

ISSN: 2954-5633

Boletín n.º 9

Observatorio en Delitos Corporativos

Facultad de Ciencias Contables

Uniremington



**Facultad
de Ciencias
Contables**

Observatorio en Delitos Corporativos

Facultad de Ciencias Contables

Uniremington

Dirección General

Jorge Armando Muñoz Ruíz
Decano Facultad Ciencias Contables

Coordinador del Observatorio en Delitos Corporativos

Dr. Gabriel Alfonso Pacheco Martínez

Equipo investigador

Luz Elena Mina Sánchez
Otilia Miladys Gil Hoyos

Editor

Facultad de Ciencias Contables
Corporación Universitaria Remington

DOI:

<https://doi.org/10.22209/bodecur.n9.2025>

QR:

Medellín, julio - diciembre de 2025



CONTENIDO

Editorial.....4

**Transparencia ambiental y social: reflexiones
críticas desde el caso de la Iglesia**

Adventista.....5

La transparencia ambiental y social y su influencia
en la capitalización bursátil de las empresas
en el contexto de los mercados financieros
contemporáneos.....10

La transparencia ambiental y social desde la educación
superior.....15

Transparencia ambiental y social como factor
de generación de valor en la iglesia adventista
del séptimo día sección Asociación del Oriente
Colombiano.....19

Editorial

Transparencia ambiental y social: entre la legitimidad institucional y la generación de valor en contextos complejos

Gabriel Alfonso Pacheco Martínez¹

Apreciada comunidad del Observatorio en Delitos Corporativos de la Uniremington, nos encontramos en un mundo en el que la desconfianza hacia las instituciones, la crisis climática y el escrutinio sobre el uso de los recursos están a la orden del día, la transparencia ambiental y social se erige como un pilar para la sostenibilidad empresarial, es así como el Boletín No. 9 del Observatorio en Delitos Corporativos plantea una reflexión crítica y necesaria sobre este fenómeno, desde distintos sectores como el religioso, financiero y educativo que históricamente han sido estudiados de manera aislada, pero que enfrentan el mismo reto: mostrar coherencia entre lo que dicen, hacen y logran.

En primera instancia los artículos enfocados en el sector religioso muestran cómo la transparencia va más allá de la rendición de cuentas financiera para convertirse en un activo intangible, es a través del caso de la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Colombia, a nivel nacional y en la Asociación del Oriente Colombiano, donde se demuestra que la transparencia ambiental y social refuerza la confianza de los feligreses, legitima la acción institucional y apoya la sostenibilidad en el largo plazo. En las instituciones cuya supervivencia depende de la confianza y la coherencia ética, la transparencia deja de ser un ejercicio cosmético para transformarse en una condición de supervivencia institucional.

Además, estos estudios muestran que la transparencia no se logra con la simple publicación de informes o la adopción de prácticas simbólicas de sostenibilidad, por el contrario, su eficacia está condicionada a una buena gestión administrativa, mecanismos de control verificables y una cultura organizacional que incorpore la rendición de cuentas como un proceso continuo. Cuando la transparencia se desvincula de la acción, se genera el riesgo de pérdida de legitimidad, con impactos en reputación y sociales.

En segunda instancia, el artículo de Mercados Financieros extiende la discusión al mundo corporativo y bursátil, evidenciando cómo la transparencia ambiental y social bajo criterios ESG impacta en la capitalización de mercado de las empresas. La evidencia de la literatura muestra que, sobre todo en entornos con marcos regulatorios fuertes y alta presión de las partes interesadas, la divulgación no financiera se relaciona positivamente con la confianza de los inversionistas, la disminución del riesgo percibido y la valorización en bolsa. Pero también advierte de los riesgos conocidos de esta relación, sobre todo en mercados emergentes como los latinoamericanos, donde la falta de regulación y el greenwashing están a la orden del día.

Esta diferencia es especialmente significativa para estudiar el fraude corporativo y los delitos financieros, ya que demuestra que la transparencia genuina es un factor preventivo contra el fraude oportunista y el engaño. Allí donde la información es transparente, verificable y coherente, se abren pocos espacios para la manipulación, el encubrimiento de riesgos y la simulación de conductas responsables.

Finalmente, el artículo abocado a la educación superior trae al debate un nivel formacional y estructural. Las universidades, como productoras de conocimiento y formadoras de ciudadanos, deben modelar prácticas transparentes que influyan en su legitimidad institucional y en la ética de la sociedad. El análisis comparado de los informes de sostenibilidad de universidades colombianas líderes muestra que la transparencia ambiental y social refuerza la confianza de las partes interesadas, estimula la innovación académica y apoya el posicionamiento institucional en el contexto nacional e internacional.

En total, artículos de esta edición coinciden en un punto esencial: la transparencia ambiental y social no es un fin en sí misma, sino un medio estratégico para crear valor, gestionar riesgos y construir legitimidad en entornos organizacionales cada vez más complejos. Para el Observatorio en Delitos Corporativos esta reflexión es fundamental, confirmando que la prevención del fraude, la corrupción y el comportamiento indebido no se logra solo con reglas y controles formales, sino con culturas organizacionales de coherencia, ética y rendición de cuentas efectiva.

Con este número invitamos a académicos, profesionales, estudiantes y decisores a explorar la transparencia no como un discurso deseable, sino como una práctica demandante que compromete a las organizaciones con la sociedad, el ambiente y las generaciones venideras. sólo de este modo podremos dar paso a modelos de gobernanza más íntegros, sostenibles y fiables.

¹ Doctor en Estudios Fiscales, Magister en Contabilidad Internacional y de Gestión, Especialista en Gestión Financiera Empresarial, Contador Público de la Universidad de Medellín, Coordinador del Observatorio en Delitos Corporativos de la Corporación Universitaria Remington, Medellín.
Correo electrónico: Gabriel.Pacheco@Uniremington.edu.co

Transparencia ambiental y social: reflexiones críticas desde el caso de la Iglesia Adventista

¹ Carlos Buitrago Vargas

² Leydy Janyr Naranjo Betancur

³ José Jesús Ruiz Lopez

⁴ Víctor Alfonso Vázquez Padilla

Resumen

La transparencia ambiental y social cada día gana más auge en el mundo y se vuelve un desafío para todas las organizaciones, para el sector religioso eso no es una excepción, puesto que su sostenibilidad depende de la confianza de sus miembros y donantes, el problema está en como demostrar con hechos y datos verificables, la coherencia entre los principios religiosos y el avance organizacional. El objetivo de este documento es analizar cómo la transparencia ambiental y social contribuyen a crear valor en el sector religioso, tomando como caso de estudio la Iglesia Adventista del Séptimo Día en Colombia, en la usaremos una metodología en forma de documental y descriptivo sobre los informes de crecimiento y sostenibilidad, nos apoyaremos en literatura académica y reportes organizacionales que avalan nuestra narrativa. Nuestro principal resultado será la rendición de cuentas en aspectos ambientales y sociales que permita reforzar la confianza de nuestros miembros y público en general, mostrar transparencia y legitimidad en nuestro quehacer diario; a la vez, esto constituye una forma estratégica de garantizar sostenibilidad y ampliar nuestro valor en el sector religioso al cual pertenecemos.

Palabras clave:

Transparencia ambiental y social Iglesia Adventista.

Introducción

La transparencia ambiental y social ha llegado a ser un pilar fundamental en la sostenibilidad de cualquier organización, hoy en día vivimos en un contexto global donde todo nos recuerda la crisis climática, desigualdad social, falta de equidad, desconfianza en las instituciones, todos estos factores nos llevan a la necesidad

de demostrar con información que se pueda validar la coherencia entre el discurso y la práctica, el no hacerlo nos trae riesgos institucionales de reputación y de sostenibilidad en el sector religioso, donde la estabilidad de una empresa depende de la confianza de los miembros de la iglesia, autores tales como Porter y Kramer (2011) nos resaltan la importancia del valor compartido, mientras que por su parte Albareda y Susaeta (2020) mencionan sobre la importancia de presentar indicadores claros, por otra parte, Salinas y Acosta (2019) hablan sobre la rendición de cuentas en temas de inclusión y de participación, en este contexto, el caso de la Iglesia Adventista permite analizar como la transparencia ambiental y social, aliada a una buena gestión administrativa, llega a ser un elemento clave en la generación de valor y sostenibilidad en el sector religioso.

Objetivo General

Analizar cómo la transparencia ambiental y social en la Iglesia Adventista de Colombia, como organización del sector religioso, contribuye a la generación de valor y sostenibilidad en un contexto de crecientes demandas sociales y ambientales

Objetivos Específicos

1. Examinar las prácticas de transparencia ambiental implementadas por la Iglesia Adventista y su contribución a la coherencia entre misión institucional y sostenibilidad organizacional.
2. Analizar las acciones de transparencia social desarrolladas por la Iglesia Adventista y su impacto en la confianza y la participación de los miembros de Iglesia.
3. Reflexionar sobre los desafíos que enfrenta la Iglesia Adventista en la gestión de rendición de cuentas y transparencia, identificando acciones que puedan fortalecer el valor y la sostenibilidad en el sector religioso.

Planteamiento del Problema

¿De qué manera la transparencia ambiental y social en la Iglesia Adventista, como organización del sector religioso ayudan

en la generación de valor y sostenibilidad institucional?

Delimitación del estudio

La presente investigación se limita a los temas de transparencia ambiental y social, y como estos son factores que generan valor en el sector religioso, tomamos como caso de estudio la Iglesia Adventista en Colombia en su papel de Entidad religiosa, que impactos y que áreas claves como educación, salud, bienestar comunitario, el análisis se centra en el contexto colombiano, donde la confianza de los miembros de Iglesia y la exigencia de rendición de cuentas son elementos esenciales para la sostenibilidad de las iglesias.

