

**26 ENCUENTRO NACIONAL DE INVESTIGADORES UNIVERSITARIOS  
DEL ÁREA CONTABLE  
16 SIMPOSIO REGIONAL DE INVESTIGACIÓN CONTABLE**

**TEMA: Contabilidad Social – Ambiental y R.S.E.**

**TÍTULO:**

**ANÁLISIS EMPÍRICO DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIA EN EL  
PARTIDO DE GENERAL PUEYRREDÓN: REPORTING Y VÍNCULOS**

**AUTORES** (orden alfabético):

D'Onofrio, Paula  
Gorosito, Silvina  
Iacono, Cristian  
Rodriguez, Julieta  
Heit, Malena

**LA PLATA, 3 DE DICIEMBRE DE 2020**

## **RESUMEN**

El presente trabajo se enmarca en el proyecto de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata “Responsabilidad Social. Una propuesta desde la Contabilidad Social y Ambiental para empresas clave de la región”, siendo el primero acreditado en materia contable. El objetivo principal del proyecto ha sido definido de la siguiente manera: “Contribuir con las acciones de Responsabilidad Social Empresaria realizadas en el ámbito del Partido de General Pueyrredón desde la perspectiva de sus grupos de interés”. Con este fin, se contactó a la asociación empresaria “FortaleceRSE”, la cual es la principal Cámara de Empresas de Mar del Plata dedicada al fomento del desarrollo sostenible de la región por medio de la difusión e implementación de acciones de Responsabilidad Social Empresaria, quien ha operado como nexo con los líderes de las empresas entrevistadas.

En esta etapa presentamos el análisis inicial del relevamiento de acciones de Responsabilidad Social Empresaria (RSE) de las organizaciones objeto de estudio, que se desprende de las entrevistas virtuales mediante plataformas y presenciales realizadas hasta el momento.

En esta primera etapa de investigación, surgen las siguientes preguntas:

- ¿Las empresas brindan información sobre las acciones de RSE que llevan adelante? Si brindan información, ¿de qué forma lo hacen y para que usuarios/destinatarios? Si no lo hacen, ¿cuáles son los motivos?
- ¿Las empresas se vinculan entre ellas para desarrollar acciones de RSE? ¿De qué forma lo hacen? ¿Se vinculan con otras organizaciones?

Entre los resultados hallados, se puede destacar que algunas empresas comunican a sus grupos de interés las acciones realizadas a través de informes con una periodicidad anual. Asimismo, se relevaron empresas que no realizan ningún tipo de reporte de sus acciones de RSE. De las entidades entrevistadas a la fecha, no se identificó ninguna que confeccione Balance Social en los términos de la Resolución Técnica 36 de la FACPCE. Para desarrollar acciones de RSE, las empresas se vinculan con ONG, organismos estatales y otras empresas -algunas asociadas a FortaleceRSE y otras no-.

**PALABRAS CLAVES:** Responsabilidad Social Empresaria, contabilidad social, *stakeholders*.

## **INTRODUCCIÓN**

El presente trabajo se enmarca en el proyecto de la Facultad de Ciencias Económicas y Sociales de la Universidad Nacional de Mar del Plata “Responsabilidad Social. Una propuesta desde la Contabilidad Social y Ambiental para empresas clave de la región”, siendo el primero acreditado en materia contable. El mismo tiene una duración de dos años y se ha iniciado en 2020, prácticamente al comienzo del aislamiento social preventivo y obligatorio (instaurado por el decreto 297/2020), lo cual nos ha generado serias dificultades en el trabajo de campo.

El objetivo principal del proyecto ha sido definido de la siguiente manera: “Contribuir con las acciones de Responsabilidad Social Empresaria realizadas en el ámbito del Partido de General Pueyrredón desde la perspectiva de sus grupos de interés”. Con este fin hemos conectado a la asociación empresaria “FortaleceRSE”, la cual es la primera cámara de la zona dedicada al fomento del desarrollo sostenible de la región por medio de la difusión e implementación de acciones de Responsabilidad Social Empresaria, quien ha operado como nexo con los líderes de las empresas entrevistadas.

Nuestra presentación se circunscribe, en primer lugar, a la revisión bibliográfica realizada por el equipo, de la cual surge el marco teórico del presente trabajo. En segundo término, se presenta el análisis inicial del relevamiento de acciones de Responsabilidad Social de las organizaciones objeto de estudio, que se desprende de las entrevistas realizadas hasta el momento.

