



RELISE

## IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL COMO ESTRATEGIA DE ACCIÓN EN LAS ONGS EN BRASIL<sup>1</sup>

*IMPORTANCE OF ORGANIZATIONAL SOCIAL RESPONSIBILITY AS AN  
ACTION STRATEGY IN NGOS IN BRAZIL*

*Leidy Caterine Romero Gonzalez<sup>2</sup>*

### RESUMEN

El presente artículo desarrolla el tema de la importancia de la responsabilidad social organizacional (RSO) en las ONGs en Brasil, en tanto que son abordados conceptos relevantes sobre organizaciones sociales, su evolución histórica, su clasificación y la construcción de su propia identidad en Brasil, con el objetivo de mejorar la calidad de vida de personas y comunidades en los ámbitos nacionales e internacionales. Para tal fin se ha llevado a cabo una revisión bibliográfica analítica y conceptual, tanto sobre el tema de las organizaciones sociales del tercer sector en Brasil, su origen y su concreción en la estructura social; como también un análisis descriptivo del concepto de responsabilidad social organizacional, su importancia y las diversas clasificaciones en las que se caracteriza. El desarrollo de estrategias de responsabilidad social organizacional en ONGs y dentro del tercer sector a nivel teórico y práctico han ido adquiriendo y consolidando relevancia a largo del tiempo, en contextos geográficos y culturales cambiantes.

**Palabras clave:** responsabilidad social organizacional, ONGs, tercer sector, impacto social, estrategias organizacionales.

### ABSTRACT

This article addresses the issue of the importance of organizational social responsibility (OSR) in NGOs in Brazil, addressing relevant concepts about social organizations, their historical evolution, their classification and the construction of their own identity in Brazil, with the aim of improving the quality of life of people and communities at national and international levels. To this end, an analytical and conceptual bibliographic review has been carried out, both on the subject of third sector social organizations in Brazil, their origin and their concretion in the

<sup>1</sup> Recebido em 02/10/2024. Aprovado em 04/11/2024. DOI: doi.org/10.5281/zenodo.17680411

<sup>2</sup> Universidade de São Paulo. leidy.romero@usp.br



social structure; as well as a descriptive analysis of the concept of organizational social responsibility, its importance and the various classifications in which it is characterized. The development of organizational social responsibility strategies in NGOs and within the third sector at a theoretical and practical level have been acquiring and consolidating relevance over time, in changing geographic and cultural contexts.

**Keywords:** organizational social responsibility, NGOs, third sector, social impact, organizational strategies

## INTRODUCCIÓN

La responsabilidad social organizacional (RSO) es un concepto clave para las organizaciones no gubernamentales (ONGs) en Brasil, dado el papel crucial que desempeñan en la promoción del desarrollo social, la protección del medio ambiente y la defensa de los derechos humanos. En un país con profundos desafíos sociales como la pobreza, la desigualdad y la degradación ambiental, las ONGs son fundamentales para la construcción de una sociedad más justa y equitativa.

En este contexto, la RSO en las ONGs brasileñas no solo implica el cumplimiento de su misión principal, sino también una actuación ética y transparente en su relación con las comunidades que benefician, sus colaboradores y donantes. La transparencia es uno de los pilares de la responsabilidad social, ya que genera confianza entre los diversos actores involucrados y garantiza que los recursos sean utilizados de manera eficiente. En un país donde los escándalos de corrupción han debilitado la confianza en las instituciones, la rendición de cuentas y la gestión responsable de los fondos son esenciales para mantener la credibilidad de las ONGs.

Además, la sostenibilidad es otro aspecto crucial de la RSO. Las ONGs en Brasil deben enfocarse en implementar prácticas que no solo tengan un impacto positivo a corto plazo, sino que también garanticen la continuidad de sus proyectos en el tiempo. Esto implica adoptar enfoques de desarrollo sustentable,



gestionando los recursos de manera consciente para no comprometer el bienestar de las generaciones futuras.(Oliveira, 2006).

La responsabilidad social organizacional también promueve la inclusión y el respeto a los derechos humanos. En un país con una gran diversidad étnica, cultural y social, es fundamental que las ONGs trabajen desde un enfoque inclusivo, asegurando que sus programas y proyectos lleguen a todos los sectores de la sociedad, sin discriminar por razones de género, raza, religión o condición económica.

Por último, la RSO refuerza el compromiso de las ONGs con la educación y sensibilización de la ciudadanía, a través de sus acciones, estas organizaciones deben fomentar una mayor conciencia sobre los problemas sociales y ambientales que enfrenta Brasil, empoderando a la población para que participe activamente en la construcción de soluciones (Gomes, 2023).

La responsabilidad social organizacional es esencial para el éxito y la legitimidad de las ONGs en Brasil. No solo les permite cumplir con su misión de transformar la sociedad, sino que también fortalece su credibilidad, sostenibilidad y capacidad para generar un impacto duradero.

## **¿QUÉ ES LA RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL? ALCANCES Y FUNDAMENTOS**

La Responsabilidad Social Organizacional (RSO) es el compromiso voluntario de las organizaciones para integrar prácticas éticas, sociales y ambientales en sus operaciones, promoviendo el bienestar de la sociedad y la sostenibilidad. Sus fundamentos incluyen la transparencia, la sostenibilidad, el respeto a los derechos humanos, la participación comunitaria, y la gestión ética, buscando generar un impacto positivo a largo plazo en su entorno (Medina, 2002).



*Principales conceptos de responsabilidad social organizacional y su aplicación en el tercer sector*

La Responsabilidad Social Organizacional (RSO) en el tercer sector, que incluye ONG, fundaciones y otras entidades sin fines de lucro, se refiere a la integración voluntaria de preocupaciones sociales, ambientales y éticas en las operaciones de una organización; estos principios son fundamentales para asegurar un impacto positivo en la sociedad y en los entornos donde estas organizaciones operan. A continuación, se presentan los principales conceptos de RSO y su aplicación en el tercer sector:

La sostenibilidad implica que las actividades de la organización deben ser económicamente viables, socialmente equitativas y ambientalmente responsables, garantizando que las futuras generaciones puedan satisfacer sus necesidades.

Las ONGs deben asegurarse de que sus proyectos tengan un impacto duradero, tanto social como ambiental, pueden implementar programas que protejan los recursos naturales, como la conservación de la biodiversidad, la reducción del uso de energía en sus operaciones y fomentar prácticas responsables en sus cadenas de suministro y en los servicios que proporcionan (Romo Jiménez, 2016).

La transparencia como concepto dentro de la responsabilidad social organizacional, implica que una organización proporciona información clara, precisa y accesible sobre sus actividades y el uso de los recursos. La rendición de cuentas significa que la organización debe responsabilizarse de sus decisiones y de los impactos de sus acciones. (Barba Bayas, 2015).

Las ONGs deben presentar informes regulares sobre cómo se utilizan los fondos recibidos, ya sea de donantes individuales, corporativos o gubernamentales. Implementando auditorías internas y externas para garantizar la correcta administración de los recursos. Además de proporcionar acceso



público a los resultados de sus proyectos, demostrando el impacto y la eficiencia en el uso de los recursos.

La ética y buen gobierno organizacional, como concepto dentro de la responsabilidad social organizacional se refieren a la gestión responsable de la organización, cumpliendo con principios morales y legales, y adoptando prácticas de gobernanza que garanticen el control y la supervisión adecuada de las actividades (Pinzon, 2005).