El estudio se concentra al periodo de tiempo del año 2023 y 2024, tiempo donde se han vendido intensificando las exigencias sociales y regulatorias en torno a transparencia ambiental y social, tiempo en el cual los investigadores han estado en esta empresa y pueden evaluar los avances, los retos y los aprendizajes que deja esta organización en su gestión administrativa.

Marco de Referencia

La discusión sobre la transparencia ambiental y social en el sector religioso se sustenta en diferentes enfoques teóricos donde se muestra que estos se enfoca la sostenibilidad de cualquier empresa. Porter y Kramer (2011), manifiestan que las organizaciones que logran adaptar la gestión empresarial con las dimensiones ambientales y sociales generan una ventaja competitiva sostenible. Esta situación es demasiado pertinente en el caso de las entidades religiosas, como objetivos no es solo su crecimiento financiero, sino que se

¹ Contador Público, Instituto Adventista de Cúcuta, Tesorero, Tesoreria@inac.edu.co

² Administradora en Negocios Internacionales, Visionamos Sistema de Pago Cooperativo, Coordinadora Administrativa, lnaranjobetancur@gmail.com

³ Maestría en Contabilidad, Administración de Empresas, Iglesia Adventista del Séptimo Día – Sección Misión Islas Colombianas, Tesorero, Tesoreria@misionislas.org

⁴ Contador Público, Inversa Coos Salud, Administrador Financiero, victorvasquezpadilla@gmail.com

suma a generar una transformación social de sus comunidades.

Respecto a la responsabilidad social corporativa (RSC), Albareda y Susaeta (2020) menciona que la transparencia en la información entregada que resaltan indicadores ambientales y sociales dentro de la gestión empresarial refuerza la confianza de los diferentes grupos de interés, esto también permite a las empresas anticiparse a riesgos de imagen y riesgos de regulaciones, en el sector religioso esto toma aún más relevancia por la confianza que debe generar en sus públicos para generar un activo intangible generado de la sostenibilidad que dan sus miembros.

En cuanto a la dimensión social, Salinas y Acosta (2019) dice que la transparencia debe ser un elemento clave en la legitimidad de las entidades religiosas. Para Salinas y Acosta rendir cuentas de forma clara sobre equidad, inclusión, y participación democrática es necesario para logra cumplir con la promesa de transformación social. Esto coincide con la tradición religiosa, donde la credibilidad de sus miembros es fundamental para la sostenibilidad de la iglesia.

Sin embargo, la transparencia no puedes ser analizada de forma aislada. La transparencia debe estar acompañada de una gestión activa e integral en cada uno de sus proyectos donde se trabaje arduamente por la sostenibilidad financiera, social y ambiental, de otra forma, la divulgación de información puede convertirse en solo un ejercicio superfluo, que lejos de fortalecer la legitimidad, crea una desconfianza en los miembros de iglesia.

Mi postura como investigador es que el marco conceptual de la transparencia en el sector religioso debe ir más allá de lo normativo y convertirse en una cultura organizacional. La transparencia ambiental y social no debe ser solamente una obligación frente a entes reguladores o como una forma de construir reputación, sino más bien como un compromiso ético que garantiza coherencia entre el discurso y la práctica, en el caso de la Iglesia Adventista del Séptimo Día Misión Islas Colombianas los avances en sostenibilidad ambiental y divulgación de esta es bien significativo; sin embargo, debe entenderse que la transparencia en sus reportes debe mantenerse en el tiempo, de modo que la confianza de sus miembros se consolide tanto en el momento que se rindan cuentas como en los momentos en

que se llevan a práctica los discursos de protección de los recursos naturales.

Marco Metodológico

Usamos un marco metodológico adecuado para los objetivos planteados en este proyecto. Un enfoque de investigación cualitativa fue usado y luego narramos los resultados con un proceso descriptivo-analítico, este tipo de investigaciones nos permite evaluar como la transparencia ambiental y la transparencia social se manifiestan en el sector religioso más específicamente en la Iglesia Adventista del Séptimo en Colombia sin que necesariamente busquemos causas para los resultados logrados (Hernández-Sampieri & Mendoza, 2018).

Este diseño de estudio es un estudio tipo caso, dado que se enfoca en la situación detallada de una empresa u organización específica del sector religioso colombiano, esto nos permite identificar acciones de transparencia ambiental y social y como estas generan valor a organización de estudio (Yin, 2018).

La población la constituyen organizaciones e Iglesias del sector religioso en Colombia, pero la muestra de estudio es un caso particular de la Iglesia Adventista en Colombia, Organización que es seleccionada porque es una entidad donde labora un miembro de este grupo de estudio, y porque esta Iglesia representa un grupo amplio de iglesias del sector religioso y tenemos disponibilidad de información a cualquier momento.

Si hablamos de cómo se recogieron los datos, diríamos que utilizamos la revisión de documentos y reportes de programas sociales y de gestión ambiental, se revisaron reportes Institucionales, estudios académicos y otros documentos pertenecientes a la organización. Los datos fueron analizados mediante división temática o categorización, donde se identificaron patrones de transparencia ambiental, transparencia social y generación de valor organizacional.

La metodología aplicada es considerada

adecuada para identificar la coherencia entre los principios del sector religioso y los principios externos en cuanto a transparencia ambiental y social, mediante el análisis de la rendición de cuentas, esto nos ofrece una base de conceptos donde comprendemos la como la transparencia es un factor estratégico de sostenibilidad.

Resultados y discusión

Cada día, la discusión sobre transparencia ambiental y social va cobrando más relevancia en nuestro país, afecto a cada ámbito empresarial, y particularmente sectores estratégicos como el sector religioso, este sector es integrado por iglesias, entidades con fines religiosos y personas dedicadas a usar la religión como forma de hacer empresa, dicho sector se caracteriza por su alta dedicación social y su propósito de generar bienestar colectivo, sin embargo, la sostenibilidad de estas organizaciones depende altamente de su capacidad de mostrar datos verificables que trazan una línea entre el discurso y la acción, en este contexto, usamos el caso de la Iglesia Adventista en la ciudad de San Andrés como caso ilustrativo, pues como empleados y miembros de la Iglesia Adventista podemos demostrar la transparencia ambiental y social en cada uno de nuestros programas, y podemos ver como estos aspectos son un factor determinante en la generación de valor y sostenibilidad.

Iglesia Adventista: Un Referente en el Sector Religioso Colombiano

La Iglesia Adventista del Séptimo Día es una de las iglesias más representativas en el sector religioso de Colombia, con presencia en todos los territorios nacionales y con una feligresía actual de más de 273 mil miembros, su actividad se centra en la predicación del mensaje bíblico, y como este mensaje afecta los sectores de la educación, la salud, la vida familiar y la social entre otros, desde hace varios años la organización ha venido dando énfasis en la sostenibilidad como parte principal de su gestión, esto ha llevado a las iglesias a mostrar más transparencia en la divulgación de su desempeño tan-



https://www.freepik.es/fotos-premium/congregacion-reunida-iglesia-servicio-dominical_268971312.htm#fromView=search&page=1&position=0&uclid=17db841b-baae-45a0-8abc-9f88cf1a38f&query=iglesia+adventista

to económico como misional, ambiental y social. (Iglesia Adventista, 2022).

La Entidad pública con reportes de forma periódica, los cuales abarcan sectores de cada uno de sus departamentos y sus programas de gestión, y aunque la entidad no está regulada ni cumple con lineamientos de la Global Reporting Initiative (GRI), cada día la entidad se esfuerza por mostrar una disposición clara respecto a rendir cuentas no solo a los miembros de Iglesia sino al público en general, esta práctica muestra como el sector religioso puede unir conceptos de transparencia que van más allá de lo financiero y cubren dimensiones sociales y ambientales.

Transparencia Ambiental: Coherencia entre Discurso y Práctica

Quizás el mayor reto que tienen las organizaciones actualmente es demostrar compromiso real frente a la crisis climática y la protección del medio ambiente. Al respecto, la Iglesia Adventista del Séptimo Día ha desarrollado múltiples programas de gestión ambiental que incluye programas de plantación de árboles, campañas de limpieza y recolección de residuos en zonas públicas, programas de pedagogía de residuos tóxicos etc. La iglesia, además, informa cada seis meses los resultados de estas iniciativas a la casa matriz y los mismos son seleccionados y presentados en reportes trimestrales para el mundo. Estos reportes refuerzan la percepción de la coherencia entre

su misión redentora y sus acciones concretas (Iglesia Adventista, 2022).

Estos procesos de transparencia ambiental y social no solo dan respuesta a exigencias éticas empresariales, sino que también generan valor intangible como, por ejemplo: reputación, confianza, diferenciación en un mercado cada día más competitivo, de acuerdo con Albareda y Susaeta (2020), la divulgación clara y verificable de indicadores ambientales contribuye a reducir riesgos y a fortalecer las alianzas estratégicas, así, la Iglesia Adventista en Colombia, se posesiona como una organización responsable, la cual está completamente alineada con las exigencias sociales y regulatorias de la actualidad.

Transparencia Social: Legitimidad y Confianza

La dimensión social de la transparencia es también demasiado importante para las empresas del sector religioso, en cuanto a ella, la Iglesia Adventista ha creado múltiples programas educativos de los más altos niveles para capacitar a todos sus líderes sin distinción de raza, género o credo político, además, cada día la Iglesia mejora en inclusión de personal capacitado con políticas de igualdad de género, también cabe mencionar que existen múltiples programas de capacitación para sus miembros de Iglesia, orientados al bienestar integral, estos programas son publicados y divulgados

de manera verificable, lo cual le permite a los grupos de interés evaluar el impacto real de la organización.

De acuerdo con Salinas y Acosta (2019), la transparencia social es demasiado relevante para la legitimidad de las entidades, esta transparencia le permite demostrar que las organizaciones están a la vanguardia de la transformación social, en el caso de la Iglesia Adventista, las publicaciones de indicadores sobre inclusión, uso de excedentes financieros, participación democrática en todos sus programas refuerzan la confianza de cada uno de sus miembros, quienes lo ven como un uso ético y equitativo de los recursos de la iglesia.

