

**FUNDACIONES Y ONG** Un paso adelante pendiente

# El tercer sector no termina de ponerse al día con la digitalización

**La falta de recursos, el miedo al cambio y las complejidades administrativas lastran un despegue necesario para mejorar los servicios que prestan estas entidades**

BELÉN RODRIGO

El tercer sector está en pleno proceso de transformación digital, aunque lo está haciendo de una forma muy desigual. Es un sector heterogéneo, con enfoques y ámbitos de impacto muy diferentes, pero cuyas organizaciones tienen en común «estar varios años por detrás del mundo empresarial y de las administraciones públicas», afirma Óscar Codón, coordinador de Transformación Digital de la Asociación Española de Fundaciones (AEF). El riesgo no es solo el 'gap' que ya existe, sino que la velocidad a la que se están implementando medidas no es suficiente, «por lo que el proceso de digitalización no está siendo rápido, muy desigual, afectando directamente a los beneficiarios de los servicios que desempeña el tercer sector», resalta. Hay entidades que ya han avanzado en este camino, en gran medida impulsadas por el primer impulso de la pandemia, pero desde AEF aseguran que otras muchas organizaciones aún no están aprovechando todo el potencial de la digitalización.

«La digitalización en el tercer sector no es solo necesaria, sino que es imprescindible», subraya Codón. Se trata de una gran oportunidad que «redundará directamente en la calidad de los servicios que prestan a sus beneficiarios gracias a la mejora en sus procesos, eficiencia, transparencia, captación de fondos, en definitiva, en mejorar el impacto social positivo hacia la sociedad y los colectivos a los que dirige su actividad», añade. Mediante la digitalización se quiere mejorar la eficiencia del sector fundacional «en el desarrollo de sus procesos; en la reputación de su imagen y marca; en la atención a sus beneficiarios; en la captación de fondos, y en el acceso a financiación pública y cumplimiento de normativas asociadas», explica el coordinador. Asimismo, quieren fo-

## Logros y deberes

Una radiografía en cifras

**50,7%**

**Aproximadamente la mitad de las entidades (50,7%) no utilizan herramientas digitales para prestar sus servicios, aunque casi una cuarta parte (24,6%) las usan 'bastante' o 'mucho', según el 'Barómetro del Tercer Sector', elaborado por la plataforma de ONG de Acción Social en 2022.**

**36,3%**

**Dos tercios de las entidades disponen de herramientas digitales para la comunicación externa, aunque sólo un 36,3% la usa 'bastante o mucho'. Un 59,2% usan herramientas digitales que les facilitan aparecer de manera eficiente en los buscadores (un 29,1% las utiliza 'bastante' o 'mucho').**

**67,6%**

**La herramienta más extendida son las redes sociales: nueve de cada diez dispone de perfiles en alguna red social, y un 67,6% manifiesta que las utiliza 'bastante' o 'mucho'.**

**19,5%**

**La mitad de las entidades (50,7%) no usan herramientas digitales para prestar servicios. Algo más de la mitad tampoco las utiliza para el tratamiento de datos e información, y sólo un 19,5% las usa 'bastante' o 'mucho'. En cuanto a herramientas digitales de gestión interna, un 62,3% no disponen y un 1,5% no las usan, aunque las tengan.**

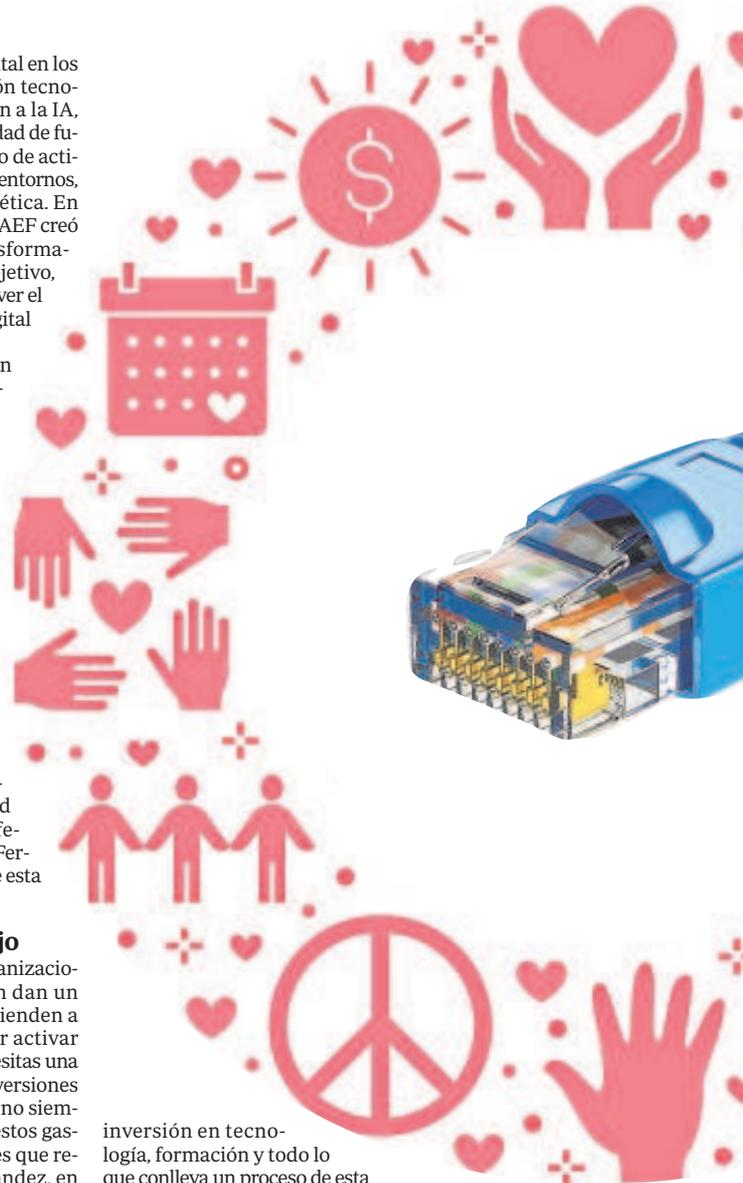
mentar la cultura digital en los equipos, la innovación tecnológica y la adaptación a la IA, como reto y oportunidad de futuro para el desarrollo de actividades en los nuevos entornos, con mirada crítica y ética. En noviembre de 2019 la AEF creó la Comisión de Transformación Digital con el objetivo, entre otros, de promover el grado de madurez digital de las fundaciones.

