



Artículo de investigación, derivado del proyecto de investigación “La legitimidad en el servicio social: transparencia en las ONG agremiadas a la Federación Antioqueña”.

Recibido: 03.09.2018. ❖ Aprobado versión final: 12.12.2018. ❖ JEL: L3.

## **La legitimidad en el servicio social: Transparencia en las ONG agremiadas a la Federación Antioqueña**

### **Lagitimacy in the social service: Transparency in the NGO affiliates to the Antioquia Federation**

**Laura Aguilar Rodríguez - Angélica Ramírez García - Luz Amira Rocha Valencia**

#### **COLOMBIA**

**Resumen:** En los últimos años, los escándalos que vinculan Organizaciones No Gubernamentales - ONG y las necesidades de información de los grupos de interés, han incrementado la importancia de la implementación de un compromiso voluntario con la responsabilidad social y el principio de la transparencia, que demanda una visibilidad completa sobre la estructura de estas organizaciones, el detalle de sus labores sociales y el manejo de los recursos. Es por esto que en esta investigación se pretende analizar el índice de transparencia de las ONG agremiadas a la Federación Antioqueña de ONG, mediante la información disponible en sus páginas Web.

**Palabras Clave:** ONG, responsabilidad social, transparencia.

**Abstract:** In the last years, the scandals linking Non-Governmental Organizations - NGO and the information needs of interest groups have increased the importance of the implementation of a voluntary compromise with social responsibility and the transparency's principle, which demands a complete visibility on the structure of these organizations, the detail of their social works and the management of resources. This is why this research searches to analyze the transparency index of the NGO affiliates to the Antioquia Federation through the information available on its Web pages.

**Keywords:** NGO, social responsibility, transparency.



**POLITÉCNICO COLOMBIANO  
JAIME ISAZA CADAVID**

Laura Aguilar Rodríguez es Contadora Pública del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid; como estudiante, fue miembro del Semillero de Investigación Contable Qirak, vinculada en proyecto de investigación como estudiante en Formación Investigativa con opción de grado.

Contacto:laura\_aguilar90132@elpoli.edu.co

Angélica Ramírez García es Contadora Pública del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, 2018; como estudiante fue vinculada en proyecto de investigación como estudiante en Formación Investigativa con opción de grado.

Contacto: angelica\_ramirez90132@elpoli.edu.co

## Legitimidade no serviço social:

### Transparência nas ONG afiliadas na Federação Antioqueña de ONG

**Resumo:** Nos últimos anos, os escândalos que vinculam não governamentais –ONG e as necessidades de informação dos grupos de interesse, tem incrementado a importância da implementação de um compromisso voluntario com a responsabilidade social e o princípio da transparência, que demanda uma visibilidade completa sobre a estrutura das organizações, o detalhe de sus labores sociais e o manejo dos recursos. É por isto, que esta investigação busca analisar o índice de transparência das ONG afiliadas à Federación Antioqueña de ONG mediante a informação disponível em suas páginas Web.

**Palavras-chave:** ONG, responsabilidade social, transparência

#### Introducción

**L**as Organizaciones No Gubernamentales, también denominadas organizaciones sin ánimo de lucro u organizaciones de la sociedad civil, ubicadas dentro del sector solidario o tercer sector, en adelante consideradas como ONG, han aumentado su participación en actividades sociales debido a la ausencia del Estado en la satisfacción de las necesidades básicas en sectores y poblaciones vulnerables.

Por esto, el interés sobre las ONG, sus actividades y la gestión de los recursos, ha incrementado y exige información de modo accesible ante los grupos de interés, que resalte su comportamiento socialmente responsable y la transparencia en forma multidimensional, que contribuya a la credibilidad de la acción social ejecutada por estas organizaciones; de manera que en el presente artículo, se pretende analizar el índice de transparencia de las ONG afiliadas a la Federación Antioqueña de ONG.

La metodología utilizada reúne varios elementos: (1) adaptación del test de aplicación de la ley de la transparencia elaborado por el Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Rey Juan Carlos –URJC, (2) adaptación de las tres dimensiones, nueve variables y 24 indicadores de la transparencia utilizados por Rocha et. al. (2015), y (3) utilización de la técnica de análisis de contenido de la información disponible del año 2016 en las páginas Web de las ONG.



Luz Amira Rocha Valencia, es Contadora Pública de la Universidad de Medellín, Doctora en Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca; Profesora Asociada del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, Facultad de Administración, Directora del Grupo de Investigación Colectivo Likapāay y del Semillero de Investigación Contable Qirāk e Investigadora Principal del proyecto de investigación.

Contacto: [lrocha@elpoli.edu.co](mailto:lrocha@elpoli.edu.co)

## **Surgimiento y conceptos de ONG**

Algunos autores afirman que el surgimiento de las ONG se debe a una disminución en el crecimiento del Estado Desarrollista en los años 80, lo que provocó una crisis en los países en desarrollo, que aumentó con el proceso de globalización ya que redujo la capacidad de los Estados para proteger la industria nacional y sus empleados. Esta crisis llevó a la concentración de la renta y a un aumento de la violencia, pero incentivó a la innovación social en la resolución de los problemas colectivos y la propia reforma del Estado (Bresser, Cunill, 1998:1).

Con el recrudecimiento de diversas situaciones en los países de América Latina, tales como los enfrentamientos entre los partidos políticos tradicionales, los conflictos e injusticias sociales, la carencia de oportunidades en el acceso a la salud y a la educación, los escándalos por corrupción y el aumento considerable de la violencia, la sociedad inició la búsqueda de la transformación social y política. Es por ello que en Colombia, a partir de la década de los 90, se observa un notable esfuerzo por parte de estas organizaciones para proveer servicios sociales sin ánimo de lucro y de manera filantrópica (León, 2013:30). La acción de estas organizaciones persigue el beneficio social en las diferentes problemáticas de las comunidades, canalizando recursos públicos y privados para llevar a cabo proyectos de desarrollo social. La pretensión común y desinteresada por parte de estas organizaciones autónomas se ha tratado de establecer en diferentes conceptos.

Para Gaitán (2014:10), las ONG son entidades creadas por particulares para la realización de actividades altruistas y de beneficio común, que tienen reconocimiento en la Constitución Política de Colombia y que adoptan la naturaleza jurídica de entidad sin ánimo de lucro.

Según Pérez et al. (2011:2), las ONG hacen parte del denominado Tercer Sector, diferenciando éste del público, del privado y del Sector Social o Sector sin Ánimo de Lucro, compuesto por gran número de organizaciones con distintos intereses y sin interés lucrativo.

