



CIRIEC
españa

**CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social
y Cooperativa, n° 74, Abril 2012, pp. 207-238**

Responsabilidad social y transparencia on-line de las ONG: análisis del caso español

**María del Mar Gálvez Rodríguez
María del Carmen Caba Pérez
Manuel López Godoy**

Universidad de Almería

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

© 2012 CIRIEC-España

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

Responsabilidad social y transparencia on-line de las ONG: análisis del caso español

María del Mar Gálvez Rodríguez
María del Carmen Caba Pérez
Manuel López Godoy

Universidad de Almería

RESUMEN

Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG) son uno de los colectivos que despiertan mayor interés público debido al impacto social y económico de sus actuaciones en el entorno que les rodea. Entre la información demandada se aprecia un creciente interés por la información concerniente a la Responsabilidad Social (RS) del sector. Por otro lado, Internet es considerado como una herramienta clave para la divulgación de información.

Bajo estos precedentes y centrados en el contexto español, este trabajo persigue un doble objetivo, por un lado el análisis de la transparencia online sobre la RS de las ONG y, por otro, el estudio de la influencia de factores determinantes en el uso de Internet para la divulgación de la RS tales como: el tamaño, la antigüedad, la actividad de la organización y la diversidad de género en el órgano de gobierno.

PALABRAS CLAVE: Responsabilidad social, transparencia, ONG, Internet.

CLAVES ECONLIT: L310,

Cómo citar este artículo: GÁLVEZ, M.M., CABA, M.C. & LÓPEZ, M. (2012): "Responsabilidad social y transparencia on-line de las ONG: análisis del caso español", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 74, 207-238.

Responsabilité sociale et transparence en ligne des ONG : Analyse du cas espagnol

RESUME : Les Organisations Non Gouvernementales (ONG) sont l'un des collectifs suscitant le plus fort intérêt public, du fait de l'impact social et économique de leurs actions dans leur environnement proche. À travers les informations demandées, on note un intérêt croissant pour les informations relatives à la Responsabilité Sociale (RS) du secteur. D'autre part, Internet est considéré comme un outil clé pour la divulgation des informations.

À partir de ces indications et en se focalisant sur le contexte espagnol, ce travail poursuit un double objectif : d'une part l'analyse de la transparence en ligne concernant la RS des ONG, et d'autre part l'étude de l'influence de facteurs déterminants dans l'utilisation d'Internet pour la divulgation de la RS comme par exemple : la taille, l'ancienneté, l'activité de l'organisation et la parité au sein de l'organe de gouvernement.

MOTS CLÉ : Responsabilité sociale, transparence, ONG, Internet.

Social responsibility and transparency on-line of NGOs: analysis of the case of Spain

ABSTRACT: Non-Governmental Organizations (NGOs) are one of the groups which arouse the greatest public interest due to the social and economic impact of their actions in their environment. Among the information required by stakeholders, there is a growing interest in information on Social Responsibility (SR) in this sector. Similarly, the Internet is considered a key tool for spreading information.

Based on these precedents and focusing on the context of Spain, this study pursues a dual objective, on the one hand the analysis of on-line transparency of the SR of NGOs and, on the other hand, the study of the influence of determining factors in the use of the Internet for the spreading of SR such as: size, age, the activity of the organization and gender diversity in the governing body.

KEY WORDS: Social responsibility, transparency, NGO, Internet.

1.- Introducción

En los últimos años se detecta un creciente interés en el ámbito empresarial y académico por la implantación de la Responsabilidad Social (RS) en las organizaciones. La literatura define como RS un conjunto de procedimientos y acciones que adoptan las organizaciones para propiciar buenas prácticas en la gestión de aspectos económicos, sociales y medioambientales (AECA, 2010; Gelbmann, 2010). De acuerdo con De la Torre (2009), este comportamiento ético es voluntario, repercute de forma permanente en la estructura organizativa y afecta a la relación con sus grupos de interés o *stakeholders*.

La transparencia informativa en materia de RS es de gran importancia pues contribuye al aumento de la confianza de las organizaciones, la mejora del resultado económico y, el aumento de la competitividad de la organización (Barrera, 2005; Server y Villalonga, 2005). Organismos internacionales como la Comisión Europea¹ ponen de manifiesto que la transparencia informativa en RS permite el intercambio de mejores prácticas y la medición de los resultados.

En el sector de las ONG, Ebrahim (2005) señala que la transparencia sobre RS contribuye a mitigar los escándalos de fraude y satisfacer las necesidades informativas de los diferentes *stakeholders*. Para De Castro (2005), la divulgación de una gestión responsable favorece el acceso a la financiación externa la cual es de vital importancia para la supervivencia de las ONG. Por su parte, Crespy y Miller (2011) señalan que, la transparencia sobre la RS de las ONG fortalece su legitimidad lo que les permite cumplir con sus objetivos como agentes al servicio de la sociedad.

Entre los mecanismos para la comunicación de información vinculada con la RS destaca la Memoria de Sostenibilidad de la *Global Reporting Initiative* (GRI) como uno de los modelos de presentación de informes o *reporting* referentes en este campo. Su contenido se orienta hacia la elaboración de información sobre el enfoque de gestión de la organización así como el desempeño económico, social y medioambiental de la misma (Marcuello *et al.*, 2007). En el caso español, no se ha elaborado ningún modelo específico en materia de RS para ONG, si bien, aspectos como el funcionamiento de la organización, los proyectos que realizan y, el origen y la aplicación de los recursos están siendo recogidos en guías de buenas prácticas, como es el caso de la propuesta por la Fundación Lealtad (2009).

En la actualidad, Internet está considerado como una herramienta clave para la comunicación de la responsabilidad social (Patten, 2002; Castelo y Lima, 2006). A diferencia de los medios de comunicación tradicionales -periódico, revistas, televisión, radio- el uso de la red permite a la organización

1.- Comunicación de la Comisión de 2.7.2002 relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible.

ofrecer información actualizada e interactuar con los usuarios de manera que se responda mejor a las necesidades informativas de los diferentes *stakeholders* (Wanderley *et al.* 2008).

Es extensa la literatura empresarial que analiza la cantidad de información sobre RS corporativa disponible en las páginas webs (Isenmann y Lenz, 2002; Isenmann, 2004; Chapple, 2005; Jose y Shang-Mei, 2007; Insenmann y Welter, 2007; Mozas *et al.*, 2010) así como estudios sobre los factores que mejoran el *reporting online* sobre RS corporativa (Castelo y Lima, 2008; Brammer y Pavelin, 2008). Sin embargo, es casi inexistente los trabajos sobre el acceso a la información sobre RS en el contexto de las ONG (Crespy y Miller, 2011).

En este contexto, el presente trabajo tiene un doble objetivo, por un lado, el análisis del nivel de divulgación de información *online* relativa a la RS de las ONG españolas y, por otro, el análisis de la influencia de ciertos factores contingentes en el mayor uso de Internet para la divulgación de su RS. Para ello, este trabajo está estructurado de forma que, en el apartado segundo se analiza el concepto de RS, el marco teórico y, las propuestas de *reporting* sobre la RS de las ONG. En el apartado tercero se desarrolla la revisión de la literatura así como los factores contingentes identificados en materia de RS. En el apartado cuarto se presenta la metodología así como los resultados obtenidos. Finalmente, en el apartado quinto se recogen las conclusiones más relevantes de los apartados anteriores.

2.- La Responsabilidad Social y las ONG

En los últimos años, se ha generado un gran debate en torno a la RS (Wanderley *et al.* 2008). Giner y Gil (2006) señalan que, este concepto se vincula con la creación y el desarrollo de valores tales como la protección, la sostenibilidad, el compromiso, la concienciación y el respeto hacia el medio ambiente y la sociedad. La ISO 26.000 sobre Responsabilidad Social de la Organización Internacional para la Estandarización, recoge valores que están vinculados a la RS. Esta entidad señala que la RS conlleva un comportamiento transparente y ético, y al mismo tiempo contribuye al desarrollo sostenible, a la salud y al bienestar social. Para su logro, las organizaciones deberán: a) atender las expectativas de sus *stakeholders*; b) cumplir con la legislación; c) actuar acorde con la normativa internacional de comportamiento; e, d) integrarse en la cultura organizacional. En el ámbito específico de las ONG, Vidal *et al.*, (2005) indican que la RS implica coherencia entre los valores de la organización y las actividades desempeñadas.

La necesidad de adoptar comportamientos de respeto a los derechos humanos, medioambientales y laborales va acompañado por una apuesta hacia la transparencia (Barrera, 2009). Sin embargo, en España, al igual que en la mayoría de los países, no existe una ley de transparencia para el sector de las ONG. Hoy día sus obligaciones reglamentarias son, sustancialmente, de índole económica y en menor medida de carácter no financiero². A pesar de la ausencia de un marco legal, las ONG han ido elaborando otra información de interés siguiendo las pautas de mecanismos voluntarios de rendición de cuentas o *accountability* como los códigos de conducta o certificados. Entre la nueva información considerada en estos procesos, señalamos la concerniente al impacto social y medioambiental de las actividades de las ONG.