Desde la Asociación Estatal de Organizaciones de Acción e Intervención Social (OEIS) hablan de un proceso de implementación progresivo que va lento por distintos factores, como el «condicionamiento de la financiación externa que tenemos. Es cierto que los fondos europeos que han llegado han dado un impulso, pero estamos todavía en proceso, en una realidad que es múltiple y diferente», resalta Borja Fernández, presidente de esta patronal.

## Proceso complejo

Recuerda que las organizaciones que representan dan un servicio externo y atienden a personas. Para poder activar la digitalización «necesitas una estructura propia, inversiones en I+D, softwares... Y no siempre puedes imputar estos gastos a las subvenciones que recibes», explica Fernández, en el caso de aquellas organizaciones que viven de las subvenciones. Y también destaca la rigurosidad de las justificaciones que tienen que presentar a la administración donde no siempre está claro el soporte en el que deben ser presentada la documentación, lo cual «no facilita el proceso de digitalización que transcurre en paralelo a la digitalización de la propia administración», reflexiona el presidente de OEIS.

Son varias las dificultades a las que se enfrentan las entidades privadas no lucrativas. Entre ellas, la falta de recursos económicos y humanos. «La



inversión en tecnología, formación y todo lo que conlleva un proceso de esta envergadura suele ser un obstáculo para las entidades, que cuentan con recursos limitados», afirma Óscar Codón. También se da la falta de conocimientos y experiencia, así como el problema de la gestión del cambio. «El miedo y la resistencia que los profesionales hacen al cambio cultural conlleva una ralentización en la implementación de estrategias, procesos y metodologías digitales, provocando frustración en los equipos», puntualiza. Y a todo ello hay que añadir la falta de infraestructura, equipos y herramientas que conlleva que muchas entida-

des no dispongan de una base mínima adecuada para construir e implementar soluciones digitales. «Estas dificultades se transforman en brechas, en algunos casos insalvables, si no se acometen en tiempo y forma, implicando a todos los agentes afectados», alerta el coordinador de Transformación Digital AEF.

Teniendo en cuenta que el grado de madurez digital de cada entidad es muy diferente, desde AEF recomiendan que lo que primero se debe llevar a cabo es un diagnóstico que indique el estado actual de la di-

la importancia de asumir que los procesos de transformación digital no tienen vuelta atrás, «por lo que es muy necesario saber realmente qué se necesita, para no pecar en exceso o defecto». Si bien las ayudas pueden ser un incentivo puntual e imprescindible para llevar a cabo los cambios, «es imprescindible asumir que debemos prever inversiones anuales de manera continua. Estas inversiones tendrán un impacto positivo en el desarrollo de la actividad, por lo que serán fácilmente cuantificables».

