo del tiempo.
3. Los escándalos, corrupciones y demás actos negligentes por parte de individuos pertenecientes a organizaciones no lucrativas activan las dudas y suspicacias de cara al sector.

Estos motivos instan a las ENL a informar de sus actuaciones a la colectividad en general. Sin embargo, no solo las situaciones externas influyen en la proliferación de transparencia y rendición de cuentas en el ámbito no lucrativo, las razones endógenas también adquieren su importancia. En base a Vernis (1998) y de la Roda (2008), son las siguientes:

4. La transparencia y la rendición de cuentas suponen un valor intrínseco en la manera de actuar de la organización.
5. Una actitud transparente permite tener una base social amplia y comprometida.
6. Rendir cuentas obliga a medir el resultado de sus actuaciones.
7. Permite compararse con otras organizaciones parecidas (benchmarking).
8. Ayuda a los líderes a fomentar la correcta toma de decisiones para velar por el cumplimiento de la misión y los objetivos de la entidad.
9. Favorece la captación y fidelización de fondos
10. Favorece la captación y fidelización de voluntarios.

Estos estudios señalan cuáles son las razones que impulsan una demanda creciente de transparencia, pero no evidencian el nivel de importancia de cada uno de los argumentos. Por ello, la no disponibilidad de justificaciones empíricas sobre cuáles son las razones más importantes por las que las ENL deban promover su transparencia en la información emitida nos ha llevado a realizar una encuesta que nos aporte dichas evidencias.

Por último, en referencia al tercer objetivo, para poder identificar en qué áreas de una ENL se debe incidir más a la hora de demandar una información transparente, en la cuestión relacionada con ello, se han definido las siguientes áreas (ítems) en base a la clasificación realizada por el *Anuario del Tercer Sector de Acción Social* en España 2012 (EDIS, 2012): a) área económica y financiera: captación de fondos, b) área directiva: gestión y administración, c) área estratégica: marketing y comunicación, d) área de actividades: programas y proyectos y e) área de recursos humanos.

Datos

Para extraer los datos que ofrezcan evidencias de los objetivos planteados en este trabajo, hemos accedido a las siguientes preguntas de la encuesta:

- ¿Qué nivel de importancia supone ofrecer una información transparente a los grupos de interés?

Según los encuestados, ofrecer una información transparente a los 'stakeholders' es muy importante

- Existen diferentes argumentos por los que las ENL deben promover su transparencia. Indique las razones más importantes que para usted impulsan una demanda creciente de transparencia en la información emitida.
- ¿Sobre qué áreas debe ser transparente una ENL en cuanto a la emisión de información?

Muestra

En este estudio, como hemos comentado, se parte de un universo formado por un lado por las entidades de ámbito no lucrativo a nivel estatal y, por otro lado, del conjunto de profesorado universitario contable.

Sobre las ENL, se ha impuesto una serie de restricciones, con el fin de llegar a un colectivo representativo del marco poblacional. A la hora de definir nuestro tamaño muestral nos vamos a centrar en el enfoque según la normativa legal estatal, que incluye a todas las asociaciones y fundaciones (exceptuando cooperativas, mutualidades, sociedades laborales, partidos políticos, sindicatos, asociaciones empresariales, federaciones deportivas; las asociaciones de consumidores y usuarios; y cualesquiera otras reguladas por leyes especiales). La cifra de asociaciones y fundaciones considerado como población finita asciende a 287.762, según los datos recogidos, a fecha de 2005 (dato más cercano a la actualidad del que hemos podido disponer) en el estudio *FONCE-2005* (Delgado, 2009).

La encuesta se ha efectuado vía mail y por este motivo se han obtenido los datos de los correos electrónicos dirigidos a los responsables de cada ENL por medio de los directorios que ofrecen las webs de Fundación Lealtad y Fundación Eroski. En resumen, la muestra objeto de este estudio queda formada por aquellas asociaciones y fundaciones a nivel estatal, activas y con una cuenta de correo electrónico.

