

ISSN 1853-2918

societas

Organizaciones de la Sociedad Civil y desarrollo

Año 3 - Número 4 - Abril 2012

IX Simposio Internacional Educación y Cultura en Iberoamérica



En este número: Investigación sobre el Tercer Sector - Recaudación de Fondos en Organizaciones Sin Fines de Lucro - Imagen y Comunicación Institucional - Capacitación y Asesoramiento - ONGs y Seguridad Pública

Transparencia y rendición de cuentas en el Tercer Sector: La clave para el éxito de las Organizaciones Sin Fines de Lucro

Durante los últimos años, el gran aumento en la importancia relativa del Tercer Sector, en áreas clave como salud, educación, atención a necesidades primarias, derechos humanos, cultura y otras que inciden favorablemente en el desarrollo social, trae aparejado una mayor responsabilidad en la conducción de estas organizaciones. Más allá del aumento puntual en cuanto a la cantidad de Organizaciones Sin Fines de Lucro que existen en cada país, también se ha diversificado su campo de acción, pasando de áreas temáticas más tradicionales, como salud y educación, a otras más innovadoras como el desarrollo de energías alternativas en poblaciones aisladas o el control y evaluación de la policía. Hoy en día, prácticamente no existe un área de desarrollo humano en donde no intervenga activamente el Tercer Sector.

Al aumentar la cantidad de organizaciones y las áreas temáticas en las que se desarrollan, se produce un consecuente aumento en su participación porcentual en la provisión de bienes públicos y privados, ocupando nichos que antes pertenecían al estado o a las organizaciones del mercado. Esto, a su vez, implica un notable aumento en diversas variables como por ejemplo ingresos económicos, movilización de recursos, cantidad de stakeholders* de las

organizaciones, exposición mediática, protagonismo en la esfera pública, influencia política, etc.

Todo esto propicia un mayor escrutinio de las Organizaciones Sin Fines de Lucro, tanto de sus propios stakeholders como del público en general. De hecho, el escrutinio por parte de los stakeholders suele ser bastante más justo, o por lo menos ntemente

* El concepto de stakeholder hace referencia a aquellos actores (tanto internos como externos) que poseen algún interés o pueden influenciar o ser influenciados por las actividades de la organización. Estos normalmente incluyen, aunque no se limitan a: personal directivo, beneficiarios, empleados, voluntarios, donantes, la comunidad donde desarrolla sus actividades la organización, etc.

Para un desarrollo más completo del concepto puede verse:

- Krashinsky, Michael (1986). "Stakeholder theories of the non-profit sector: One cut at the economic literature." *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations* Volume 8, Number 2, 149-161.

- Freeman, R. E. (2002) "Stakeholder Theory of the Modern Corporation" en *Ethical Issues in Business. A Philosophical Approach*, T. Donaldson, P. H. Werhane y M Cording (ed.), Prentice Hall.

fundamentado en mayor equidad, dado que éstos generalmente cuentan con mayor información, principalmente debido a la necesidad de la misma para la toma de decisiones. En cambio, el público general, aunque consciente de la existencia y, en mayor o menor medida, del trabajo de estas organizaciones, frecuentemente se encuentran inmersos en prejuicios, tanto positivos como negativos, que alteran la posibilidad de alcanzar una conclusión válida y fundamentada.

Al igual que en la naturaleza, donde las especies que ocupan los mismos nichos ecológicos compiten por recursos, a las Organizaciones Sin Fines de Lucro les sucede lo mismo. En el caso de estas organizaciones, compiten por donantes, voluntarios, áreas geográficas de influencia, espacios en los medios de comunicación, subsidios estatales, representaciones de organizaciones internacionales, posibilidad de convenios con otras instituciones, atracción de los mejores candidatos dentro del mercado laboral, anunciantes, patrocinadores, e inclusive, hasta beneficiarios.

¿Que es lo que hace que una organización sea más “atractiva” que las demás? En el campo de la teoría de recaudación de fondos, se dice que las donaciones dependen, más allá de la capacidad contributiva del potencial donante, del compromiso con la causa y de la confianza en la efectividad de lo donado. En cuanto al compromiso con la causa, estará en la naturaleza de las personas físicas y los estatutos de las personas jurídicas,

determinar con que causas se comprometen: cuidado del medio ambiente, erradicación de la pobreza, atención primaria en salud, etc. Nadie puede abarcar todas las causas; sus prioridades dependerán de preferencias individuales y generalmente privadas. Las organizaciones difícilmente puedan establecer estrategias competitivas con otras que defienden causas marcadamente disímiles. En cambio, sí compiten por demostrar eficiencia en el manejo de recursos dentro de un subconjunto de organizaciones que trabajan en la misma temática.

Una de las formas en que una organización se destaque por sobre sus semejantes es por medio de la credibilidad. No sólo deben cumplir con su misión, ese cumplimiento debe ser visible y creíble. No solo hay que ser, hay que parecer.

Entonces, ¿cómo ser creíble? Tanto para el informado stakeholder como el escéptico crónico que en todas partes presiente teorías conspirativas, pasando por el ciudadano común que simplemente desea “devolver algo” a la sociedad, las organizaciones deben proyectar una imagen que haga que se perciban de esa manera.

Mediante el ejercicio de la transparencia y la rendición de cuentas podremos acercarnos a este objetivo.

El próximo desafío para las Organizaciones Sin Fines de Lucro que quieran sobresalir será precisamente éste: ser transparentes y rendir cuentas.