



Artículo de investigación 2061080329, derivado del proyecto “La legitimidad en el servicio social: Transparencia de las ONG agremiadas en la Federación Antioqueña” Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.  
Recibido: 03.09.2018. ❖ Aprobado versión final: 12.12.2018. ❖ JEL: L3.  
Pp 59 – 80 ❖ doi:10.33571/teuken.v10n14a3

## La legitimidad en el servicio social. Transparencia de las ONG agremiadas en la Federación Antioqueña.

**Lagitimacy in the social service.**  
Transparency of the NGO affiliates in 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 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 esta investigación pretende analizar el índice de transparencia de las Organizaciones No Gubernamentales agremiadas en la Federación Antioqueña mediante la información disponible en sus páginas web.

**Palabras clave:** ong; responsabilidad social; legitimidad; transparencia.

**Abstract:** In the last years, the scandals linking Non-Governmental Organizations 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 Non-Governmental Organizations affiliate to the Antioquia Federation through the information available on its web pages.

**Keywords:** ngo; social responsibility; legitimacy; transparency.



POLITÉCNICO COLOMBIANO  
JAIME ISAZA CADAVID

Laura Aguilar es Contadora Pública del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, donde ha sido miembro del semillero de investigación contable Qiräk y auxiliar de investigación del grupo de investigación Colectivo Likapaäy.

Contacto: [laura\\_aguilar90132@elpoli.edu.co](mailto:laura_aguilar90132@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 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 destas 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 Não Governamentais agremiadas à Federación Antioqueña mediante a informação disponível em suas páginas web.

**Palavras-chave:** ong; responsabilidade social; legitimidade; transparência.

## Introducción

Las Organizaciones No Gubernamentales (ONG), también denominadas organizaciones sin ánimo de lucro u organizaciones de la sociedad civil, ubicadas dentro del sector solidario o tercer sector, 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.

El interés sobre las ONG, sus actividades y la gestión de los recursos exige información de manera accesible para los grupos de interés, que resalte su comportamiento socialmente responsable y la transparencia en forma multidimensional, y que contribuya a la credibilidad de la acción social ejecutada por estas organizaciones. De ahí que este artículo tiene como propósito analizar el índice de transparencia de las ONG agremiadas en la Federación Antioqueña.

La metodología utilizada reúne varios elementos. En primer lugar, 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). Por otro lado, la adaptación de las tres dimensiones,

Angélica Ramírez es Contadora Pública del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid, donde ha sido auxiliar de investigación del grupo de investigación Colectivo Likapaäy.

Contacto: angelica\_ramirez90132@elpoli.edu.co

Luz Amira Rocha es Contadora Pública de la Universidad de Medellín, Magister en Ciencias de la Administración de la Universidad EAFIT y Máster y Doctora en Economía de la Empresa de la Universidad de Salamanca. Profesora Asociada y Directora del grupo de investigación Colectivo Likapaäy del Politécnico Colombiano Jaime Isaza Cadavid.

Contacto: larocho@elpoli.edu.co





nueve variables y 24 indicadores de la transparencia utilizados por Rocha, Queiruga & González (2015) y, por último, la utilización de la técnica de análisis de contenido de la información disponible en las páginas web de las ONG del año 2016.

### **Surgimiento y aproximación conceptual a las 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, profundizada por la 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 la innovación social en la resolución de los problemas colectivos y la propia reforma del estado (Bresser y 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 educación, los escándalos por corrupción y el aumento considerable de la violencia, la sociedad inició la búsqueda de la transformación social y política. En Colombia, a partir de la década de los 90, se observa un notable esfuerzo por parte de estas organizaciones, para realizar servicios sociales sin ánimo de lucro y de manera filantrópica (León, 2013:30). La acción de estas organizaciones busca 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 establecidas por particulares para la realización de actividades altruistas y de beneficio común. En Colombia, son reconocidas por la Constitución Política de Colombia de 1991 y adoptan la naturaleza jurídica de entidad sin ánimo de lucro.