Sobre el conjunto de profesorado universitario contable, entendido este como un grupo específico de una muestra no aleatoria de conveniencia por la facilidad para poder acceder a los encuestados, se opta por realizar un *mailing* dirigido a los socios de (ASEPUC). Se entiende que, dentro del colectivo, los pertenecientes a esta asociación pueden ser representativos de ese colectivo. El interés de obtener datos de individuos mayores de edad, en activo, con importantes conocimientos en el área contable y afines hace que los socios de ASEPUC cumplan con las directrices marcadas. El número de profesorado al que asciende este colectivo considerado como población finita asciende a 890 individuos.

El tamaño muestral tanto para el caso de las ENL como de los miembros de ASEPUC se ha determinado para lograr que el margen de error máximo para la estimación de una proporción (frecuencia relativa de respuesta en un ítem específico de una cuestión) sea inferior a 0,05 puntos, en este caso de $\pm 5\%$ con un nivel de confianza del 95% ($z=1,96$, para $e=0,05$) sobre un universo de 287.762 asociaciones y fundaciones, definido como finito y de 890 miembros de ASEPUC (véase la fórmula 1).

$$n = \frac{N}{1 + \frac{e^2 (N - 1)}{z^2 pq}} \quad (1)$$

Así pues, el tamaño muestral asciende a 384 y 269 respetivamente. A pesar de los tamaños muestrales, para el estudio de las ENL y la sociedad en general, hemos creído conveniente incrementar la cifra hasta 637 en el primer caso y 890 en el segundo, atendiendo a una elevada tasa de no respuesta.

La transparencia supone un valor intrínseco en la manera de actuar de las ENL

Depuración de la muestra

En la elaboración de la encuesta se enviaron un total de 637 encuestas a ENL y 890 a los miembros de ASEPUC. Se recibieron un total de 351 respuestas, es decir, un índice de respuesta del 23 %.

Sobre las 637 organizaciones y los 890 miembros de las que constaba la base de datos para la realización de la encuesta, llegaron a ser recibidas por los destinatarios un total de 660, de las cuales 351 fueron contestadas, 205 en el caso de ENL y 146 en el caso de la sociedad.

El proceso de depuración, que hemos llevado a cabo, ha sido muy riguroso, lo que ha provocado la pérdida de un número considerable de respuestas. Sin embargo, y como contrapartida, esta depuración otorga un grado mayor de validez y fiabilidad a las muestras que se obtienen a partir de dichos colectivos. Esto ha supuesto la eliminación de 100 cuestionarios, 65 para ENL y 35 en el caso de los miembros de ASEPUC, ya que muchas encuestas no habían sido contestadas en su totalidad y podrían desvirtuar parte de los resultados obtenidos.

De esta forma, el número definitivo de encuestas que componen la muestra asciende a 251. Una vez comprobadas todas ellas, la muestra queda dividida en 140 encuestas para las ENL, un 55,78 %, y 111 encuestas de individuos, un 44,22 % respecto al total de encuestas tomadas como correctas (véase el cuadro 2). Siendo unas cifras que pueden considerarse representativas a la hora de tener en cuenta los datos obtenidos, ya que supone un índice de respuesta de encuestas consideradas correctas del 36,45 % y del 41,26 % respecto al tamaño muestral.

Cuadro 2

Características de la muestra

Total de entidades no lucrativas: 140					
Tipo de entidad	N.º	Volumen presupuestario	N.º	Ámbito de actuación	N.º
Asociación	82	Gran entidad: 1.000.000 euros o más	40	Comunidades autónomas o provincia, municipio, barrio	56
Fundación	58	Mediana entidad: (300.000 - 1.000.000 euros)	28	Estatad	24
		Pequeña entidad: (300.000 - 1.000.000 euros)	50	Internacional	60
Total de miembros de ASEPUC: 111					
Sexo	N.º	Edad	N.º		
Hombre	44	(18-35)	29		
Mujer	67	(35-55)	60		
		(55-65)	17		
		65 o más	5		

5. Resultados

Resultados: nivel de importancia que supone ofrecer una información transparente por parte de las ENL a los grupos de interés

La transparencia puede favorecer la captación y fidelización de fondos

En general, tanto las ENL como los miembros de ASEPUc encuestados ofrecen un grado de importancia muy alto al hecho de ofrecer una información transparente a los *stakeholders*, siendo el ítem “Muy Importante” el más valorado.