En esta primera etapa de investigación, surgen las siguientes preguntas:

- ¿Las empresas brindan información sobre las acciones de RSE que llevan adelante? Si brindan información, ¿de qué forma lo hacen y para qué destinatarios? Si no lo hacen, ¿cuáles son los motivos?
- ¿Las empresas se vinculan entre ellas para desarrollar acciones de RSE? ¿De qué forma lo hacen? ¿Se vinculan con otras organizaciones?

En el desarrollo de este trabajo, se intentará dar respuesta a las mencionadas preguntas.

## **MARCO TEÓRICO**

Analizando los orígenes de la contabilidad, se puede considerar que la misma es tan antigua como la necesidad del hombre de organizar sus operaciones, realizar en una forma más ordenada sus actividades de intercambio, poder controlar el manejo de sus distintas transacciones, los bienes que disponía y cómo acceder a los que necesitaba.

En la edad moderna nace el Fray Luca Pacioli que postula en la obra *Suma de aritmética, geometría, proporciones y proporcionalidad* (1494), entre otros temas, el principio actualmente vigente de registración contable de partida doble, es decir, no hay deudor sin acreedor; concepto que se venía empleando en Venecia y Génova desde principios del siglo. Pacioli no quiso escribir en latín, como era costumbre en los matemáticos de la época, sino que prefirió emplear un lenguaje vulgar, accesible a un mayor número de lectores.

En la edad contemporánea, la disciplina contable inicia ciertas modificaciones referidas a la naturaleza de las partidas contables, los principios de contabilidad tendientes a establecer un orden en cuanto a las mediciones, surgiendo conceptos referidos a las amortizaciones, depreciaciones, reservas.

Los avances tecnológicos han influido y lo siguen haciendo en forma positiva en el desarrollo contable y consecuentemente en la obtención de información útil para que los usuarios de la información contable tomen las decisiones que requieren en cuanto a la situación económica y financiera a una fecha determinada y su evolución durante un periodo de tiempo.

Actualmente podemos observar que las necesidades de los usuarios de la información contable son más amplias y han surgido otros grupos de interés que requieren conocer los impactos que las empresas tienen en la sociedad.

Considerando esa multiplicidad de receptores de la información contable, tenemos que aceptar que no todos esperan recibir información financiera, varios de los usuarios requerirán información social e información ambiental, por lo tanto, las unidades de medición utilizadas no se ajustarán en sentido estricto a las unidades monetarias, ya que se considerarán percepciones que indiquen valores y preferencias. De la misma manera no podemos limitar nuestras mediciones a la visión dual, tal como propone Mattessich (2002, pág. 32).

Por otro lado, también las distintas organizaciones realizan contribuciones a la sociedad en la que se encuentran inmersas, siendo importante dar a conocer a esos distintos usuarios información sobre la vinculación sociedad-empresa.

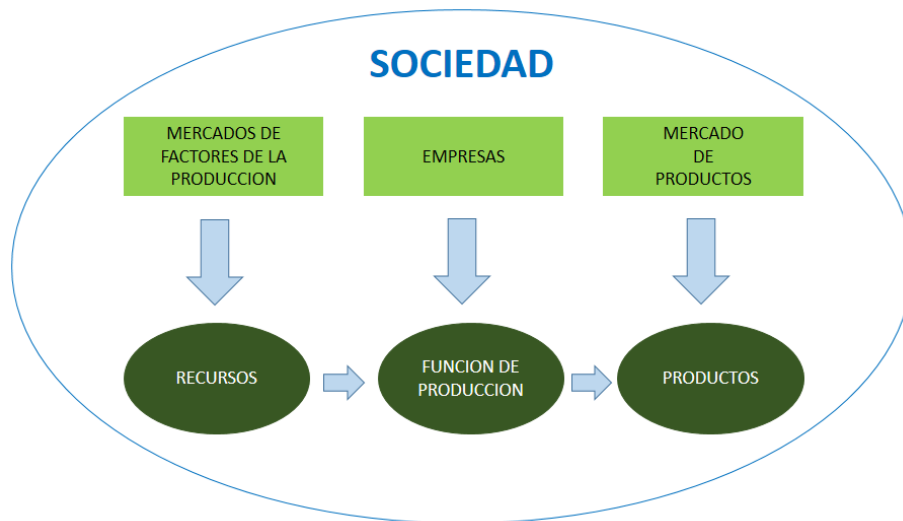
Compartimos con Geba (2019) el alcance dado a la administración y a la contabilidad “como ciencias sociales, que es necesario definir para medir, medir para mejorar, que en un paradigma funcionalista la sociedad tiene una existencia concreta y real y un carácter sistémico hacia un estado ordenado y regulado de los acontecimientos, que las empresas son actores sociales regulados que coordinan la acción y al administrador como responsable de decidir la manera de incorporar la responsabilidad social”.