El presidente de la Corporación Región y Vice presidente de la Confederación Colombiana de ONG, Fernández (2007:2), define las ONG como organizaciones que manejan bienes públicos no estatales, con un conjunto de conocimientos y función de beneficio común de carácter social, cultural, económico y político.

La Federación Antioqueña de ONG, (FAONG, 2018) expresa que, según la Organización Naciones Unidas – ONU, las ONG son cualquier grupo de ciudadanos voluntarios sin ánimo de lucro y de naturaleza altruista. En su propia declaración, definen las ONG como entidades de derecho privado, sin ánimo de lucro, autónomas, sin influencia estatal en sus decisiones y que reinvierten sus excedentes en su objeto social.

Teniendo en cuenta que las ONG son organizaciones que se diferencian del sector público y del sector privado, soberanas y sin ánimo de obtener beneficio económico, este artículo se basará en el concepto de Fernández (2007) puesto que agrupa las características principales de estas organizaciones, en el que se resalta que cumplen una función social y que no persiguen un beneficio particular.

Según Gómez, (2014:16), las ONG en Colombia se dedican principalmente a la democracia, la familia y la convivencia, seguido del empleo, el derecho institucional, la educación formal, en menor medida las Tecnologías en Información y Comunicación - TIC, la salud, el medio ambiente, la equidad de género, la vivienda y espacio público, la seguridad alimentaria, la cultura, los asuntos étnicos y la recreación y el deporte. En Antioquia, según FAONG (2018), las ONG proveen sus servicios sociales en diferentes ámbitos, entre ellos la niñez y la familia, la educación e investigación, la equidad de género, la cultura, el medio ambiente, la democracia participativa, el desarrollo institucional, la convivencia y desarrollo, la vivienda y espacio público, las microempresas y la generación de empleo, la salud y rehabilitación.

Teniendo en cuenta que la mayoría de estas organizaciones dedican sus esfuerzos a las diferentes actividades que deberían ser realizadas por el gobierno dentro de la finalidad de un Estado Social de Derecho, que debe dar primacía a los derechos fundamentales consagrados en la Constitución Política de Colombia, se evidencia una problemática para definir un ámbito específico donde las ONG desarrollen sus actividades sociales, puesto que sus intereses son diferentes de acuerdo con la población, las necesidades insatisfechas y el sector donde desarrollan sus proyectos.

Los recursos provienen de distintas fuentes; en el año 2009, las ONG a nivel nacional se financiaban con un 36.6 % de recursos propios, 26.5 % de recursos públicos, 14.3% de recursos privados, 12.4% de cooperación internacional y un 10.2% de otros recursos, según Gómez (2014:20), en su mayoría, los recursos provienen de aportes de sus socios o colectas públicas, seguido de dineros del Estado para financiar sus proyectos, donaciones de empresas del sector privado y personas naturales, además de aportes de empresas o personas naturales de otros países que destinan su dinero a proyectos sociales elaborados por las ONG.

La consolidación de estas organizaciones ha llevado a la sucesiva creación de organizaciones de segundo nivel, las federaciones y de tercer nivel, como las confederaciones (Gómez, 2014; 10), es decir, la agrupación de organizaciones y la unión de federaciones.

En vista del crecimiento de estas organizaciones, los campos de acción y sus posibles impactos, además de la variedad de financiación, el interés social sobre la gestión de las ONG ha aumentado, es decir, sus grupos de interés: donantes empleados, voluntarios, la sociedad, beneficiarios y el Estado, reclaman transparencia en sus acciones para legitimar sus actuaciones como agentes al servicio social.

## **Responsabilidad Social**

Al indagar sobre el tema de Responsabilidad Social – RS, se observa que es un concepto multidimensional, en el que se encuentran investigaciones que tratan de precisar el origen del término, hasta abordar la RS en sectores productivos particulares. Cabe aclarar que, al consultar diferentes autores, algunos se refieren específicamente a Responsabilidad Social Empresarial – RSE, como es el caso de Botero (2009); otros, como Duque et. al. (2012), prefieren usar el término Responsabilidad Social Corporativa – RSC; también se utiliza el término RS como lo manifiesta Franco et. al. (2014).

En la tabla N°1 se presentan algunas definiciones de autores y guías voluntarias, pero no vinculantes, que hablan sobre el reconocimiento de la RS, además de los principios que son utilizados para homogenizar criterios, destacándose la importancia de la interacción con las partes interesadas y que pretende ser de utilidad para todo tipo de organizaciones.

**Tabla N° 1.** Conceptos y principios de Responsabilidad Social

Autor	Concepto de RS	Principios de RS
Global Reporting Initiative GRI 2002	Asimila la memoria de sostenibilidad con la RS, la que comprende la medición, divulgación y rendición de cuentas frente a grupos de interés internos y externos, en relación con el desempeño de la organización con respecto al objetivo del desarrollo sostenible.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparencia</li> <li>• Globalidad</li> <li>• Auditabilidad</li> <li>• Exhaustividad</li> <li>• Relevancia</li> <li>• Contexto de sostenibilidad</li> <li>• Precisión</li> <li>• Neutralidad</li> <li>• Comparabilidad</li> <li>• Claridad</li> <li>• Periodicidad</li> </ul>
Lizcano y Moneva, 2004	Compromiso social y voluntario con el desarrollo de la sociedad, desde un su comportamiento responsable hacia los grupos sociales con quienes se interactúa. Centra su atención en la satisfacción de las necesidades de los grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparencia</li> <li>• Materialidad</li> <li>• Verificabilidad</li> <li>• Visión amplia</li> <li>• Mejora continua</li> <li>• Naturaleza</li> </ul>
Brown, 2010	Comportamiento voluntario para contribuir al desarrollo económico de la comunidad y de la sociedad, con la intención de mejorar la calidad de vida de las personas y sus familias.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Transparencia</li> <li>• Normas</li> <li>• Autoevaluación</li> <li>• Gestión socialmente responsable</li> <li>• Consumo socialmente responsable</li> <li>• Estructuras de información</li> </ul>
Organización Internacional de Normalización, ISO 26000, 2010	Compromiso de las organizaciones ante los impactos de sus decisiones y actividades que generan en la sociedad y el medio ambiente, a través de acciones éticas y transparentes.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Rendir cuentas</li> <li>• Transparencia</li> <li>• Comportamiento ético</li> <li>• Respeto y atención por los intereses</li> <li>• Principio de legalidad</li> <li>• Respeto a la normatividad</li> <li>• Respeto por los derechos humanos</li> </ul>

**Fuente:** Elaboración propia a partir de GRI (2002); Lizcano y Moneva (2004); Brown (2010); ISO 26000 (2010)

Algunas definiciones son más amplias y tratan de establecer la relación entre la responsabilidad social y el desarrollo sostenible, pero coinciden en que debe ser un compromiso donde se debe exponer ante los grupos de interés las actividades que se desarrollan en las organizaciones de manera amplia, según los criterios sociales, que proporcionen buenas prácticas de gestión y un diálogo continuo con las diferentes partes.