Según Pérez, Arango y Sepúlveda (2011:2), las ONG hacen parte del tercer sector, diferenciando este del público y privado, sector social o sector sin ánimo de lucro, compuesto por un gran número de organizaciones con distintos intereses y sin fines lucrativos.

El presidente de la Corporación Región y vicepresidente 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 en función de un 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 el sector privado, soberanas y sin ánimo de obtener beneficio económico, este artículo toma el concepto de Fernández (2007), porque agrupa las características principales de estas organizaciones, donde 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, la salud, el medio ambiente, la equidad de género, la vivienda y espacio público, la seguridad alimentaria, la cultura, los asuntos étnicos, recreación, deporte y, en menor medida, las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC). En Antioquia las ONG ejecutan 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 (FAONG, 2018).

Teniendo en cuenta que la mayoría de estas organizaciones dedican sus esfuerzos en actividades que deberían ser realizadas por el gobierno dentro de la finalidad de un estado social de derecho, que debe dar primicia a los derechos fundamentales consagrados en la Constitución Política de Colombia (1991), se evidencia una problemática para definir un ámbito específico, donde las ONG desarrollen sus actividades sociales, puesto que sus intereses son distintos de acuerdo a 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), los recursos, en su mayoría, 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.

A raíz 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, los agentes interesados como los donantes, empleados, voluntarios, la sociedad, beneficiarios y el estado reclaman transparencia en sus acciones para legitimar sus actuaciones como actores al servicio social.

### Responsabilidad social

La Responsabilidad Social (RS) es un concepto multidimensional, de amplio interés para la comunidad académica, en la que se encuentran investigaciones que tratan de precisar su origen y campo teórico-conceptual, hasta abordar la RS en sectores productivos particulares.

La tabla 1 presenta algunas aproximaciones conceptuales y guías voluntarias, pero no vinculantes, sobre la RS, además de los principios que son utilizados para homogeneizar criterios, donde se destaca la importancia de la interacción con las partes interesadas, y que pretende ser de utilidad para todo tipo de organizaciones.

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

Autor	Concepto de Responsabilidad Social	Principios de Responsabilidad Social
Global Reporting Initiative GRI 2002	Asimila la memoria de sostenibilidad con la RS donde 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>



Autor	Concepto de Responsabilidad Social	Principios de Responsabilidad Social
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 con base en GRI (2002); Lizcano y Moneva (2004); Brown (2010); ISO 26000 (2010).

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

La RS debe estar relacionada con los valores corporativos y las políticas que establece cada organización para beneficiar y transformar (García, Pantoja & Duque, 2011), 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 referentes de la tabla 1 tienen en común unos principios para la implementación de una política responsable. GRI (2002), Lizcano y Moneva (2004) y Brown (2010) comprenden la auditabilidad, la verificabilidad y la autoevaluación como un concepto similar, que evalúa su desempeño para extraer conclusiones que permitan calificar las organizaciones como socialmente responsable por agentes externos y expertos, para comprobar las actuaciones de la organización.

De igual manera, 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 es necesario generar un ambiente de seguridad y confianza para que las ONG continúen prestando los servicios para lo cual fueron creadas.

### La transparencia

La transparencia es la presentación de información cualitativa y cuantitativa de la organización sin la omisión de detalles para la comprensión de la información. Gálvez Rodríguez et al. (2012), Herranz (2007) Marcuello et al. (2007), citados en Rocha, Queiruga & González (2015:9), afirman que la transparencia es multidimensional y destacan tres dimensiones: (1) transparencia organizacional, se refiere 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, 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, incluye la comunicación sobre la gestión de los recursos financieros.

