



EL IAEF REALIZA UN ESTUDIO EN 63 PAGINAS WEB SOBRE LA AYUDA A HAITÍ POR PARTE DE LAS ENTIDADES FINANCIERAS

BBVA, CAN, LA KUTXA Y LA CAIXA SON LAS ENTIDADES QUE HAN ADOPTADO MEJORES SOLUCIONES PARA LLEVAR A CABO DONATIVOS

De las entidades andaluzas, CAJAMAR es la única que lleva a cabo alguna iniciativa mientras que resto no la desarrollan en sus páginas web.

En las últimas ocasiones en las que un desastre humanitario ha provocado el ánimo solidario de ciudadanos y empresas, se han producido numerosas quejas derivadas del cobro de comisiones por parte de las entidades financieras por ingresos en las cuentas de ONGS.

Es un hecho, que la banca por Internet se ha convertido en un canal cada vez más importante a través del cual se llevan a cabo las operaciones bancarias más comunes, pasando a ser las visitas por la sucursal cada vez más esporádicas.

De ahí, la trascendencia que tiene el hecho de que las entidades financieras sean conscientes de la importancia de Internet, ya que de nada sirve poner carteles en las sucursales al lado del cajero informando del número de cuenta para efectuar una donación, si resulta que muchas personas no acuden más que una vez al mes a su oficina. Es innegable que facilitando las donaciones las mismas se incrementan. Mucho más cuando de las mismas no se deriva ningún beneficio para la entidad financiera que transfiere el dinero a la ONG.

Ante un desastre de la magnitud del terremoto de Haití el IAEF ha analizado las páginas web de más de 63 entidades. Este examen tiene la finalidad de llevar a cabo sugerencias que puedan extender las mejores prácticas detectadas al resto de entidades. Tras el análisis de las mismas es indudable que las cuatro entidades que han desarrollado una mejor campaña son BBVA, CAN (Caja de Ahorros de Navarra), Kutxa y la Caixa.

Los criterios adoptados han sido:

- 1.- La posibilidad de hacer donativos para no clientes.
- 2.- La ubicación y visibilidad del mensaje para apoyar a las víctimas del desastre en Haití y la posibilidad de ser apreciable a primera vista o tener que desplazar la barra lateral (en el caso de la caja de canarias se pudo apreciar que para ver algún tipo de información al respecto se tenía que desplazar la barra lateral, lo que hace que sea altamente improbable que sea vista por el usuario; en otro caso Caja de ahorros la immaculada (CAI) la información de la campaña, aunque era de las que más destacaban entre todas las webs analizadas, sólo era visible temporalmente ya que las imágenes se sustituían cada cierto tiempo con lo que el usuario podría no haber tenido posibilidad de conocer la existencia de la campaña.
- 3.- Quien determinaba el destino donado, si la entidad financiera o el donante, y, en ese caso, si este podía escoger entre diferentes ONGS para efectuar las donaciones.

De dichos criterios las cuatro entidades mencionadas sobresalen del resto por facilitar a cualquier persona que tenga una tarjeta el poder efectuar donativos a favor de campañas humanitarias sin coste alguno derivado de dicha donación. De igual modo algunas de ellas permiten al donante escoger a quien poder donar entre diferentes ONGS.

El resto de entidades que llevan a cabo actuaciones de apoyo para las víctimas del terremoto se basan en ofrecer un número de cuenta en el que se pueden efectuar donaciones. En ese caso, los clientes de la entidad no abonarán comisiones derivados de transferencias o traspasos por ingresar en dichas cuentas. Sin embargo, en caso de que se quieran efectuar transferencias desde otras entidades (por ejemplo desde alguna de las que no han llevado a cabo ninguna iniciativa a favor de las víctimas del terremoto, sí que la entidad del donante percibiría una comisión).

Del análisis realizado sorprende sobremanera que ninguna de las entidades del primer grupo financiero del país el grupo Santander, exceptuando Banesto, hagan ninguna referencia a favor de las víctimas de Haití.

De igual modo es sorprendente que un gran número de Cajas de Ahorro cuya finalidad fundacional era la solidaridad con los más desfavorecidos, no lleven al menos en sus páginas web, ninguna campaña de recogida de donaciones al igual que ocurre con una entidad de las denominadas de banca ética y que no recoge en su página web ninguna información sobre el desastre de Haití.

Del análisis de las webs y con la finalidad de favorecer al máximo el conocimiento y las donaciones a través de las páginas webs de las entidades financieras, desde el Instituto Andaluz de Estudios Financieros sugerimos las siguientes propuestas (que obviamente pasan porque se generalizara cómo práctica común que todas las entidades realizaran dichas campañas de captación de donaciones)

- 1.- Adoptar el método de donación con tarjeta tal como lo han llevado a cabo BBVA CAN, Kutxa y la Caixa, de este modo cualquier persona podrá llevar a cabo dicha donación aún no siendo cliente.
- 2.- Dar a ese tipo de mensajes la máxima visibilidad en las webs, asegurándose de que el usuario verá ese mensaje incluso mediante pantallas intermedias una vez que el cliente hubiera accedido a sus cuentas, no siendo aconsejables mensajes que sean visibles desplazándonos por el documento hasta el final de la pagina o que aparezcan solo momentáneamente.
- 3.- Facilitar al donante la opción de escoger a cual ONG poder donar.
- 4.- Los datos personales facilitados con el fin de realizar dicha operación no deberían poder ser utilizados para ningún otro fin que el de la donación.
- 5.- Facilitar a través de Internet un justificante a efectos fiscales del donante.

A continuación se adjuntan los enlaces de google docs en los que se pueden descargar los archivos con las 63 páginas webs analizadas (de ellas 41 cajas y 22 bancos)

Si la nota se recibe por correo electrónico bastará pulsar en el texto y si se recibe por fax los enlaces se indican a continuación:

[Webs de CAJAS CON campañas a favor de Haití](http://tinyurl.com/yezv9bo) (18/63) <http://tinyurl.com/yezv9bo>

[Webs de CAJAS SIN campañas a favor de Haití](http://tinyurl.com/y9pncv9) (22/63) <http://tinyurl.com/y9pncv9>

[Webs de BANCOS SIN campaña a favor de Haití](http://tinyurl.com/vajbnwe) (12/63) <http://tinyurl.com/vajbnwe>

[Webs de BANCOS CON campaña a favor de Haití](http://tinyurl.com/yaouu5a) (10/63) <http://tinyurl.com/yaouu5a>

**C/FISCAL LUIS PORTERO,3 OFICINA 631
COMPLEJO CIUDAD DE LA JUSTICIA
29010-MÁLAGA
Teléfono: 952229880
Fax: 952216809
info@iaef.es
www.iaef.es**