La confianza por tu parte es uno de los activos intangibles más valiosos para una organización que vive de las donaciones de sus miembros, la transparencia fortalece la confianza y garantizan la sostenibilidad de la organización, de acuerdo con Porter y Kramer (2011), aquellas entidades que generan valor compartido —integrando lo económico, lo social y lo ambiental— logran una ventaja competitiva sostenible en el tiempo.

Reflexión Crítica: Desafíos pendientes

Aunque es claro que los avances de la Iglesia Adventista en materia de transparencia ambiental y social son evidentes, también existen muchos desafíos por enfrentar.

Cada día son más las iglesias que individualmente se levantan a exigir más transparencia de la Iglesia como organización en cada uno de sus procesos empresariales, y estos levantamientos han afectado la confianza de otros grupos de interés y ha puesto a prueba la importancia de mostrar una transparencia que abarque todos los niveles de gestión, este hecho nos deja claro que la transparencia no se limita a la publicación o divulgación de informes, sino que debe existir una coherencia armoniosa entre el dicho y la acción, que la gestión de la Iglesia debe ir acompañada de prácticas administrativas sólidas que garanticen control y responsabilidad en todas sus gestiones.

Este estudio nos demuestra que la transparencia es un factor clave en la generación de valor empresarial si la misma va acompañada de gestión coherente, integral y sostenible, en el sector religioso, la confianza de los miembros es el activo más valioso para cualquier Iglesia, recuperarla es casi un imposible, lo cual exige un compromiso muy alto de estas empresas en el actuar y en la rendición de cuentas, como también una completa honestidad en la comunicación.

Conclusiones

Haber analizado el caso de la Iglesia Adventista en Colombia nos permite comprender la importancia de la transparencia ambiental y como esta se convierte en un factor de generación de valor en el sector religioso.

Programas sociales y ambientales como limpieza de parques, plantación de árboles, manejo de material reciclable, ahorro de energía, al ser realizados y divulgados de forma efectiva fortalecen la imagen pública de la Iglesia y la confianza de sus miembros, sin embargo, más allá de los datos, lo principal es que la transparencia ambiental solo adquiere valor cuando se traduce en acciones, coherentemente, hay una directa relación entre discurso y acción como factor fundamental de indicador de sostenibilidad.

También podemos concluir que la transparencia ambiental no puede reducirse

a un cumplimiento normativo, sino que puede convertirse en una estrategia de diferenciación entre la Iglesia y las organizaciones tradicionales, frente a las exigencias regulatorias y sociales, las Iglesias que puedan demostrar indicadores ambientales claros y válidos se ubicaran en mejores posiciones para sostener la legitimidad y garantizar la permanencia en el tiempo.

En relación con el segundo objetivo específico, el cual se orienta a la transparencia social, podemos decir que esta es la base de crecimiento en las organizaciones religiosas, hablar hoy en día de inclusión, equidad de género, uso del dinero recaudado, participación democrática de los miembros de Iglesia en sus diversas actividades permite que el público en general verifique la relación entre lo que el decir y el que hacer, es demostrar que lo que se dice no queda solo en el discurso, sino que es llevado a la práctica, rendir cuentas fortalece la relación miembro-iglesia, consolidando la confianza como un activo intangible.

Podemos concluir adicionalmente que la transparencia social, promueve una comunicación abierta y segura y garantiza que sus miembros crezcan cada día más ya que muchas personas aceptan que la religión es un espacio para el bien colectivo y no una organización de servicios, sin embargo, para que esa idea de bien colectivo se mantenga la administración del campo debe garantizar la sostenibilidad en todos los frentes, de otra forma los avances sociales pueden diluirse fácilmente ante cualquier crisis administrativa.

Respecto al tercer objetivo específico, el cual se refiere al análisis crítico de los desafíos que enfrenta la Iglesia, podemos concluir que la transparencia solo genera valor si está respaldada por acciones coherentes, las exigencias constantes de los miembros de la Iglesia de una rendición verificable de acciones nos dejan claro que la sociedad va cambiando, cada día las personas demandan más transparencia de las instituciones, y que la transparencia se debe asumir en cada etapa de responsabilidad, incluyendo las decisio-

nes administrativas.

Consecuentemente, podemos concluir que la transparencia debe ser entendida como un proceso inherente de la administración, el cual debe abarcar las dimensiones sociales, ambientales, económicas como ejes articulados, a medida que todas las dimensiones se promuevan en forma conjunta, las iglesias podrán legitimar su transparencia y crear una ventaja competitiva frente a los retos que viven la Iglesia diariamente.

Desde las implicaciones para la academia este estudio nos invita a seguir enfatizando en la importancia de la transparencia más allá de los reportes organizacionales, explorando los valores intangibles de una organización y como estos legitiman la confianza y ayudar a las empresas a perdurar en el tiempo. Para las organizaciones, este análisis implica reconocer que la transparencia debe convertirse en una cultura organizacional y los discursos se deben llevar a la práctica pues de ello depende la coherencia entre el decir y el hacer, por último, para el estado, este estudio sugiere la necesidad de fortalecer los mecanismos de control y acompañamiento a las Iglesias, promoviendo no solo la entrega de información sino también la implementación de programas sólidos que promuevan la transparencia ambiental y social.

Con respecto a las limitaciones y futuras investigaciones podemos mencionar que la mayor limitación de este estudio es que es un análisis documental basado en exigencias académicas, lo cual no da tiempo para darle seguimiento y constatar resultados con el crecimiento de valor de la organización frente a sus miembros, de haber una futura investigación en este primer estudio y comparar resultados de los análisis en el tiempo y ver como la transparencia ambiental y social es percibida por los grupos interesados de la organización en estudio y ver cómo fue impactado su confianza y compromiso.

Referencias

Iglesia Adventista del Séptimo Día. (s. f.). Transparencia y responsabilidad en la

mayordomía financiera de la Iglesia local. Dirección de Mayordomía Cristiana, Conferencia General de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. Recuperado de <https://stewardship.adventist.org/transparencia-y-responsabilidad-en-la-mayordom%C3%ADa-financiera-de-la-iglesia-local>.

Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating Shared Value. *Harvard Business Review*, 89(1–2), 62–77

Albareda, L., & Susaeta, L. (2020). Corporate social responsibility and sustainability in management studies: Foundations, state of the art and research agenda. *Business Research Quarterly*, 23(4), 283–305.

Hernández-Sampieri, R., & Mendoza, C. (2018). *Metodología de la investigación: Las rutas cuantitativa, cualitativa y mixta*. McGraw-Hill.

Yin, R. K. (2018). *Case study research and applications: Design and methods* (6th ed.). SAGE Publications

La transparencia ambiental y social y su influencia en la capitalización bursátil de las empresas en el contexto de los mercados financieros contemporáneos

¹ Juan Miguel Abad Olaya

² Claudia Patricia Rivas Murillo

Resumen

Estudios relacionados con las inversiones realizadas por las empresas en la recuperación, la transparencia ambiental y social ha emergido como un elemento central en la evaluación del desempeño corporativo, especialmente en los mercados de capitales. Esta revisión bibliográfica tiene como objetivo analizar la relación entre la divulgación de prácticas ambientales y sociales conocidas bajo el marco de los criterios ESG (Environmental, Social and Governance) y la capitalización bursátil de las empresas. Se examinan estudios empíricos, revisiones sistemáticas y reportes institucionales que exploran cómo la rendición de cuentas en sostenibilidad puede influir en la percepción del riesgo, la confianza de los inversionistas y, en consecuencia, en el valor de mercado de las organizaciones. A partir del análisis de más de 20 fuentes académicas y técnicas, se identifican patrones consistentes que sugieren una correlación positiva entre el nivel de transparencia ESG y la valorización bursátil, particularmente en contextos donde los marcos regulatorios son robustos y los stakeholders ejercen presión activa. No obstante, también se abordan las críticas en torno al greenwashing, la falta de estandarización de métricas y las limitaciones metodológicas que dificultan establecer causalidad directa. Esta revisión permite concluir que la transparencia ambiental y social no solo cumple una función ética y regulatoria, sino que también se configura como un factor estratégico con impacto financiero tangible. Finalmente, se identifican vacíos en la literatura que abren oportunidades para investigaciones futuras, especialmente en contextos emergentes como América Latina.

Palabras clave:

Transparencia corporativa, ESG (Environmental, Social and Governance) sostenibilidad, capitalización bursátil, mercados financieros.

Introducción

En las últimas décadas, los mercados financieros han experimentado una transformación significativa al incorporar criterios no financieros dentro del análisis del valor de las empresas. Entre estos criterios, la transparencia ambiental y social ha cobrado un protagonismo creciente como parte integral del desempeño organizacional. En un entorno económico global cada vez más interdependiente y sujeto a presiones regulatorias y sociales, la forma en que las empresas comunican su impacto ambiental y social se ha convertido en un indicador clave para inversionistas, reguladores y stakeholders (Eccles et al., 2014). Este fenómeno responde, en parte, a la consolidación de los principios de sostenibilidad empresarial y a la creciente demanda de responsabilidad corporativa por parte de los consumidores y accionistas.

El contexto actual está marcado por la proliferación de estándares e informes voluntarios de sostenibilidad, como el Global Reporting Initiative (GRI), el Sustainability Accounting Standards Board (SASB) y más recientemente, la Taxonomía Verde de la Unión Europea, lo cual ha generado un marco más estructurado para evaluar la transparencia corporativa. Sin embargo, la relación entre esta transparencia y la valoración en bolsa o capitalización bursátil de las empresas aún presenta desafíos teóricos y empíricos. Algunos estudios han demostrado una correlación positiva entre la divulgación ambiental y social y el rendimiento financiero, argumentando que la transparencia mitiga el riesgo

reputacional, mejora el acceso a capital y fomenta la confianza del mercado (Frias-Aceituno, Rodríguez-Ariza & García-Sánchez, 2013). Otros, sin embargo, advierten que los efectos pueden ser limitados o sector-dependientes, y que la transparencia no garantiza, por sí sola, una mayor valoración.