Se considera que la RS debe ir relacionada con los valores corporativos y las políticas que establece cada organización para beneficiar, en forma colectiva, al sector en el que se encuentra ubicada la organización y a los grupos de interés que se ven impactados, de forma directa e indirecta, en el desarrollo de la razón social de la organización.

Varios de los autores referenciados en la tabla N° 1, tienen en común principios como criterios y directrices para la implementación de una política responsable; (GRI 2002), (Lizcano y Moneva 2004), y (Brown, 2010), abarcan la auditabilidad, la verificabilidad y la autoevaluación como un concepto similar, donde se evalúa su desempeño para derivar conclusiones que permitan a los agentes externos y expertos, calificar a las organizaciones como socialmente responsables y para comprobar las actuaciones de las mismas.

Los cuatro autores referenciados coinciden en que la transparencia debe ser un principio de una política socialmente responsable, como un pilar a la hora de generar una rendición de cuentas a la sociedad, pues se hace necesario propiciar un ambiente de seguridad y confianza para que las ONG continúen prestando los servicios para los cuales fueron creadas, sin infundir suspicacia alguna que los ponga en entredicho.

## La transparencia

Se entiende la transparencia como la presentación de información cualitativa y cuantitativa de la organización sin la omisión de detalles para la comprensión de la información; los autores (Gálvez Rodríguez et al. 2012; Herranz 2007; Marcuello et al. 2007) citados en Rocha et. al. (2015:9), afirman que la transparencia es multidimensional y destacan tres dimensiones: (1) transparencia organizacional, que hace referencia a la comunicación sobre la relación entre las personas de la organización y el logro de sus objetivos, los principios y los valores; (2) la transparencia en las actividades, que da cuenta de la comunicación acerca del desarrollo de actividades que satisfagan las necesidades de los beneficiarios; esta dimensión incluye el desarrollo de proyectos sociales y actividades de sensibilización, y (3) la transparencia económica, que incluye la comunicación sobre la gestión de los recursos financieros.

En la tabla N°2 se detallan las dimensiones, variables e indicadores de transparencia trabajadas por (Rocha, et al., 2015):

**Tabla N° 2** Dimensiones, variables e indicadores de transparencia.

Dimensiones	Variables utilizadas	Indicadores de transparencia
Primera dimensión: La transparencia organizacional	1) Organización del Personal	Órganos de gobierno y la junta directiva
		Número de empleados, voluntarios y beneficiarios
		Remuneración, nivel de afinidad y parentesco entre los miembros de la junta de gobierno y el equipo de gestión
	2) Ética y Estrategia	Misión Visión y objetivos organizacionales
		Principios y valores

Dimensiones	Variables utilizadas	Indicadores de transparencia
	3) Administración	Frecuencia de las reuniones
		Sistema de renovación de los miembros del consejo de administración
		Posibilidad de convertirse en donante, socio o voluntario.
Segunda dimensión: La transparencia en las actividades	4) Desarrollo de actividades	Nivel de desarrollo de las actividades por la ONG
		Apoyo a las actividades de otras organizaciones
	5) Objetivo de las reuniones	Armonía de las actividades en relación con los objetivos
	6) Detalle de los proyectos	Beneficiarios
		Financiadores
		Presupuesto ejecutado
Tercera dimensión: La transparencia económica	7) Origen de los fondos	Periodo de ejecución
		Contribución de los asociados
		Donaciones privadas
	8) Uso de los fondos	Subsidios del gobierno
		Proyectos de desarrollo
		Publicidad y recaudación de fondos
	9) Presentación de informes	Gestión Administrativa
		Publicación del Estado de la Situación Financiera
		Publicación del Estado de resultados integrales
		Publicación de los Informes de la Revisoría Fiscal

Fuente: Adaptada de Rocha et al 2015

En este orden de ideas, la divulgación de la información posibilita la transparencia, como respuesta a un compromiso social con los grupos de interés y a su vez, como un elemento fundamental para conseguir un mínimo nivel de equidad social y de eficiencia económica, (Lizcano, 2013:2), es decir, que a través de este principio se fortalece la relación entre las organizaciones y la sociedad, pues la comunicación, de manera accesible ante el público en general sobre las políticas, la estructura, las acciones y los recursos de las organizaciones, permite generar credibilidad y a su vez beneficios sociales.

Según Pinzón (2005:12), el papel de las ONG se orienta como medidores y mediadores para la comunicación entre los actores inmersos en la RSE, cerrando el círculo entre la empresa, su grupo de interesados y el estado. Sin embargo, las ONG deben apropiarse de la RS como una conducta organizacional que no solamente es aplicable en las empresas, sino también en este tipo de organizaciones. Las ONG asumen que, por el hecho de ser voluntarias, sin ánimo de lucro y de carácter social, son intrínsecamente responsables socialmente y transparentes con su

grupo de interés; es por esto que se ahonda en la transparencia como el reconocimiento de las necesidades e intereses de las personas involucradas en la actuación colectiva de las ONG.

### **La transparencia en las ONG**

Con el fin de mejorar la credibilidad social en las ONG, en Colombia se viene realizando un esfuerzo por parte de las organizaciones, gremios y redes del sector, por fortalecer la transparencia, consolidar y ampliar la práctica de la rendición social de cuentas. Estos esfuerzos han tenido como pioneros a las Federaciones de ONG de Antioquia, Caldas y Valle, y a la Red de ONG por la Transparencia -ONGxT, (Fernández, 2007:1)

Cabe resaltar que algunas ONG latinoamericanas se han visto involucradas en diferentes escándalos, debido a la malversación de los recursos y su vinculación con partidos políticos y el Estado, lo que trae como consecuencia que se dude de la función social de estas organizaciones y su legitimidad (Gálvez, et al., 2013:1). Se deduce entonces que en el sector de las ONG, la transparencia debe ser un principio de responsabilidad social que busca ofrecer información real y oportuna para la contribución de la permanencia en el tiempo de estas organizaciones.