En la tabla 2 se detallan las dimensiones, variables e indicadores de transparencia trabajadas por Rocha, Queiruga & González (2015:9):

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

Dimensiones	Variables utilizadas	Indicadores de transparencia
La transparencia organizacional	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



Dimensiones	VARIABLES UTILIZADAS	INDICADORES DE TRANSPARENCIA
La transparencia organizacional	Ética y Estrategia	Misión Visión y objetivos organizacionales
		Principios y valores
		Frecuencia de las reuniones
	Administración	Sistema de renovación de los miembros del consejo de administración
		Posibilidad de convertirse en donante, socio o voluntario.
La transparencia en las actividades	Desarrollo de actividades	Nivel de desarrollo de las actividades por la ONG
		Apoyo a las actividades de otras organizaciones
	Objetivo de las reuniones	Armonía de las actividades en relación con los objetivos
	Detalle de los proyectos	Beneficiarios
		Financiadores
		Presupuesto ejecutado
		Periodo de ejecución
	Origen de los fondos	Contribución de los asociados
		Donaciones privadas
		Subsidios del gobierno
La transparencia económica	Uso de los fondos	Proyectos de desarrollo
		Publicidad y recaudación de fondos
		Gestión Administrativa
	Presentación de informes	Publicación del Estado de la Situación Financiera
Publicación del Estado de resultados integrales		
Publicación de los Informes de la Revisoría Fiscal		

**Fuente:** Elaboración propia con base en Rocha, Queiruga & González (2015).





La divulgación de la información posibilita la transparencia como respuesta a un compromiso social con los grupos de interés y como un elemento fundamental para conseguir un mínimo nivel de equidad social y de eficiencia económica (Lizcano, 2013:2), es decir, a través de este principio se fortalece la relación entre las organizaciones y la sociedad, pues la comunicación pública de las políticas, la estructura, las acciones y los recursos, genera credibilidad y beneficios sociales (Aktouf, 2010).

Según Pinzón (2005:12), las ONG son medidores y mediadores para la comunicación entre los actores inmersos en la RS, 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 profundiza 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 para 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 (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 ponga en duda la función social de estas organizaciones y su legitimidad (Gálvez, Caba y López, 2013:1). En las ONG la transparencia debe ser un principio de responsabilidad social que busque ofrecer información real y oportuna para la contribución de la permanencia en el tiempo de estas organizaciones.

Flórez (2016) revela 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) han creado algunas cooperativas, fondos de empleados, juntas de acción comunal, iglesias y otras entidades sin ánimo de lucro para invertir dinero ilícito, y generar ganancias para ingresarlas en el sistema financiero



como dinero limpio o simplemente aumentar su capital con el dinero que se obtiene por la inversión de empresas extranjeras y afiliaciones de pobladores para el diseño de proyectos, pero que son destinados a cuentas bancarias de terceros. Lo anterior es un ejemplo del mal manejo de los fondos por parte de algunas ONG colombianas y un deterioro en la imagen de estas organizaciones.

Según El tiempo (2017), el decreto 092 del 23 de enero de 2017 reglamenta 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 desvían con la contratación de estas organizaciones, las cuales considera grandes entidades de corrupción.

Por este tipo de actuaciones que afectan la función e imagen 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.

La transparencia contribuye al fortalecimiento de las ONG como agentes al servicio social. A causa de esto, la investigación se centró 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 presentan.

## **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*.

La investigación se desarrolló 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.

Las organizaciones para ser transparentes deben divulgar la información de manera accesible. Gálvez, Caba y López (2012) y Restrepo y Espinosa (2012) 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. En este sentido, la investigación se basó en el análisis de contenido de las páginas web de cada organización, teniendo 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, Caba y López (2012:11), a mayor trayectoria de una ONG mayor visibilidad pública, por lo cual, 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 el tiempo como medida de agrupación, expresada como la antigüedad de la organización.

Las ONG son agrupadas por rangos de edad: (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 (Misas, 2008:11).

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. No obstante, como cuatro de las ONG no tenían página web y seis no contaban con la edad, se trabajó 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, Queiruga & González (2015) y relacionados en la tabla 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 (Rocha, Queiruga & González, 2015: 12).

Por otro lado, se organizó una lista de verificación con tres dimensiones de transparencia, de las cuales se derivaron 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 de este artículo.

En la investigación se trabajó con la información disponible en internet del año 2016, consultadas en las páginas web en junio del año 2017, antes de la aplicación 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, donde se exige un registro web acorde con el artículo 364-5 del Estatuto Tributario.