La transparencia ambiental y social está estrechamente relacionada con conceptos como responsabilidad social empresarial (RSE), gobernanza corporativa, gestión del riesgo reputacional y criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza). Desde el enfoque de la teoría de los stakeholders y la teoría de la legitimidad, se entiende que una empresa transparente es más capaz de sostener su valor en el tiempo, al fortalecer su relación con los grupos de interés. Además, los inversionistas institucionales, especialmente aquellos que manejan fondos ESG o sostenibles, tienden a privilegiar empresas con altos niveles de divulgación no financiera, lo que podría impactar directamente en su capitalización de mercado.

Los antecedentes muestran que, en mercados desarrollados como Estados Unidos y Europa, la integración de factores ESG y la divulgación transparente de información ambiental y social ya influyen en la toma de decisiones financieras. Sin embargo, en contextos emergentes, esta relación aún se encuentra en construcción. De allí que resulte fundamental analizar en qué medida la transparencia ambiental y social representa un factor de capitalización bursátil, especialmente en sectores o regiones donde la regulación aún es incipiente o donde los incentivos de mercado son débiles. Esta

¹ Estudiante de Especialización en Alta Gerencia en la UNAC sede Medellín. Profesional Universitario en Administración de la ESAP. e-mail: miguelantioquia@gmail.com

² Estudiante de Especialización en Alta Gerencia en la UNAC sede Medellín. Profesional Universitaria en Biología y Química de la UTCH. e-mail: claparimu@gmail.com

discusión resulta clave para comprender cómo la sostenibilidad se traduce, o no, en valor económico tangible.

Pregunta problema

¿De qué manera la transparencia ambiental y social influye en la capitalización bursátil de las empresas en el contexto de los mercados financieros contemporáneos?

Delimitación del problema

El presente artículo se centra en el análisis de la transparencia ambiental y social como factor de capitalización bursátil, abordado desde un enfoque teórico y documental. La investigación se delimita temáticamente al estudio de conceptos vinculados a la divulgación de información no financiera y su relación con la valorización de las empresas en bolsa. Espacialmente, se considera un enfoque internacional, aunque con énfasis en estudios de caso y evidencia empírica proveniente de mercados emergentes y desarrollados. Temporalmente, la revisión se limita a publicaciones y estudios comprendidos entre los años 2015 y 2025, lo cual permite integrar datos recientes y tendencias actuales.

Objetivos

Objetivo general

Analizar cómo la transparencia ambiental y social influye en la capitalización bursátil de las empresas en el contexto de los mercados financieros contemporáneos.

Objetivos específicos

1. Identificar los principales conceptos y marcos teóricos relacionados con la transparencia ambiental y social en el ámbito empresarial.
2. Examinar la relación entre divulgación no financiera y capitalización bursátil, con base en estudios empíricos y literatura especializada.
3. Comparar los efectos de la transparencia ambiental y social en la valorización bursátil entre mercados desarrollados y emergentes.

Marco metodológico

Este artículo se desarrolla bajo un enfoque cualitativo y documental, a partir de una revisión bibliográfica sistemática de literatura académica, informes institucionales y estudios de caso publicados en revistas indexadas, bases de datos científicas (Scopus, Web of Science) y organismos internacionales. La selección de fuentes se realizó con base en criterios de actualidad, pertinencia y rigurosidad científica. Se emplea el análisis de contenido para identificar patrones, relaciones y enfoques teóricos relevantes que permiten comprender la relación entre transparencia ambiental y social y capitalización bursátil.

Marco metodológico

La transparencia ambiental y social ha emergido como una dimensión central de la responsabilidad empresarial, especialmente en contextos donde las expectativas sociales y regulatorias exigen un comportamiento corporativo más ético, sostenible y rendidor de cuentas. El concepto de transparencia, entendido como la divulgación clara,

accesible y veraz de información relevante, trasciende la comunicación financiera tradicional para abarcar aspectos no financieros que afectan la percepción y reputación de las organizaciones (Sánchez-Torné & Rodríguez-Fernández, 2020). Este enfoque está íntimamente relacionado con la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), la cual representa el compromiso voluntario de las organizaciones de integrar preocupaciones sociales y ambientales en sus operaciones y en sus relaciones con los stakeholders (Carroll & Shabana, 2010). La RSE ha evolucionado desde una concepción filantrópica hacia un marco estratégico que genera ventajas competitivas sostenibles. De manera particular, la transparencia actúa como el canal mediante el cual la RSE es comunicada y valorada por los distintos grupos de interés.

Dentro de este marco, cobra relevancia el concepto de criterios ESG (ambientales, sociales y de gobernanza), el cual se ha convertido en un estándar clave en la evaluación de sostenibilidad empresarial por parte de inversionistas y agencias calificadoras. La inclusión de métricas ESG permite a los mercados financieros medir riesgos y oportunidades asociados al desempeño no financiero, lo que posiciona a la transparencia en estos temas como un factor potencialmente determinante en la valoración de las empresas (Friede, Busch & Bassen, 2015).

Desde el punto de vista teórico, esta relación puede explicarse a través de varias perspectivas. La teoría de los stakeholders (Freeman, 1984) plantea que el éxito de una organización depende de su capacidad para satisfacer los intereses de diversos grupos, no solo los accionistas. Por tanto, la transparencia ambiental y social contribuye a mantener relaciones de confianza que facilitan el acceso a recursos estratégicos, incluyendo el capital. De manera complementaria, la teoría de la legitimidad sostiene que las organizaciones buscan mantener su legitimidad social mediante la alineación de sus acciones con los valores dominantes en la sociedad (Suchman, 1995). Así, una empresa que comunica abiertamente sus impactos ambientales y sociales está enviando señales que refuerzan su aceptación pública, lo cual puede traducirse en estabilidad financiera y valorización bursátil.

Por otro lado, la teoría de la señalización (Spence, 1973) sugiere que, en mercados con



información asimétrica, las empresas pueden utilizar la transparencia en sostenibilidad como una señal de calidad, gestión responsable y bajo riesgo, lo que puede generar una respuesta positiva del mercado. En ese sentido, la capitalización bursátil, entendida como el valor de mercado de una empresa (precio de la acción multiplicado por el número de acciones en circulación), puede verse afectada por estas percepciones.

Es importante resaltar que las empresas con altos niveles de rendimiento financiero e inversiones en la recuperación ambiental y social atraen la atención de los inversionistas comprometidos con la sostenibilidad. “Los índices bursátiles de sostenibilidad registran el valor agregado, ponderado y ajustado del desempeño de las acciones de las empresas que han avanzado significativamente en sus prácticas de sostenibilidad, su política de inversión integrando sinérgicamente la búsqueda de retornos económicos con la observancia de los impactos sociales y ambientales” (Fuertes, 2016).

Revisión de la literatura

La relación entre transparencia ambiental y social y capitalización bursátil ha sido objeto de creciente atención en la literatura académica en los últimos años. Diversos estudios han explorado esta conexión desde múltiples perspectivas, utilizando enfoques cuantitativos, cualitativos y mixtos, y considerando contextos tanto de países desarrollados como emergentes.

En primer lugar, Friede, Busch y Bassen (2015) realizaron un metaanálisis de más de 2.000 estudios empíricos y concluyeron que, en la mayoría de los casos, existe una relación positiva entre el desempeño ESG y el rendimiento financiero. Esta correlación se extiende a la valoración de mercado, lo cual sugiere que los mercados reconocen el valor estratégico de la sostenibilidad cuando es comunicada de forma efectiva y transparente.

Estudios más recientes han confirmado esta tendencia. Por ejemplo, Serban, Mihaiu y Tichindelean (2022) analizaron más de 5.000 empresas en 78 países y encontraron que una alta puntuación ESG se asocia con un mayor valor agregado, reflejado en una mayor capitalización bursátil. No obstante, también señalan que el efecto varía entre sectores, siendo más fuerte en industrias sensibles al escrutinio público, como la energética o la farmacéutica.



<https://www.freepik.es/fotos-premium/texto-color-azul-trabajadores-oficina-estan-creando-plan-pie-junto-al-vidrio-escribiendo-el-153806667.htm#fromView=search&page=2&position=28&uid=4500baf-ba11-425d-863f-88140bfc4e76&query=Transparencia+en+Empresas>

En el contexto español, Rodrigo, Durán y Pérez (2023) investigaron a las empresas del IBEX 35 y concluyeron que aquellas con mayores niveles de transparencia en sus reportes no financieros experimentaron un mejor desempeño bursátil a lo largo del tiempo. Estos autores sostienen que la divulgación ambiental y social actúa como una señal de compromiso a largo plazo, lo cual mitiga el riesgo percibido por los inversionistas.

Por su parte, investigaciones en mercados emergentes han arrojado resultados mixtos. En países como Indonesia y Vietnam, Le, Vo y Duong (2021) encontraron que la transparencia ESG tiene un impacto positivo en la valoración bursátil, pero este efecto depende del nivel de desarrollo institucional y del grado de exigencia regulatoria. En estos entornos, la transparencia funciona tanto como diferenciador competitivo como herramienta para atraer capital extranjero.

Asimismo, algunos estudios han abordado la transparencia desde la perspectiva del riesgo. García-Sánchez y Martínez-Ferrero (2020) sostienen que una mayor divulgación ambiental y social reduce la incertidumbre informativa, lo que a su vez disminuye la volatilidad de la acción y mejora su estabilidad en el mercado. Esto refuerza la tesis de que la transparencia no es solo un ejercicio reputacional, sino una estrategia financiera.