Es así que dentro de las ONGs deben adoptar códigos de conducta ética, no solo en la gestión de recursos, sino también en la interacción con las comunidades beneficiarias. Para ello deben implementar políticas de igualdad de género, no discriminación y protección de derechos humanos en todos los niveles de la organización, al garantizar que los miembros del consejo de administración y la alta dirección actúen con transparencia y en el mejor interés de la organización y sus beneficiarios.

La participación comunitaria es un concepto que se añade a la responsabilidad social organizacional, cuando se hace referencia a organizaciones del tercer sector como las ONGs, pues por su papel de interventor social es necesario para estas organizaciones involucrar a las comunidades locales y a las partes interesadas en la toma de decisiones y en el diseño e implementación de proyectos para asegurar que las iniciativas respondan a sus necesidades reales.

Promover el diálogo con las comunidades beneficiarias para identificar problemas y soluciones de manera colaborativa, para ello necesitan involucrar a los líderes comunitarios y a otros actores locales en la implementación y seguimiento de los proyectos, asegurando que tengan voz en los resultados. Además de fomentar el empoderamiento local, asegurando que las comunidades puedan continuar con las actividades una vez que la ONG se retire.



El impacto social como concepto clave de responsabilidad social se refiere a los cambios positivos generados por las actividades de la organización en la vida de las personas, comunidades y el entorno. Las ONGs deben medir y evaluar sistemáticamente el impacto de sus programas para asegurar que estén alcanzando sus objetivos sociales, por tanto desarrollar indicadores de impacto que midan la mejora en la calidad de vida, educación, salud, igualdad de género o cualquier área específica en la que trabajen y por último difundir estos resultados para mostrar a donantes y socios los logros alcanzados y el valor agregado que la ONG está proporcionando.

La inversión socialmente responsable como concepto de responsabilidad social organizacional se refiere a la administración de recursos financieros, humanos y materiales de manera ética, invirtiendo en iniciativas que promuevan el bienestar social y la sostenibilidad ambiental. Las ONGs deben asegurarse de que los fondos se utilicen de manera eficiente y responsable, invirtiendo en proyectos con alto retorno social (Díaz et al., 2020).

Para ello, es fundamental buscar alianzas estratégicas con empresas que también tengan políticas de inversión responsable, generando sinergias para proyectos conjuntos; sin dejar de un lado la evaluación del impacto social y ambiental de sus inversiones, asegurando que cada gasto esté alineado con su misión y valores.

La diversidad e inclusión como conceptos dentro de la responsabilidad social organizacional se refieren a promover la igualdad de oportunidades y eliminar cualquier forma de discriminación dentro de la organización y en las comunidades donde se interviene. Las ONGs deben garantizar que sus políticas internas promuevan la igualdad de género, la inclusión de personas de diferentes orígenes étnicos, culturales y socioeconómicos, y la participación de grupos tradicionalmente excluidos (como personas con discapacidades o comunidades LGBTQ+).



Para ello deben promover proyectos que reduzcan las brechas de desigualdad social y económica en las comunidades atendidas y fomentar la creación de equipos diversos que reflejen los valores de inclusión y equidad en todas las operaciones de la organización.

La innovación social como concepto de aplicación dentro de la responsabilidad social organizacional en ONGs y organizaciones del tercer sector implica la creación e implementación de nuevas soluciones a problemas sociales complejos, que mejoren la calidad de vida de las personas o resuelvan problemas ambientales. Las ONG pueden adoptar tecnologías y enfoques innovadores para mejorar sus intervenciones, como el uso de herramientas digitales para educación a distancia, monitoreo de proyectos o acceso a servicios básicos (Roitstein, 2004).

Así mismo experimentar con modelos de financiamiento sostenibles, como el emprendimiento social o la creación de microempresas dentro de las comunidades que atienden.

La creación de alianzas es un aspecto de responsabilidad social organizacional en el cual la colaboración entre diferentes sectores (empresas, gobierno, academia y sociedad civil) para lograr objetivos comunes en temas sociales, ambientales y económicos. Establecer alianzas con empresas socialmente responsables que puedan brindar recursos financieros, logísticos o técnicos para impulsar los proyectos de la ONG. Tener la posibilidad de colaborar con instituciones académicas para generar investigación y soluciones basadas en evidencia para abordar los problemas que la ONG busca resolver(Buitrago, 2021).



## ESTUDIOS SOBRE RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL EN LATINOAMÉRICA

El concepto de RSO en Latinoamérica ha sido estudiado por académicos y organismos internacionales que han resaltado la necesidad de adaptar este marco teórico a las realidades sociales y económicas de la región. Las investigaciones coinciden en que, aunque la RSO se ha integrado de manera creciente en el sector privado, todavía existen desafíos importantes en términos de transparencia, impacto social y sostenibilidad.

Muñoz et al. (2020) analizan las memorias de sostenibilidad presentadas por empresas en Iberoamérica bajo las directrices del Global Reporting Initiative (GRI). Se utilizó un enfoque descriptivo y un análisis de regresión logística para identificar factores corporativos que afectan la adherencia a estas directrices. Los resultados indican que más organizaciones buscan estandarizar su divulgación de sostenibilidad, y la decisión de cumplir con las directrices del GRI está influenciada por el tamaño de la empresa, el sector al que pertenecen, el aseguramiento de las memorias y la cotización en el mercado bursátil. Este estudio destaca la importancia de la comunicación voluntaria sobre actividades de sostenibilidad.

Así mismo, Nathaly et al. (2021) ofrecen un análisis sobre cómo el concepto de RSO se ha desarrollado en América Latina, considerando factores como la cultura, los desafíos económicos y el papel del Estado. Su obra es fundamental para entender las particularidades de la región y cómo la RSO ha sido interpretada y adaptada en contextos empresariales.

Ramón-Llorens et al. (2021) explora las características particulares de la RSO en América Latina, con especial atención a las políticas públicas y las dinámicas de desarrollo sostenible. Su enfoque está centrado en cómo los gobiernos y el sector privado colaboran para fortalecer las prácticas de RSO, además de la contribución de empresas latinoamericanas a los Objetivos de



Desarrollo Sostenible (ODS) y su compromiso en relación al rendimiento, divulgación de memorias y calidad de la información en responsabilidad social organizacional (RSO).

Los impactos que la pandemia generada por el Covid 19, durante los años 2020 y 2021 tambien han sido estudiados como factores determinantes en el desarrollo e implementación de acciones de Responsabilidad social organizacional. Segundo y Mercedes (2022) analizan el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como estrategia para enfrentar las consecuencias de la pandemia en Latinoamérica. Se revisaron veintiún artículos de investigación utilizando la metodología PRISMA y diversas bases de datos científicas. Los resultados indican que la implementación de la RSE se relaciona directamente con mayor productividad, rentabilidad y sostenibilidad, además de fomentar una relación positiva con el medio ambiente para su preservación.

Osorio Mogollón et al. (2022) analiza cómo las características sociopolíticas y económicas de América Latina afectan la implementación de la responsabilidad Social empresarial y organizacional, para lo cual realizó un análisis de mapeo científico utilizando herramientas bibliométricas. La metodología incluyó una búsqueda en la base de datos Web of Science y la clasificación de documentos mediante la analogía del árbol. Se identificaron tres grupos: documentos clásicos, estructurales y recientes. Cada grupo proporcionó un análisis del impacto y la relevancia en el tema de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Estos resultados ayudan a comprender la estructura de esta área de conocimiento y ofrecen orientación conceptual a las empresas interesadas en estrategias de RSE relacionadas con la divulgación, el rendimiento financiero y el desarrollo sostenible

Los modelos como se ha implementado la responsabilidad social organizacional también han sido objeto de estudio. Vega Osuna et al. (2023) observan que estrategias se han implementado en América Latina, remarcando



que para ambos cada país existen contextos ligados a las características culturales y socioeconómicas. Su trabajo examina las similitudes y diferencias en la aplicación de la responsabilidad social en Iberoamérica, destacando la importancia de adaptar las prácticas de RSO a cada realidad local.