La metodología se desarrolló 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 URJC y realizado por Delgado, Navarro, Mora y Rivero (2014). Las tres dimensiones de la transparencia se agruparon por bloques, 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 valorizaciones de transparencia e índice de transparencia, donde:

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

V1= Valoración del bloque 1  
 V2= Valoración del bloque 2  
 V3= Valoración del bloque 3

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

Índice de transparencia:  $(V1*33.33\%) + (V2*33.33\%) + (V3*33.33\%)$

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

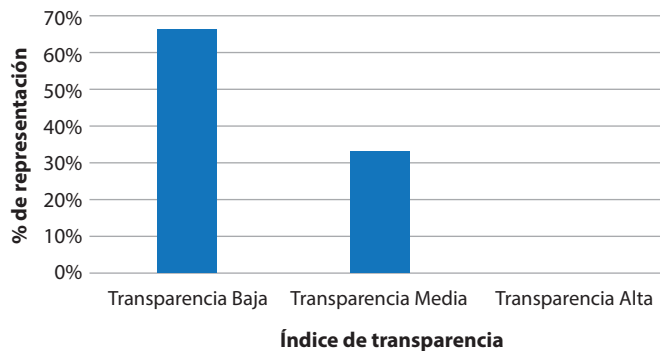
Las organizaciones se encuentran en los siguientes rangos de edad: cero en el rango de 1 a 5 años; tres en el rango de 6 a 10 años; 25 en el rango de 11 a 25 años; 29 en el rango de 26 a 50 años y 14 en el rango de más de 50 años.

Con la metodología desarrollada se obtuvieron 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 esta 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, arrojando como resultado que un 33% de las ONG tienen un índice de

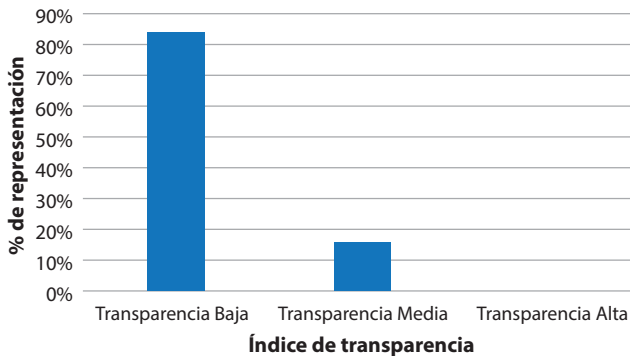


transparencia media y el otro 67% se catalogan con transparencia baja, por lo tanto, se deduce que dentro de este rango de edad las entidades todavía no tienen claro la importancia de la transparencia y del impacto social que se genera a través de este principio.

Según Gómez (2014:20), las ONG se financiaron en el año 2009 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 creó una falta de interés por informar sobre la organización y las actividades sociales, pues los aportantes se encontraban inmersos en la organización con 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 muestran que, de las 25 ONG agrupadas en este rango, el 84% no publica 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 para los grupos de interés, quienes contribuyen con sus aportes al fortalecimiento de estas organizaciones.

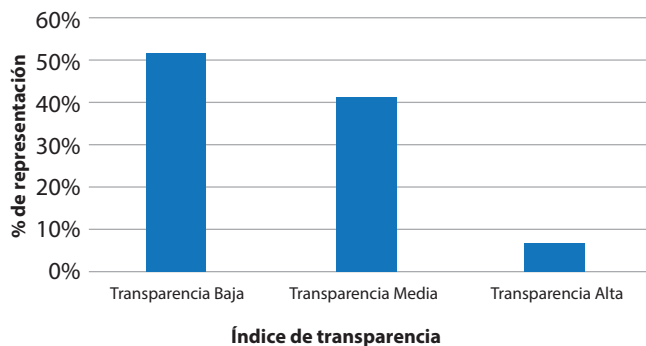
La exposición de la información oportuna, clara y suficiente para reconocer la responsabilidad adquirida con la sociedad al brindar servicios y desarrollar proyectos que van enfocados al crecimiento de la sociedad a partir de las ONG, permite una equidad social y una eficiencia económica (Lizcano, 2013:2), lo que al parecer no han adquirido las organizaciones que se encuentran inmersas 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 la Red de ONG por la Transparencia para fortalecer la transparencia (Fernández, 2007:1) no se evidencian 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 26 a 50 años, se muestra 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.