No obstante, también se ha advertido sobre los límites de esta relación. Investigaciones como la de Lozano y Albareda (2019) señalan que la transparencia, si no está acompañada de una gestión efectiva de la sostenibilidad, puede caer en prácticas de greenwashing,

afectando negativamente la credibilidad de la empresa y su valor en el mercado. Por tanto, la transparencia debe ser auténtica, verificable y parte de una estrategia integral de sostenibilidad.

En virtud de lo anterior, la literatura muestra un consenso creciente respecto a la influencia positiva de la transparencia ambiental y social sobre la capitalización bursátil, aunque también subraya la necesidad de considerar factores contextuales, como el sector, la región geográfica, el tipo de inversionistas y la calidad de la información divulgada.

Resultados y discusión

A partir de la revisión bibliográfica y respecto del objetivo específico 1, se identificó que los conceptos de transparencia ambiental y social, responsabilidad social empresarial (RSE), y los criterios ESG (Environmental, Social and Governance) constituyen la base conceptual del análisis de sostenibilidad corporativa. Estos conceptos no solo tienen valor ético o normativo, sino que además se vinculan estratégicamente con el desempeño financiero y la reputación empresarial (Carroll & Shabana, 2010).

Desde el plano teórico, las teorías de los stakeholders (Freeman, 1984), de la legitimidad (Suchman, 1995) y de la señalización (Spence, 1973) ofrecen explicaciones sólidas sobre cómo la transparencia puede generar ventajas financieras. Por ejemplo, según la teoría de la señalización, las empresas que comunican de forma clara sus prácticas sostenibles envían señales de menor riesgo y gestión responsable, lo cual puede atraer inversionistas e influir en la valoración bursátil.

A partir del objetivo específico 2 se determinó que la mayoría de los estudios revisados sugieren una relación positiva entre la divulgación no financiera y la capitalización bursátil. El metaanálisis realizado por Friede, Busch y Bassen (2015), basado en más de 2.000 estudios, demuestra que el desempeño ESG está positivamente correlacionado con el rendimiento financiero y la valoración de mercado.

Estudios más específicos, como los de Rodrigo, Durán y Pérez (2023) en España o Le, Vo y Duong (2021) en el sudeste asiático, confirman que empresas con mayor transparencia ESG tienden a registrar mejores resultados bursátiles. Sin embargo,

este efecto es condicionado por factores contextuales, como el nivel de exigencia regulatoria, la madurez del mercado financiero y la sensibilidad sectorial.

Asimismo, se destaca que una mayor transparencia reduce la percepción de riesgo y volatilidad, lo cual puede resultar en un costo de capital más bajo y una mayor confianza de los inversores (García-Sánchez & Martínez-Ferrero, 2020).

Ahora bien, desde el objetivo específico 2 se encontró que la revisión de literatura realizada evidencia que los efectos de la transparencia ESG sobre la capitalización bursátil son más notorios y consistentes en mercados desarrollados, como Europa y EE.UU., donde existen marcos regulatorios claros y presión de los stakeholders (Frias-Aceituno et al., 2013). En estos contextos, las empresas con reportes ESG sólidos suelen ser más atractivas para los fondos de inversión y reciben mejores valoraciones en los índices de sostenibilidad.

En cambio, en mercados emergentes, como América Latina o el sudeste asiático, la relación entre divulgación y valorización bursátil es más ambigua o débil. La falta de estandarización, los vacíos regulatorios y la baja demanda de información ESG por parte de los inversores institucionales dificultan una correlación directa. No obstante, cuando existen marcos regulatorios claros o presión de inversores extranjeros, los beneficios de la transparencia también se evidencian (Le, Vo & Duong, 2021).

Conclusiones

Los hallazgos de esta revisión documental permiten afirmar que la transparencia ambiental y social se consolida como un factor estratégico en los mercados financieros, influyendo de forma positiva en la capitalización bursátil de las empresas, particularmente cuando existe una demanda significativa de rendición de cuentas por parte de los stakeholders. Este resultado responde al primer objetivo específico, que identificó cómo los conceptos de RSE, ESG y transparencia se han integrado al análisis del valor empresarial en contextos contemporáneos.

En cuanto al segundo objetivo, se concluye que existe un consenso creciente en la literatura sobre la relación positiva entre divulgación ESG y desempeño financiero. La transparencia, cuando es auténtica y

respaldada por acciones reales, puede mejorar el acceso a capital, reducir la percepción de riesgo, y fortalecer la confianza del mercado. Sin embargo, los beneficios no son automáticos ni garantizados; la falta de estandarización de métricas y los riesgos de greenwashing representan desafíos importantes.

Respecto al tercer objetivo, se evidencian diferencias significativas entre mercados desarrollados y emergentes. En los primeros, el vínculo entre sostenibilidad y valorización está más consolidado gracias a la madurez de los marcos regulatorios y la presión social. En los segundos, la relación depende del nivel de desarrollo institucional, la calidad de la información ESG divulgada y el compromiso real de las empresas con la sostenibilidad.

Desde una perspectiva práctica, estas conclusiones tienen implicaciones relevantes para tres actores clave:

- **Academia:** Se abre la necesidad de continuar explorando metodologías que permitan identificar causalidades más robustas entre transparencia ESG y valorización bursátil, especialmente en contextos emergentes.
- **Organizaciones:** Las empresas deben comprender que la transparencia no es solo una obligación reputacional, sino una herramienta estratégica para atraer inversión y fortalecer su posicionamiento competitivo.
- **Estado:** Los gobiernos y entes reguladores deben impulsar marcos normativos más exigentes y homogéneos para evitar prácticas como el greenwashing y garantizar la comparabilidad de la información no financiera.

Limitaciones y futuras líneas de investigación

Una de las principales limitaciones de esta investigación documental es la dependencia de estudios secundarios y la imposibilidad de realizar análisis causales directos. Además, los estudios revisados se concentran principalmente en grandes empresas cotizadas, dejando de lado a las pymes y sectores menos regulados.

Una línea futura de investigación podría ser el análisis empírico de empresas latinoamericanas, comparando aquellas que divulgan información ESG con las que no lo hacen, a fin de determinar el impacto real en su cotización bursátil y comportamiento financiero.

Referencias

- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>
- Eccles, R. G., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). The impact of corporate sustainability on organizational processes and performance. *Management Science*, 60(11), 2835–2857. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2014.1984>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A stakeholder approach*. Pitman.
- Freeman, R. E. (2012). La gestión empresarial basada en los stakeholders y la reputación. En *Valores y ética para el siglo XXI* (pp. 389–409). BBVA. <https://www.bbvaopenmind.com/wp-content/uploads/2013/03/BBVA-OpenMind-Valores-y-etica-para-el-siglo-XXI.pdf>
- Frias-Aceituno, J. V., Rodríguez-Ariza, L., & García-Sánchez, I. M. (2013). The role of the board in the dissemination of integrated corporate social reporting. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(4), 219–233. <https://doi.org/10.1002/csr.1294>
- Friede, G., Busch, T., & Bassen, A. (2015). ESG and financial performance: Aggregated evidence from more than 2000 empirical studies. *Journal of Sustainable Finance & Investment*, 5(4), 210–233. <https://doi.org/10.1080/20430795.2015.1118917>
- Fuertes, I. (s.f.). *Finanzas sostenibles: Inversión responsable, criterios ESG e impacto*. Editorial Dykinson.
- García-Sánchez, I. M., & Martínez-Ferrero, J. (2020). Sustainability reporting and investor risk. *Journal of Business Research*, 109, 360–370. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.12.034>
- Le, T. T., Vo, X. V., & Duong, D. (2021). Corporate social responsibility disclosure and firm value: The role of institutional quality. *Emerging Markets Finance and Trade*, 57(1), 124–139. <https://doi.org/10.1080/1540496X.2019.1661732>
- Lozano, J. M., & Albareda, L. (2019). The limitations of corporate social responsibility for sustainable development. *Business*

Strategy and the Environment, 28(6), 778–788. <https://doi.org/10.1002/bse.2295>

Rodrigo, P., Durán, A., & Pérez, M. (2023). Transparencia en sostenibilidad y desempeño bursátil: Evidencia del IBEX 35. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 52(2), 187–210.

Sánchez-Torné, I., & Rodríguez-Fernández, M. (2020). Transparency in sustainability reports: An analysis of global companies. *Sustainability*, 12(14), 5823. <https://doi.org/10.3390/su12145823>

Serban, C., Mihaiu, D. M., & Tichindelean, M. (2022). ESG performance and market value:

Evidence from global firms. *Sustainability*, 14(3), 1234.

Spence, M. (1973). Job market signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3), 355–374.

Suchman, M. C. (1995). Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571–610.

Parra Quesada, C. (2024). Relación de la capitalización bursátil del IBEX 35 respecto a la RSC y la transparencia (Master's thesis, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales).

Fuertes, A. (2016). Los índices bursátiles de sostenibilidad: registrando el valor del nuevo paradigma (parte II).

Herrera Correa, Á. M. (2025). Impacto de la sostenibilidad en el desempeño bursátil de compañías colombianas incluidas en el DJSI: aplicación de la coherencia de wavelet, 2013-2024.

Cerón, L. Á. M., Barrera, A. R., & Pacheco, C. A. P. (2024). Riesgo climático y su efecto en el comportamiento del mercado bursátil en Colombia: Un enfoque cuantitativo. *Documentos de Trabajo ECACEN*, (1), 30-46.