Castelo y Lima (2006) señalan que, bajo la perspectiva basada en los recursos y capacidades la divulgación de información sobre RS aporta beneficios internos y externos a la organización. Los beneficios internos revocan en el desarrollo de recursos y capacidades vinculadas al saber hacer o *know-how* y la cultura organizativa. En el plano externo, la divulgación de actividades según criterios sociales y éticos aumenta la reputación y, por ende, la mejora de las relaciones entre la organización y actores externos a la misma. Asimismo añaden que, los resultados y expectativas de las organizaciones están influenciados por el entorno social en el que operan. Por tanto, siguiendo la teoría de la legitimidad, la transparencia sobre RS permite demostrar que las actuaciones de la organización son congruentes con sus valores (Castelo y Lima, 2008).

En el sector de las ONG y según la teoría de la dependencia de los recursos, la divulgación de información sobre RS es una respuesta ante las exigencias de los principales financiadores de la organización (Ebrahim, 2005). Por otro lado, Crespy y Miller (2011) señalan que, las ONG son muy sensibles a la opinión pública por lo que la transparencia sobre RS y el diálogo son el punto de partida para la fortalecer su legitimidad.

En sintonía con estas recomendaciones, se han propuesto modelos para la elaboración de informes de sostenibilidad, siendo necesario aclarar que la RS y la sostenibilidad comparten objetivos muy similares (Gelbmann, 2010). Dentro de las propuestas de *reporting* sobre sostenibilidad, la Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad presentada la *Global Reporting Initiative*, GRI, es uno de los modelos más representativo en este campo, ya que está orientado a todo tipo de entidades (Marcuello et al., 2007; Moneva y Bellostas, 2007; Gelbmann, 2010). Las bases de esta memoria se apoyan en la denominada tripe rendición de cuentas -*triple bottom line*-, donde se recoge información social, económica y medioambiental. En total se han publicado tres versiones, la última editada en 2006 se conoce como G3. Su estructura se organiza en dos bloques, el primero define los principios sobre los que debe fundamentarse la información de sostenibilidad y, el segundo establece los contenidos del modelo que, principalmente, se centran en la elaboración de información relacionada con la estrategia y perfil de la entidad, el enfoque de la organización para gestionar el impacto social, medio-

2.- Ley 50/2002, de 26 de diciembre, de Fundaciones; Real Decreto 776/1998, de 30 de abril, por el que se aprueban las normas de adaptación del Plan General de Contabilidad a las entidades sin fines lucrativos y las normas de información presupuestaria; Ley 38/2003, de 17 de noviembre, General de Subvenciones; Ley orgánica 1/2002, de 22 de marzo, reguladora del Derecho de Asociación.

ambiental y económico de sus actividades y los indicadores establecidos para identificar el desempeño de estos tres últimos aspectos.

Para responder mejor a las necesidades informativas de aquellos sectores que se desenvuelven en entornos más específicos, la GRI elabora información adicional al modelo base conocido como suplemento sectorial. El desarrollo de un suplemento depende del interés manifestado por diversas organizaciones del sector y procedentes de diferentes zonas geográficas. Actualmente, hay sectores que disponen de este suplemento como el sector de servicios financieros y el sector eléctrico, y otros están en proceso de elaboración.

En mayo de 2010, se publicó la versión definitiva del suplemento sectorial para las ONG. Esta información adicional consiste, en comentarios que adecuan los contenidos o los indicadores de la G3 publicados a la realidad del sector y en la elaboración de nueva información sobre el enfoque de gestión o indicadores de desempeño. Entre los comentarios incorporados, se matiza la rendición de cuentas sobre el perfil de la organización³ y la gobernanza⁴, así como el reconocimiento del voluntariado como parte fundamental del capital humano de estas entidades (véase cuadro nº 1).

El suplemento sectorial para ONG considera necesario la elaboración de información que evidencie la utilidad de sus actividades y su afinidad con la misión de la organización. Se ha creado una dimensión denominada “efectividad en los programas” que comprende a su vez seis indicadores de desempeño. Asimismo, en la dimensión económica se pone de manifiesto la importancia de mostrar la independencia de la ONG, la inversión socialmente responsable y las buenas prácticas en la gestión de los recursos disponibles incorporando dos indicadores económicos: la asignación apropiada de los recursos y la recaudación ética de fondos.

3.- Información sobre las actividades principales de la organización, su alcance y justificación de su coherencia con la misión de la organización. Asimismo, se matiza la información relacionada con la implantación territorial de la organización, el régimen fiscal, el público objetivo y los datos cuantitativos de la base social de la organización.

4.- Información que muestre la división de poderes entre los miembros del órgano de gobierno y la directiva, los mecanismos de comunicación y consulta para los stakeholders internos, las alianzas e información sobre los miembros del órgano de gobierno.

Cuadro 1. Contenidos suplemento sectorial para ONG de la GRI, 2010

Parte 1: Definición del contenido, cobertura y calidad de la memoria

- Orientaciones para la definición del contenido de la memoria
- Principios para la definición del contenido de la memoria
- Principios para verificar la calidad de la memoria

Parte 2: Contenidos básicos

- Estrategia y perfil de la organización
 - Estrategia y análisis de la organización
 - Perfil de la organización
 - Parámetros de la memoria
 - Gobierno, compromisos, retos y participación de grupos de interés
- Enfoque de gestión e indicadores de desempeño
 - Efectividad en los programas
 - Dimensión económica
 - Dimensión Medioambiental
 - Dimensión Social
 - Prácticas laborales y trabajo digno
 - Derechos Humanos
 - Sociedad
 - Responsabilidad sobre productos

FUENTE: Elaboración propia a partir del Suplemento sectorial para ONG de la GRI, 2010.

Unidos a los esfuerzos y avances de la organización *Global Reporting Initiative*, nos encontramos con otras propuestas de memorias de sostenibilidad de ONG (véase cuadro nº.2). Como podemos observar, estas iniciativas son de reciente creación y abordan información sobre cada uno de los tres ejes de la *triple bottom line*. No obstante, no existe un comportamiento homogéneo en el volumen de información suministrada para cada uno de estos ejes. Estas memorias incluyen también información sobre la gestión de la organización, principalmente, en aspectos relacionados con la misión, los valores, el gobierno y la información financiera de la organización.

Cuadro 2. Contenidos de la memoria de sostenibilidad de las ONG

Entidad	Contenidos de la Memoria de Sostenibilidad
Informe de sostenibilidad CEDHA 2004 (Basado en GRI 2)	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción • Visión • Estrategia • Perfil • Estructura de gobierno y sistemas de dirección • Indicadores de rentabilidad económica, • Indicadores de rentabilidad medio ambiental, • Indicadores de rentabilidad social, conclusión
La Carta de Responsabilidades de la Organizaciones No Gubernamentales Internacionales, 2005	<ul style="list-style-type: none"> • Principios universales • Independencia • Programas efectivos • No discriminación • Transparencia: Rendición de cuentas • Impacto medioambiental • Estructura y procesos de gobierno, así como los cargos de la oficina principal • Principales fuentes de financiación, procedente de empresas, fundaciones, gobiernos y personas físicas • Resultados financieros • Conformidad con la presente Carta • Datos de contacto • Auditoría, exactitud de las informaciones • Buen gobierno • Recaudación ética de fondos: donantes, utilización ética de los fondos, donación en especie, agentes • Gestión profesional: supervisión financiera, evaluación, críticas públicas, contrapartes, recursos humanos, soborno, corrupción, respecto a la integridad sexual
Observatorio del Tercer Sector, 2005	<ul style="list-style-type: none"> • Las Personas en la organización • Involucrados • Misión y los valores • Transparencia • Gestión medioambiental, • Comunicación • Involucración social
Memoria de rendición de cuentas de Oxfam 2007, (Basado en GRI3)	<ul style="list-style-type: none"> • Prólogo • Introducción • Trabajo humanitario • Trabajos desarrollados a largo plazo • Campaña: actuaciones para influenciar en las políticas de organismos • Cambio climático y medio ambiental • Gente: personal y voluntarios. • Donantes y colaboradores • Compra ética • Gobierno • <i>Stakeholders</i>.

<p>Informe de sostenibilidad de la fundación del Río Jordan, 2007 (Basado en GRI3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Perfil: Misión, visión, breve presentación de las actuaciones de la entidad, información sobre la fundación, informe sobre las limitaciones, contenidos y calidad de la fundación • Alcance de sostenibilidad: stakeholders, programa de sostenibilidad, compromiso con los stakeholders, áreas de sostenibilidad, buen gobierno, información, sobre la dirección • Compromiso con la sociedad • Sobre la organización: el personal, rendición de cuentas a los donantes, relaciones internacionales para la recaudación de fondos y marketing de la ONG • Impacto medio ambiental • Desafíos • Resumen de compromisos
<p>Informe anual de Cotland 2008, (Basado en GRI3)</p>	<ul style="list-style-type: none"> • Introducción, • Perfil de la organización • Declaración del presidente • Declaración de los directivos de la ejecutiva, informe de auditoría sobre los servicios, recursos humanos y sostenibilidad realizado por KPGM • Alcance de la organización • Programas, sucesos y desafíos de la organización • Mejoras en calidad y riesgos en la dirección, recursos humanos • Desarrollo de fondos • Gobierno • Informe de auditoría del ejercicio 2007-2008 • Sostenibilidad • Planes futuros

FUENTE: Elaboración propia.