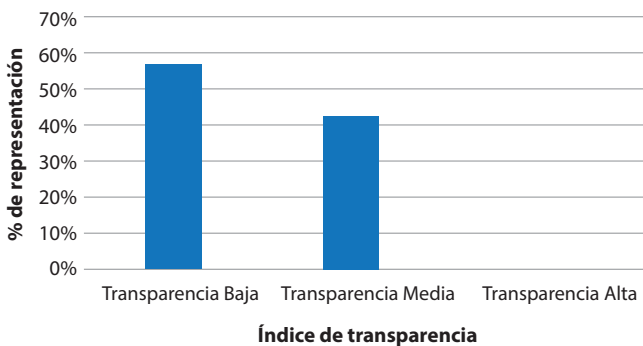


Es importante señalar que en este rango se encuentran dos organizaciones que cumplen con los criterios para ser consideradas con transparencia alta, esto como una novedad con respecto a los demás rangos. Los resultados son favorables con respecto a la transparencia, si además se tiene en cuenta la reducción 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 la innovación social en la resolución de problemas colectivos (Bresser y Cunill, 1998:1), motivó 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



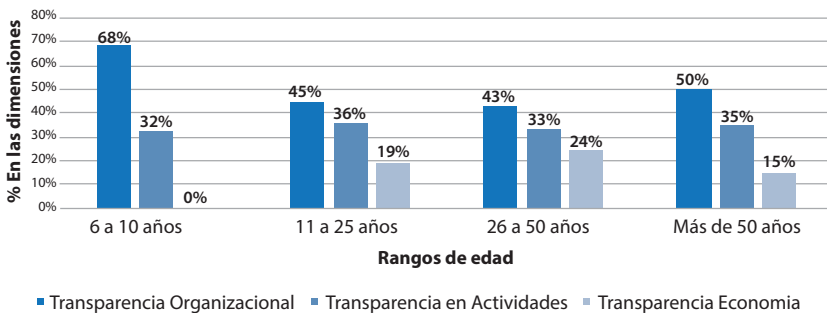
transparencia online de las ONG en el caso español, donde se manifiesta que a mayor antigüedad de las ONG mayor será la transparencia online.

Las organizaciones agremiadas en 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.

La información de la dimensión organizacional se encuentra en la página web de las ONG, es decir, es común encontrar la información estratégica; en menor medida se halla la 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 una 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 es frecuente no encontrar este tipo de información o descubrirla con inexactitudes.

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

**Figura 5.** Transparencia por dimensiones por en las ONG



**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 transparencia se obtiene que la dimensión organizacional presenta una mayor valoración en el índice de



transparencia en todos los rangos de edad, ya que 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 permite concretar el objeto social de la organización, pero 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 muestra que, a partir de los 11 años, las ONG incrementan su preocupación por publicar los aspectos relacionados con los siguientes indicadores: 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 presenta las notas a los estados financieros que permitan su interpretación. Esto se traduce en información ubicada poco visible, la no 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.

## Conclusiones

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 tan preciado como la imagen organizacional.

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

Como futura línea 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 aplicación de la ley 1819 del año 2016, que exige un registro web con información detallada sobre 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 adquirir 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.