## **HISTORIA DE LAS ONGS Y EL TERCER SECTOR EN BRASIL**

La historia de las organizaciones no gubernamentales (ONGs) en Brasil está estrechamente ligada al desarrollo social y político del país. Su evolución refleja los cambios que han ocurrido en la sociedad brasileña y su papel ha sido clave en la defensa de los derechos humanos, la justicia social y la sostenibilidad ambiental:

### *Orígenes y primeros movimientos del tercer sector en Brasil*

El surgimiento de las ONGs en Brasil se remonta a mediados del siglo XX, pero sus raíces más profundas están en las organizaciones filantrópicas y caritativas que ya existían desde la época colonial. Estas primeras instituciones, generalmente vinculadas a la Iglesia Católica, tenían como objetivo ayudar a los sectores más vulnerables de la población, como los pobres, enfermos y marginados.

Sin embargo, fue en las décadas de 1960 y 1970 cuando las ONGs comenzaron a tomar una forma más definida, principalmente como resultado de la dictadura militar (1964-1985). Durante este período, el país vivió bajo un régimen autoritario que reprimía las libertades civiles y políticas, y muchas de las ONGs surgieron en respuesta a esta represión, trabajando en la defensa de los derechos humanos y proporcionando apoyo a las víctimas de abusos gubernamentales. Las organizaciones comenzaron a centrarse en la promoción de la justicia social, la educación popular y la mejora de las condiciones de vida de las clases trabajadoras.



### *Expansión y diversificación*

Con el fin de la dictadura en 1985 y la restauración de la democracia, las ONGs brasileñas se multiplicaron y diversificaron. El proceso de redemocratización permitió que las organizaciones adquirieran un papel más formal y participativo en la vida pública. Durante este período, muchas ONGs se enfocaron en el fortalecimiento de la sociedad civil, el empoderamiento de comunidades marginalizadas y el desarrollo de proyectos de educación, salud y derechos de la mujer.

La Constitución de 1988, ampliamente reconocida por su enfoque progresista en derechos sociales, brindó un marco legal que favoreció el crecimiento de las ONGs. Se consolidó un movimiento de organizaciones enfocadas en áreas clave como el medio ambiente, la promoción de la equidad de género, el combate al racismo y la lucha por la reforma agraria. Estas ONGs jugaron un papel central en la defensa de los derechos de los pueblos indígenas y las comunidades quilombolas (descendientes de esclavos africanos).

### *La Globalización y sus desafíos para el tercer sector*

En la década de 1990, con la globalización y la creciente influencia de organismos internacionales, muchas ONGs brasileñas comenzaron a recibir financiamiento y apoyo técnico de agencias extranjeras. Este período también vio la aparición de redes y coaliciones nacionales e internacionales de ONGs, que trabajaron conjuntamente en temas como el cambio climático, el desarrollo sostenible y la lucha contra la pobreza. (Donati, 1997).

El crecimiento económico de Brasil en los primeros años del siglo XXI, junto con la consolidación de sus instituciones democráticas, ofreció nuevas oportunidades para las ONGs, pero también trajo nuevos desafíos. Algunas organizaciones comenzaron a concentrarse en la política pública, influyendo en



la formulación de leyes y políticas que promuevan el desarrollo inclusivo y la sostenibilidad ambiental (Moreira, 2021).

La globalización ha tenido un impacto significativo en las ONG y el tercer sector en Brasil, tanto en términos positivos como desafiantes. A continuación, se detallan algunos de estos efectos:

#### Mayor acceso a financiamiento y cooperación internacional

La globalización ha permitido que muchas ONG en Brasil accedan a fondos internacionales. Organizaciones internacionales, fundaciones y agencias de cooperación han canalizado recursos hacia iniciativas sociales y ambientales brasileñas, lo que ha fortalecido proyectos en áreas como derechos humanos, medio ambiente, educación y salud.

Sin embargo, esta dependencia de fondos externos también puede generar vulnerabilidades, ya que las ONG pueden estar sujetas a las prioridades y agendas de los donantes internacionales, limitando su autonomía.

#### Redes y colaboración global

La globalización ha facilitado la creación de redes y alianzas entre ONG brasileñas y organizaciones internacionales. Estas redes permiten compartir conocimientos, recursos y mejores prácticas, lo que fortalece la capacidad de las ONGs para abordar problemas complejos como el cambio climático, la pobreza y la desigualdad. Esta interconexión también ha generado una mayor competencia entre las ONG locales por financiamiento y visibilidad, especialmente en temas de alcance global que atraen la atención internacional, dejando otros asuntos locales menos financiados.



### Innovación y tecnología

Las ONGs en Brasil han podido acceder a nuevas tecnologías y enfoques innovadores gracias a la globalización. Esto ha mejorado su capacidad de comunicación, movilización de recursos y gestión de proyectos. Plataformas digitales permiten a las ONG llegar a un público más amplio, tanto a nivel nacional como internacional. Pero también se ha evidenciado que no todas las ONG tienen el mismo acceso a la tecnología o la capacitación necesaria para aprovechar al máximo estas oportunidades. Las organizaciones más pequeñas o en áreas rurales enfrentan barreras para adoptar soluciones tecnológicas avanzadas (Alvarez Solís, 2019).

### Aumento de la demanda por transparencia y rendición de cuentas

Con la globalización, ha habido una creciente demanda de transparencia y rendición de cuentas en el tercer sector. Las ONGs brasileñas, al formar parte de redes globales, han adoptado estándares internacionales de gobernanza y gestión, lo que aumenta su credibilidad y capacidad de atraer fondos. Implementar estos estándares puede ser costoso y desafiante para las ONGs más pequeñas, que a menudo carecen de los recursos para cumplir con las exigencias de informes detallados y auditorías internacionales.

### Desafíos sociales y ambientales globales

La globalización ha resaltado temas globales como el cambio climático, la deforestación y los derechos humanos, que tienen un impacto directo en Brasil. Esto ha permitido que ONGs brasileñas se posicione como actores clave en estos temas, atrayendo apoyo internacional y visibilizando problemáticas que afectan al país.

Al mismo tiempo, la globalización ha intensificado algunos de los problemas que enfrentan las ONGs brasileñas, como el aumento de la



desigualdad social, la degradación ambiental acelerada y la vulnerabilidad económica, particularmente en regiones más pobres del país (Alvarez Solís, 2019).

#### Expansión del voluntariado internacional

La globalización ha facilitado el intercambio de voluntarios internacionales, permitiendo a las ONGs brasileñas acceder a mano de obra calificada de otros países. Este intercambio cultural y de habilidades ha contribuido al fortalecimiento de muchas organizaciones. A veces, el voluntariado internacional puede generar tensiones con las comunidades locales o desplazar a voluntarios nacionales, especialmente si no está bien gestionado.