Flórez (2016), revela mediante una noticia publicada en el periódico El Espectador, que según investigaciones de la Unidad de Información y Análisis Financiero - UIAF y la Superintendencia de la Economía Solidaria, las Fuerzas Armadas Revolucionarias de Colombia -FARC, crean algunas cooperativas, fondos de empleados, juntas de acción comunal, iglesias y otras entidades sin ánimo de lucro para invertir dinero ilícito en el sector agropecuario y generar ganancias para ingresarlas al sistema financiero como dinero limpio, o simplemente aumentar su capital con el dinero que se obtiene por la inversión en empresas extranjeras y afiliaciones de pobladores para el diseño de proyectos, pero que son destinados a cuentas bancarias de terceros. Lo anterior hace presumir un mal manejo de los fondos por parte de algunas ONG colombianas y un deterioro en la imagen de estas organizaciones que obliga a las ONG a demostrar más transparencia.

Según El tiempo (2017), con el Decreto 092 del 23 de enero de 2017, el Presidente Juan Manuel Santos busca reglamentar la contratación con entidades privadas sin ánimo de lucro, con el fin de evitar la pérdida y la desviación de billones de pesos anuales que deberían ir a la población vulnerable, pero que al final se desvía con la contratación de estas organizaciones, las cuales considera grandes entidades de corrupción.

Por este tipo de actuaciones, perjudiciales en el sector de las ONG, ha tomado valor la necesidad de un comportamiento ético y responsable que contribuya al aumento de confianza de la sociedad en estas organizaciones, para que repercuta de modo positivo en su imagen, legitimidad y, a su vez, en un aumento en la captación de recursos.

Como se ha dicho, la transparencia contribuye al fortalecimiento de las ONG como agentes de servicio social. A causa de esto, la investigación se centra en evaluar la transparencia, según las tres dimensiones antes expuestas, recopiladas en un índice que mide su nivel de transparencia de acuerdo con los criterios que a continuación se enuncian.

## **Metodología**

Este artículo se deriva del proyecto de investigación titulado “Relación entre la transparencia y la eficiencia en la asignación de fondos en las ONG colombianas” que desarrolla la profesora Luz Amira Rocha Valencia – Investigadora Principal, en el Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, en el cual las autoras de este artículo, fueron vinculadas como estudiantes en formación investigativa, con opción de trabajo de grado.

La investigación se desarrolla con una población de 81 ONG de primer nivel agremiadas a la Federación Antioqueña de ONG, entre ellas: las asociaciones, las corporaciones, las fundaciones, las instituciones, las escuelas sindicales, los comités de rehabilitación, los comités privados, los hogares y los centros de formación.

Se estima que para ser transparentes, las organizaciones deben divulgar la información de manera accesible, algunos autores como Gálvez, et. al. (2012) y Restrepo & Espinosa (2011), afirman que es necesaria la disponibilidad de la información en Internet como una herramienta de fácil acceso, al alcance de la mayoría de las personas, que se destaca por su rapidez, capacidad de interacción y bajo costo.

La investigación se basa en la técnica de análisis de contenido de la información hallada de cada organización en sus páginas Web, obteniendo cada una de las dimensiones de la transparencia, sus variables e indicadores. La técnica consiste en la lectura visual como instrumento recolector de información, es decir, la observación de forma sistemática y objetiva para reunir información y luego interpretarla (Andreu, 2001:2)

Según Romero et. al. (2008) y Guo (2011), citados en Gálvez et. al. (2012:11), a mayor trayectoria de una ONG se denota una mayor visibilidad pública, por lo tanto, la antigüedad es una variable que destaca el uso de Internet como canal difusor de información. La continuidad en el tiempo puede representar estabilidad de la organización, así como prestigio y mayor experiencia en actividades sociales con un posible gran número de personas impactadas, por ello se toma la edad como medida de agrupación, expresada como la antigüedad de la organización.

Las ONG son agrupadas por rangos de edad según Misas (2008:11), así: (1) de 1 a 5 años, (2) de 6 a 10 años, (3) de 11 a 25 años, (4) de 26 a 50 años y (5) las ONG que tienen más de 50 años de antigüedad.

Para una población de 81 ONG, un margen de error del 5 % y un nivel de confianza del 95%, la muestra debe ser de 67 ONG. En vista de que cuatro de las ONG no tienen página Web y seis no tienen disponible la edad, se trabaja con una muestra de 71 ONG, que equivale al 87.5% del total de la población.

## **Medidas**

Para este estudio se tomaron como base las dimensiones de transparencia, variables e indicadores adaptados de Rocha, et. al, 2015 y relacionadas en la tabla N° 2.

Se mide cada variable de la transparencia por medio de la evaluación de la cantidad de información, de acuerdo con la siguiente escala: 0 = no hay información sobre el indicador; 1 = alguna información sobre el indicador y 2 = información sobre el indicador reportada de manera amplia, según Rocha et. al. (2015:12)

Se organizó una lista de verificación con tres dimensiones de transparencia, de las cuales se derivan nueve variables y 24 indicadores de transparencia; se verificó el cumplimiento de cada indicador en el sitio Web de cada ONG. La validez de criterio se midió en forma concurrente, es decir, la obtención y medida de los datos se realizó en forma paralela por las autoras.

En la investigación se trabaja con la información disponible en Internet del año 2016, consultadas en las páginas Web en junio del año 2017, antes de la entrada en vigencia de la Ley 1819 de 2016 y del Decreto Reglamentario 2150 del 20 de diciembre de 2017, el cual tenía como fecha límite para su cumplimiento el 30 de abril de 2018, que exige un registro Web acorde con el artículo 364-5 del Estatuto Tributario.

La metodología se desarrolla con base en la adaptación del test de aplicación de la ley de la transparencia, elaborado por el Departamento de Economía de la Empresa de la Universidad Rey Juan Carlos - URJC y realizado por Delgado et. al. (2014); en esta investigación se agrupan por bloques las tres dimensiones de la transparencia, todas con un mismo valor porcentual, es decir 33.33% para cada una, respecto a una ponderación de 100%:

**Bloque 1:** Transparencia organizacional

**Bloque 2:** Transparencia en las actividades

**Bloque 3:** Transparencia económica.

Utilizando las siguientes valoraciones de transparencia e índice de transparencia, donde:

**V**= Valoración de la transparencia de cada uno de los bloques antes expuestos, por lo tanto:

**V<sub>1</sub>**= Valoración del bloque 1

**V<sub>2</sub>**= Valoración del bloque 2

**V<sub>3</sub>**=Valoración del bloque 3

**Índice de transparencia:** Valoración de la transparencia teniendo en cuenta los tres bloques, asignando el mismo peso porcentual a cada bloque, expresado de la siguiente manera:

Índice de transparencia:  $(V_1 * 33.33\%) + (V_2 * 33.33\%) + (V_3 * 33.33\%)$

Teniendo en cuenta que no todas las dimensiones de la transparencia contienen el mismo número de indicadores, se trabaja con un valor promedio para obtener una calificación uniforme, como se explica a continuación:

**C:** Valoración de los indicadores correspondientes a cada dimensión

**R:** Número total de indicadores

**P:** Promedio de la dimensión de la transparencia

La fórmula quedaría de la siguiente manera:

$$\text{Promedio (P)} = \frac{\sum C}{\sum R}$$

### Criterios de medición del índice de transparencia:

Con una medición entre 0 y 0.6 la ONG se considera: Transparencia baja

Con una medición entre 0.7 y 1.3 la ONG tiene una: Transparencia media

Con una medición entre 1.4 y 2 la ONG es: Transparencia alta

### Resultados:

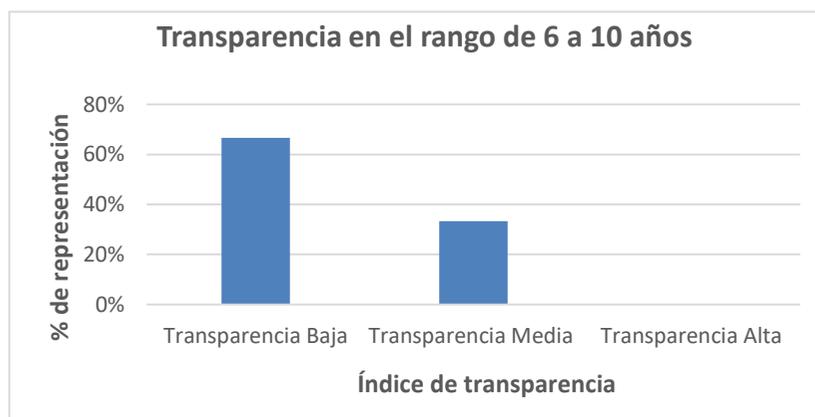
Las organizaciones se encuentran en los siguientes rangos de edad: cero (0) en el rango de 1 a 5 años; tres en el rango de 6 a 10 años; 25 en el rango de 11 a 25 años; 29 en el rango de 26 a 50 años y 14 en el rango de más de 50 años.

Con la metodología desarrollada, se obtienen los resultados del índice de transparencia, evaluado por los rangos de antigüedad citados anteriormente, lo cual permite analizar el nivel de transparencia según los criterios establecidos.

Se puede afirmar que desde el 2011, en la Federación Antioqueña de ONG no se han agremiado nuevas organizaciones o que el crecimiento de las organizaciones sin ánimo de lucro en Antioquia, ha disminuido considerablemente desde esa época, ya que en el rango de antigüedad de 1 a 5 años no se hallaron organizaciones, lo que impide encontrar el índice de transparencia para este rango de edad.

En la figura 1 se detalla el índice de transparencia para las ONG entre los 6 y 10 años:

**Figura 1.** Índice de transparencia en el rango de 6 a 10 años de antigüedad



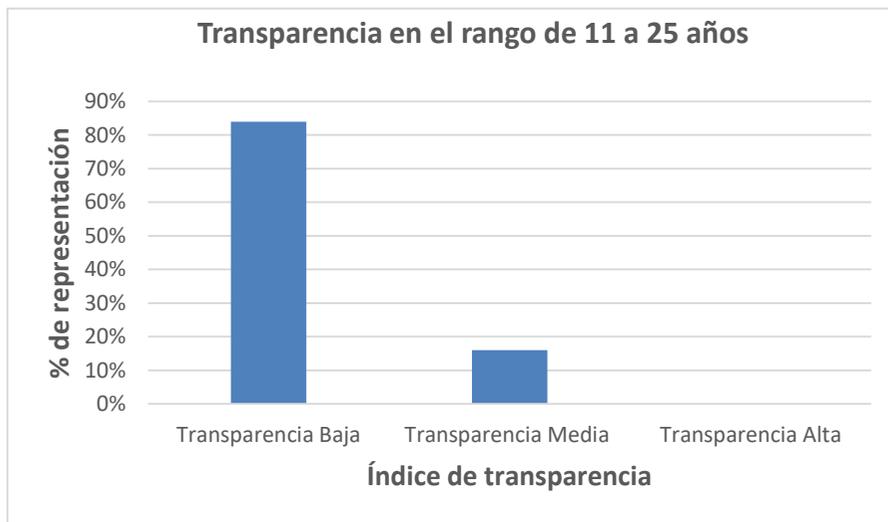
**Fuente:** Elaboración propia

En este rango de edad se encuentra una muestra de tres organizaciones, se obtiene como resultado que un 33% de las ONG tienen un índice de transparencia media y el otro 67% se catalogan con transparencia baja, por lo tanto, se deduce que, dentro de este rango de edad, las entidades todavía no tienen claro la importancia de la transparencia y del impacto social que se genera a través de este principio.

Según Gómez (2014:20), las ONG se financiaron en el año 2009 en general con recursos propios, lo que indicó un gran esfuerzo económico para consolidarse como ONG, esto probablemente desmotivó la creación de nuevas organizaciones y, al parecer, generó una falta de interés por informar sobre la organización y las actividades sociales, pues los aportantes se encontraban dentro en la organización con un pleno conocimiento de la destinación de los recursos.

La figura 2 representa el índice de transparencia para las ONG en el rango de 11 a 25 años:

**Figura 2.** Índice de transparencia en el rango de 11 a 25 años de antigüedad



**Fuente:** Elaboración propia

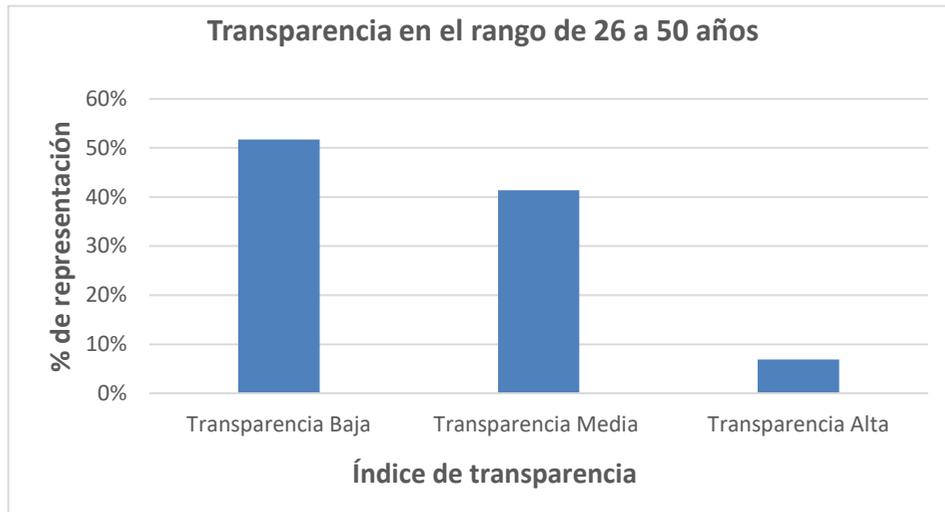
Los resultados demuestran que de las 25 ONG agrupadas en este rango, el 84% no publican la información, es decir, tienen una transparencia baja y solamente el 16% tienen una transparencia media; este resultado es preocupante dado que revela falta de información a los grupos de interés, quienes contribuyen con sus aportes al fortalecimiento de estas organizaciones.