Entre los mecanismos voluntarios de *accountability* para ONG iniciados en España se encuentra la Guía de la Transparencia y Buenas Prácticas elaborada por la Fundación Lealtad. Esta fundación, creada en el año 2001, tiene como fin último el fomento de la confianza en el sector. Para su logro, la Fundación evalúa el grado de transparencia de aquellas ONG que voluntariamente son analizadas en base al cumplimiento de los nueve principios que constituyen la Guía. Estos principios revisan la disponibilidad de información relativa al funcionamiento de la organización, las actividades que realizan, las relaciones con el voluntariado, el grado de visibilidad, el estado de sus cuentas y el desempeño de las obligaciones legales. Los esfuerzos realizados por la Fundación Lealtad han tenido una notable aceptación en el sector como lo demuestra la evolución de ONG adheridas, de 30 en la primera guía de 2002, hasta las 139 en su última publicación de 2010⁵.

5.- Disponible en la página web el número de ONG analizadas por la entidad: <http://www.guiatransparenciaong.org/guiaong/ong>

Con relación a la divulgación de la información hacia los diferentes *stakeholders*, señalamos que Internet es un elemento estratégico de comunicación (Pérez y Mateos, 2006; Ingenhoff y Koelling 2007). Entre las bondades que presenta esta herramienta destacan su rapidez, accesibilidad, disponibilidad, capacidad de interacción y bajo coste. Cabe señalar que la Web permite segmentar la información atendiendo a las diferentes demandas de información de cada uno de sus *stakeholders* (Castelo y Lima, 2006). Sin embargo, en líneas generales las ONG hacen un uso limitado de Internet como canal de información hacia sus *stakeholders* (Kang y Norton, 2004).

3.- Revisión de la literatura

La divulgación de información es un aspecto de gran interés social. Para Barako y Brown (2008) estos estudios pueden dividirse en dos categorías, por un lado, aquellos referenciados a la divulgación de información según el cumplimiento de ciertos requisitos legales (información obligatoria) y, por otro, aquellos relacionados con la divulgación de información de manera discrecional (información voluntaria), entre los cuales, se encuentran aquellos relacionados con la RS de la organización.

La literatura sobre la divulgación de la RS se centra, principalmente, en el sector corporativo. Entre los factores determinantes más analizados en la divulgación de dicha información se podría señalar: a) el tamaño de la organización (Belkaoui y Karpik, 2002; Hossain y Reaz, 2007; Boesso y Kumar, 2006; Ho y Taylor, 2007; Barako y Brown, 2008 ;Castelo y Lima, 2008; Brammer y Pavelin, 2008; Gagnet, 2010; Rouf, 2011); b) la actividad (Boesso y Kumar, 2006; Hossain y Reaz, 2007; Ho y Taylor, 2007; Castelo y Lima, 2008; Gagnet, 2010); c) la rentabilidad (Belkaoui y Karpik, 2002; Suwaidan, 2004; Ho y Taylor, 2007; Brammer y Pavelin, 2008; Gagnet, 2010; Rouf, 2011;) y, d) aspectos relacionados con la composición de la gobernanza de la organización tales como la diversidad de género (Barako y Brown, 2008; Gul y Leung, 2004), la independencia de los miembros del órganos de gobierno (Boesso y Kumar, 2006; Mohd Ghazali, 2007;Rouf, 2011;) y la concentración de la propiedad (Brammer y Pavelin, 2008).

Son escasos los trabajos que analizan la divulgación de información en el sector de las ONG (Gandía, 2011; Verbruggen et al., 2011; Saxton y Guo, 2011) y, casi inexistentes, los estudios centrados en la divulgación de su SR. En estos trabajos se han analizado los factores contingentes: el tamaño y la antigüedad de la organización.

De acuerdo con nuestros objetivos, con la literatura sobre las variables que fomentan la divulgación de la RS en el sector corporativo y con los trabajos relacionados con la divulgación de información voluntaria en el sector de las ONG, en este trabajo hemos analizado los factores contingentes

siguientes: el tamaño organizacional, la antigüedad de la organización, la actividad de la organización y la diversidad de género en el órgano de gobierno.

Tamaño de la organización

La mayoría de los estudios demuestran la relación positiva entre el tamaño y la divulgación de información sobre RS corporativa (Belkaoui y Karpik, 2002; Suwaidan 2004; Boesso y Kumar, 2006; Castelo y Lima, 2008; Brammer y Pavelin, 2008; Gagnet, 2010). Este resultado es compartido por los estudios centrados en el sector de las ONG y el uso de Internet para el fomento de la transparencia (Saxton y Guo, 2011; Verbruggen, et al., 2011).

Autores como Ho y Taylor, (2007) señalan que, las empresas de gran tamaño son más proclives a la difusión de su RS ya que las economías de escala y la exposición mediática reduce los costes de divulgación. Por su parte, Rouf (2011) pone de manifiesto que, las empresas de menor tamaño son más reticentes en la difusión de su RS pues consideran que esta información debilita su posición competitiva.

Para autores como Hackston y Milne (1996) y Castelo y Lima (2008) no existen razones teóricas que justifiquen la medida particular del tamaño de la organización. Entre las variables que miden el tamaño en el sector de las ONG se encuentran el total de activos, total de ingresos y número de empleados de la organización (Verbruggen et al., 2011). Por tanto, se considera que a mayor tamaño de la ONG mayor es la transparencia *online* sobre RS.

Antigüedad de la organización

La edad es un factor significativo en la toma de decisiones éticas (Ruegger y King, 1992) y en el interés por la información sobre la RS de la organización (Shauki, 2011). Banks y Nelson (1994) y Gallego-Álvarez, et al., (2011) consideran que, las organizaciones publicas con mayor antigüedad y, en concreto las universidades, son aquellas que divulgan mayor información. En el sector de las ONG, autores como Romero et al. (2008) ponen de manifiesto que la mayor antigüedad de una ONG implica una mayor visibilidad pública. Para Saxton y Guo (2011), la antigüedad es una variable relevante en el uso de Internet como canal difusor de información.

El número de años desde que la organización fue creada es la medida más usual para la antigüedad de la organización (Courtis, 1976; Owusu-Ansah, 2000; Saxton y Guo, 2011). Bajo estos precedentes, consideramos que a mayor antigüedad de la ONG mayor será la transparencia *online* sobre RS.

Actividad de la organización

Gainet (2010) considera que la actividad sectorial es un aspecto sustancial en la implantación de políticas sociales y medioambientales. Hossaint y Reaz, (2007) y Ho y Taylor, (2007) evidencian la relación entre la realización de un tipo de actividad industrial y la difusión de la RS organizacional. Por su parte, Brammer y Pavelin (2010) señalan que, la actividad de la organización es un factor relevante en el uso de Internet para la divulgación de la RS. En el sector de economía social Mozas et al. (2010) ponen de manifiesto la heterogeneidad en la difusión *online* de RS según la actividad desarrollada por las sociedades cooperativas agrarias. Así pues, se considera que la actividad es un factor relevante en la transparencia *online* sobre RS de las ONG.

Diversidad de género

Autores como Adams y Ferreira (2004) ponen de manifiesto que la participación de mujeres en el órgano de gobierno fomenta la comunicación entre los miembros de la organización. Huse and Solberg (2006) añaden que, las mujeres en los órganos de gobierno contribuyen a la mayor visibilidad de la toma de decisiones de la organización. Siguiendo esta línea, Gul y Leung (2004) demuestran la relación significativa entre la diversidad de género en el órgano de gobierno y la transparencia organizativa. Este resultado es compartido en el estudio de Barako y Brown (2008) que analiza el efecto positivo de la mujer en el órgano de gobierno y la divulgación concerniente a la RS.

4.- Estudio del caso de las ONG españolas

4.1. Descripción de la Metodología

Una vez presentadas las hipótesis de este trabajo, en este apartado se indicará la muestra objeto de estudio así como la metodología aplicada.

4.1.1 Análisis descriptivo

Desde el punto de vista metodológico y bajo una línea de investigación descriptiva, en este trabajo hemos elaborado un índice de transparencia *online* de la responsabilidad social de las ONG (IRSW), siguiendo estudios previos sobre revelación de información sobre RS (Capriotti y Moreno, 2007; Rowbottom y Lymer, 2009; Mozas et al., 2010) así como trabajos de divulgación de información en el sector corporativo (Gandía y Bonsón (2002), Charlo (2003), Gandía (2005) sector público (Serrano et al., 2008) y sector de las ONG (Gandía, 2011; Saxton y Guo, 2011; Verbruggen et al. 2011).

Posteriormente, la consistencia del modelo se ha analizado a través el coeficiente de Alpha de Cronbach en línea con los autores Gandía (2011) y Saxton y Guo (2011).

Para la elaboración del índice IRSW se analizó la información que el suplemento de la GRI y las memorias de sostenibilidad consideran necesaria para su divulgación a los *stakeholders*. Como resultado se identificaron 48 ítems, el 77,08% proceden del suplemento de la GRI para ONG y, el 22,91% de las otras memorias de sostenibilidad (véase anexo 1). Por tanto, para la visibilidad de su RS, las ONG deberían disponer en su página Web de información sobre el perfil, la estrategia y la gobernanza de la organización así como la divulgación de los procedimientos y repercusiones de sus actuaciones en el ámbito económico, social y medioambiental. Los aspectos anteriormente señalados se han agrupado en dos grandes bloques: la transparencia *online* de la identidad de la organización y la transparencia *online* del impacto de las actuaciones de la organización.

