

## **GRUPO DE INVESTIGACIÓN TERCER SECTOR**

### **RESPONSABILIDAD SOCIAL: HACIA EL DISEÑO DE ORGANIZACIONES SOSTENIBLES**

*Alicia Inés Zanfrillo, María Antonia Artola, Raúl Ernesto de Vega, Mariano Morettini, Alejandra Narvarte y Sergio Ezequiel Marisquerena*

El Grupo Tercer Sector abordó inicialmente el estudio de la constitución, actividad económica y modalidades de gestión en las organizaciones asociativas del Partido de General Pueyrredon abordando posteriormente el acceso y uso a su infraestructura tecnológica. En la actualidad, con una mirada más amplia hacia los actores de la comunidad con los que se vinculan este tipo de entidades, se definen tres líneas de trabajo en el marco del desarrollo sostenible, la responsabilidad social -RS- y la reputación corporativa: (i) modelos comunicativos digitales, (ii) calidad de prestaciones informáticas y aplicaciones móviles, (iii) impacto ambiental de las prácticas organizativas mediadas por las tecnologías.

La relación entre desarrollo sostenible y RS es estrecha si bien presentan diferentes objetos de interés. El desarrollo sostenible tiene como objeto de estudio la sostenibilidad de las personas y del planeta según objetivos económicos, sociales y ambientales considerando la proyección futura de tales acciones mientras que la RS atañe a la conducta socialmente responsable de las organizaciones en el cuidado del bienestar de la comunidad y el entorno. La RS como filosofía de gestión tiene en la comunicación un pilar fundamental para dar cuenta de la transparencia de su quehacer a través de información confiable que brinde equilibrio a las interacciones que desarrollan con sus públicos objetivos.

El interés por el desarrollo de la dimensión social en el ámbito empresarial se ha extendido en los últimos tiempos a través de nuevos modelos de gestión que contemplan los efectos de sus acciones en la sociedad. Este modelo se asienta sobre prácticas y políticas de gobierno diseñadas a fin de crear valor bajo la tríada de elementos económicos, sociales y medioambientales que contribuyen a la generación de una posición favorable para las denominadas “empresas sustentables” comprometidas con el bienestar de la comunidad. Este interés se traduce en el desarrollo de acciones comprometidas con el medio ambiente y en la comunicación del impacto de su quehacer a través de las nuevas tecnologías. En los últimos tiempos se advierten además los esfuerzos por realizar una medición de su actividad que les permita diseñar planes de mejora y un uso racional de bienes y recursos.

Un indicador que mide el desempeño ambiental de las organizaciones en su componente energética es la huella de carbono -HC-. Identifica la cantidad de emisiones de gases efecto invernadero que son liberadas a la atmósfera como consecuencia del desarrollo de cualquier actividad identificando las fuentes de emisiones. Para su medición existen diferentes metodologías a nivel internacional entre las que se encuentra el denominado “Método Compuesto de las Cuentas Contables” (MC3) enmarcado en la norma ISO 14.064 del 2006 y creado por Doménech (2007) a partir del trabajo de Rees y Wackernagel (1996) y Wackernagel et al. (2000).

El objetivo general del proyecto consiste en estudiar el nivel de compromiso sobre RS en las organizaciones del medio socio-productivo en la actualidad. Objetivos específicos: (1) analizar la adhesión de las organizaciones a las normativas sobre RS en la publicación de memorias de sostenibilidad y balance social, (2) estimar el impacto ambiental desde el componente energético (HC) de los procesos organizacionales relacionados con la emisión directa e indirecta de gases efecto invernadero, (3) caracterizar modalidades de comunicación digital de la dimensión ambiental en las organizaciones.

El proyecto se enmarca en una investigación cuantitativa del tipo descriptiva a fin de estimar el impacto de las prácticas organizativas en el calentamiento global y reconocer las estrategias de comunicación digital que se emplean para dar a conocer a sus públicos de interés el impacto de su quehacer en el entorno. El abordaje metodológico se plantea atendiendo a los objetivos propuestos empleando la técnica de análisis de contenido sobre documentos contables (balances, facturas, memorias e informes), *website* institucionales y *social media*. La selección de las organizaciones se realiza en base a una muestra intencional, no probabilística, que contempla los siguientes criterios: actividad económica, tamaño de la organización, antigüedad de la firma y presencia digital.

La investigación realizada ha permitido observar diferentes niveles de adopción de las tecnologías y el uso de formatos tradicionales en la difusión del quehacer institucional. Sobre la adhesión de las organizaciones a las normativas de RS se estudiaron las Instituciones de Educación Superior sudamericanas. Se observa un interés incipiente por la comunicación de su compromiso ambiental con la publicación de Memorias de Sostenibilidad, Balance Social Universitario e Informes del *Global Reporting Initiative* -GRI- aunque el sistema universitario argentino aún no incorpora estos temas en la comunicación con sus públicos de interés.

La estimación del impacto ambiental en su componente energética se llevó a cabo en la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la UNMDP. El uso de combustibles fósiles de alcance directo es la más contributiva en la

emisión de gases efecto invernadero, aportando el 44% del total de emanaciones y por su alcance está en la órbita decisoria de la institución promover acciones correctivas para producir una disminución en el requerimiento institucional de energía calórica. El segundo elemento contaminante es la energía eléctrica, que representa el 34%. Si bien es de alcance indirecto porque el mayor contaminante se da en la generación de este tipo de energía más que en su consumo. El tercer gran contaminante de GEI está provocado por la movilidad, con el 18% de participación.

En la caracterización de modalidades de comunicación digital de la RS se observa una amplia asimetría en la divulgación de información entre las organizaciones del Tercer Sector vinculadas con la salud, con escasa publicación de contenidos específicos sobre conducta socio y medioambiental bajo una estrategia comunicativa en el ámbito digital claramente expositiva y con escasos recursos para la interacción con los públicos de interés. La forma asociativa y la disponibilidad tecnológica no resultan factores de relevancia en la publicación de contenidos, sino que surgen otros elementos en la gestión estratégica de la comunicación con sus grupos de interés relacionados con las declaraciones del impacto del quehacer en el entorno, así como los principios éticos que guían su accionar.

**Palabras clave:** Responsabilidad social; Huella de carbono; TIC; Comunicación; Balance social.