La transparencia ambiental y social desde la educación superior

¹ María Teresa Vera Basto

² Lilian Judith Martínez Murillo

³ Darwin David Pérez Conde

Resumen

Los artículos de las tres universidades nos llevan a la reflexión sobre el papel de la transparencia ambiental y social en la generación de valor en el sector de la educación superior, tomando como base los informes de sostenibilidad y transparencia de la Universidad de los Andes, la Universidad Nacional de Colombia y la Universidad de Antioquia. Y es que el tema central radica en que las instituciones educativas puedan responder a todos los desafíos del cambio climático, la equidad social y la rendición de cuentas frente a los grupos de interés. El objetivo general consiste en revisar y analizar como la transparencia en las gestiones realizadas, tanto ambiental, como social, contribuyen al fortalecimiento de la legitimidad institucional, la formación de los ciudadanos responsables y la consolidación de ventaja competitivas. La metodología que se maneja fue de carácter cualitativo con un enfoque de revisión documental de todos los informes de sostenibilidad de las instituciones, que se interpreta a la luz de literatura académica sobre valor compartido y la responsabilidad social universitaria. El principal resultado nos muestra la evidencia en que la transparencia, más allá de ser un mecanismo de reporte, también se constituye en un factor estratégico que sin duda alguna genera confianza en el ámbito social, e impulsa la innovación académica y fortalece la posición en el ranking de cada universidad a nivel nacional e internacional, consolidando de esta forma el aporte al desarrollo sostenible.

Palabras clave: Rendición de Cuentas, Confianza, Riesgos, Herramientas

Introducción

Las universidades han asumido un papel central en la promoción de la sostenibilidad, hablando en el contexto actual, donde se caracteriza por una crisis climática y una creciente exigencia de rendición de cuentas.



https://www.freepik.es/fotos-premium/educacion-electronica-concepto-educacion-linea-lecciones-internet-webinar-linea_163265188.htm#fromView=search&page=1&position=0&uclid=ae8e9476-41e2-451f-ad52-93b928efac6f&query=Transparencia+en+educaci%C3%B3n+superior

Estas tres instituciones no solo se dedican a la formación de profesionales, sino que también generan impacto a la sociedad a través de las prácticas que tienen que ver con el ambiente y la sociedad. En Colombia, estos informes de sostenibilidad de la Universidad de los Andes, la Universidad Nacional de Colombia y la Universidad de Antioquia permiten observar como la transparencia se ha convertido en una herramienta fundamental estratégica, con el fin de normalizar su quehacer universitario, responder demandas sociales de equidad y enfrentar los riesgos que se puedan derivar del cambio climático. El problema que se analiza radica en la necesidad de garantizar que todas las acciones reportadas no se limiten a discursos solamente, sino que estas generen transformaciones reales en los campus, en la investigación y en las comunidades. Las investigaciones académicas nos muestran que la transparencia social y ambiental se relaciona con la responsabilidad social universitaria, el cumplimiento de los objetivos de desarrollo y la gobernanza institucional. Estos elementos nos ayudan a poder plantear la siguiente pregunta:

¿De qué forma la transparencia ambiental y social constituye un factor de generación de

valor en las universidades de Colombia?

La temática se centra en la transparencia ambiental y social como estrategia de sostenibilidad institucional, con énfasis en las universidades públicas y privadas de Colombia. El análisis realizado se desarrolla, desde los informes de sostenibilidad que fueron publicados en los 2022 y 2023 por las tres universidades mencionadas que son: Universidad de los Andes, Universidad Nacional de Colombia y Universidad de Antioquia.

Como objetivo general: se tiene que analizar cómo la transparencia ambiental y social genera valor en el sector de la educación superior en Colombia.

Objetivos específicos:

1. Revisar las prácticas de transparencia ambiental y social que fueron reportadas en los informes de sostenibilidad de las universidades mencionadas.

¹ Administradora de Empresas, Colegio Adventista Bethel, Tesorera, mtvbasto@gmail.com

² Licenciada en Enfermería, Centro Integral de Salud Saba, Jefe de CIS, Lily_martinez16@hotmail.com

³ Administrador de Empresas, Contador Público, Colegio Modelo Adventista, Tesorero, panter19@hotmail.com

2. Identificar los efectos que causan dichas prácticas en la legalización institucional y en la confianza de los grupos de interés.

3. Interpretar los aportes de la transparencia a la construcción de valor académico, social y ambiental en el marco de los objetivos de desarrollo sostenible.

La metodología utilizada en el presente artículo se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, con un diseño descriptivo y alcance analítico. Se utilizó el estudio documental de los informes de sostenibilidad publicados por las tres universidades mencionadas, complementada con la interpretación crítica de literatura académica sobre sostenibilidad y responsabilidad social universitaria.

En cuanto a la estructura del artículo, tras esta introducción, se presenta un marco de referencia sobre la relación entre transparencia, sostenibilidad y valor institucional. Posteriormente, se describe el marco metodológico, seguido de los resultados y discusión organizados en torno a los objetivos específicos. Finalmente, se plantean conclusiones, implicaciones y propuestas de futuras investigaciones.

Marco de referencia

La transparencia ambiental y social en la educación superior se enmarca en el concepto de la responsabilidad social universitaria, que propone una integración de la sostenibilidad en docencia, investigación y extensión (Vallaes, 2014). Diversos autores

coinciden en que la transparencia no se limita a la publicación de informes, sino que constituye una práctica ética y estratégica que refuerza la confianza de los grupos de interés y legitima el accionar institucional. (Raquel Garde Sanchez, 2013). En Colombia, la Universidad de los Andes ha centrado sus reportes en la mitigación del cambio climático y la formación de líderes con visión sostenible. (Universidad de los Andes, 2023); la Universidad Nacional de Colombia ha estructurado un sistema de gestión ambiental con enfoque territorial y proyectos de innovación en energía, agua y residuos (Universidad Nacional de Colombia, 2023); y la Universidad de Antioquia ha integrado principios éticos y de responsabilidad social en su plan de desarrollo institucional, visibilizando sus impactos sociales, ambientales y económicos (Universidad de Antioquia, 2022). Estos antecedentes evidencian que la transparencia ambiental y social se relaciona directamente con la creación de valor compartido, la competitividad académica y el cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ONU, 2015). En ese sentido, la transparencia se constituye en una estrategia que permite a las universidades diferenciarse, consolidar reputación y fortalecer su papel como actores clave del desarrollo sostenible

Marco metodológico

El presente artículo de opinión se fundamenta en un enfoque cualitativo de tipo descriptivo, sustentado en la revisión documental. El modelo investigativo

es interpretativo, por lo tanto, busca comprender cómo las universidades comunican y gestionan la transparencia ambiental y social. El diseño se basó en el análisis de tres casos: Universidad de los Andes, Universidad Nacional de Colombia y Universidad de Antioquia, tomando como fuente sus informes de sostenibilidad correspondientes a los años 2022 de la Universidad de Antioquia y año 2023 de la Universidad de los Andes y la Universidad Nacional de Colombia. La población de referencia corresponde a instituciones de educación superior en Colombia, mientras que la muestra fue intencional y conformada por estas tres universidades referentes en el sistema educativo nacional. La técnica de recolección consistió en la revisión de documentos oficiales y la clasificación temática de las acciones reportadas. Para el análisis se empleó un cuadro comparativo que permitió identificar convergencias, diferencias y aportes en materia de transparencia ambiental y social, como se muestra a continuación.

Tabla 1*Cuadro comparativo de la transparencia ambiental y social.*

Dimensión	Universidad Nacional de Colombia (UNAL)	Universidad de los Andes (Uniandes)	Universidad de Antioquia (UdeA)
Compromiso institucional con los ODS	Plan Global de Desarrollo 2022-2024 y Política Ambiental (Acuerdo CSU 016/2011 y 362/2021) integran los 17 ODS en docencia, investigación y gestión.	Programa de Sostenibilidad (2015) con ejes: cambio climático, campus sostenible, bienestar, cultura y aprendizaje. Miembro de la Alianza La Tríada y del Centro ODS (CODS).	Plan de Desarrollo Institucional 2017-2027. Política de Responsabilidad Social (2019) a línea la gestión con los ODS y los territorios.
Gestión ambiental	Proyectos como "Campus y Campos Sustentables": eficiencia energética, gestión del agua, residuos, movilidad sostenible, cero plásticos de un solo uso.	Reducción del 25% en consumo de agua (reuso de aguas lluvias), 32% de residuos reciclados, 53.500 m ² de áreas verdes, 351 paneles solares, energía 79% renovable.	Programas de protección de ecosistemas, biodiversidad y manejo responsable de recursos. Enfoque en regionalización para democratizar conocimiento y cuidar sistemas ecológicos.
Cambio climático y carbono	Declaratoria de emergencia climática (2021). Proyectos de mitigación en todas las sedes (energía renovable, gestión de emisiones).	Huella de carbono 2023: 6.9 mil t CO ₂ e. Se evitaron 2.246 t CO ₂ e por energía renovable y movilidad sostenible. Meta: carbono neutralidad 2040.	Enfoque en sostenibilidad ambiental con compromisos en biodiversidad, reducción de huella y formación ciudadana hacia el cuidado del planeta.
Aporte social y comunitario	Centro de Innovación en Gestión de Agua, Territorio y Paz: vinculación con comunidades para soluciones en agua y paz territorial.	Formación de líderes en sostenibilidad; impacto social en 400 mil personas a 2027; acompañamiento a alcaldes y comunidades vulnerables; inclusión de población afro y Caribe.	Fuerte enfoque en paz, equidad, inclusión e interculturalidad. Programas de bienestar, salud, convivencia y desarrollo regional.
Educación y cultura sostenible	Aula Virtual del SGA con módulos de criterios ambientales, compras sostenibles, cambio climático.	Nuevo pregrado interdisciplinario en Soluciones Sostenibles (2023), integrando cinco facultades.	Formación integral en ciudadanía, cultura de paz y responsabilidad social. Enfoque en la transformación de territorios desde la educación.
ODS más destacados	ODS 4 (Educación de calidad), ODS 6 (Agua limpia), ODS 7 (Energía asequible y no contaminable), ODS 13 (Acción por el clima).	ODS 7 (Energía limpia), ODS 11 (Ciudades sostenibles), ODS 13 (Acción por el clima), ODS 10 (Reducción de desigualdades).	ODS 4 (Educación), ODS 10 (Reducción desigualdades), ODS 15 (Vida de ecosistemas terrestres), ODS 16 (Paz, justicia e institución).