La transparencia *online* de la identidad se desagrega en tres subíndices que se componen de: a) el perfil de la organización a través de siete ítems ($IRSW_p$); b) la gobernanza de la ONG con doce ítems ($IRSW_G$); y, c) la estrategia de la organización mediante cinco ítems a ($IRSW_{ESTR}$). Por su parte, la transparencia *online* del impacto de las actuaciones se divide también en tres subíndices: a) el impacto económico con cuatro ítems ($IRSW_{ECO}$); b) el impacto social a través de dieciséis ítems ($IRSW_S$); y, c) el impacto medioambiental bajo cuatro ítems ($IRSW_M$).

El índice de transparencia *online* de un subíndice ($IRSW_j$) se determina mediante el cociente entre la sumatoria del número de total de ítems identificados en la web ($irsw_j$) y el número total de ítems que constituyen el subíndice (m_j). Para expresarlo en porcentaje lo multiplicamos por 100.

$$IRSW_j = \frac{\sum_{i=1}^m irsw_j}{m} \times 100$$

Entre las alternativas que se presentan para valorar los ítems que forman estos subíndices se ha optado por una calificación dicotómica, de forma que un determinado ítem ($irsw$) se valorará con un "1" si dispone de la información en su página Web y "0" en caso contrario. La no disponibilidad de evidencias empíricas sobre la importancia de los distintos ítems y subíndices que comprenden el índice de transparencia *online* propuesto, nos ha llevado a asignar a cada uno de ellos idéntico peso. Si bien, en la literatura existe un debate sobre la influencia de la ponderación de los índices de transparencia en los resultados de la investigación. En esta línea, Rodríguez (2004) opta por la no ponderación siguiendo por un lado, los trabajos de Dhaliwal (1980) que señalan que toda ponderación conlleva cierta subjetividad y, por otro lado, la existencia de estudios de autores como Choi (1973), Robbins y Austin (1986), Chow y Wong-Boren (1987) que muestran similares resultados utilizando índices ponderados o no.

Una vez elaborado el índice se procedió a analizar su consistencia, teniendo en cuenta que a partir de 0.7 se considera un nivel de fiabilidad aceptable (Nunnally, 1978). Tal y como se observa en el anexo nº2, la validez del índice sobre la divulgación de la RS era aceptable (0.78). Sin embargo, los resultados parciales no fueron consistentes en el caso de los subíndices referentes al bloque la transparencia *online* de la identidad de la organización y, modestamente aceptables para los subíndices que abordan el bloque de la Transparencia *online* del impacto de las actuaciones de la organización. De este modo, se desestimó los tres primeros subíndices del modelo.

El ajuste de los subíndices aumentó la consistencia del índice de RS alcanzando un 0.85. Así pues, el índice final de RS se compone de 24 ítems distribuidos en tres subíndices (ver cuadro 3) y se calculará bajo la siguiente expresión.

$$IRSW = [IRSW_{ECO} + IRSW_s + IRSW_M] \times \frac{1}{3}$$

Cuadro 3. Factores informativos de la transparencia sobre RS de las ONG

	Val. Max	Val. Mín.	Origen
1. Subíndice “ Impacto Económico ”	4	0	
1.1. Consecuencias financieras, riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que surjan impacto en la sociedad	1	0	G
1.2. Informe económico	1	0	O
1.3. Informe de auditoría	1	0	O
1.4. Informe de los fondos recaudados con detalle de su distribución por áreas y proyectos.	1	0	O
2. Subíndice “ Impacto Social”	16	0	
2.1. Eficacia en los programas	2	0	
2.1.1. Informe anual de las actividades.	1	0	G
2.1.2. Declaración de los mecanismos para la participación y atención de las inquietudes económicas, ambientales y sociales de los stakeholders así como los obstáculos para este proceso	1	0	G
2.2. Las políticas de personal: contratados y voluntarios	9	0	
2.2.1. Sistemas de contratación de personal, evaluación, retención o despido	1	0	G
2.2.2. Tipos de contratos para el personal: estabilidad laboral	1	0	G
2.2.3. Seguimiento del voluntariado: Conocimiento y evaluación del crecimiento del voluntariado desde su incorporación hasta su salida	1	0	O
2.2.4. Programas de formación para contratados y voluntarios	1	0	G
2.2.5. Programas de Salud para contratados y voluntarios	1	0	G
2.2.6. Programa de Seguridad en el trabajo	1	0	G
2.2.7. Igualdad de oportunidades: núcleos marginales o a mujeres	1	0	G
2.2.8. Informe de los proveedores: cumplimiento de los contratos de compra de bienes, materiales o servicios contratados,	1	0	O
2.2.9. Programas para trabajar en un buen ambiente de trabajo: horario, guardería	1	0	G
2.3. Compromiso con la Sociedad	5		
2.3.1. Evaluación del alcance y efectos de los de programas de las ONG sobre operaciones en las comunidades: resultado indirecto en la mejora del capital humano de la región donde la ONG lleva a cabo su labor.	1	0	G
2.3.2. Mecanismos de control para la corrupción de los empleados u miembros de la dirección de las ONG	1	0	G
2.3.3. Intervención en conflictos sociales ejerciendo como grupo de presión: acciones de lobbying	1	0	G
2.3.4. Participación en instituciones que defiendan una causa justa	1	0	O
2.3.5. Cumplimiento de las normas vigentes en el país donde se lleve a cabo las actividades	1	0	G
3. Subíndice “Impacto Medioambiental”	4	0	
3.1. Políticas de medio ambiente: reciclaje, ahorro de energía y agua, reducción emisiones de residuos, biodiversidad, transporte	1	0	G
3.2. Programas de sensibilización a todos los miembros de la ONG hacia el respeto al medio ambiente	1	0	G
3.3. Cumplimiento normativo	1	0	G
3.4. Informe del impacto medio-ambiental de sus actividades	1	0	G
ÍNDICE TRANSPARENCIA ONLINE DE RS	24	0	

G= ítem perteneciente a la GRI; O = ítem perteneciente a otras memorias.

FUENTE: Elaboración propia.

4.1.2. Modelo explicativo propuesto

Una vez analizado el nivel de visibilidad alcanzado por las ONG, se ha procedido al contraste de las hipótesis de trabajo vinculadas al segundo objetivo de este estudio, identificar la influencia de diversos factores contingentes en la divulgación de información mediante Web. Para el estudio de dicha relación y siguiendo los trabajos de autores como de Rouf (2011) y Castelo y Lima (2008), se ha aplicado un análisis de regresión multivariable. Así pues, la transparencia *online* de RS es la variable dependiente y su medición se realizará en función al índice de divulgación de información de RS (*IRSW*). Este índice de divulgación, como hemos descrito anteriormente, podemos considerarlo bien, a nivel general de información sobre RS emitida en la Web o bien, a través de cada uno de los tres aspectos que lo componen. Por ello hemos considerado cuatro variables dependientes: transparencia *online* global de la RS (*IRSW*); la transparencia *online* de RS sobre el impacto económico de la organización (*IRSW_{ECO}*); la transparencia *online* de RS sobre el impacto social de la organización (*IRSW_S*) y, la transparencia *online* de RS sobre el impacto medioambiental de la organización (*IRSW_M*).

De acuerdo con las variables independientes, nuestro trabajo propone analizar los factores: el tamaño, la antigüedad, la actividad de la organización y, la diversidad de género en la gobernanza de la organización. Siguiendo los indicadores aplicados en la revisión de la literatura ya mencionada, las variables explicativas serán medidas de la siguiente manera:

- Tamaño, el cual viene expresado como el ingreso total anual (tamaño).
- Antigüedad, medida como número de años de existencia de la organización (año).
- Actividad de la organización, medida como variable categórica codificada como 1 acción Humanitaria, 2 desarrollo, 3 integración social, 4 educación, y, 5 salud (actividad). Esta clasificación ha sido tomada de la propuesta en la base de datos de la Fundación Lealtad.
- Diversidad de género en la gobernanza de la organización, medida como variable categórica que toma valor 0 si el director es hombre y 1 si es mujer (diversidad).

Así pues, el cálculo para cada una de las variables dependientes vendrá dado de la siguiente expresión: Variable dependiente: $= \alpha + \beta_1 \text{ tamaño} + \beta_2 \text{ antigüedad} + \beta_3 \text{ actividad} + \beta_4 \text{ diversidad} + \mu$. Donde α es el término constante, X_j representa las variables que influyen en la divulgación de información mediante Web, β_j es el vector coeficiente que se calcula y μ es el error aleatorio, presumiblemente con distribución idéntica e independiente con promedio de 0. Este modelo de efectos aleatorios conduce a diferentes test de significatividad y de estimación de intervalos de confianza para el valor poblacional.

Para analizar las asociaciones existentes entre las variables independientes se aplicara el coeficiente de Spearman siguiendo trabajos previos de divulgación de información en ONG (Verbruggen et al., 2011).

El tratamiento de los datos se ha realizado con el programa SPSS versión 18.0

4.2. Ámbito de estudio

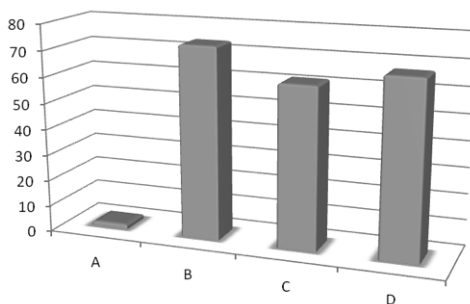
Con el fin de alcanzar los objetivos del trabajo, entre mayo y junio del 2009, se analizaron las 131 ONG cuyos informes sobre transparencia estaban disponibles en la página Web de la Fundación Lealtad. De estas entidades aquellas que cumplían la totalidad de los principios de transparencia siendo 56 las organizaciones seleccionadas. Se desestimó una ante la imposibilidad de acceso a su página Web, por lo tanto la muestra definitiva se situó en 55 ONG.