La exposición de la información oportuna, clara y suficiente para reconocer la responsabilidad adquirida con la sociedad, al brindar servicios y desarrollar proyectos que van enfocados al crecimiento de la sociedad a partir de las ONG, permite una equidad social y una eficiencia económica (Lizcano, 2013:2), lo que al parecer no han adquirido las organizaciones que se encuentran comprendidas en este rango, ya que se puede evidenciar un aumento en las organizaciones con transparencia baja con respecto a las ONG del rango de 6 a 10 años, es decir, que incrementa el número de organizaciones que no publican todas las acciones que se ejecutan dentro de la misma.

El esfuerzo realizado por las Federaciones de ONG de Antioquia, Caldas y Valle y de la Red de ONG por la Transparencia – ONGxT por fortalecer la transparencia (Fernández, 2007:1), no se evidencia en las ONG agremiadas a la Federación Antioqueña creadas en esta época, dado que el 84% reflejan transparencia baja, lo que denota que no se consolidó como una política de responsabilidad con los grupos de interés.

En la figura 3 se muestra el índice de transparencia para las ONG entre los 26 y 50 años:

**Figura 3.** Índice de transparencia en el rango de 26 a 50 años de antigüedad



**Fuente:** Elaboración propia

Para el rango de 26 a 50 años, se encuentran 29 ONG, se establece que el 52% de las organizaciones tienen una transparencia baja, es decir, se observa poco interés por actualizar sus páginas Web con información relevante que demuestre al detalle las actividades; seguido del 41% de ONG que tiene una transparencia media, lo que permite deducir que la información es divulgada de forma poco detallada y solamente el 7% de las organizaciones, implementan el principio de la transparencia como un compromiso social.

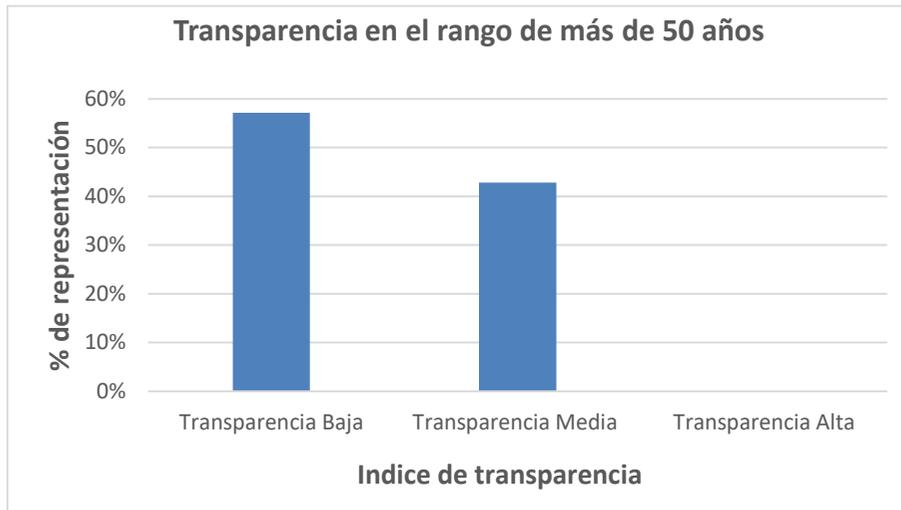
Al comparar las ONG del rango de 11 a 25 años, con las del rango de 25 a 50 años, se refleja un avance con respecto a la transparencia, debido a que disminuye el porcentaje de organizaciones con transparencia baja (de 84% a 52%); además, el criterio de transparencia media aumenta de manera considerable, por consiguiente, en este rango existe un mayor número de organizaciones que publican información incompleta.

Es importante señalar que en este rango se encuentran dos organizaciones que cumplen con los criterios para ser consideradas con transparencia alta, esto como una novedad con respecto a los demás rangos; estos resultados son favorables con respecto a la transparencia, si además se tiene en cuenta la reducción del número de organizaciones consideradas con transparencia baja.

La disminución del crecimiento del Estado desarrollista, que provocó una crisis en los países en vía de desarrollo, pero que incentivó a la innovación social en la resolución de problemas colectivos (Bresser, Cunill, 1998:1), quizá motivó a la creación de organizaciones no gubernamentales como agentes del servicio social y a su vez el interés por legitimar sus acciones con la divulgación de información, según lo observado en las organizaciones creadas en esta época.

En la figura 4 se observa el índice de transparencia de las ONG con más de 50 años de trayectoria:

**Figura 4.** Índice de transparencia en el rango de más de 50 años de antigüedad



**Fuente:** Elaboración propia

Para el rango de más de 50 años, se encuentran 14 ONG, de las cuales un 57% se consideran con transparencia baja, es decir, no visibilizan en las páginas Web su comportamiento social y la satisfacción de las necesidades de información de las partes interesadas y el 43% restante, tiene transparencia media, considerada como la exposición de información sin los suficientes datos o cifras que permitan una adecuada comprensión.