En esta época, muchas organizaciones sociales comenzaron a profesionalizarse y formalizarse como ONG, adoptando modelos de gestión y financiamiento más sostenibles. Se diversificaron las áreas de actuación, desde derechos humanos y defensa de grupos vulnerables, hasta medio ambiente y desarrollo comunitario. A partir de los años 90, Brasil comenzó a recibir una creciente cantidad de fondos de cooperación internacional, lo que permitió el crecimiento y diversificación de las ONGs, en particular en áreas como el medio ambiente, impulsado por la atención internacional a la Amazonía y la biodiversidad del país.

#### *Consolidación y diversificación de las ONGs y las organizaciones del Tercer Sector en Brasil (décadas de 2000 y 2010)*

Con el nuevo milenio, el tercer sector en Brasil experimentó una diversificación aún mayor, con un aumento significativo en la cantidad de ONGs que operan en el país. A medida que Brasil consolidaba su democracia y mejoraba sus indicadores económicos, el rol de las ONGs y del tercer sector se amplió para abarcar una gama más amplia de causas.



Con eventos como la Cumbre de la Tierra de 1992 en Río de Janeiro, Brasil se convirtió en un foco internacional para las ONGs que trabajan en temas ambientales. ONGs dedicadas a la protección de la Amazonía y la biodiversidad ganaron prominencia tanto a nivel nacional como internacional (Villoria & Jiménez, 2021).

En las décadas de 2000 y 2010, las empresas comenzaron a colaborar más estrechamente con las ONGs en proyectos de responsabilidad social, lo que contribuyó a una mayor diversificación del sector. Muchas ONGs se profesionalizaron aún más, adoptando prácticas de gestión empresarial para garantizar la sostenibilidad de sus proyectos.

El crecimiento del tercer sector vino acompañado de un auge en el voluntariado, especialmente entre los jóvenes y las clases medias urbanas.

#### *Desafíos recientes (década de 2020 en adelante)*

En los últimos años, el tercer sector en Brasil ha enfrentado nuevos desafíos y oportunidades. La crisis económica y política que ha afectado al país desde mediados de la década de 2010, junto con la pandemia de COVID-19, ha creado tanto una mayor demanda de los servicios ofrecidos por las ONGs como dificultades en términos de financiamiento (Juliana Oliveira / Ministério da Saúde, 2023).

La polarización política y la reducción de fondos gubernamentales para el tercer sector, especialmente durante el gobierno de Jair Bolsonaro (2019-2022), han puesto a muchas ONGs bajo presión. Sin embargo, la crisis también ha movilizado a nuevas organizaciones y movimientos sociales.

Durante la pandemia generada por el COVID-19, las ONGs desempeñaron un papel crucial en la provisión de ayuda alimentaria, atención médica y servicios básicos a las comunidades vulnerables, destacando nuevamente su importancia en momentos de crisis (Soares et al., 2022).



La pandemia de COVID-19 tuvo un impacto profundo en las ONGs y el tercer sector en Brasil, tanto en términos de desafíos como de oportunidades. La crisis sanitaria, económica y social generada por la pandemia intensificó la necesidad de los servicios que estas organizaciones ofrecen, pero también puso a prueba su sostenibilidad y capacidad de respuesta. A continuación, se detallan los principales efectos de la pandemia en las ONGs brasileñas:

Durante la pandemia, la pobreza y la desigualdad en Brasil se incrementaron de manera significativa. Las ONGs que trabajan en áreas como la seguridad alimentaria, la atención médica, la educación y el apoyo a poblaciones vulnerables vieron un aumento en la demanda de sus servicios. Por lo que muchas ONGs asumieron un rol fundamental en la distribución de alimentos, medicinas y artículos de primera necesidad a las comunidades más afectadas por la pandemia, especialmente en las favelas y en áreas rurales (Durieux Zucco et al., 2021).

Ante el colapso del sistema de salud en varias regiones del país, algunas ONG colaboraron con la provisión de equipos médicos, apoyo psicológico y servicios de atención a la salud, especialmente en comunidades remotas o marginadas.

Aunque las ONGs enfrentaron una mayor demanda, muchas también vieron una caída significativa en sus ingresos y recursos financieros. La crisis económica que afectó a empresas y personas físicas en Brasil durante la pandemia redujo las donaciones privadas a las ONGs. Muchas organizaciones dependían de estos aportes para su funcionamiento, lo que provocó dificultades para mantener sus operaciones.

El gobierno de Brasil, en particular durante la administración de Jair Bolsonaro, redujo el apoyo a muchas ONGs, especialmente aquellas enfocadas en derechos humanos, medio ambiente y la lucha contra la desigualdad social.



Esta reducción de recursos públicos exacerbó la situación de muchas organizaciones.

La pandemia obligó a las ONGs a adaptarse rápidamente a un entorno en el que el trabajo presencial se volvió limitado. Muchas organizaciones, particularmente aquellas dedicadas a la educación y la promoción de derechos, migraron a plataformas digitales para seguir operando. Las ONGs debieron reorganizar sus equipos para operar de manera remota, lo que implicó desafíos logísticos, especialmente para aquellas que carecían de infraestructura tecnológica adecuada.

Organizaciones dedicadas a la educación y capacitación tuvieron que adaptar sus programas al formato en línea, lo que a su vez puso de manifiesto las desigualdades en el acceso a la tecnología e Internet en Brasil.

A pesar de las dificultades, la pandemia también fomentó la creación de redes de solidaridad entre las ONGs, movimientos sociales y la sociedad civil. Muchas organizaciones se unieron para compartir recursos, información y estrategias, fortaleciendo su capacidad de respuesta ante la crisis.

Se crearon coaliciones entre ONGs, empresas y donantes para coordinar esfuerzos de asistencia. Iniciativas como la "Campaña Nacional por el Derecho a la Alimentación" movilizaron recursos y voluntarios para ayudar a las personas más afectadas por la crisis. Así como en varias favelas y comunidades indígenas, el liderazgo comunitario y el activismo local, apoyados por ONGs, fueron fundamentales para mitigar los efectos de la pandemia, promoviendo campañas de prevención y distribuyendo recursos esenciales.

La pandemia puso en primer plano temas que ya afectaban a Brasil, como la desigualdad social, el racismo estructural y la precariedad de los servicios públicos de salud y educación. Esto permitió a muchas ONGs visibilizar sus causas y atraer apoyo para abordar estos problemas. Las ONGs se convirtieron en voces importantes para denunciar la desproporcionalidad con la



que la pandemia afectaba a las poblaciones más vulnerables, como comunidades afrobrasileñas, indígenas, mujeres y personas en situación de pobreza.

Muchas ONGs mostraron una gran capacidad de adaptación e innovación durante la pandemia, lo que permitió a algunas organizaciones no solo sobrevivir, sino también crecer y diversificar sus operaciones. Varias ONGs implementaron campañas de crowdfunding y se apoyaron en donaciones colectivas a través de plataformas digitales, logrando movilizar recursos de forma innovadora.

Algunas organizaciones aprovecharon la crisis para repensar sus modelos de gestión, implementar tecnologías y formas de trabajo más ágiles, lo que mejoró su eficiencia a largo plazo. Y aunque muchas ONGs lograron adaptarse a las circunstancias impuestas por la pandemia, la crisis económica y política que siguió dejó un panorama incierto para el tercer sector en Brasil. A medida que el país lidió con la recuperación postpandemia, las ONGs enfrentan los siguientes desafíos:

La recuperación económica lenta y la posible falta de apoyo gubernamental siguen siendo una preocupación para muchas organizaciones que dependen de donaciones y fondos públicos. Se espera que las ONGs continúen colaborando con movimientos comunitarios, fortaleciendo alianzas locales para mejorar la resiliencia de las comunidades vulnerables ante futuras crisis.