4.3. Resultado análisis descriptivo

En el anexo 3 recogemos los resultados del análisis efectuado, identificando la media y la desviación típica. En términos globales, la transparencia *online* sobre RS de las ONG analizadas se sitúa en un 21.71%. Este nivel se alcanza, principalmente por la divulgación de la información relacionada con el impacto económico (51%) siendo destacable la falta de información en las Web sobre el impacto social y medioambiental de las ONG, al no divulgar ni siquiera un 10% de los ítems analizados.

De acuerdo con los resultados en el análisis del impacto económico, el factor más publicado en la red es el informe económico que, en la mayoría de los casos, suele ir acompañado del informe de auditoría (figura 1). Asimismo, es elevada la visibilidad del informe de los fondos recaudados detallando su distribución por áreas y proyectos. En cuanto al suministro de información sobre las consecuencias financieras, riesgos y oportunidades que propician los proyectos de las ONG, señalamos que, únicamente alcanzan un valor medio de 2%, es decir, hasta el momento las ONG no consideran necesario difundir en sus páginas web la repercusión de sus proyectos en la economía local.

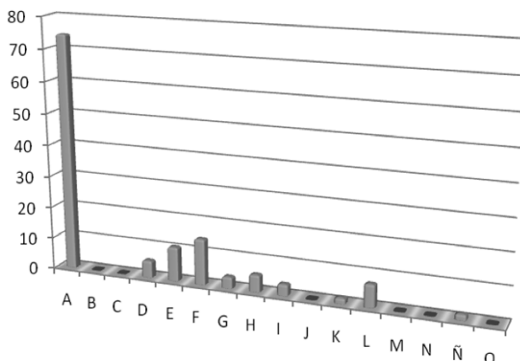
Figura 1. Transparencia online impacto económico



- A) Consecuencias financieras, riesgos y oportunidades que surjan impacto en la sociedad
- B) Informe económico
- C) Informe de auditoría
- D) Informe de los fondos recaudados con detalle de su distribución por áreas y proyectos

Para el análisis del impacto social de la organización (figura 2), se han agrupado los ítems en tres partes, aquellos relativos a la eficacia en los programas, los relativos a las políticas de personal de la organización, y aquellos que ponen de manifiesto el compromiso de la ONG con la sociedad. Así pues, en el estudio de la transparencia *online* en la eficacia en los programas se observa que, la mayoría de las ONG divulgan información sobre las actividades que realizan, sin embargo no proporcionan información sobre los programas destinados a identificar y resolver las inquietudes de los *stakeholders* en materia de RS.

Figura 2. Transparencia online impacto social



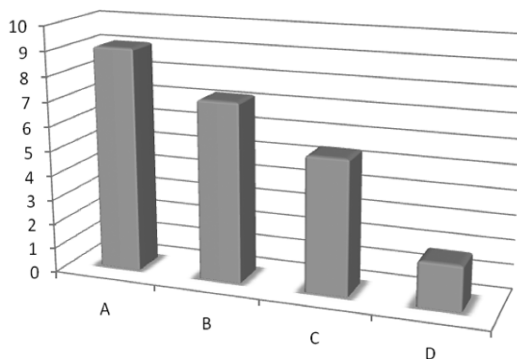
- A) Informe anual de actividades
- B) Declaración de los mecanismos para la participación y atención de los *stakeholders* así como los obstáculos
- C) Sistemas de contratación de personal, evaluación, retención o despido
- D) Tipos de contratos para el personal: estabilidad laboral
- E) Seguimiento del voluntariado: Conocimiento y evaluación del crecimiento del voluntariado
- F) Programas de formación para contratados y voluntarios
- G) Programas de Salud para contratados y voluntarios
- H) Programa de Seguridad en el trabajo
- I) Igualdad de oportunidades: núcleos marginales o a mujeres
- J) Informe de los proveedores: cumplimiento de los contratos de compra de bienes, materiales o servicios contratados
- K) Programas para trabajar en un favorable ambiente de trabajo
- L) Evaluación del alcance y efectos de los programas de las ONG sobre operaciones en las comunidades
- M) Mecanismos de control para la corrupción de los empleados u miembros de la dirección de las ONG
- N) Intervención en conflictos sociales ejerciendo como grupo de presión: acciones de *lobbying*.
- Ñ) Participación en instituciones que defiendan una causa justa
- O) Cumplimiento de las normas vigentes en el país donde se lleve a cabo las actividades

Es baja la divulgación de las políticas relativas al personal que trabaja en la organización, tanto contratada como voluntaria. Principalmente, la divulgación se centra en la comunicación de información relacionada con los programas de formación y la evolución sobre el crecimiento del voluntariado. Del resto de factores observados, tales como sistema de contratación del personal, programa de salud, programa de seguridad, igualdad de oportunidades, etc., prácticamente no se ofrece información.

La divulgación de información *online* del compromiso con la sociedad muestra resultados muy bajos, siendo la información relativa a la evaluación del alcance y efectos de los programas de las ONG sobre las comunidades la que presenta mejor resultado (7%).

Finalmente, la información del impacto medioambiental de las actividades de las ONG es la menos divulgada en Internet. Tal como se observa en la figura nº.3, el ítem con mayor puntuación es la información sobre las políticas de medioambiente, aunque se ofrece únicamente en un 9% de las Web analizadas. El resto de los factores observados, programa de sensibilización medioambiental, cumplimiento normativo, o informe de la actividad medioambiental prácticamente están ausentes. Por tanto, a pesar de que las ONG se consideran un grupo de presión influyente en el *reporting* de la sostenibilidad medioambiental corporativa (O'Dwyer, 2005), la gran mayoría no muestra en la red su actitud responsable ante este aspecto.

Figura 3. Transparencia online impacto medioambiental



- A) Políticas de medio ambiente
- B) Programas de sensibilización hacia el medio ambiente
- C) Cumplimiento normativo
- D) Informe del impacto medioambiental de sus actividades

4.4 Resultado análisis explicativo

Siguiendo el planteamiento metodológico mencionado, se presentan los resultados obtenidos de aplicar el coeficiente de correlación de Spearman y de los modelos de regresión anteriormente señalados. Con respecto al primero (tabla 1), existe una baja correlación (0.366) entre el tamaño de la organización, medida por el total de ingresos anuales, y la actividad de la organización por lo que se han mantenido ambos factores junto con el resto de las variables independientes propuestas.

Tabla 1. Resultados correlación variables independientes según coeficiente de Spearman

	1	2	3	4
1. Tamaño	1			
2. Antigüedad	0,311	1		
3. Actividad	0,366**	0,001	1	
4. Diversidad	-0,287	-0,063	0,026	1

Nota: $p < 0,05^{**}$

Los coeficientes desde el modelo 1 hasta el modelo 4 indican el efecto de cada una de las variables independientes en la transparencia *online* del impacto económico, la transparencia *online* del impacto social; la transparencia *online* del impacto medioambiental y la transparencia *online* de RS (ver tabla 2).

De acuerdo con los resultados obtenidos en el modelo 4 se evidencia que, la transparencia *online* de RS de las ONG está relacionada con el tamaño de la organización siguiendo trabajos previos sobre divulgación *online* de RS (Castelo y Lima, 2008). Por tanto, las ONG con mayor volumen de ingresos son más conscientes de la importancia de la rendición de cuentas concerniente a la RS. Sin embargo, los resultados no indican relación alguna entre la antigüedad de la ONG y la transparencia *online* sobre RS, coincidiendo con trabajos de divulgación de información en el sector público (Gallego-Álvarez et al., 2011), en el sector privado (Hossaint y Reaz, 2007) y, en el sector de las ONG (Saxton y Guo, 2011).

Tabla 2. Resultados análisis de regresión transparencia online sobre RS

Variable Independiente	Dirección Hipótesis	Modelo 1	Modelo 2	Modelo 3	Modelo 4
		Transparencia <i>online</i> del impacto económico (IRSW _{Eco})	Transparencia <i>online</i> del impacto Social (IRSW _S)	Transparencia <i>online</i> del impacto medioambiental (IRSW _M)	Transparencia <i>online</i> de RS (IRSW)
Tamaño	+	1,513 (0,000)	2,532 (0,000)**	1,471 (0,000)	2,361(0,000)**
Antigüedad	+	0,308 (0,002)	-0,251 (0,001)	- 0,765(0,001)	-0,189 (0,001)
Actividad	+/-	-1,146(0,030)	-0,907 (0,010)	-0,425 (-0,008)	1,239(0,014)
Diversidad	+	-1,216 (0,081)	0,935 (0,024)	-0,123(0,006)	0,722(0,037)

Nota: ** $p < 0,05$; Errores estándar se muestran en paréntesis

En cuanto a la diversidad de género los resultados señalan su comportamiento neutro en el uso de Internet para la divulgación de la RS de las ONG, por lo que los datos no comparten la relación positiva que demuestran Barako y Brown (2008) entre la participación de la mujer en el órgano de gobierno y el mayor *reporting* de la RS corporativa.