Respecto a las ENL, tras el análisis comparativo en función del tipo de actividad, valor presupuestario y ámbito de actuación no se han identificado diferencias significativas. Los resultados indican que en el caso del *tipo de actividad* tanto para las asociaciones como para las fundaciones el nivel de importancia es “Muy Importante” con un 96,10 % y 98,11 % respectivamente. En el caso del *volumen presupuestario*, a excepción de las pequeñas entidades y microentidades que ofrecen valores del 10 % y del 4,55 % al ítem “Algo Importante”, el resto ofrecen un grado de importancia muy alto a la transparencia. Si nos centramos en el *ámbito de actuación*, el único dato que hay que destacar es que son las entidades de carácter internacional las que valoran en mayor medida la transparencia.

En relación a los miembros de ASEPUc, hay que comentar que el caso de la variable *sexo* solo en las mujeres el ítem “Poco Importante” adquiere una pequeña relevancia del 1,32 %. Para el resto de los casos, los hombres ofrecen un nivel de relevancia “Algo Importante” del 9,09 % y “Muy Importante” del 90,91 %, frente al 3,95 % y 94,74 % respectivamente en el caso de las mujeres. En referencia a la variable *edad* se debe tener en cuenta que el grado de importancia que se ofrece a la transparencia es inversamente proporcional a los intervalos de edad (véase el cuadro 3).

Resultados: razones principales por las que las ENL deban promover su transparencia en la información emitida

Las organizaciones del tercer sector en cuanto a las razones (recogidas y numeradas en la metodología) por las que se debe promover la transparencia se observan comportamientos homogéneos en cuanto a las variables *tipo de entidad*, *volumen presupuestario* y *ámbito de actuación*. Por ello, en general, la razón principal por la que las ENL deben ser transparentes en la información que ofrecen a sus *stakeholders* es que la transparencia supone un valor intrínseco en su manera de actuar (ítem 4), muy de cerca nos encontramos con que la transparencia puede favorecer la captación y fidelización de fondos (ítem 9). En tercer lugar se defiende que una actitud transparente permite tener una base social amplia y comprometida (ítem 5), seguido muy de cerca por el argumento de que contra los incrementos de escándalos, corrupciones y demás actos negligentes (ítem 3) se debe demandar una mayor transparencia. La adquisición de una mayor relevación en diferentes procesos (ítem 1), también supone un argumento defendido por más de la mitad de las ENL encuestadas. La captación y fidelización de voluntarios (ítem 10) junto con la obligación de medir los resultados (ítem 6) ocupan el sexto y séptimo lugar respectivamente. A la cola de las razones que impulsan una demanda de transparencia en el sector no lucrativo se encontrarían el fomento de una toma de decisiones correcta en consonancia con la misión y los objetivos de la entidad (ítem 8), el *benchmarking* (ítem 7) y, por último, el crecimiento del sector (ítem 2).

Respecto a los miembros de ASEPUc, al igual que en el caso de las ENL no existen comportamientos heterogéneos en base a las variables, en este caso, *sexo* y *edad*. Si bien es cierto que se produce una pequeña diferencia de criterios sobre todo en el caso de los argumentos más importantes. Para los miembros de ASEPUc, la principal razón para impulsar una mayor transparencia en la emisión de información de las organizaciones del sector no lucrativo son los escándalos, actos corruptos y negligencias ocurridas en el sector (ítem 3), seguido de la adquisición de una mayor relevación en diferentes procesos (ítem 1), el favorecer la captación y fidelización de fondos (ítem 9), suponer un valor intrínseco en su