### Transformación

Cruz Roja Española comenzó con su plan de transformación digital en 2019, después de llevar a cabo un plan de trabajo para identificar las necesidades y establecer las prioridades. «El objetivo era mejorar la eficiencia del servicio, la gestión de los datos y la comunicación con trabajadores, voluntarios y beneficiarios de la Cruz Roja», explica Sandra Pedraza, directora del Departamento de Tecnología de la Información y Digitalización de Cruz Roja Española. Para conseguirlo, comenzaron

## BENEFICIOS INDISCUTIBLES

**Desde la Asociación Española de Fundaciones hacen un repaso a los principales beneficios que la transformación digital tiene para las fundaciones y las ONG:**

– **Este tipo de procesos tienen la virtud y el objetivo de potenciar, aún más si cabe, el propósito vital de la entidad.**

– **La innovación y el uso de herramientas tecnológicas tienen además la capacidad de generar una transformación cultural de la entidad, para adaptarla a los nuevos retos y desafíos que reclama una sociedad que también está en constante cambio.**

– **En paralelo, la digitalización conlleva un rediseño de los procesos, una mayor cualificación de los profesionales de la entidad y una generación de nuevas oportunidades. Esto redundará en un mayor impacto social tangible en las personas a las que se dirige la actividad.**

– **Se promueve también la creación de nuevos ecosistemas para la generación de alianzas, desarrollo de proyectos o captación de fondos**

– **Y permite mejorar la gobernanza de la entidad, generando mayor transparencia y rendición de cuentas.**

El resultado de la digitalización está siendo positivo. Una vez que se han habilitado nuevos canales digitales de acceso a la Cruz Roja «hemos crecido en recaudación de fondos», resalta Pedraza. Hay una mejor comunicación con los usuarios, «conocemos mejor las preferencias de los voluntarios y hay una mejor gestión de las cuentas ofreciendo en tiempo real dicha información», añade.

Además, han conseguido reducir el tiempo para poner en práctica proyectos. Para llevar a cabo todos estos cambios, Cruz Roja ha reforzado su departamento de Tecnología de la Información y Digitalización. «En el 2018 era un equipo pequeño y el conocimiento estaba en los proveedores externos. Ahora nos hemos reforzado y somos los que orientamos a la ayuda externa», cuenta su responsable. Desde entonces han invertido en el desarrollo de nuevas tecnologías como RPA o analítica de datos, el movimiento de la información a la nube o la seguridad de la información.

### Retos pendientes

Todavía tienen retos por delante como desarrollar productos tecnológicos humanitarios para aquellas personas que se encuentran solas. «Estamos además focalizados en las personas de más de 45 años para mejorar sus competen-

digitalización en la entidad y definir las necesidades. «Sobre la base de ese diagnóstico y con el propósito y visión de la fundación, debe definirse la estrategia, estableciéndose unos objetivos claros, medibles, y un plan de acción para la transformación digital», señala Óscar Codón. Habla también de

con el desarrollo de una aplicación para la digitalización de los servicios, por ejemplo, para darse de alta como socio, realizar un donativo o apuntarse como voluntario. «Trabajamos con nuevas formas de pago y sistemas de seguimiento para facilitar la transparencia», añade. Reconoce que no ha sido un camino fácil porque se encon-

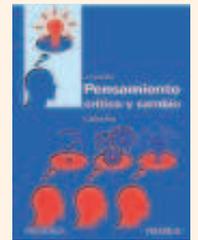
traron con distintos problemas, entre ellos un acceso desigual a la tecnología incluso en las distintas oficinas de organización. Hubo también dificultad por la privacidad de los datos, para garantizar la protección de estos e hicieron igualmente frente a la resistencia a los cambios por parte de algunos usuarios y del personal interno.

cias digitales y facilitarles la entrada en el sector laboral», explica la directora de Digitalización. Han creado, por ejemplo, una plantilla para que puedan elaborar fácilmente su currículum «y a futuro queremos desarrollar tecnologías humanistas para que quien lo necesite acceda a los recursos tecnológicos».

## LIBROS

### SABER PENSAR EN LA VIDA REAL

Con una experiencia de más de dos décadas en la investigación y la docencia, Carlos Saiz brinda en 'Pensamiento crítico' (Editorial Piramide) las claves precisas para mejorar en destrezas tan valiosas en nuestra vida personal y profesional como la capacidad de argumentación, la resolución de problemas o la correcta toma de decisiones.



### CIENCIA PARA PRINCIPIANTES

'Tuniverso' (Editorial Alianza) es la puerta perfecta para que los no iniciados entren en el mundo de la ciencia y sus secretos. Con el aval de numerosos científicos, Burch Donald logra el difícil equilibrio entre didacticismo y precisión. Una llave para entender un mundo en el que la innovación lo inunda todo.



**DEBOD**

91 542 33 92\*

e-mail:

publicidad@debod.com

AGENCIA DE PUBLICIDAD DE SERVICIOS GENERALES

ANUNCIOS OBLIGATORIOS: AYUNTAMIENTOS / MINISTERIOS / SOCIEDADES MERCANTILES / EXPROPIACIONES

- **SOCIEDADES MERCANTILES:** Junta de Accionistas. Fusiones. Otros Anuncios y Avisos Legales.
- **MINISTERIOS:** Expropiaciones. Anteproyectos de Instalaciones Solares y demás infraestructuras del Estado.
- **AYUNTAMIENTOS:** Edictos. Aprobación de Ordenanzas Municipales. Urbanismo.

40 años de experiencia a su servicio. Presupuesto sin compromiso.