## **CONTEXTO ACTUAL DE LAS ONGS EN BRASIL**

En la actualidad, las ONGs en Brasil juegan un papel clave en la sociedad, aunque enfrentan un entorno político y económico complejo. La polarización política, el aumento de la desigualdad y la crisis económica han hecho que muchas organizaciones enfrenten retos en cuanto a financiamiento y



sostenibilidad. Además, el aumento de la deforestación en la Amazonía y la amenaza a los derechos de los pueblos indígenas han impulsado a muchas ONGs a adoptar un rol más activo en la defensa del medio ambiente y los derechos humanos.

Aunque no siempre reciben el reconocimiento que merecen, estas entidades sin fines de lucro, conocidas como ONGs (Organizaciones No Gubernamentales), están formalizadas en el país y abarcan una variedad de tipos, incluyendo asociaciones, fundaciones privadas y organizaciones religiosas. Esta clasificación está establecida por el Código Civil y la Ley 13.019/14 (Oliveira & Godói-de-Sousa, 2016).

Las ONGs operan en diversas áreas, como educación, salud, medio ambiente y derechos humanos. Su impacto es significativo, contribuyendo al desarrollo social, la promoción de la ciudadanía y la defensa de causas importantes en Brasil. Existen aproximadamente 815,676 organizaciones no gubernamentales (ONGs), y estas instituciones sin fines de lucro están presentes en todas las ciudades del país. (Bonin Martins & Theiss, 2022).

Incluso en Taquaral, en el interior de São Paulo, hay al menos tres de ellas. El Estado de São Paulo lidera en número de ONGs registradas, y la región Sudeste concentra la mayor cantidad de estas organizaciones. La ciudad de São Paulo, en particular, tiene el mayor número de ONGs, totalizando 50,021 (Mello & Pereira, 2023). Por otro lado, Roraima y la región Norte tienen la menor presencia de ONGs en el país.

Las fuentes de financiamiento para las organizaciones sociales y del tercer sector en Brasil son diversas. Las cuatro principales son:

Dinero público: El Gobierno Federal, a través del Mapa de las OSCs, destinó 12,900 millones de reales a las ONGs en todo el país en 2018.

Ingresos comerciales (generación de ingresos propios): Las ONGs también obtienen recursos a través de actividades comerciales.



Donaciones individuales: En 2020, las donaciones individuales ascendieron a 10,300 millones de reales.

Donaciones corporativas: Aunque relativamente pequeñas, las donaciones de empresas clasificadas como “inversionistas sociales” también contribuyen.

Además, los títulos de capitalización vendidos por empresas en la modalidad de filantropía representaron 1,480 millones de reales en 2020.

Es importante destacar que el conocimiento sobre los ingresos de las ONGs en Brasil aún es incompleto. Los detalles sobre la generación de ingresos comerciales y los rendimientos de activos, como alquileres y fondos patrimoniales, son escasos. Mientras tenemos más información sobre organizaciones institucionalizadas con CNPJ, las organizaciones informales, como colectivos y movimientos, siguen siendo poco estudiadas (FONIF, 2022).

En su mayoría, las ONGs brasileñas son entidades privadas, sin fines de lucro, que surgen del deseo de grupos interesados en abordar desafíos colectivos. Curiosamente, una de cada tres ONGs brasileñas está involucrada en actividades religiosas, aunque solo el 17.4% de ellas están formalmente constituidas como organizaciones religiosas. El área de desarrollo y defensa de derechos e intereses es la más representativa, seguida por cultura y recreación, asistencia social, educación e investigación, asociaciones patronales y profesionales, y salud.

#### *Tipos de ONGs en Brasil: una descripción*

Asociaciones sin fines de lucro: Representan la mayoría de las ONGs brasileñas. Estas asociaciones están formadas por grupos de personas con una causa común. Actúan en diversas áreas, como educación, salud, medio ambiente, cultura y asistencia social. En total, existen 660,010 asociaciones en todo el país, lo que significa que 4 de cada 5 ONGs brasileñas son asociaciones.



Organizaciones religiosas: Aunque menos numerosas, siguen siendo significativas. Hay casi 142,000 organizaciones religiosas en todo el país, creadas por instituciones vinculadas a iglesias. Sin embargo, su actividad principal no es religiosa, sino social. Estas organizaciones promueven acciones dirigidas a la comunidad, como asistencia a personas en situación de vulnerabilidad, proyectos educativos y de salud.

Fundaciones privadas: Representan una parte menor de las ONGs brasileñas, con solo 12,211 instituciones de este tipo. Para crear una fundación privada, se requiere un patrimonio inicial que dará origen a la institución. Estas fundaciones desempeñan un papel importante en áreas como investigación, cultura, desarrollo social y educación.

La baja cantidad de fundaciones no es sorprendente, ya que su creación requiere recursos sustanciales. En Brasil, muchas fundaciones operan proyectos en lugar de simplemente donar dinero, lo que refleja nuestra cultura específica de filantropía, donde muchas fundaciones surgen como parte de las estrategias de responsabilidad social de empresas del sector privado.

Institutos: Es interesante mencionar que los “institutos” no existen formalmente en la ley; simplemente son un “nombre comercial” utilizado por muchas ONGs, empresas y organismos públicos.

## ACCIONES DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LAS ORGANIZACIONES DEL TERCER SECTOR

Cuando hablamos de la participación de las organizaciones del tercer sector en la generación de acciones de Responsabilidad Social, nos referimos a su visión más allá de simplemente buscar generar impactos positivos en el público al que atienden. La Responsabilidad Social implica que la organización social respete valores éticos y considere a las personas, las comunidades y el medio ambiente en su actuación general (Lopes, 2004).



En este contexto, aunque las organizaciones pertenecen al tercer sector, tienen múltiples responsabilidades sociales. No solo deben cumplir con las disposiciones legales (trabajo, económicas, fiscales y ambientales), sino también contribuir al bienestar de sus miembros y de la comunidad en la que operan (Pinheiro, 2006). Algunos aspectos clave de la responsabilidad social empresarial incluyen:

Mejora de la calidad de vida y protección del medio ambiente: Las organizaciones con propósito social deben esforzarse por reducir su impacto ambiental y promover prácticas sostenibles. Además, pueden contribuir a la calidad de vida de las personas mediante acciones concretas (Coelho, 2019).

Generación de empleo inclusivo: Ofrecer oportunidades de trabajo a grupos marginados o sectores desfavorecidos es una forma de responsabilidad social. Esto beneficia no solo a los empleados, sino también a la comunidad en general.

Educación y capacitación: Las empresas pueden invertir en programas educativos y de formación profesional para mejorar el entorno social. Esto contribuye al desarrollo de habilidades y al crecimiento personal de las personas.

Participación local: Colaborar en la solución de problemas locales es esencial. Esto puede incluir apoyo a viviendas, escuelas, guarderías y otras iniciativas comunitarias.

## **EL DESARROLLO DE ESTRATEGIAS DE RESPONSABILIDAD SOCIAL ORGANIZACIONAL EN ONGS EN BRASIL**

Las organizaciones sociales pueden ayudar a áreas menos desarrolladas del país mediante inversiones y proyectos que beneficien a la comunidad en su conjunto. También promueven el desarrollo de otros emprendedores sociales y comerciantes locales. Una buena estrategia de Responsabilidad Social Organizacional (RSO) para una ONG en Brasil debe



incluir una serie de acciones que promuevan el impacto social positivo, la sostenibilidad y la transparencia. Aquí algunos elementos clave que deben formar parte de esa estrategia:

Enfoque en la Misión y los Beneficiarios: Toda acción debe estar alineada con los objetivos principales de la ONG, impactando directamente en las comunidades o causas que buscan apoyar. Involucrar a las comunidades beneficiadas en la planificación y ejecución de proyectos para asegurar que las iniciativas realmente respondan a sus necesidades.