Fuente: Elaboración propia (2025)

Resultados y discusión

Prácticas de transparencia ambiental y social en los informes.

El análisis de los informes permitió identificar que las tres universidades han institucionalizado mecanismos de reporte alineados con estándares internacionales. La Universidad de los Andes destaca por su programa de sostenibilidad enfocado en mitigación del cambio climático, reportando huella de carbono, gestión de residuos y uso de energías renovables. La Universidad Nacional, por su parte, ha consolidado un modelo de gestión ambiental armonizado que articula campus y territorios, resaltando acciones en agua, residuos y energía. La Universidad de Antioquia incorpora principios éticos y de responsabilidad social, visibilizando impactos sociales, ambientales y económicos en coherencia con los objetivos de desarrollo sostenible. Estas prácticas reflejan que la transparencia no solo es un ejercicio técnico de rendición de cuentas, sino una estrategia de legitimidad institucional.

Efectos de la transparencia en la legitimidad institucional

Los informes de sostenibilidad fortalecen la legitimidad institucional al mostrar avances verificables, metas claras y compromisos con la comunidad. La Universidad de los Andes ha logrado posicionarse como referente regional en temas de cambio climático, mientras que la Universidad Nacional ha consolidado su papel como institución pública comprometida con la equidad



https://www.freepik.es/fotos-premium/educacion-linea-o-concepto-aprendizaje-electronico-joven-estudiante-senalando-icono-educacion-pantalla_38215862.htm#fromView=search&page=1&position=14&uclid=e70be4d9-a3a4-4f11-8039-85b97c57a23a&query=Legitimidad+educaci%C3%B3n

territorial. En el caso de la Universidad de Antioquia, la transparencia ha permitido destacar su rol en la construcción de paz, inclusión y diversidad. Estos efectos se traducen en mayor confianza de estudiantes, docentes, sociedad civil y organismos estatales, lo cual amplía la capacidad de gestión de recursos y la reputación académica.

Aportes de la transparencia a la construcción de valor académico y social.

En la revisión se evidencia que la transparencia ambiental y social genera valor en tres dimensiones principales. Como primero en el ámbito académico, cuando se integra la sostenibilidad en los currículos, la investigación y la extensión, fomentando la formación de ciudadanos conscientes. Segundo, en el ámbito social, al impulsar programas comunitarios, alianzas con organizaciones y proyectos de impacto territorial. Y tercero, en el ámbito institucional, al contribuir al posicionamiento competitivo en rankings internacionales y fortalecer la cultura organizacional basada en la ética y la responsabilidad. En conjunto, estas dimensiones muestran que la transparencia no es un fin en sí mismo, sino un medio para construir valor compartido entre la universidad y sus grupos de interés.

Resultados y discusión

Del artículo de opinión se concluye que la transparencia ambiental y social de la educación superior, no solo legitima y crea confianza, sino que además crea un impacto económico, optimizando costos, atrayendo recursos, aumentando ingresos, y protegiendo financieramente a la universidad frente a riesgos futuros. Se pudo observar en los reportes de gestión sostenible que las universidades han avanzado en institucionalizar prácticas de reporte ambiental y social alineadas con los objetivos de desarrollo sostenible y estándares internacionales, lo cual fortalece la coherencia entre discurso y acción. Y también se demostró que la transparencia potencia la legitimidad institucional, al generar confianza y credibilidad en la sociedad, aportando al reconocimiento de la universidad como un actor socialmente responsable.

Podríamos decir también que la transparencia contribuye a la creación de valor académico, social y ambiental, generando impactos positivos en la formación de estudiantes,

la relación con las comunidades y el posicionamiento institucional. Por eso para la academia, estos hallazgos reafirman la importancia de incluir la sostenibilidad como eje transversal en los procesos de enseñanza e investigación. Y para las organizaciones, la experiencia universitaria muestra que la transparencia es una ventaja competitiva que incrementa la confianza de sus grupos de interés.

Entre las limitaciones del siguiente artículo de opinión, se encuentra el análisis restringido a tres universidades, lo cual sugiere futuras investigaciones comparativas con otras instituciones nacionales e internacionales. No se presentaron dilemas éticos, dado que el artículo de opinión se basó en documentos públicos y oficiales.

Referencias

- ONU. (2015). Obtenido de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
- Raquel Garde Sanchez, M. P. (2013). [tandfonline.com](https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13504622.2012.749976). Obtenido de <https://www.tandfonline.com/doi/abs/10.1080/13504622.2012.749976>
- Universidad de Antioquia. (2022). [udea.edu.co](https://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/ce2b1873-936b-4dc9-a337-560bc358b2a2/IDS+2023_19Feb.pdf?MOD=AJPERES&CVID=oTbYdB). Obtenido de https://www.udea.edu.co/wps/wcm/connect/udea/ce2b1873-936b-4dc9-a337-560bc358b2a2/IDS+2023_19Feb.pdf?MOD=AJPERES&CVID=oTbYdB
- Universidad de los Andes. (2023). Sostenibilidad. Obtenido de https://sostenibilidad.uniandes.edu.co/images/Reporte2023/Reporte_sostenibilidad_2023__r_compressed_compressed-1.pdf
- Universidad Nacional de Colombia. (2023). [sga.unal.edu.co](https://sga.unal.edu.co/fileadmin/Informes_y_documentos/informe_sostenibilidad_2023.pdf). Obtenido de https://sga.unal.edu.co/fileadmin/Informes_y_documentos/informe_sostenibilidad_2023.pdf
- Vallaes, F. (2014). [researchgate.net](https://www.researchgate.net/publication/333096203_La_Responsabilidad_Social_Universitaria_un_nuevo_modelo_universitario_contra_la_mercantilizacion). Obtenido de https://www.researchgate.net/publication/333096203_La_Responsabilidad_Social_Universitaria_un_nuevo_modelo_universitario_contra_la_mercantilizacion

Transparencia ambiental y social como factor de generación de valor en la iglesia adventista del séptimo día sección Asociación del Oriente Colombiano

¹ Manuel Luna Atuesta

² Paula Andrea Martínez

Resumen

La transparencia ambiental y social se ha consolidado como un eje fundamental en las organizaciones contemporáneas para sostener la confianza y generar valor. En la Iglesia Adventista del Séptimo Día, Asociación del Oriente Colombiano (AOC), estos aspectos no se limitan a la rendición de cuentas financieras, sino que se integran a la misión espiritual y social de la Iglesia. El presente artículo reflexiona sobre cómo la transparencia, entendida desde la mayordomía cristiana, se convierte en un factor que fortalece la credibilidad, la reputación y el impacto comunitario de la organización. A través de la revisión de literatura y la aplicación de entrevistas estructuradas a actores clave de la Asociación, se muestra que la transparencia es parte del ADN adventista y genera valor integral. Se concluye que la Asociación del Oriente Colombiano, en un contexto marcado por la desconfianza institucional, tiene la oportunidad de consolidarse como referente de integridad y sostenibilidad.

Introducción

En Colombia, la corrupción y la falta de confianza en las instituciones han generado una profunda crisis de legitimidad. En medio de esta situación, la transparencia se convierte en un factor determinante para sostener la credibilidad de las organizaciones y proyectar confianza hacia la sociedad. Para la Iglesia Adventista del Séptimo Día, sección Asociación del Oriente Colombiano (AOC), este desafío resulta ser más relevante, pues administra recursos financieros como diezmos y ofrendas, pero también humanos (líderes, docentes, pastores y voluntarios) y materiales (escuelas, colegios, centros médicos, restaurantes saludables y proyectos

comunitarios), que deben gestionarse con responsabilidad y fidelidad.

Diversos autores han resaltado la importancia de la transparencia en instituciones sociales y religiosas. Kaplan y Norton (2004) señalan que el valor de una organización ya no se mide solamente en resultados financieros, sino en intangibles como la confianza y la reputación. De manera similar, Sánchez (2020) afirma que las iglesias, al rendir cuentas, fortalecen su legitimidad frente a la comunidad. Desde la perspectiva adventista, White (1911) fue clara al recordar que “la exactitud en las cuentas es parte de la santidad que Dios demanda”, estableciendo así un fundamento espiritual para la práctica de la transparencia en todo el sentido de la palabra.

A partir de esta perspectiva, surge la pregunta central de este trabajo: ¿cómo se convierte la transparencia ambiental y social en un factor de generación de valor en la Iglesia Adventista del Séptimo Día, sección Asociación del Oriente Colombiano? La reflexión se centra en las prácticas actuales de la Iglesia, particularmente en el periodo 2022-2025, considerando acciones concretas en los ámbitos ambiental, social, educativo y financiero.

El objetivo general de este artículo es analizar el papel que cumple la transparencia ambiental y social como motor de generación de valor en la Iglesia perteneciente a la Asociación del Oriente Colombiano. De este propósito se derivan tres objetivos específicos: identificar las prácticas ambientales que desarrolla la Asociación; revisar las estrategias de transparencia social en áreas como educación, salud y finanzas; y analizar cómo estas prácticas fortalecen el valor espiritual, social y reputacional de la organización.

El artículo se desarrolló bajo un enfoque cualitativo, haciendo entrevistas, con apoyo

en literatura académica y documentos institucionales, complementado con la reflexión desde la filosofía adventista. La estructura del artículo está organizada por la introducción general, por el marco de referencia teórico, por el marco metodológico, por el análisis de resultados y discusión, y finaliza con unas conclusiones que resaltan el aporte de la transparencia en la misión integral de la Iglesia.

