

# (#176). LA EFICIENCIA DE LAS ONGS NO CUENTA PARA LOS DONANTES

[REVISIÓN DE ARTÍCULO] Uno de los grandes problemas que existe en el sector de las ONGs es el control sobre los resultados de las donaciones. Es decir, la medición y evaluación del éxito de los programas a los que se destina dinero. **¿Es relevante para las personas que donan saber el éxito de los resultados de las ONGs?**

Factores como la estabilidad financiera y la eficiencia son importantes, así como la imagen o reputación de la organización no lucrativa. Sin embargo, en la mayoría de ocasiones los donantes no tienen tiempo de profundizar en el desempeño financiero de las ONGs, y utilizan *ratings* proveídos por otras entidades; en Estados Unidos: Charity Navigator, American Institute of Philanthropy, o Better Business Bureau Wise Giving Alliance. Sin embargo esos *ratings* han sido criticados por no proveer una información fiable sobre la calidad o efectividad de los programas sociales de esas ONGs.

La cuestión que plantean los autores es si el hecho de que las ONGs sean más transparentes y presenten sus resultados financieros claramente influye en las decisiones de los donantes.

## Metodología

Los autores utilizan datos de **varias ONGs estadounidenses dedicadas a la promoción del arte y la cultura**, que voluntariamente especifican indicadores de rendimiento en el llamado Cultural Data Project. Por tanto, no es una muestra aleatoria de casos ni tampoco es representativa de todos los sectores donde las ONGs operan.

Como medidas de rendimiento los autores emplean varios indicadores de rendimiento de los programas (entradas gratuitas repartidas, afluencia total y visitas en la web), así como de su gestión (eficiencia administrativa y de marketing), y también otras variables de control relacionadas con el número de años operando o el apoyo gubernamental.

La muestra consistió en **3059 observaciones correspondientes a varias ONGs durante el periodo 2005-2013**. El modelo se estimó considerando efectos fijos para capturar la heterogeneidad invariante en el tiempo.

### **Resultados e implicaciones**

En promedio, las ONGs gastaron 26.2% de su presupuesto en tareas de administración, y necesitaban invertir 0.45 dólares para obtener un dólar añadido, pero **hay gran variabilidad en estos indicadores. Hay organizaciones que necesitan sólo un céntimo de dólar de inversión en comunicación para conseguir 1 dólar mientras que otras necesitan 36\$, lo que se traduce en una clara ineficiencia.**

Los resultados son aparentemente sorprendentes, porque indican que **una mayor eficiencia en los programas se asocia a una menor cantidad donada**. Por un 10% de incremento de la media geométrica en el indicador que mide la afluencia a las actividades organizadas la contribución en los años subsiguientes cae un 0.72%, ceteris paribus. Sin embargo, un incremento del 10% en el número de entradas regaladas incrementa un 0.34% las contribuciones. Los resultados son contradictorios en esas dos medidas de rendimiento.

Además, los donantes castigan a aquellas organizaciones que son más eficientes en marketing y donan más a las que son menos eficientes, siendo de nuevo estos unos **resultados contraintuitivos**. Tampoco afectan los costes administrativos.

### **Limitaciones/Comentarios**

Los resultados de este estudio dejan bien a las claras la **situación embolicada en cuanto al entendimiento de las motivaciones y el comportamiento de los donantes. La sensación que da es que muchas personas donan sin preocuparse de cuál es la efectividad de esa donación, y sin hacer un seguimiento del éxito de los programas de las ONGs, o de su eficiencia en costes administrativos y de marketing.**

Charles, C. & Kim, M. (2016). Do Donors Care About Results? An Analysis of Nonprofit Arts and Cultural Organizations. Public Performance & Management Review,, doi: 10.1080/15309576.2015.1137775

Indicadores de calidad de la revista\*

	Impact Factor (2015)	Cuartil	Categoría
Thomson-Reuters (JCR)	<b>0.909</b>	<b>Q3</b>	PUBLIC ADMINISTRATION
Scimago (SJR)	<b>0.91</b>	<b>Q1</b>	PUBLIC ADMINISTRATION

\* *Es simplemente un indicador aproximado para valorar la calidad de la publicación*