Una actitud transparente permite tener una base social amplia y comprometida

Cuadro 3
Grado de importancia que supone ofrecer una información transparente (en porcentaje)

¿Qué grado de importancia supone ofrecer una información transparente a los grupos de interés?				
GENERAL				
	Nada importante	Poco importante	Algo importante	Muy importante
ENL	0 %	0 %	4,29 %	95,71 %
Miembros de ASEPUK	0 %	1,80 %	8,11 %	90,09 %
Entidades no lucrativas				
En función de la variable TIPO DE ENTIDAD				
	Nada importante	Poco importante	Algo importante	Muy importante
Asociación	0 %	0 %	3,90 %	96,10 %
Fundación	0 %	0 %	1,89 %	98,11 %
En función de la variable VOLUMEN PRESUPUESTARIO				
	Nada importante	Poco importante	Algo importante	Muy importante
Gran entidad	0 %	0 %	0 %	100 %
Mediana entidad	0 %	0 %	0 %	100 %
Pequeña entidad	0 %	0 %	10 %	90 %
Microentidad	0 %	0 %	4,55 %	94,45 %
En función de la variable ÁMBITO DE ACTUACIÓN				
	Nada importante	Poco importante	Algo importante	Muy importante
Comunidades autónomas o menos	0 %	0 %	5,36 %	94,64 %
Estatad	0 %	0 %	8,33 %	91,67 %
Internacional	0 %	0 %	1,67 %	98,33 %
MIEMBROS DE ASEPUK				
En función de la variable SEXO				
	Nada importante	Poco importante	Algo importante	Muy importante
Hombre	0 %	0,00 %	9,09 %	90,91 %
Mujer	0 %	1,32 %	3,95 %	94,74 %
En función de la variable EDAD				
	Nada importante	Poco importante	Algo importante	Muy importante
(18-35)	0 %	0,00 %	2,99 %	97,01 %
(35-55)	0 %	0,74 %	6,41 %	92,85 %
(55-65)	0 %	0,00 %	7,89 %	92,11 %
65 o más	0 %	9,09 %	0,00 %	90,91 %

manera de actuar (ítem 4) y el que una actitud transparente permite tener una base social amplia y comprometida (ítem 5). Las razones menos importantes por las que demandar transparencia se comportan de manera similar al de las ENL (véase el cuadro 4).

Resultados: áreas sobre las que rendir cuentas mediante una información más transparente

Las ENL, independientemente del tipo de variable, remarcan que el área económica y financiera es en la que mayor incidencia debe tener la transparencia, seguida del área de actividades, directiva, estratégica y por último la encargada de los recursos humanos. Si bien es cierto que en el caso de la variable *tipo de entidad* se plasma un dato que rompe con el comportamiento de homogeneidad a la hora de opinar sobre ellas, esto es, si para las fundaciones, el hecho de ofrecer una mayor transparencia en el área estratégica es confirmado

Cuadro 4

Principales razones que impulsan una demanda creciente de transparencia (en porcentaje)