Para los grupos de interés y la sociedad, 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. AKTOUF, Omar (2010). Visión crítica de la teoría de la gestión estratégica. Una evaluación metodológica y epistemológica. Teuken Bidikay Vol. 1 N° 1 Pp. 13-32. Medellín: Politécnico Colombiano.
2. ANDREU, Jaime. (2001) Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada. Disponible en Internet: <http://public.centro de estudio sandaluces.es/pdfs/S200103.pdf> Consultado: 15. 02. 2018.
3. 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/1\\_998/84\\_entreeestado\\_y\\_el\\_mercado\\_lopublicoestatal.pg.pdf](http://www.bresserpereira.org.br/papers/1_998/84_entreeestado_y_el_mercado_lopublicoestatal.pg.pdf) Consultado 14.10.2017.
4. BROWN, Flor. (2010). Los principios de la Responsabilidad Social Empresarial. En: Revista economía Informa, N° 363. Ciudad de Méjico: Universidad Nacional Autónoma de México.
5. COLOMBIA. Congreso de la Republica de Colombia. Ley 1819 de 2016. Bogotá, 29 de diciembre de 2016, art 364.
6. COLOMBIA. Congreso de la Republica de Colombia. Decreto reglamentario 2150. Bogotá, 20 de diciembre de 2017.
7. 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.
8. ELTIEMPO. (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.
9. FAONG (2018). ¿Qué es una ONG? Disponible en Internet: <http://www.faong.org/que-es-una-ong/#> Consultado 20.01.2018.
10. 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.
11. 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.
12. GAITÁN, Óscar. (2014). Guía Práctica de las Entidades sin Ánimo de Lucro y del Sector Solidario. Bogotá: Cámara de Comercio de Bogotá.



13. GÁLVEZ, María, CABA, María del Carmen y LÓPEZ, 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.
14. 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.
15. GARCÍA, Martín Alejandro; PANTOJA, Martín Alonso & DUQUE, Laura Inés (2011). El liderazgo transformacional en las organizaciones. Un análisis descriptivo. *Teuken Bidikay* Vol. 2 N° 2 Pp. 93-111. Medellín: Politécnico Colombiano.
16. GÓMEZ, Juan. (2014). Non-Governmental and Nonprofit Organizations in Colombia: Depoliticization of Civil Society and State Outsourcing. En: *Revista Gestión y política pública*, Vol. 23, N° 2. Ciudad de Méjico: Centro de Investigación y Docencia Económicas, A.C.
17. GRI (2002) Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad sobre el desempeño económico, ambiental y social de la empresa. Global Reporting Initiative.
18. 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.
19. LEÓN, Daniela (2013). ONG en El Tiempo y Semana: imagen mediática de las organizaciones no gubernamentales en el contexto colombiano reciente. Disponible en Internet: <https://repository.javeriana.edu.co/handle/10554/14757> Consultado 27.02.2018.
20. LIZCANO, Jesús. (2013). Transparencia. En: *Revista en Cultura de la Legalidad*, N° 3. Madrid: Universidad Autónoma de Madrid.
21. 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.
22. 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.
23. PÉREZ, Giovanni, ARANGO, Martín y SEPÚLVEDA, Lizeth. (2011). Las organizaciones no gubernamentales –ONG–: hacia la construcción de su significado. En: *Revista Ensayos*, N° 38. Bogotá: Universidad Nacional de Colombia.
24. PINZÓN, Mario (2015). El papel de las ONG y sus alcances en la responsabilidad social empresarial. En: *Revista Opera*, Vol. 5. Bogotá: Universidad Externado de Colombia.

25. RESTREPO, Juliana y ESPINOSA, Jovan. (2012). Transparencia activa y rendición de cuentas vía web en ONG de Antioquia. En: Trabajos de grado Contaduría Pública, Vol. 6, N° 1. Medellín: Universidad de Antioquia.
26. ROCHA, Luz, QUEIRUGA Dolores & GONZÁLEZ Javier. (2015). Relationship Between Transparency and Efficiency in the Allocation of Funds in Nongovernmental Development Organizations. En: Revista Voluntas, Vol. 26, N° 6. Baltimore: International Society for Third-Sector Research.

Para citar  
este artículo:

**AGUILAR**, Laura, **RAMÍREZ**, Angélica y **ROCHA**, Luz. (2019). La legitimidad en el servicio social. Transparencia de las ONG agremiadas en la Federación Antioqueña. En: Teuken Bidikay, Vol. 10 N° 14. Medellín: Politécnico Colombiano. Pp. 59-80. doi:10.33571/teuken.v10n14a3

Pirámide de Tazumal