Efectuando un análisis más detallado de los resultados en el modelo 3 (tabla nº2) se muestra la relación entre la transparencia online del impacto medioambiental y los factores anteriormente mencionados. El tamaño de la organización no evidencia asociación alguna por lo que los resultados son contradictorios a los presentados en el sector corporativo por Gainet (2010). Es también neutral la influencia de la actividad y la divulgación de información medioambiental. Estos resultados apoyan el trabajo de Brammer y Pavelin (2008) que señalan que, aquellas organizaciones cuyos productos o servicios no producen un impacto medioambiental directo no se preocupan por su transparencia en materia de RS debido a la menor presión recibida por parte de sus *stakeholders*.

Del mismo modo, no se han encontrado evidencias significativas entre diversidad de género y la transparencia online del impacto medioambiental, por lo que, tal y como indican Prado-Lorenzo y García-Sánchez (2010), las mujeres que participan en el órgano de gobierno no son un factor influyente en el mayor uso de Internet en la divulgación de información medioambiental. Por otro lado, no es significativa la relación entre transparencia online del impacto medioambiental y el factor antigüedad.

En el subíndice de transparencia *online* sobre el impacto social (modelo 2), es significativa la influencia del tamaño de la organización coincidiendo con el trabajo de Belkaoui y Karpik, (2002). Por tanto, estos resultados confirman que las ONG con mayor tamaño muestran un mayor compromiso en la divulgación de los beneficiarios indirectos de los proyectos que realizan. Sin embargo, para el resto de variables no se ha encontrado evidencia alguna que demuestre que el mayor uso de Internet para la divulgación del impacto social de la organización sea debido a la antigüedad, la actividad y la diversidad de género de la ONG.

Finalmente, en el modelo 1 se muestra los resultados entre la transparencia *online* sobre el impacto económico y los factores anteriormente mencionados. El efecto del factor tamaño es neutro a diferencia con los trabajos de divulgación de Saxton y Guo, (2011) y Verbruggen et al., (2011). Asimismo, no se cumple la relación esperada entre la antigüedad y la transparencia *online* del impacto medioambiental al igual que en el trabajo de Saxton y Guo (2011). Asimismo, no se ha confirmado en el modelo 1 la influencia esperada de las variables la diversidad de género y la actividad.

5.- Conclusiones

En los últimos años es creciente la necesidad de mayor transparencia sobre la gestión ética de las ONG en el ámbito económico, social y medioambiental, más conocida como Responsabilidad Social (RS). Esta información debe estar al alcance de sus *stakeholders*, siendo hoy en día Internet una de las herramientas esenciales para el acceso a la información. A pesar de estos hechos, son casi inexistentes los trabajos relacionados sobre los contenidos desarrollados en la web concernientes a la RS de las ONG. Por tanto, este trabajo pretende, por un lado, estudiar el nivel de divulgación *online* sobre la RS de las ONG y, por otro lado, analizar la influencia de los factores: tamaño, antigüedad, actividad y diversidad de género.

De los resultados obtenidos en esta investigación se desprende la baja la preocupación de las ONG por divulgar en Internet los aspectos más significativos de su RS. De acuerdo con la divulgación sobre el impacto económico, es sobresaliente la disponibilidad en red de las cuentas anuales siendo escasa la divulgación de las consecuencias financieras y las oportunidades de sus proyectos. Una posible interpretación de estos resultados puede deberse al interés que tienen las ONG por combatir la pérdida de credibilidad ocasionada por los recientes casos de fraude.

La elevada divulgación de las actividades que realizan las ONG podría indicar que estas entidades consideran esta información muy relevante para el incremento de su legitimidad. Asimismo, los datos parecen indicar que las ONG se preocupan por la divulgación de la formación que recibe el personal y, por tanto, su compromiso con las personas que trabajan en la organización. Sin embargo, no consideran necesaria la difusión de los beneficios indirectos en la comunidad en la que operan así como la divulgación de los mecanismos para evitar la corrupción y los conflictos de interés.

En los últimos años las ONG han sido uno de los organismos que más han presionado al sector empresarial sobre la gestión y difusión de sus políticas medioambientales, sin embargo, en este trabajo se detecta que la información medioambiental es la menos divulgada en las páginas webs de las ONG. Así pues, sería conveniente, que las autoridades públicas consideren la necesidad de incorporar modelos de rendición de cuentas que no solo fomenten el uso de Internet sino que también determinen la información de RS necesaria a divulgar sobre la RS del sector. De este modo, aumentará la legitimación del sector como agentes que actúan cumpliendo políticas de respecto social, económico y medioambiental.

De acuerdo con los resultados obtenidos en el análisis explicativo podemos indicar que, las ONG de mayor tamaño son aquellas que más atienden a la necesidad de transparencia *online* y, en especial, a la información relacionada con el impacto social de la organización. Además, las ONG divulgan

información para responder a las exigencias de sus principales donantes con el fin de asegurar los recursos necesarios para la supervivencia de la organización.

Por otro lado, en nuestro estudio no hemos encontrado diferencias significativas entre la diversidad de género en la composición de los órganos de gobierno de las ONG y la divulgación de la información. Asimismo, se ha observado que, los diferentes ámbitos de actuación de sus actividades no influyen en la mayor divulgación *online*. Igualmente, los resultados indican que las ONG con mayor antigüedad no divulgan mayor grado de información que el resto de entidades.

En trabajos futuros sería interesante el análisis comparativo a escala internacional sobre la divulgación *online* de la RS y el análisis de otros factores determinantes con el fin alcanzar una mejor comprensión de las carencias de las ONG españolas.

6.- Bibliografía

- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN PÚBLICA DE EMPRESAS (2010): *Normalización de la información sobre responsabilidad social corporativa*, Documento de Responsabilidad Social Corporativa nº 7, AECA, Madrid.
- ADAMS, R.B. & FERREIRA, D. (2004): *Gender diversity in the boardroom*, European Corporate Governance Institute, Finance, Working Paper 57.
- BANKS, W. & NELSON, M. (1994): "Financial disclosures by Ontario universities: 1988-1993", *Journal of International Accounting Auditing & Taxation*, 3:2, 287-287.
- BARAKO, D.G. & BROWN, A.M. (2008): "Corporate social reporting and board representation: evidence from the Kenyan banking sector", *Journal of Management Governance*, 12:4, 309-324.
- BARRERA, J.J. (2009): "¿Cuál es su opinión del panorama de la Responsabilidad Social de la Empresa, en la coyuntura económica actual que está viviendo España? ¿Qué evolución ha experimentado hasta el momento la RSE y a qué retos de futuro se enfrenta?", *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, 1, 197-198.
- BARRERA, J.J. (2005): "Hacia una política de fomento de la Responsabilidad Social de las Empresas", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 53, 11-18.
- BELKAOUI, A. & KARPIK, P.G. (2002): "Determinants of the Corporate Decision to Disclose Social Information" *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 2:1, 36-51.

- BOESSO, G. & KUMAR, K. (2006): "Drivers of corporate voluntary disclosure", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 20:2, 269-296.
- BRAMMER, S. & PAVELIN, S. (2008): "Factors influencing the quality of corporate environmental disclosure", *Business Strategy and the Environment*, 17, 120-136.
- CAPRIOTTI, P. & MORENO, A. (2007): "Communicating corporate responsibility through corporate web sites in Spain", *Corporate Communications*, 12:3, 221-237.
- CASTELO, M. & LIMA, L. (2008). "Factors influencing social responsibility disclosure by Portuguese companies", *Journal of Business Ethics*, 83, 685-701.
- CASTELO, M. & LIMA, L. (2006): "Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks. A legitimacy theory perspective", *Corporate Communications: An International Journal*, 11:3, 232-248.
- CHAPPLE, W. & MOON, J. (2005): "Corporate social reporting (CSR) in Asia: a seven-country study of CSR web site reporting", *Business and Society*, 44, 415-442.
- CHARLO, M.J. (2003): "La información financiera en Internet de las corporaciones locales españolas", *Partida doble*, 13:144, 70-75.
- CHOI, F.D.S. (1973): "Financial disclosure and entry to the European capital market", *Journal of Accounting Research*, 11, 159-175.
- CHOW, C.W. & WONG-BOREN, A. (1987): "Voluntary financial disclosure by Mexican corporations", *The Accounting Review*, 62:3, 533-533.
- COURTIS, J.K. (1976): "Relationships between timeliness in corporate reporting and corporate attributes", *Accounting and Business Research*, 25, 45-56.
- CRESPY, C.T. & MILLER, V.V. (2011): "Sustainability Reporting: A Comparative Study of NGOs and MNCs", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 18, 275-284.
- DHALIWAL, D.S. (1980): "Improving the quality of corporate financial disclosure", *Accounting and Business Research*, 10, 385-391.
- DE LA TORRE, I. (2009): "Fundamentos de la responsabilidad social de la empresa", *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, 1, 71-86.
- DE CASTRO, M. (2005): "La Responsabilidad Social de las Empresas, o un nuevo concepto de empresa", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 53, 137-161.
- EBRAHIM, A. (2005): "Accountability Myopia: Losing Sight of Organizational Learning", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 34:1, 56-87.
- GAINET, C. (2010): "Exploring the impact of legal systems and financial structure on corporate responsibility", *Journal of Business Ethics*, 95, 195-222.