En Argentina, el Dr. William L. Chapman fue pionero en presentar esta perspectiva. En otro de sus escritos señala que los regímenes que admiten la actividad económica privada no deben temer la exposición de los resultados sociales de su acción empresarial (Chapman, 1981); planteó el problema de medir la cuantía del beneficio social neto -utilidades y desutilidades- de la actividad económica de las empresas privadas y públicas, identificando a la población en su conjunto como posible beneficiaria o perjudicada de dicha acción.

Hacemos énfasis en la diferenciación que hace entre lo que denomina “contexto ambiental” y “contexto humano”, mientras que el primero lo define como “aquel en el cual se desenvuelve también la actividad de todos los otros sectores sociales: consumidores, proveedores, accionistas trabajadores, organismos estatales” (Chapman W., 1984, pág. 196), el segundo lo identifica con “todo aquello que contiene a lo moral y espiritual en el hombre, sus escalas de valores, su tradición y sentimientos.” (Chapman, 1984, pág. 203). Entendemos con esto que todos los grupos de interés pueden verse afectados por el accionar de la empresa respecto del denominado “contexto ambiental” ya que se trata sobre efectos concretos en el ambiente y la salud de las personas y, es aquí donde entra en juego el equilibrio entre el beneficio económico del empresario y la calidad de vida de las personas (D’Onofrio, 2015).

Si consideramos que la empresa forma parte de una sociedad, es lógico entender la relación en los distintos integrantes de dicha sociedad como oferentes de recursos por parte de los factores de la producción y, la entrega de los productos elaborados o servicios ofrecidos por la empresa a dicha sociedad luego de realizada la función de producción:

**Figura 1:** Interrelación mercado de factores - sociedad - mercado de productos



**Fuente:** Elaboración propia

Consideramos que la Contabilidad como disciplina puede exteriorizarse mediante segmentos diferenciados tal como propone García Casella (1997, págs. 32-33). Cada uno de esos segmentos se encuentran dirigidos hacia un usuario tipo:

“Segmento empresarial para uso externo. Contabilidad patrimonial o financiera.

Segmento empresarial para uso interno. Contabilidad Gerencial o directiva.

Segmento gubernamental y de entidades sin fines de lucro. Contabilidad gubernamental o pública.

Segmento macroeconómico. Contabilidad económica o nacional.

Segmento macrosocial. Contabilidad social.

Contabilidad patrimonial. Se refiere exclusivamente a la información sobre patrimonio, entendiendo por tal los recursos económicos y las obligaciones económicas.

Contabilidad gerencial. Se refiere principalmente al cumplimiento de los objetivos organizacionales, no exclusivamente económicos.

Contabilidad gubernamental: tiene doble carácter pues comprende aspectos patrimoniales y aspectos de cumplimiento de objetivos legales.

Contabilidad macroeconómica: se refiere principalmente a la situación de grandes agregados respondiendo a Teorías Económicas tales como las de Keynes.

Contabilidad social (macro y micro): se refiere principalmente a objetivos sociales producto de Teorías Sociológicas.” (García Casella C. , 1997, págs. 32-33).

Si bien múltiples usuarios pueden satisfacer las necesidades de información dentro de cada uno de los segmentos, es evidente que los modelos contables que de estos surjan tendrán usuarios tipo definidos.

Dentro de la denominada Contabilidad Social, existen diferentes corrientes por las cuales se presenta información social a los usuarios. Tomamos para este trabajo el enfoque del paradigma interpretativo social (Llena, s.f.; Machado, 2004), que sustenta la Teoría de los *Stakeholders*.

El paradigma interpretativo se basa en argumentos sociales que consideran la existencia de un mundo social con una pluralidad de agentes usuarios de la información social generada por las entidades económicas.

La respuesta de los mercados de capitales ante la contabilidad social no tiene tanta relevancia para los nuevos grupos de usuarios, sino que es preciso abordar un debate moral relativo a la actuación de las empresas en la sociedad en la que operan.