Transparencia y Rendición de Cuentas: Las ONGs que deseen desarrollar estrategias de responsabilidad social organizacional existosas deben publicar informes anuales de actividades, logros y desafíos, demostrando cómo se utilizan los recursos. Además de medir el impacto social de las acciones para demostrar resultados tangibles y realizar auditorías financieras y operativas para asegurar la correcta administración de fondos.

Sostenibilidad y Cuidado Ambiental: Implementar acciones que minimicen el impacto ambiental de las actividades de la ONG, como la reducción de residuos, el uso responsable de los recursos naturales, y la adopción de energías limpias. Así como integrar proyectos que busquen la conservación de los ecosistemas y la lucha contra el cambio climático, que son temas relevantes en Brasil.

Compromiso con la Diversidad y la Inclusión: Asegurarse de que las iniciativas promuevan la igualdad de género, la diversidad étnica y la inclusión de grupos marginados (por ejemplo, comunidades indígenas, afrodescendientes, LGBTQ+). Crear programas que fortalezcan los derechos y oportunidades de grupos con vulnerabilidad social dentro de la organización y en la comunidad.

Involucramiento de Stakeholders: Establecer alianzas con el sector privado y el gobierno para lograr mayor alcance y apoyo financiero, siempre preservando los principios de la ONG. Fomentar programas de voluntariado



corporativo para que empleados de empresas puedan contribuir con su tiempo y habilidades en proyectos de la ONG. Además de promover la participación de los ciudadanos y otras organizaciones de la sociedad civil en las iniciativas de la ONG.

Capacitación y Desarrollo de Talento: Desarrollar programas de capacitación continua para el personal y los voluntarios en temas como derechos humanos, sostenibilidad, gestión de proyectos, y habilidades de liderazgo. Impulsar programas educativos y de capacitación para las comunidades atendidas, buscando mejorar su autosuficiencia y empoderamiento.

Innovación Social: Apoyar iniciativas emprendedoras dentro de las comunidades que promuevan soluciones a problemas sociales o ambientales. Es decir, contribuir y apoyar el emprendimiento social.

Uso de tecnología: Integrar tecnologías digitales y herramientas innovadoras para mejorar la eficiencia de los proyectos y aumentar su impacto.

Comunicación y Sensibilización: Organizar campañas que concienticen al público sobre los temas que la ONG aborda (como la pobreza, la salud, la educación, etc.), tanto en línea como fuera de línea. Esto involucra el informar claramente sobre los logros y desafíos de la ONG, tanto a donantes como al público en general.

## **INSTRUMENTOS RELACIONADOS CON LA MEDICIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EN ORGANIZACIONES PRIVADAS Y DEL TERCER SECTOR EN LATINOAMÉRICA**

En el ámbito de la Responsabilidad Social Organizacional (RSO), las acciones que una empresa realiza para generar un impacto positivo en la sociedad no siempre cuentan con los instrumentos adecuados para su medición. Por lo tanto, es esencial comprender las diversas formas en que las organizaciones pueden evaluar su nivel de RSO.



Para abordar esta necesidad, se han estudiado internacionalmente diversos instrumentos de medición. En el contexto de esta investigación, se utilizó un enfoque basado en cuatro dimensiones clave: Recursos Humanos, Producción, Marketing y Finanzas. Además, este enfoque se comparó con otros ya existentes.

#### *Método DERES (Uruguay)*

Propone tres herramientas mediante las cuales las organizaciones pueden evaluar su nivel de Responsabilidad Social Empresarial (RSE):

Manual de Autoevaluación de Responsabilidad Social: Este manual busca un análisis interno de la organización para evaluar su desempeño en áreas de RSE y su grado de desarrollo. Cubre cuatro áreas de evaluación:

Condiciones del entorno laboral y empleo: Evalúa aspectos como accidentes laborales, enfermedades profesionales, condiciones ambientales, inversión en prevención, salud y seguridad, participación de la fuerza laboral por género, capacitación y desarrollo profesional, transparencia en la información, libertad sindical, estructura salarial, despidos, planes de jubilación, familia y percepciones colectivas e individuales.

Marketing Responsable: Evalúa consideraciones sobre la opinión del cliente, procesos de reclamación, relaciones en la cadena de suministro, investigación y desarrollo, marketing y comunicación.

Protección del Medio Ambiente: Considera el compromiso de la empresa con prácticas ambientales sostenibles y la minimización del impacto ambiental.

Apoyo a la Comunidad: Incluye políticas de apoyo a la comunidad, asignación de recursos, voluntariado y participación.

***FUNDEMAS (Salvador):***

La Fundación Empresarial para la Acción Social propone nueve áreas de Responsabilidad Social Empresarial:

**Análisis del propósito de la organización desde su misión y visión:** Se refiere a la definición clara de los objetivos y propósitos de la empresa, así como a la visión a largo plazo.

**Valores Éticos:** Implica la adhesión a principios morales y éticos en todas las operaciones de la empresa.

**Lugar de Trabajo:** Se refiere a las condiciones laborales, seguridad, bienestar y desarrollo de los empleados.

**Derechos Humanos:** Incluye el respeto a los derechos fundamentales de todas las personas, dentro y fuera de la organización.

**Evaluación de metodologías de Marketing:** Evalúa cómo la empresa se comunica con sus clientes y considera sus necesidades y opiniones.

**Medio Ambiente:** Se refiere al compromiso de la empresa con prácticas sostenibles y la minimización de impactos ambientales.

**Comunidad:** Involucra acciones que benefician a la comunidad local, como programas sociales, voluntariado y apoyo a proyectos sociales.

**Política Pública:** Considera la participación de la empresa en cuestiones de interés público y políticas sociales.

**Gobernanza:** Se refiere a la transparencia, rendición de cuentas y buenas prácticas de gestión.

Esta metodología aborda estas áreas al considerar que son esenciales para que las empresas y organizaciones actúen de manera responsable y contribuyan positivamente a la sociedad.

*Instituto Ethos (Brasil):*

El Instituto Ethos, con sede en Brasil, se dedica a promover la responsabilidad social empresarial. Sus herramientas de gestión tienen como objetivo apoyar y orientar a las empresas en la incorporación de prácticas y conceptos de RSE, así como en los procesos de gestión empresarial. Estas herramientas permiten que las empresas evalúen y gestionen los impactos económicos, sociales y ambientales de sus actividades. El Instituto Ethos ha desarrollado una herramienta que consta de un cuestionario de autodiagnóstico de gestión empresarial y un sistema en línea para obtener informes. Estos informes permiten la planificación y gestión de metas relacionadas con la responsabilidad social empresarial (RSO) y la sostenibilidad (Instituto, 2018).

La actual generación de los Indicadores Ethos, en constante mejora, adopta un nuevo enfoque para la gestión empresarial. Busca integrar los principios y comportamientos de la RSO con los objetivos de sostenibilidad, basándose en el concepto de negocios sostenibles y responsables, aún en desarrollo. Además, estos indicadores están más alineados con las directrices de informes de sostenibilidad de la Global Reporting Initiative (GRI), la Norma de Responsabilidad Social ABNT NBR ISO 26000, el CDP y otras iniciativas relevantes.