Razones que impulsan una demanda creciente de transparencia										
Respuesta múltiple										
Entidades no lucrativas										
En función de la variable TIPO DE ENTIDAD										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Asociación	63,64 %	14,29 %	74,03 %	85,71 %	63,64 %	59,74 %	27,27 %	57,14 %	71,43 %	62,34 %
Fundación	49,06 %	7,55 %	49,06 %	86,79 %	60,38 %	47,17 %	16,98 %	41,51 %	56,60 %	43,40 %
En función de la variable VOLUMEN PRESUPUESTARIO										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Gran entidad	60,00 %	10,00 %	70,00 %	82,50 %	57,50 %	57,50 %	32,50 %	57,50 %	72,50 %	50,00 %
Mediana entidad	46,43 %	7,14 %	57,14 %	89,29 %	60,71 %	50,00 %	14,29 %	35,71 %	53,57 %	35,71 %
Pequeña entidad	60,00 %	18,00 %	60,00 %	86,00 %	68,00 %	52,00 %	22,00 %	52,00 %	66,00 %	66,00 %
Microentidad	68,18 %	9,09 %	63,64 %	95,45 %	63,64 %	63,64 %	27,27 %	63,64 %	72,73 %	63,64 %
En función de la variable ÁMBITO DE ACTUACIÓN										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Comunidades autónomas o menos	71,43 %	10,71 %	71,43 %	82,14 %	57,14 %	57,14 %	23,21 %	41,07 %	51,79 %	35,71 %
Estatal	50,00 %	16,67 %	58,33 %	87,50 %	66,67 %	45,83 %	16,67 %	41,67 %	62,50 %	41,67 %
Internacional	50,00 %	11,67 %	56,67 %	91,67 %	66,67 %	56,67 %	10,00 %	23,33 %	26,67 %	23,33 %
MIEMBROS DE ASEPUK										
En función de la variable SEXO										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
Hombre	82,06 %	15,28 %	89,17 %	71,67 %	68,06 %	63,89 %	29,17 %	51,11 %	76,89 %	66,87 %
Mujer	83,26 %	8,16 %	83,06 %	70,88 %	65,31 %	51,02 %	18,37 %	42,90 %	61,22 %	46,98 %
En función de la variable EDAD										
	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
(18-35)	77,14 %	9,52 %	86,67 %	78,57 %	64,76 %	54,76 %	26,95 %	54,76 %	69,05 %	47,62 %
(35-55)	83,33 %	7,67 %	83,33 %	72,33 %	66,67 %	65,67 %	13,33 %	33,43 %	70,00 %	43,33 %
(55-65)	80,00 %	18,00 %	80,00 %	75,10 %	68,00 %	52,00 %	22,00 %	52,10 %	76,05 %	66,00 %
65 o más	82,50 %	9,33 %	88,33 %	67,80 %	65,33 %	58,33 %	25,10 %	58,33 %	67,67 %	58,33 %

por el 66,04 %, en el caso de las asociaciones, ese dato baja al 48,05 %. En la variable *volumen presupuestario*, existe una divergencia de opinión en el área directiva, ya que para las grandes entidades y las pequeñas, menos del 60 % apoyan el incrementar su nivel de transparencia, en cambio, las medianas y microentidades creen que el área encargada de la gestión y la administración debe ser más transparente, defendida por aproximadamente un 75 %. Respecto al ámbito de actuación, cabe destacar que las divergencias nos las encontramos a la hora de indicar en qué áreas es menos importante ofrecer una información más transparente, esto es, para las organizaciones de ámbito autonómico, provincial o municipal y las

La principal razón para impulsar una mayor transparencia es evitar los escándalos y negligencias ocurridos

internacionales las áreas menos importantes son la estratégica y de recursos humanos, mientras que aquellas de ámbito estatal son las que ofrecen un menor valor al área directiva y estratégica.

Los miembros de ASEPUC siguen una línea paralela a las ENL, ofreciendo al área económica y financiera la primera posición en cuanto a rendir cuentas a los grupos de interés de una manera más transparente, seguido de la de actividades, directiva, estratégica y por último de recursos humanos. En el caso de la variable *sexo*, el comportamiento es homogéneo. Sin embargo, en base a la variable *edad*, es necesario comentar que, dejando al margen, como hemos comentado, que el área que debe ser más transparente es la económica y financiera, para las personas de 65 años o más, la segunda área donde ofrecer una información más transparente es el área directiva, mientras que para el resto de los individuos es el área de actividades (véase el cuadro 5).

6. Conclusiones

La importancia a la hora de ofrecer una información transparente de la labor desempeñada por las ENL es un hecho que las propias organizaciones demandan, así como colectivos como el de los miembros de la Asociación de Española de Profesores Universitarios de Contabilidad. En el caso de las ENL, se valora la transparencia independientemente de la tipología o el volumen presupuestarios de la entidad, sin embargo, en el caso del ámbito de actuación las ENL de carácter internacional valoran en mayor medida la transparencia, probablemente porque las normativas de otros países son más exigentes que la normativa española en materia de transparencia. Respecto a los miembros de ASEPUC independientemente del sexo y la edad, la transparencia es un factor muy importante a tener en cuenta, si bien es cierto que a mayor edad, menor demanda de transparencia.