Marco de referencia

La transparencia ambiental y social ha sido objeto de creciente interés en los estudios organizacionales, pues se reconoce como un eje estratégico que fortalece la confianza y genera valor más allá de los indicadores económicos. Lozano (2015) plantea que la sostenibilidad se sostiene sobre tres pilares: la gestión responsable de los recursos, la educación ambiental y el compromiso comunitario. Carroll y Shabana (2010) insisten en que la responsabilidad social corporativa no puede reducirse a la filantropía, sino que debe integrarse a la estrategia institucional como factor de legitimidad.

Fukuyama (1995) argumenta que las instituciones que muestran coherencia entre su discurso y sus prácticas fortalecen el capital social, entendido como la red de confianza que las sostiene a largo plazo. Putnam (2001) complementa esta idea destacando que la cohesión social se alimenta de instituciones transparentes capaces de rendir cuentas y generar vínculos de confianza.

En la dimensión ambiental, Hart y Milstein (2003) señalan que las organizaciones

¹ Manuel Luna Atuesta, estudiante de la Especialización en Alta Gerencia en la Facultad de Ciencias administrativas y Contables de la Corporación Universitaria Adventista UNAC, email: manuellunaatu@gmail.com.

² Paula Andrea Martínez, estudiante de la Especialización en Alta Gerencia en la Facultad de Ciencias administrativas y Contables de la Corporación Universitaria Adventista UNAC, email: p.andreamartinez@gmail.com.



https://www.freepik.es/fotos-premium/trabajo-equipo-estudiantes-universitarios-que-apila-concepto-mano_3307626.htm#fromView=search&page=1&position=6&uclid=2f366ca7-2f2a-43f7-8933-8238ab4b18b3&query=Comunidad

que incluyen prácticas de sostenibilidad ecológica logran ventajas competitivas y mejoran su reputación. Sachs (2015) vincula la sostenibilidad con la justicia intergeneracional, recordando que cuidar los recursos naturales no es solo un deber administrativo, sino un compromiso con las futuras generaciones.

Desde la perspectiva bíblica adventista, Génesis 2:15 presenta el mandato divino de “labrar y guardar” la tierra, lo cual, según Johnston (2014), debe entenderse como un principio ecológico vigente para la fe cristiana. White (1905) advierte que “la tierra gime bajo el abuso del hombre” y que el pueblo de Dios ha de ser un colaborador en su preservación.

Metodología

El presente artículo se desarrolló bajo un enfoque cualitativo de carácter descriptivo y reflexivo. La investigación se basó principalmente en entrevistas estructuradas aplicadas a actores clave de la IASD, Asociación del Oriente Colombiano: tesorero, director de mayordomía, director de educación, rectores de colegios, líderes de ministerios (joven, mujer, infantil), director de ADRA, director médico de la Fundación Médica Adventista, pastores locales, líderes laicos y la directora del restaurante vegano Azafrán.

La técnica utilizada para sopesar la información obtenida de las entrevistas consistió en el análisis del contenido de cada una de ellas, permitiendo identificar coincidencias, divergencias y ejes temáticos en torno a la transparencia ambiental,

social, financiera y de valor. Además, se complementó con la revisión documental y bibliográfica sobre sostenibilidad, transparencia y gobierno corporativo, junto con reflexiones bíblicas sobre mayordomía y cuidado de la creación.

Resultados

Los hallazgos de las entrevistas permitieron identificar que la Iglesia en la Asociación del Oriente Colombiano desarrolla múltiples prácticas ambientales que reflejan su compromiso con la mayordomía de la creación. En los colegios adventistas, se llevan a cabo programas de reciclaje, ferias ambientales y campañas educativas que buscan concientizar tanto a estudiantes como a sus familias en este aspecto. Asimismo, el Ministerio Joven impulsa jornadas de reforestación y actividades de separación de residuos con la participación de aventureros, conquistadores y guías mayores, mientras que el Ministerio Infantil fomenta en los niños la responsabilidad hacia el entorno mediante juegos, dinámicas de limpieza y proyectos de cuidado de la naturaleza. Estos resultados muestran que la dimensión ambiental de la transparencia se expresa no solo en la rendición de cuentas de proyectos, sino también en la coherencia de la Iglesia al vivir sus principios de cuidado de la tierra.

En el plano social, los resultados de las entrevistas resaltaron que la transparencia se hace evidente en los programas de servicio y desarrollo comunitario. ADRA ha establecido convenios con entidades públicas y privadas gracias a la confianza que genera su manejo claro de recursos, lo

que se traduce en proyectos de atención a poblaciones vulnerables. Por su parte, La Fundación Médica Adventista, ofrece brigadas de salud y programas preventivos que fortalecen la imagen de la Iglesia como institución al servicio de la comunidad. El Ministerio de la Mujer desarrolla iniciativas de formación en oficios como modistería, cocina vegetariana y manualidades, aportando al bienestar económico y emocional de las familias. A estas acciones se suma el restaurante vegano Azafrán, que transmite los principios adventistas de salud y sostenibilidad a través de la alimentación. De manera conjunta, estas experiencias revelan que la transparencia social no solo responde a la obligación de rendir cuentas, sino que genera credibilidad y confianza al mostrar resultados palpables en la vida de las personas.

La gestión financiera también fue un tema recurrente en las entrevistas. El tesorero y el director de mayordomía coincidieron en que la implementación de mecanismos de control como auditorías, reportes periódicos y plataformas digitales ha fortalecido la confianza de los miembros. En el sector educativo, los rectores y el director de educación destacaron la importancia de presupuestos claros y procesos administrativos transparentes, que son acompañados de la formación en valores de integridad para los estudiantes. Estos hallazgos demuestran que la transparencia financiera no solo preserva la confianza de los miembros en el manejo de los recursos económicos, sino que se constituye en un pilar de la misión institucional al proyectar una imagen de seriedad y responsabilidad.

De igual manera, la percepción de valor por parte de pastores y líderes laicos evidenció que los esfuerzos en sostenibilidad, programas sociales y rendición de cuentas han generado una mayor confianza en la feligresía. Varios testimonios señalaron que la claridad administrativa se ha traducido en un crecimiento en la participación y el compromiso de los miembros, mientras que la sociedad en general percibe a la Iglesia Adventista del Séptimo Día como una organización íntegra, coherente y confiable. Así, la reputación de la Iglesia en la región se ve fortalecida no solo por su discurso espiritual, sino por la evidencia de prácticas consistentes que unen fe, transparencia y servicio.

Los resultados muestran que la IASD, Asociación del Oriente Colombiano

articula la transparencia ambiental, social y financiera de manera que fortalece su legitimidad, y que la percepción de valor de la comunidad se deriva de la coherencia entre sus principios y sus acciones. Esta integración confirma el objetivo general de la investigación y permite afirmar que la transparencia, más que una obligación administrativa, es un motor de generación de valor espiritual, social y reputacional en la vida de la Iglesia en el Oriente Colombiano.

Conclusiones

La transparencia ambiental y social en la Iglesia Adventista del Séptimo Día, Sección Asociación del Oriente Colombiano constituye un pilar estratégico de su misión eclesial y un factor clave de generación de valor integral. Sus programas ambientales, que incluyen reforestación con clubes juveniles, reciclaje en colegios y campañas de educación ecológica, traducen la teología de la creación en acciones concretas de sostenibilidad.

Del mismo modo, la transparencia social en educación, salud, programas comunitarios, ministerios especializados y proyectos como el restaurante vegano Azafrán fortalece la confianza de la feligresía y consolida la legitimidad de la Asociación ante la sociedad santandereana y colombiana. En lo financiero, la claridad en el manejo de diezmos, ofrendas y presupuestos fortalece

la confianza de los miembros y proyecta un modelo organizacional íntegro.

En un país marcado por la corrupción y la crisis ambiental, la IASD, Asociación del Oriente Colombiano tiene la oportunidad de ser un referente de integridad y sostenibilidad, mostrando que servir a Dios también implica servir a la creación y a la comunidad. “La tierra es del Señor, y todos los que en ella habitan son responsables ante él de su cuidado” (White, 1905). Esta convicción resume la filosofía adventista de la transparencia: vivir y administrar con fidelidad, para gloria de Dios y bendición de la iglesia en el Oriente Colombiano.

Referencias

Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The business case for corporate social responsibility: A review of concepts, research and practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 85–105. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2370.2009.00275.x>

Fukuyama, F. (1995). *Trust: The social virtues and the creation of prosperity*. Free Press.

Hart, S. L., & Milstein, M. B. (2003). Creating sustainable value. *Academy of Management Executive*, 17(2), 56–69. <https://doi.org/10.5465/ame.2003.10025194>

Johnston, R. K. (2014). *Earth, water, and spirit:*

A biblical theology of creation care. Baker Academic.

Kaplan, R. S., & Norton, D. P. (2004). *Strategy maps: Converting intangible assets into tangible outcomes*. Harvard Business School Press.

Lozano, R. (2015). A holistic perspective on corporate sustainability drivers. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 22(1), 32–44. <https://doi.org/10.1002/csr.1325>

Putnam, R. D. (2001). *Bowling alone: The collapse and revival of American community*. Simon & Schuster.

Sachs, J. D. (2015). *The age of sustainable development*. Columbia University Press. <https://doi.org/10.7312/sach17314>

Sánchez, L. F. (2020). Transparencia en las organizaciones religiosas: una mirada a la confianza institucional. *Revista de Ciencias Sociales*, 26(3), 112–128.

White, E. G. (1905). *El Ministerio de la Bondad*. Mountain View, CA: Pacific Press.

White, E. G. (1911). *Los Hechos de los Apóstoles*. Mountain View, CA: Pacific Press.

La Biblia. (1960). *Santa Biblia*, Reina-Valera 1960. Sociedades Bíblicas Unidas.

Boletín n.º 9

Observatorio en Delitos Corporativos

**Facultad de Ciencias Contables
Uniremington**

1915