Pero, que se considera desde el Instituto Ethos negocio sostenible y responsable, bien se refieren a una actividad económica que busca generar valor no solo financiero, sino también ético, social y ambiental. Los resultados de este negocio se comparten con las partes interesadas. La producción y comercialización se organizan de manera que se reduzca continuamente el consumo de recursos naturales y servicios ecosistémicos. El objetivo es conferir competitividad y promover el desarrollo sostenible de la sociedad (Fontes, 2018).

Los Indicadores Ethos para Negocios Sostenibles y Responsables se centran en evaluar el grado de incorporación de la sostenibilidad y la



responsabilidad social en los negocios. Ayudan en la definición de estrategias, políticas y procesos. Es importante destacar que esta herramienta no tiene como objetivo medir el desempeño de las empresas ni reconocerlas como sostenibles o responsables, sino más bien orientar el progreso en esta dirección.

Los indicadores Ethos consideran los siguientes aspectos:

Gestión estratégica y financiera: Esto incluye la historia, los principios y valores, la estructura y el funcionamiento, y la gobernanza corporativa.

Propuesta de valor organizacional: Aborda la visión de la empresa, el diálogo con las partes interesadas y los indicadores de desempeño (económico, social y ambiental).

Además, el Instituto Ethos ofrece un localizador de herramientas en línea que facilita el acceso a información actualizada sobre prácticas de gestión en áreas como valores y transparencia, relaciones con el público interno, medio ambiente, comunidades, gobierno y sociedad, así como procesos de planificación estratégica y operativa.

Los Indicadores Ethos son una herramienta interna de autoevaluación y aprendizaje. Ayudan a las empresas a evaluar sus prácticas de RSO y compararlas con otras organizaciones. También contribuyen a la planificación estratégica y al monitoreo del desempeño.

Desde 2010, el Instituto Ethos ha ampliado y mejorado sus indicadores, adaptándolos al contexto de la responsabilidad empresarial en América Latina. A través del Programa Latinoamericano de Responsabilidad Empresarial (PLARSO), han consolidado la experiencia regional y creado un nuevo modelo de indicadores. Este modelo permite que las organizaciones identifiquen su posición y avancen en su compromiso con la RSO (Oliveira, 2006).



## CONCLUSIONES

Implementar acciones de Responsabilidad Social Organizacional (RSO) puede ser un catalizador para el crecimiento y desarrollo de una ONG. Estas acciones, al alinearse con los principios éticos y sociales, no solo generan un impacto positivo en la comunidad, sino que también fortalecen la sostenibilidad y la reputación de la organización.

Las ONGs que aplican principios sólidos de RSO son vistas como organizaciones transparentes, éticas y responsables. Esto aumenta la confianza de los donantes, voluntarios y socios, pues una buena reputación abre puertas a nuevas alianzas con otras ONG, empresas, e incluso organismos gubernamentales, lo que puede traducirse en más recursos y oportunidades de expansión.

Las empresas buscan colaborar con organizaciones que comparten sus valores sociales y ambientales. Una ONG que implemente acciones de RSO atraerá más fácilmente patrocinadores y donantes corporativos. Los gobiernos y organismos internacionales también prefieren apoyar proyectos con un enfoque sostenible y ético, lo que podría facilitar la obtención de subvenciones.

Las acciones de responsabilidad social, como la inclusión, la capacitación, y la participación activa de los empleados, generan un ambiente de trabajo motivador y comprometido. Los voluntarios y empleados se sienten más alineados con una organización que promueve valores éticos y sociales, lo que reduce la rotación de personal y mejora el desempeño.

Al incorporar prácticas sostenibles y éticas, la ONG puede asegurar la continuidad de sus programas a largo plazo. Esto no solo fortalece su presencia en la comunidad, sino que garantiza que los beneficios sociales o ambientales sean duraderos. Además, las alianzas con empresas que practican la RSO pueden multiplicar el alcance de los programas, ya que esas empresas suelen proporcionar recursos técnicos y financieros adicionales.



Una ONG que se preocupa por la inclusión y la participación comunitaria gana la confianza y el apoyo de las comunidades locales. Esto facilita la ejecución de proyectos y genera una red de apoyo más amplia. Las acciones de RSO también sensibilizan a la sociedad sobre las causas que promueve la ONG, lo que puede atraer a más personas interesadas en colaborar, ya sea como donantes, voluntarios, o defensores de la causa.

Implementar prácticas sostenibles, como la eficiencia energética, el uso responsable de recursos y la reducción de residuos, no solo mejora la reputación de la ONG, sino que también reduce costos operativos a largo plazo. Las iniciativas de emprendimiento social, dentro del marco de la RSO, pueden generar ingresos adicionales que contribuyan a financiar las actividades de la ONG.

La responsabilidad social organizacional (RSO) fomenta la innovación al animar a las ONGs a buscar soluciones creativas y efectivas para enfrentar problemas sociales y ambientales. Además, una organización que implementa prácticas responsables está mejor preparada para adaptarse a cambios regulatorios o sociales, manteniéndose relevante y competitiva.

Al posicionarse como una ONG ética y responsable, la organización puede acceder a nuevas audiencias, especialmente aquellas interesadas en el impacto social y ambiental, como la generación más joven o consumidores conscientes. La RSO también permite a la ONG internacionalizar sus operaciones o colaborar con entidades internacionales que buscan organizaciones con un fuerte compromiso con la sostenibilidad.

Implementar políticas de transparencia y rendición de cuentas, fundamentales en una estrategia de RSO, mejora la gobernanza interna de la ONG. Esto contribuye a una toma de decisiones más efectiva y un uso más eficiente de los recursos. Las buenas prácticas de gestión también atraen a



miembros del consejo directivo o asesores de alto nivel que valoran la ética organizacional.

La RSO abre la puerta a colaboraciones con empresas, otras ONGs, universidades y gobiernos, lo que permite compartir conocimientos, recursos y contactos que aceleran el desarrollo de la organización. Estas alianzas permiten que la ONG acceda a nuevas oportunidades de colaboración y financiamiento, lo que facilita su crecimiento.

Para finalizar, es importante mencionar que implementar acciones de responsabilidad social organizacional en una ONG no solo mejora su impacto social y ambiental, sino que también fortalece su capacidad operativa, su reputación, y su sostenibilidad financiera. Este enfoque ético y sostenible genera un ciclo positivo de crecimiento, donde más personas y entidades se sienten atraídas a apoyar su misión.

## AGRADECIMIENTOS

Deseo agradecer a la profesora Yvette Piha Lehman por brindar sus orientaciones en la escritura e inclusión de conceptos relevantes en este artículo.

## REFERENCIAS

Alvarez Solís, F. (2019). Estado, Sociedad Civil y Organizaciones No Gubernamentales en el contexto de la Globalización y la Cooperación Internacional; el caso de El Salvador. *De Raíz Diversa. Revista Especializada En Estudios Latinoamericanos*, 6(11). <https://doi.org/10.22201/ppela.24487988e.2019.11.69854>

Barba Bayas, D. (2015). Responsabilidad Social Empresarial: Estudio de Casos en Riobamba / Corporate Social Responsibility: Case Studies in Riobamba. *CIENCIA UNEMI*, 8(15), 50–58. <https://doi.org/10.29076/issn.2528-7737vol8iss15.2015pp50-58p>



Bonin Martins, B., & Theiss, V. (2022). Capacidade de resiliência organizacional e prestação de contas de entidades do terceiro setor. *Revista Mineira de Contabilidade*, 23(3), 50–62. <https://doi.org/10.51320/rmc.v23i3.1378>

Buitrago P. (2021). Responsabilidad Social Empresarial: Una aproximación a su concepto, teorías y modelos. *Repositorio Institucional Universidad Santo Tomás*.