Para las ENL la razón principal por el que promover la transparencia en la información emitida es que supone un valor intrínseco en su manera de actuar, seguido de que puede favorecer la captación y fidelización de fondos. Ambas argumentaciones son razones endógenas, seguramente porque a las propias organizaciones les interesa incrementar la transparencia para alcanzar de una manera óptima sus propios objetivos. En cambio, los miembros de ASEPUC defienden una información más transparente a raíz de escándalos, actos corruptos y negligencias ocurridas en el sector, siendo ésta una razón exógena, entendible ya que éstos ofrecen su opinión desde una perspectiva externa y los hechos acontecidos en la última década que afectan al Sector No Lucrativo dejan huella en la opinión pública, como es el caso de este colectivo. Por ello, se podría concluir que la necesidad de ofrecer a los grupos de interés una información más transparente, no se realiza exclusivamente para la mejora de la propia entidad en cuanto a valor añadido, mejora de la confianza, mayor captación de fondos económicos y humanos, etc. sino para crear también una imagen positiva de la sociedad respecto a este tipo de organizaciones.

A la hora de saber dónde incidir con una mayor transparencia, es preciso comentar que el área encargada de la captación de fondos, como es el área económica y financiera, es la principal área donde rendir cuentas de una manera transparente, ya que se debe tanto al ámbito público como al privado, porque de una manera u otra ayudan en la consecución de la misión de las ENL con sus aportaciones. Sin embargo, actualmente no solo se quiere recibir información económica y financiera, también se quiere conocer cómo se trabaja, en qué condiciones se encuentran los trabajadores de una organización, que actividades se desarrollan, etc., y por ello, cada vez son más los que demandan una transparencia integral de toda la organización. Por ello, creemos conveniente reflexionar en el interés de

Cuadro 5

Áreas sobre las que se debe ofrecer una información más transparente (en porcentaje)

¿Sobre qué áreas debe rendir cuentas una entidad no lucrativa mediante una información más transparente?					
Respuesta múltiple					
Entidades no lucrativas					
En función de la variable TIPO DE ENTIDAD					
	Área económica y financiera	Área directiva	Área estratégica	Área de actividades	Área de recursos humanos
Asociación	100,00 %	64,94 %	48,05 %	85,71 %	51,95 %
Fundación	98,11 %	64,15 %	66,04 %	83,02 %	50,94 %
En función de la variable VOLUMEN PRESUPUESTARIO					
	Área económica y financiera	Área directiva	Área estratégica	Área de actividades	Área de recursos humanos
Gran entidad	100,00 %	57,50 %	60,00 %	80,00 %	57,50 %
Mediana entidad	100,00 %	75,00 %	53,57 %	89,29 %	53,57 %
Pequeña entidad	98,00 %	58,00 %	52,00 %	80,00 %	46,00 %
Microentidad	100,00 %	72,73 %	50,00 %	100,00 %	50,00 %
En función de la variable ÁMBITO DE ACTUACIÓN					
	Área económica y financiera	Área directiva	Área estratégica	Área de actividades	Área de recursos humanos
Comunidades autónomas o menos	100,00 %	64,29 %	48,21 %	83,93 %	48,21 %
Estatal	100,00 %	41,67 %	41,67 %	87,50 %	45,83 %
Internacional	98,33 %	71,67 %	65,00 %	85,00 %	56,67 %
MIEMBROS DE ASEPUC					
En función de la variable SEXO					
	Área económica y financiera	Área directiva	Área estratégica	Área de actividades	Área de recursos humanos
Hombre	98,99 %	56,57 %	54,55 %	81,82 %	53,54 %
Mujer	98,03 %	56,58 %	49,34 %	82,89 %	47,37 %
En función de la variable EDAD					
	Área económica y financiera	Área directiva	Área estratégica	Área de actividades	Área de recursos humanos
(18-35)	98,51 %	46,27 %	43,28 %	77,61 %	47,76 %
(35-55)	98,52 %	60,74 %	54,81 %	84,44 %	51,85 %
(55-65)	97,37 %	50,00 %	50,00 %	84,21 %	47,37 %
65 o más	100,00 %	90,91 %	53,64 %	71,82 %	45,45 %