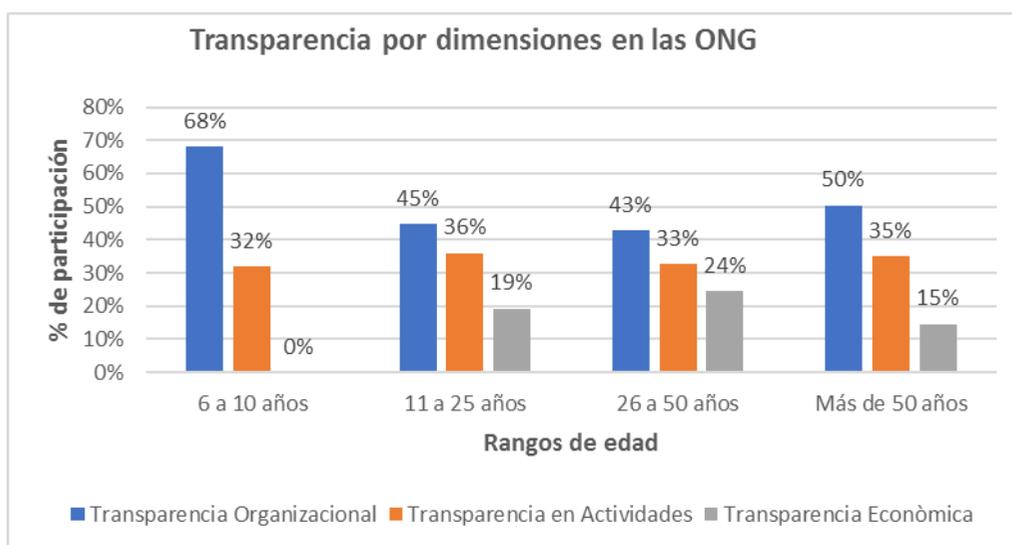
Las ONG más antiguas, con una larga trayectoria en proyectos sociales, evidencian mayor compromiso con la sociedad por ser transparentes mediante la publicación de la información, lo que valida lo expuesto por Gálvez et al. (2012:11) en la investigación de responsabilidad social y transparencia online de las ONG en el caso español, donde se manifiesta que a mayor antigüedad de la ONG mayor será la transparencia online.

En general, las organizaciones agremiadas a la Federación Antioqueña no satisfacen todas las necesidades de información de los grupos de interés, debido a la falta de detalles e informes sobre la organización divulgados en las páginas Web.

Las ONG investigadas disponen en sus páginas Web la información de la dimensión organizacional, de modo que es común encontrar la información estratégica; en menor medida se halla información sobre la dimensión de transparencia en las actividades, porque revelan el nivel de desarrollo de estas actividades y el cumplimiento de los objetivos, pero en el detalle de los proyectos, se hace más énfasis en los beneficiarios, publicando información incompleta sobre: el detalle de los financiadores, periodo de ejecución y presupuesto ejecutado; por último, se percibe escasez de información en la dimensión de la transparencia económica que abarca los asuntos financieros y económicos sobre los recursos destinados al desarrollo de su función social, donde no es frecuente encontrar este tipo de información o en ocasiones, encontrarla con inexactitudes.

La figura 5 detalla el valor que aporta cada dimensión al índice de transparencia, según los rangos de antigüedad.

**Figura 5.** Comportamiento de las dimensiones por rangos de antigüedad



**Fuente:** Elaboración propia

Si bien es cierto que los resultados evidenciaron falta de transparencia en la mayoría de las organizaciones, se quiere profundizar en estos resultados para verificar por rangos de edades, cómo aportan estas dimensiones al índice.

Al comparar las tres dimensiones de la transparencia analizadas, se obtiene que la dimensión organizacional contiene una mayor valoración en el índice de transparencia en todos los rangos de edad, por cuanto su determinación es básica para cualquier tipo de organización, su elaboración no requiere un gran esfuerzo, sirve como guía en las decisiones y acciones y, a su vez, permite concretar el objeto social de la organización; aun así, es frecuente encontrar vacíos en la exposición de objetivos y principios, además del número de voluntarios y las labores que realizan. Se puede evidenciar que las ONG más jóvenes y más antiguas tienen mayor interés por esta dimensión.

La dimensión de las actividades aporta menos al índice de transparencia que la dimensión organizacional en todos los rangos de antigüedad, dado que no es común encontrar la mayoría de los indicadores de la variable, detalle de los proyectos, tales como: el monto e identificación de los financiadores, el presupuesto y periodo de ejecución en cada uno de los proyectos, como tampoco el indicador monto que se destina para el apoyo de las actividades de otras organizaciones correspondiente a la variable desarrollo de las actividades. Lo anterior, refleja que a partir de los 11 años, las ONG incrementan su preocupación por publicar los aspectos relacionados con los siguientes indicadores: la armonía de las actividades con los objetivos, el nivel de desarrollo de las actividades y los beneficiarios.

Con respecto a la dimensión económica, el valor que proporciona al índice de transparencia es nulo o reducido en todos los rangos de edad, puesto que la información no se divulga, o no se realiza de manera oportuna y en caso de estar publicada, es desactualizada o no contiene las notas a los estados financieros que permitan su interpretación, esto se traduce en información poco visible por su ubicación, la falta de discriminación de los gastos de administración y los

recursos destinados a proyectos sociales, con el agravante de no publicar el dictamen o la evaluación de los informes financieros por un agente externo que de fuerza y credibilidad a los mismos.

## **Conclusión**

El compromiso voluntario con los grupos de interés, debe iniciar con la creación de una política de responsabilidad social, con la inclusión de algunos criterios propuestos por diferentes investigadores e implementados desde la Federación Antioqueña de ONG, entre los que se destaca el principio de la transparencia, para legitimar ante la sociedad el desarrollo de la función social de las ONG, con la publicación de información cualitativa y cuantitativa sin la omisión de detalles.

La aplicación del principio de la transparencia puede traer mayores ventajas competitivas, ya que la imagen corporativa de las ONG se verá positivamente influenciada, pues la comunidad las percibirá como una organización comprometida y confiable, es decir, que valoriza un intangible tanpreciado como la imagen organizacional.

Se hace necesario publicar oportunamente los donantes, la destinación de los recursos recibidos y el número de beneficiados con el aporte, debido a que esto puede incentivar la captación de recursos; además, la identificación, cargo y labores del grupo de voluntarios, esto como un reconocimiento a su labor social dentro de la organización y como un factor que motive a la vinculación de nuevos voluntarios.

Como futuras problemáticas o campos de investigación, se puede profundizar en:

- (1) La relación entre la transparencia y la captación de recursos, es decir si las ONG más transparentes son aquellas que más recursos reciben y si esto tiene relación con la publicación de la información en la página Web.
- (2) Analizar el índice de transparencia luego de la entrada en vigencia de la Ley 1819 de 2016, que exige un registro Web de información financiera y de operación detallada de las actividades de las ONG.

Esta investigación resulta significativa para la academia, dado que amplía el conocimiento sobre estas organizaciones en cuanto a su componente estratégico, las diferentes actividades que realizan, su financiación y su compromiso social.

Es importante para las ONG porque reconoce las necesidades de información de los grupos de interés e identifica las debilidades en la exposición de datos en Internet, de acuerdo con las tres dimensiones de la transparencia; además, puede ser utilizada como guía voluntaria para aquellas organizaciones que deseen adoptar e implementar una política de responsabilidad social que destaque el principio de la transparencia para legitimar su acción social y a su vez permanecer en el tiempo.