Coelho, H. M. Q. (2019). Gestão do público interno em duas empresas filiadas ao Instituto Ethos de responsabilidade social empresarial: visão dos trabalhadores, dos gestores de pessoas e dos sindicalistas. *Pensar Acadêmico*, 2(1), 35–52. <https://doi.org/10.21576/rpa.2006v2i1.1041>

Díaz, F. M. R., Contreras, Y. S., & Zúñiga Córtez, H. (2020). Competitividad Y Responsabilidad Social Corporativa. *Revista de Investigación En Ciencias de La Administración*, 3(5).

Donati, P. (1997). El desarrollo de las Organizaciones del Tercer Sector en el proceso de modernización y más allá. *Reis*, 79, 113. <https://doi.org/10.2307/40184010>

Durieux Zucco, F., Machado, J., Morgana Boos de Quadros, C., & Foleto Fiuza, T. (2021). Comunicación en el tercer sector antes y durante la Pandemia COVID 19: estrategias de comunicación en las redes sociales de las ONG de Blumenau, Santa Catarina, Brasil. *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, 52. <https://doi.org/10.12795/ambitos.2021.i52.09>

FONIF- Pedro Mello Alberto; León Viviana & Domeneghetti, D. (2022). A contrapartida do setor filantrópico no Brasil. In Audisa Auditores Associados (Ed.), *Relatório de Pesquisa 2022. Fórum Nacional das Instituições Filantrópicas (FONIF)*.

Fontes, A. D. S. (2018). A responsabilidade social empresarial em questão: o pensamento pedagógico do Instituto Ethos. *Revista Trabalho Necessário*, 3(3). <https://doi.org/10.22409/tn.3i3.p4565>

Gomes, P. E. R. (2023). Estado sociedade e terceiro setor (gestão do terceiro setor). *Cuadernos de Educación y Desarrollo*, 15(12). <https://doi.org/10.55905/cuadv15n12-084>

Instituto, E. (2018). Indicadores Ethos de Responsabilidad social empresarial. In *Mecánica para ingenieros: cinemática*.



Juliana Oliveira / Ministério da Saúde. (2023, March 28). *Brasil chega à marca de 700 mil mortes por Covid-19*. <Https://Www.Gov.Br/Saude/Pt-Br/Assuntos/Noticias/2023/Marco/Brasil-Chega-a-Marca-de-700-Mil-Mortes-Por-Covid-19>.

La responsabilidad social empresarial y el desarrollo sostenible en latinoamerica en tiempos de pandemia. (2022). *Ciencia Latina Revista Científica Multidisciplinar*, 6(1). [https://doi.org/10.37811/cl\\_rcm.v6i1.1507](https://doi.org/10.37811/cl_rcm.v6i1.1507)

Lopes, J. R. (2004). Terceiro setor: a organização das políticas sociais e a nova esfera pública. *São Paulo Em Perspectiva*, 18(3). <https://doi.org/10.1590/s0102-88392004000300007>

Medina, L. , R. J. , & H. A. (2002). Teorías sobre la responsabilidad social de la empresa. *Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas*, 52(799), 1–11. [http://www.economicas.uba.ar/wpcontent/uploads/2017/08/Medina\\_TeorÃ-as\\_sobre\\_la\\_responsabilidad.pdf](http://www.economicas.uba.ar/wpcontent/uploads/2017/08/Medina_TeorÃ-as_sobre_la_responsabilidad.pdf)

Mello, J., & Pereira, A. C. R. (2023). *Texto para Discussão 2891*. Instituto de Pesquisa Econômica Aplicada (Ipea). <https://doi.org/10.38116/td2891-port>

Moreira, R. da S. (2021). Estado e Terceiro Setor: Um caso de complementação ou substituição? *Research, Society and Development*, 10(1). <https://doi.org/10.33448/rsd-v10i1.11768>

Muñoz, C., Arbey, C., Feliu, R., Martin, U., & Cristina, A. (2020). Responsabilidad social empresarial: Estudio sobre la adherencia a Global Reporting Initiative (GRI) en la divulgación de sostenibilidad. *Revista Venezolana de Gerencia (RVG)*, 25(4).

Nathaly, A., Cárdenas, H., & Vargas-Merino, J. A. (2021). Desarrollo de la responsabilidad social en empresas de Latinoamérica. *Newman Business Review*, 7(1).

Oliveira, F. M. de. (2006). Estratégias de responsabilidade social corporativa: um estudo sobre os 231 casos concretos do Instituto Ethos. *Revista Eletrônica de Ciência Administrativa*, 5(1), 1–14. <https://doi.org/10.21529/recadm.20060501004>

Oliveira, E. A., & Godói-de-Sousa, E. (2016). O Terceiro Setor no Brasil: Avanços, Retrocessos e Desafios para as Organizações Sociais. *Revista*



*Interdisciplinar de Gestão Social, 4(3).*  
<https://doi.org/10.9771/23172428rigs.v4i3.10976>

Osorio Mogollón, J., Mogrovejo Andrade, J. M., & Duque, P. (2022). Responsabilidad social empresarial y América Latina: una revisión de literatura. *Equidad y Desarrollo*, 1(40), 5–6. <https://doi.org/10.19052/eq.vol1.iss40.3>

Pinheiro B, L. (2006). Significados do Terceiro Setor: de uma nova prática política a despolitização da questão social. *Sociedade e Cultura*, 9(1), 173–186.

Pinzon, M. C. (2005). el papel de las ong y sus alcances en la responsabilidad social empresarial. *Revista Opera*, 5(5).  
<https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=67550506>

Ramón-Llorens, M. C., Martínez-Ferrero, J., & García-Meca, E. (2021). Los ODS en Latinoamérica: compromiso y relación con la responsabilidad social. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 79.  
<https://doi.org/10.17533/udea.rc.n79a03>

Roitstein F. (2004). La responsabilidad social empresarial en Argentina: tendencia y oportunidades. *Revista Latinoamericana de Administración*, 32, 5–28.

Romo Jiménez, A. M. (2016). Responsabilidad Social Empresarial y su evolución en México. *5º Congreso Nacional de Ciencias Sociales*.

Soares, M. M., Paula, V. A. F. de, & Freitas, V. (2022). Percepção de marca de uma organização do terceiro setor durante a pandemia de COVID-19: caso de ensino. *Desenvolve Revista de Gestão Do Unilasalle*, 11(3).  
<https://doi.org/10.18316/desenv.v11i3.9708>

Vega Osuna, L. A., Reyes Bazúa, X., Inzunza, J. A., Murillo, I., & Pantoja Gómez, V. M. (2023). Responsabilidad social empresarial (RSE) en Latinoamérica, los beneficios de su implementación en Pymes. In *Series de investigación REOALCEI II. Investigación científica e interdisciplinariedad para la transformación de las organizaciones*.  
<https://doi.org/10.38202/seriesinvreocalcei2.7>

Villoria, M., & Jiménez, F. (2021). Rendición social de cuentas en España. El papel de las organizaciones de la sociedad civil en la promoción de buena gobernanza durante la pandemia derivada de la COVID-19. *Revista Española de Ciencia Política*, 57. <https://doi.org/10.21308/recp.57.04>