considerar la necesidad de desarrollar una normativa más exhaustiva que guíe a las ENL a la hora de ofrecer una información más transparente y la elaboración de herramientas que permitan medir, comparar y evidenciar los niveles de transparencia adoptados por cada organización en sus diferentes áreas. De esa manera se ofrecerían garantías a la hora de responder a las demandas de una información más transparente por parte de los grupos de interés y de la sociedad en general.

7. Bibliografía

- Balas-Lara, M. (2008). El reto de la comunicación en el tercer sector no lucrativo. *Revista Española del Tercer Sector*, 8, 17-38.
- Balas-Lara, M. (2011). *La gestión de la comunicación en el tercer sector: Análisis de la imagen percibida de las organizaciones del tercer sector*. Tesis doctoral, Universitat Jaume I, Departamento de Ciencias de la Comunicación.
- Bonbright, D. (2007). El rostro cambiante de la rendición de cuentas de las ONG. *Paper* presentado en la *Conferencia Magistral Presentada en el Seminario Internacional: Pregonar con el ejemplo. Sociedad Civil y Rendición de cuentas*. Montevideo: Fundación Kellogg/Instituto de Comunicación y Desarrollo.
- Brown, L. D., & Kalegaonkar, A. (2002). Support organizations and the evolution of the NGO sector. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 31(2), 231-258. <http://dx.doi.org/10.1177/0899764002312004>
- Caba, M., Gálvez, M., & López, M. (2009). La transparencia de las ONG: rendición de cuentas obligatoria versus voluntaria a través de la Web. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 54, 117-143.
- Caba, M., Gálvez, M., & López, M. (2011). Una oportunidad de mayor legitimidad de las ONG a través de la transparencia on-line: Experiencia de las ONG españolas y mexicanas. *Contaduría y Administración*, 234, 55-77.
- Campbell, K., & Haley, B. (2006). *Business planning for nonprofits: What it is and why it matters*. The Bridgespan Group.
- Cavanna, J. V. (2013). *Construir confianza 2012. Impulsando la transparencia en la web de las fundaciones españolas*. Fundación Compromiso y Transparencia. [Fecha de consulta: 02-04-2013]. Disponible en http://www.fundacionbertelsmann.org/fundacion/data/ESP/media/Informe_transparencia_2012_para_web.pdf
- Coordinadora de ONG para el Desarrollo-España CONGDE (2010). *Así nos ven 2010. ¿Qué sabemos y cómo valoramos a las ONGD?* Madrid: Publicaciones Coordinadora.
- De la Roda, P. (2008). El tercer sector: Análisis de su salud, misión, y significación desde la fundación lealtad. *Revista Radio y Educación: Personas Adultas y Nuevas Tecnologías*, 61, 81-101.
- Delgado, J. L. G., Jiménez, J. C., Fernández, F. J. S., & Remís, E. V. (2004). *La cuentas de la economía social: el tercer sector en España*. Madrid: Civitas ediciones.
- Delgado, J. L. G. (2009). *Las cuentas de la economía social: magnitudes y financiación del tercer sector en España*, 2005. Madrid: Civitas ediciones.
- Edelman (2012). *Edelman Trust Barometer 2012*. [Fecha de consulta: 08-01-2013]. Disponible en <http://www.slideshare.net/EdelmanSpain/2012-trust-barometer-espaa>
- EDIS, Equipo de Investigación Sociológica (2012). *Anuario del Tercer Sector de Acción Social 2012*. Fundación Luís Vives. [Fecha de consulta: 04-03-2013]. Disponible en <http://www.fundacionluisvives.org/servicios/publicaciones/detalle/96282.html.es>
- Freeman, R. E. (1984). *Stakeholder Management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman.
- Gruber, J. E. (1987). *Controlling bureaucracies: Dilemmas in democratic governance*. Berkeley: University of California.
- Herranz de la Casa, J. M. (2006). *La comunicación y la transparencia en las organizaciones no lucrativas*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, Servicio de Publicaciones.
- Herranz de la Casa, J. M. (2007). La gestión de la comunicación como elemento generador de transparencia en las organizaciones no lucrativas. *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 57, 5-31, CIRIEC-España.
- Horrach, P., & Salvá, A. S. (2011). La actitud de las empresas de economía solidaria frente a la divulgación de información sobre sostenibilidad desde el prisma de la teoría de los stakeholders o grupos de interés. *Revista de contabilidad*, 14(1), 267-297. [http://dx.doi.org/10.1016/S1138-4891\(11\)70035-8](http://dx.doi.org/10.1016/S1138-4891(11)70035-8)
- Kearns, K. P. (1994). The strategic management of accountability in nonprofit organizations: An analytical framework. *Public Administration Review*, 54(2), 185-192. <http://dx.doi.org/10.2307/976528>
- Kearns, K. P. (2001). Transparencia en las ONG: Un enfoque proactivo. *La transparencia de la solidaridad*, 3(1), 51-66.
- Lee, J. (2004). *NGO accountability: Rights and responsibilities*. Geneva, Switzerland: Center for Applied Studies in International Negotiations.
- Marcuello, C., Bellostas, A. J., Marcuello, C., & Moneva, J. M. (2007). Transparencia y rendición de cuentas en las empresas de inserción. *Revista De Economía Pública, Social y Cooperativa*, 59, 91-122, CIRIEC-España.
- Mitchell, R. K., Agle, B. R., & Wood, D. J. (1997). Toward a theory of stakeholder identification and salience: defining the principle of who and what really counts. *Academy of Management*, 22(4), 853-886.
- Moneva, J., & Bellostas, A. (2007). *Accountability en las entidades sin fines lucrativos*. Centros de Investigación de Economía y Sociedad.