- GALLEGO-ÁLVAREZ, I., RODRÍGUEZ-DOMÍNGUEZ, L. & GARCÍA-SÁNCHEZ, I. (2011): "Information disclosed online by spanish universities: Content and explanatory factors", *Online Information Review*, 35:3, 360-385.
- GANDÍA, J.L. & BONSON, E. (2002): "El Código de Conducta de AECA: recomendaciones para la divulgación financiera en Internet", *Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, 61, 3-7.
- GANDÍA, J.L. (2005): "Información corporativa y transparencia digital en las sociedades del ibex-35", *Cuadernos aragoneses de economía*, 15:2, 243-274.
- GANDÍA, J.L. (2011): "Internet disclosure by nonprofit organizations: Empirical evidence of non-governmental organizations for development in spain", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40:1, 57-58.
- GELBMANN, U. (2010): "Establishing strategic CSR in SMEs: an Austrian CSR quality seal to substantiate the strategic CSR performance", *Sustainable Development*, 18:2.
- GINER, F. & GIL, M. (2006): "Un modelo para medir la Responsabilidad Social Corporativa de las empresas", *Partida doble*, 182, 36-50.
- GUL, F.A. & LEUNG, S. (2004): "Board leadership, outside directors' expertise and voluntary corporate disclosures", *Journal of Accounting and Public Policy*, 23:5, 351-379.
- HACKSTON, D. & MILNE, M. (1996): "Some Determinants of Social and Environmental Disclosures in New Zealand Companies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 9:1, 77-108.
- HO, L-C. J. & TAYLOR, M.E. (2007): "An Empirical Analysis of Triple Bottom-Line Reporting and its Determinants: Evidence from the United States and Japan", *Journal of International Financial Management and Accounting*, 18:2, 123-150.
- HOSSAIN, M. & REAZ, M. (2007): "The Determinants and Characteristics of Voluntary Disclosure by Indian Banking Companies", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 14, 274-288.
- HUSE, M. & SOLBERG, A.G. (2006): "Gender-related boardroom dynamics: How Scandinavian women make and can make contributions on corporate boards", *Women in Management Review*, 21:2, 113-130.
- INGENHOFF, D. & KOELLING, A.M. (2007): "The potential of Web sites as a relationship building tool for charitable fundraising NPOs", *Public Relations Review*, 35:1, 66-73.
- ISENMANN, R. (2004): "Internet-based sustainability reporting", *International Journal of Environment and Sustainable Development*, 3, 145-167.
- ISENMANN, R. & LENZ, C. (2002): "Internet use for corporate environmental reporting: current challenges – technical benefits – practical guidance", *Business Strategy and the Environment*, 1, 181-202.

- JOSE, A. & SHANG-MEI, L. (2007): "Environmental reporting of global corporations: A content analysis based on website disclosures", *Journal of Business Ethics*, 72:4, 307-321.
- KANG, S. & NORTON, H.E. (2004): "Nonprofit organizations' use of the World Wide Web: are they sufficiently fulfilling organizational goals?", *Public Relations Review*, 30, 279-284.
- MARCUELLO, C., BELLOSTAS, A., MARCUELLO, C. & MONEVA, J.M. (2007): "Transparencia y rendición de cuentas en las empresas de inserción", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 59, 91-122.
- MOHD GHAZALI, N.A. (2007): "Ownership structure and corporate social responsibility disclosure: Some malaysian evidence", *Corporate Governance*, 7:3, 251-266.
- MONEVA, J.M. (2007): "El marco de la información sobre la responsabilidad social de las organizaciones", *Ekonomiáz*, 65, 284-317.
- MOZAS, A., PUENTES, R. & BERNAL, E. (2010): "La E-corporate Social Responsibility en las Sociedades Cooperativas andaluzas", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 67, 187-212.
- NUNNALLY, J.C. (1978): *Psychometric Theory*, 2nd ed. McGraw-Hill: Nueva York, USA.
- O' DWYER, B., UNERMAN, J. & HESSION, E. (2005): "User Needs in Sustainability Reporting: Perspectives of stakeholders in Ireland", *European Accounting Review*, 14:4, 759-787.
- OWUSU-ANSAH, S. (2000): "Timeliness of corporate financial reporting in emerging capital markets: Empirical evidence from the Zimbabwe stock exchange", *Accounting and Business Research*, 30:3, 241-254.
- PATTEN, M.D. (2002): "Give or Take on the Internet: An examination of the disclosure practice of insurance firm web innovators", *Journal of Business Ethics*, 36:3, 247-259.
- PRADO-LORENZO, J.M. & GARCÍA-SÁNCHEZ, I.M. (2010): "The Role of the Board of Directors in Disseminating Relevant Information on Greenhouse Gases", *Journal of Business Ethics*, 97:3, 391-424.
- ROBBINS, W.A. & AUSTIN, K.R. (1986): "Disclosure quality in governmental financial reports: an assessment of the appropriateness of a compound measure", *Journal of Accounting Research*, 4:2, 412-421.
- RODRÍGUEZ, G. (2004): "Factores explicativos de la revelación voluntaria de información sobre fuentes de ventaja competitiva empresarial", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 33:122, 705-739.
- ROMERO, E., AZOFRA, V. & DE ANDRÉS, P. (2008): "El Gobierno de las fundaciones en España. Patronatos sin patronos", *Universia Business review*, 18, 86-103.
- ROUF, A. (2011): "The Corporate Social responsibility Disclosure: A Study of Listed Companies in Bangladesh", *Business and Economics Research Journal*, 2:3, 19-32.

- ROWBOTTOM, N. & LYMER, A. (2009): "Exploring the use of online corporate sustainability information", *Accounting Forum*, 33:2, 176-186.
- RUEGGER, D. & KING, E.W. (1992): "A study of the effect of age and gender upon student business ethics", *Journal of Business Ethics*, 11:3, 179-179.
- SHAUKI, E. (2011): "Perceptions on corporate social responsibility: A study in capturing public confidence", *Corporate Social - Responsibility and Environmental Management*, 18:3, 200-208.
- SUWAIDAN, M.S. (2004): "Social responsibility disclosure and corporate characteristics: the case of Jordanian industrial companies", *International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation*, 1:4, 432-447.
- SAXTON, G.D. & GUO, C. (2011): "Accountability online: Understanding the web-based accountability practices of nonprofit organizations", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40:2, 270-295.
- SERVER, R.J. & VILLALONGA, I. (2005): "La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y su gestión integrada", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 53, 137-161.
- SERRANO, C., RUEDA, M. & PORTILLO, M.P. (2008): "Factors influencing e-disclosure in local public administrations", *Documentos de trabajo*, 3.
- VERBRUGGEN, S., CHRISTIAENS, J. & MILIS, K. (2011): "Can resource dependence and coercive isomorphism explain nonprofit organizations' compliance with reporting standards?", *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40:1, 5-32.
- VIDAL, P., GUIXÉ, I. & SUREDA, M. (2005): "¿Cómo se generan la legitimidad de las organizaciones no lucrativas? Resultado del trabajo de campo", *Observatorio del Tercer Sector*, Barcelona.
- VIDAL, P., TORRES, D., GUIX, B. & PEÑA, M. (2005): "La responsabilidad social de las organizaciones no lucrativas: aproximación conceptual y desarrollo del modelo RSO", *Observatorio del Tercer Sector*, Barcelona.
- WANDERLEY, L.S.O., LUCIAN, R., FARACHE, R. & MILTON, J. (2008): "CSR Information Disclosure on the Web: A Context-Based Approach Analysing the Influence of Country of Origin and Industry Sector", *Journal of Business Ethics*, 82, 369-378.

Páginas Web:

- Amnistía Internacional "Carta de responsabilidades ONG internacionales", [en línea]. 6 de junio de 2006 [fecha de consulta: 10 de marzo del 2009]. Disponible en: <http://www.amnesty.org/es/who-we-are/accountability/ingo-charter> .
- Center for Human Rights and Environment, CEDHA: "Sustainability Report 2004. A Report on the Sustainability of CEDHA Based on the Global Reporting Initiative 2002 Guidelines" [en línea]. [Fecha de consulta: 15 de marzo del 2009]. Disponible en: http://www.cedha.org.ar/en/progress_reports.