Es valiosa para los grupos de interés y la sociedad, puesto que evidencia la falta de información acerca de los siguientes indicadores: el monto de recursos recibidos por los diferentes financiadores, la identificación de los donantes, la destinación de los aportes, el número de

beneficiarios, los presupuestos, los periodos de ejecución de los proyectos y las labores desempeñadas por personas dentro de la organización.



## Referencias bibliográficas

1. ANDREU, Jaime (2001) Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada. Disponible en Internet: <http://public.centrodeestudiosandaluces.es/pdfs/S200103.pdf>. Consultado 15.02.2018
2. ANGULO, Daniela. (2013). ONG en El Tiempo y Semana imagen mediática de las organizaciones no gubernamentales en el contexto Colombiano reciente. Disponible en: <http://hdl.handle.net/10554/14757>. Consultado 24.05.2018
3. BOTERO, Fernando (2009). Responsabilidad social empresarial en el sector de la construcción. En: Revista AD-MINISTER Universidad EAFIT; N°14. Medellín: Universidad EAFIT.
4. BRESSER, Luis Carlos y CUNILL, Nuria. (1998). Entre el estado y el mercado: lo público no estatal. Disponible en Internet: <http://www.bresserpereira.org.br/papers/1998/84entreelestadoyelmercadolopubliconoestatal.pg.pdf>. Consultado 14.10.2017.
5. BROWN, Flor (2010). Los principios de la Responsabilidad Social Empresarial. En: Revista economía Informa No 363. México: Universidad Nacional Autónoma de México.
6. COLOMBIA. Congreso de la Republica de Colombia. (2017). Ley 1819. Bogotá, 29 de diciembre de 2016, art 364
7. COLOMBIA. Congreso de la Republica de Colombia. (2017). Decreto presidencial reglamentario 2150. Bogotá, 20 de diciembre de 2017.
8. DELGADO, María. NAVARRO, Emilio. MORA, Leonor y RIVERO, José. (2014). Test de Aplicación Municipal de la Ley de Transparencia. Disponible en Internet: <http://www.sielocal.com/estudio/2542/Test-de-Aplicaci%C3%B3n-municipal-de-la-Ley-de-Transparencia>. Consultado 15.04.2018.
9. DUQUE, Viviana, MARTÍNEZ, Yenni, BOTÓN, Sandra (2012). Una revisión a la investigación en responsabilidad social corporativa en el sector bancario. En: Revista Equidad y desarrollo N°18. Bogotá. Universidad de la Salle.
10. EL TIEMPO. (2017). Decreto pone en cintura la contratación con ONG y fundaciones. Disponible en Internet: <http://www.eltiempo.com/politica/gobierno/gobierno-de-santos-toma-medidas-contra-la-corrupcion-30166> Consultado 05.02.2018.
11. FAONG (2018). ¿Qué es una ONG? Disponible en Internet: <http://www.faong.org/que-es-una-ong/#> Consultado 20.01.2018.
12. FERNÁNDEZ, Rubén. (2007). Algunos aprendizajes que dejan los ejercicios de rendición social de cuentas de ong en Colombia. Disponible en Internet: [http://www.bivipas.unal.edu.co/bitstream/10720/456/1/D-232-Fernandez\\_Ruben-2007-304.pdf](http://www.bivipas.unal.edu.co/bitstream/10720/456/1/D-232-Fernandez_Ruben-2007-304.pdf). Consultado 15.08.2017.
13. FLÓREZ, María. (2016). Así lavan plata las guerrillas en Colombia. Disponible en Internet: <https://www.elespectador.com/noticias/politica/asi-lavan-plata-guerrillas-colombia-articulo-629883>. Consultado 12.01.2018.

14. FRANCO, Viviana, BETANCUR, Cristian, POSADA, Diana (2014). La responsabilidad social empresarial: Una mirada desde el cooperativismo. En: Revista online Lupa empresarial N°15. Bogotá: Institución Universitaria CEIPA.
15. GAITAN, Óscar. (2014). Guía Práctica de las Entidades sin Ánimo de Lucro y del Sector Solidario. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá.
16. GÁLVEZ, María. CABA María del Carmen y LOPEZ Manuel. (2013). Cómo perciben las Organizaciones No Gubernamentales autorreguladoras la transparencia: Análisis comparativo de Latinoamérica versus Europa y Estados Unidos. En: Latin American Research Review N°47. Pittsburgh: Latin American Studies Association.
17. GÁLVEZ, María, CABA María y LOPEZ Manuel. (2012). Responsabilidad social y transparencia on-line de las ONG: análisis del caso español. En: Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa N°74. Valencia: CIRIEC-España.
18. GOMEZ, Juan. (2014). Non Governmental and Nonprofit Organizations in Colombia: Depoliticization of Civil Society and State Outsourcing. En: Revista Gestión y política pública N°2, V 23. Méjico: Centro de Investigación y Docencia Económicas, A.C
19. GRI (2002) Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad sobre el desempeño económico, ambiental y social de la empresa. Global Reporting Initiative.
20. ISO. (2010). ISO 26000 Guía de responsabilidad social. Disponible en Internet: <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>. Consultado 14.03.2018.
21. LIZCANO, Jesús (2013). Transparencia. En: Revista en Cultura de la Legalidad N°3. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
22. LIZCANO, José y MONEVA, José. (2004). Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa. En: Revista AECA N° 68. Madrid: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas.
23. MISAS, María (2008). Análisis del fracaso empresarial en Andalucía. Especial referencia a la edad de la empresa. En: Revista Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales N° 54. Málaga: Universidad de Málaga.
24. PEREZ, Giovanni. ARANGO Martín y SEPÚLVEDA Lizeth. (2011). Las organizaciones no gubernamentales –ONG–: hacia la construcción de su significado. En: Revista Ensayos de N°38. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
25. RESTREPO, Juliana y ESPINOSA, Jovan. (2011). Transparencia activa y rendición de cuentas vía web en ONG de Antioquia. En: Revista Contaduría N° 58-59. Medellín: Universidad de Antioquia.
26. ROCHA, Luz. QUEIRUGA Dolores y GONZÁLEZ Javier. (2015). Relationship Between Transparency and Efficiency in the Allocation of Funds in Nongovernmental Development Organizations. En: Revista Voluntar N° 6 V 26. Baltimore: International Society for Third-Sector Research.

Para citar este artículo:	<b>Aguilar, Laura., Ramírez, Angélica, Rocha, Luz.</b> (2018). La legitimidad en el servicio social: Transparencia en las ONG agremiadas a la Federación Antioqueña. Teuken Bidikay Vol. 10 N°14. Medellín: Politécnico Colombiano.
---------------------------	---