- Núñez, A., & Garrido, M. (2003). El tercer sector en la encrucijada: Entre la creación de valores y la gestión profesional. Fundación Luis Vives. *Revista ONG Social*, 15, 24-27.
- Observatorio del Tercer Sector. (2007). *Transparencia y rendición de cuentas en las organizaciones no lucrativas*. [Fecha de consulta: 23-04-2013]. Disponible en <http://www.tercer-sector.org/>
- Puig, T. (1999). Les associacions ciutadanes s'edifiquen i creixen en la transparència en Vernis, A. *Per què el sector associatiu ha de ser transparent*, 40, 41-46, Barcelona: Ajuntament de Barcelona.
- Salvador i Peris, P. (2003). Comunicación en imagen en las ONG. *Paper presentado en las Jornades de Foment de La Investigació*, Universitat Jaume I Castellón.
- Shafritz, J. M. (1992). *The Harper Collins dictionary of american government and politics*. New York: Harper Collins.
- Starling, G. (2010). *Managing the public sector*. Boston: CengageBrain.
- Uslaner, E. M. (2002). *The moral foundations of trust*. Cambridge: University of Princetone.
- Vaccaro, A., & Madsen, P. (2009). ICT and an NGO: Difficulties in attempting to be extremely transparent. *Ethics and Information Technology*, 11(3), 221-231. <http://dx.doi.org/10.1007/s10676-009-9180-3>
- Vernis, A. (1998). La gestión de las organizaciones no lucrativas. *Harvard Deusto Business Review*, 84, 76-82.
- Vidal, P., & Grabulosa, L. (2008). Qué es la transparencia en una ONG. *Revista Alzheimer*, 51, 38-39. 