- Cotlands: "Cotlands annual report for the year ended thirty first march two thousand and eight" [en línea]. [fecha de consulta: 15 de mayo de 2009]. Disponible en: http://www.cotlands.org/annual-report2008/CotlandsAR2008_full.pdf
- Fundación Lealtad: "Guía de la Transparencia y de las Buenas Prácticas" [en línea]. 23 de junio de 2009 [fecha de consulta: 30 de junio del 2010]. Disponible en: <http://www.fundacionlealtad.org/web/jsp/publicaciones>
- Global Reporting Initiative: "Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad" [en línea]. 2006. [fecha de consulta: 10 de mayo del 2009]. Disponible en: <http://www.globalreporting.org/ReportingFramework> .
- Global Reporting Initiative: "Suplemento sectorial para ONG" [en línea]. 2010. [fecha de consulta: 10 de julio de 2010]. Disponible en: <http://www.globalreporting.org/NR/exeres/19B9E00D-299D-4F3C-A5A7-6B9650EDC532.frameless.htm?NRMODE=Published>
- International Organization for standarizacion: "ISO/ DIS 26 000 Guidance on Social Responsibility" [en línea] [fecha de consulta: 15 de septiembre de 2009]. Disponible en: www.iso.org
- Jordan River Fundation " Sustainability management Report 2007" [en línea] [fecha de consulta: 15 de mayo de 2009]. Diponible en: <http://www.jordanriver.jo/pdf/JRF%20Sustainabilty%20Report.pdf> (Consulta:15 mayo)
- Oxfam Internacional "Accountability Report, 06-07" [en línea] [fecha de consulta: 15 de mayo de 2009]. Diponible en: http://www.oxfam.org.uk/resources/accounts/downloads/3430_accountability_report_web.pdf

Anexos

Anexo 1. Revisión factores de transparencia de la RS de las ONG

	Val. Max	Val. Mini	Origen
Bloque 1: Transparencia <i>online</i> de la identidad de la organización	24		
1. Subíndice “ Perfil de la Organización”	7	0	
1.1. Nombre de la organización	1	0	G
1.2. Origen de la organización	1	0	O
1.3. Alcance de la organización	1	0	G
1.4. Localización: sede principal	1		G
1.5. Áreas de actuación	1	0	G
1.6. Número de empleados	1	0	G
1.7. Premios y distinciones recibidas	1	0	G
2.1. Subíndice “ Gobernanza”	12	0	
2.1. Miembros del órgano de gobierno	1	0	G
2.2. Descripción de la cualificación de los miembros del órgano de gobierno	1	0	G
2.3. Obligaciones de los miembros de los órganos de gobierno especificando su responsabilidad y procedimientos que siguen para supervisar el desempeño de actividades económico, ambiental y social pertinentes, incluidos riesgos y oportunidades relacionadas así	1	0	G
2.4. Estatutos	1	0	O
2.5. Forma legal	1	0	G
2.6. Remuneración de los miembros del órgano de gobierno	1	0	G
2.7. Proceso de control sobre conflictos de interés	1	0	G
2.8. Declaración de las asociaciones y/o alianzas	1	0	G
2.9. Procesos de selección y renovación de los órganos de Gobierno	1	0	O
2.10. Cambios significativos en la organización	1	0	G
2.11. Código de conducta que incluya aquellas actuaciones vinculadas a velar por la responsabilidad social de la propia organización	1	0	G
2.12. <i>Stakeholders</i>			
3.12.1) Listado de <i>stakeholders</i>			
3.12.2) Canales de comunicación con los grupos de interés: correo electrónico, anuncios sobre seminarios, presencia en medios de comunicación (en la Web se detalle noticias sobre apariciones o se den enlaces tipo youtube)	1	0	G

2.Subíndice “Estrategia de la Organización”	5	0	
3.1. Declaración del máximo responsable de la toma de decisiones de la organización en relación a la importancia de la sostenibilidad para la ONG	1	0	G
3.2. Misión y visión	1	0	G
3.3. Plan estratégico	1	0	O
3.4. Plan anual de actividades	1	0	O
3.5. Principales impactos, riesgos y oportunidades en materia de sostenibilidad y su efecto sobre los grupos interés	1	0	G
Bloque 2: Transparencia <i>online</i> del impacto de las actuaciones de la organización	24	0	
4. Subíndice “ Impacto Económico ”	4	0	
4.1. Consecuencias financieras, riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que surjan impacto en la sociedad	1	0	G
4.2. Informe económico	1	0	O
4.3. Informe de auditoría	1	0	O
4.4. Informe de los fondos recaudados con detalle de su distribución por áreas y proyectos.	1	0	O
5. Subíndice “ Impacto Social”	16	0	
5.1. Eficacia en los programas	2	0	
5.1.1. Informe anual de las actividades.	1	0	G
5.1.2. Declaración de los mecanismos para la participación y atención de las inquietudes económicas, ambientales y sociales de los stakeholders así como los obstáculos para este proceso	1	0	G
5.2. Las políticas de personal: contratados y voluntarios	9	0	
5.2.1.Sistemas de contratación de personal, evaluación, retención o despido	1	0	G
5.2.2. Tipos de contratos para el personal: estabilidad laboral	1	0	G
5.2.3. Seguimiento del voluntariado: Conocimiento y evaluación del crecimiento del voluntariado desde su incorporación hasta su salida	1	0	O
5.2.4. Programas de formación para contratados y voluntarios	1	0	G
5.2.5. Programas de Salud para contratados y voluntarios	1	0	G
5.2.6. Programa de Seguridad en el trabajo	1	0	G
5.2.7. Igualdad de oportunidades: núcleos marginales o a mujeres	1	0	G
5.2.8. Informe de los proveedores: cumplimiento de los contratos de compra de bienes, materiales o servicios contratados,	1	0	O
5.2.9. Programas para trabajar en un buen ambiente de trabajo: horario, guardería	1	0	G

5.3. Compromiso con la Sociedad	5		
5.3.1. Evaluación del alcance y efectos de los programas de las ONG sobre operaciones en las comunidades: resultado indirecto en la mejora del capital humano de la región donde la ONG lleva a cabo su labor.	1	0	G
5.3.2. Mecanismos de control para la corrupción de los empleados u miembros de la dirección de las ONG	1	0	G
5.3.3. Intervención en conflictos sociales ejerciendo como grupo de presión: acciones de lobbying.	1	0	G
5.3.4. Participación en instituciones que defiendan una causa justa	1	0	O
5.3.5. Cumplimiento de las normas vigentes en el país donde se lleve a cabo las actividades	1	0	G
6. Subíndice “Impacto Medioambiental”	4	0	
6.1. Políticas de medio ambiente: reciclaje, ahorro de energía y agua, reducción emisiones de residuos, biodiversidad, transporte	1	0	G
6.2. Programas de sensibilización a todos los miembros de la ONG hacia el respeto al medio ambiente.	1	0	G
6.3. Cumplimiento normativo	1	0	G
6.4. Informe del impacto medio-ambiental de sus actividades	1	0	G

G= ítem perteneciente a la GRI; O = ítem perteneciente a otras memorias.

Anexo 2. Resultados análisis de fiabilidad de los índices de divulgación. Según alfa de Cronbach

<i>Índice</i>	<i>Alfa de Cronbach</i>
<i>IRSW_P</i>	0.38
<i>IRSW_G</i>	0.025
<i>IRSW_{ESTR}</i>	0.43
<i>IRSW_{ECO}</i>	0.70
<i>IRSW_S</i>	0.79
<i>IRSW_M</i>	0.71
<i>IRSW</i>	0.78

Anexo 3. Resultado Análisis descriptivo

Transparencia online sobre responsabilidad social de las ONG	MEDIA	DESVIACIÓN
1. Subíndice " Impacto Económico "	0,51	0,29
1.1. Consecuencias financieras, riesgos y oportunidades para las actividades de la organización que surjan impacto en la sociedad	0,02	0,13
1.2. Informe económico	0,74	0,40
1.3. Informe de auditoría	0,62	0,49
1.4. Informe de los fondos recaudados con detalle de su distribución por áreas y proyectos	0,67	0,47
2. Subíndice " Impacto Social "	0,08	0,09
2.1. Eficacia en los programas		
2.1.1. Informe anual de las actividades.	0,75	0,44
2.1.2. Declaración de los mecanismos para la participación y atención de las inquietudes económicas, ambientales y sociales de los stakeholders así como los obstáculos para este proceso	0,00	0,00
2.2. Las políticas de personal: contratados y voluntarios		
2.2.1. Sistemas de contratación de personal, evaluación, retención o despido	0,00	0,00
2.2.2. Tipos de contratos para el personal: estabilidad laboral	0,05	0,23
2.2.3. Seguimiento del voluntariado: Conocimiento y evaluación del crecimiento del voluntariado desde su incorporación hasta su salida	0,11	0,31
2.2.4. Programas de formación para contratados y voluntarios	0,15	0,35
2.2.5. Programas de Salud para contratados y voluntarios	0,04	0,19
2.2.6. Programa de Seguridad en el trabajo	0,05	0,23
2.2.7. Igualdad de oportunidades: núcleos marginales o a mujeres	0,04	0,19
2.2.8. Informe de los proveedores: cumplimiento de los contratos de compra de bienes, materiales o servicios contratados,	0,00	0,00
2.2.9. Programas para trabajar en un buen ambiente de trabajo: horario, guardería	0,02	0,13
2.3. Compromiso con la Sociedad		
2.3.1. Evaluación del alcance y efectos de los programas de las ONG sobre operaciones en las comunidades: resultado indirecto en la mejora del capital humano de la región donde la ONG lleva a cabo su labor.	0,07	0,26
2.3.2. Mecanismos de control para la corrupción de los empleados u miembros de la dirección de las ONG	0,00	0,00
2.3.3. Intervención en conflictos sociales ejerciendo como grupo de presión: acciones de lobbying	0,00	0,00
2.3.4. Participación en instituciones que defiendan una causa justa	0,02	0,13
2.3.5. Cumplimiento de las normas vigentes en el país donde se lleve a cabo las actividades	0,00	0,00
3. Subíndice "Impacto Medioambiental"	0,06	0,17
3.1. Políticas de medio ambiente: reciclaje, ahorro de energía y agua, reducción emisiones de residuos, biodiversidad, transporte	0,09	0,29
3.2. Programas de sensibilización a todos los miembros de la ONG hacia el respeto al medio ambiente.	0,07	0,26
3.3. Cumplimiento normativo	0,05	0,23
3.4. Informe del impacto medio-ambiental de sus actividades	0,02	0,13
ÍNDICE TRANSPARENCIA ONLINE DE RS	0,21	0,25