Por tanto, estos argumentos se utilizan cuando la información de tipo social se presenta para establecer la naturaleza moral de la empresa con el fin de satisfacer el contrato social de la misma y para legitimar y justificar las actividades de estas entidades ante la sociedad en general.

Varios autores coinciden en ubicar una primera definición de grupos de interés o *stakeholders* en el memorando que el *Stanford Research Institute* (Donaldson y Preston, 1995; Araque Padilla, 2006, pág. 102; Gonzales Esteban, 2001, pág. 196) los definía como “aquellos grupos sin cuyo apoyo la organización podría dejar de existir”.

El término *stakeholder* fue utilizado por primera vez por Edward Freeman en su libro *Strategic Management*. El mismo, de acuerdo con Gonzales Esteban (2001, pág. 197) indica que es “cualquier grupo o individuo que puede afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de la empresa”.

Este concepto ha ido evolucionando considerando a los *stakeholders* de manera recíproca en función de los impactos que la organización o estos pudieran provocar (positivos y negativos). Mediante análisis de materialidad de las expectativas y necesidades de cada grupo en conjunción con las propias de la organización, es factible que se establezca un orden de prioridades en las respuestas a dar a los mismos, tomando en cuenta la urgencia y legitimidad. Sin embargo, esto debería estar sustentado por un enfoque ético más allá del costo-beneficio social que dichos *stakeholders* impongan a la organización.

Podemos nombrar, entre los diferentes usuarios, a los siguientes grupos:

- Proveedores y acreedores de la empresa: buscan conocer su viabilidad económica y la seriedad en el cumplimiento de sus obligaciones, calificación de riesgo de la empresa, evaluar la estabilidad financiera.
- Propietarios: analizar la rentabilidad de la empresa en comparación con otras oportunidades de inversión; estar al corriente de las decisiones internas, a fin de influir en ellas para modificarlas, con el propósito de prever la eficiencia global de la organización.
- Personal: analizar la estabilidad de sus empleos y la capacidad de generación de beneficios del ente.
- Estado:
  - orden económico: analizar la creación y distribución del PBI a fin de determinar la incidencia de las acciones del gobierno en el corto y largo plazo;
  - fiscal: conocer la capacidad contributiva del ente y control tributario;
  - social: conocer la situación social de las empresas, no sólo en cuanto a cada una en particular, sino para tener una visión global del sector económico, en pos del bienestar de la comunidad y del interés general (Gorosito y Lopez Domaica, 2018, pág. 11-12).

Compartimos la relación entre los enfoques contables de la Contabilidad social y los grupos de interés tal como menciona Geba (2019, pág. 233): “El enfoque contable socio-ambiental como especialidad contable, al considerar el contexto de la sostenibilidad y distintos grupos de interés, contribuye a informar hacia el área interna y externa el patrimonio con enfoque socio-ambiental y sus variaciones, impactos -originados en relaciones del ente con sus propietarios y terceros, en la gestión del ente o en hechos, actos y fenómenos del contexto- en distintas unidades de medida y con un capital socio-ambiental a mantener”, consideramos ésta una relación imprescindible a la hora de tomar decisiones en las organizaciones.

Uno de los aspectos claves de la Contabilidad Social y Ambiental es la generación de información para tomar decisiones. Consideramos que la propuesta de la Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas por medio de la Resolución Técnica 36 y sus modificaciones (2012) es una herramienta clave para satisfacer la demanda de información de los múltiples interesados.

Esta norma que es voluntaria para aquellas organizaciones que quieran implementar el Balance Social, que es definido de la siguiente manera:

“El Balance social es un instrumento para medir, evaluar e informar en forma clara, precisa, metódica, sistemática y principalmente cuantificada, el resultado de la política económica, social y ambiental de la organización. En dicho documento se recogen los resultados cuantitativos y cualitativos del ejercicio de la responsabilidad socio-ambiental, informando en forma objetiva las condiciones de equidad y sustentabilidad social, ambiental, económica y financiera que asumen las empresas en su comportamiento”. (Resolución Técnica 36, 2012)

La estructura del mismo incluye una Memoria de Sustentabilidad, bajo los parámetros del Global Reporting Initiative (<https://www.globalreporting.org/>) y un Estado de Valor Económico Generado y Distribuido que demuestra los impactos económicos sobre los grupos de interés. (Resolución Técnica 36, 2012)

## **METODOLOGÍA**

La investigación se ha centrado en las empresas asociadas a FortaleceRSE, la cual es la primera cámara del Partido de General Pueyrredón dedicada al fomento del desarrollo sostenible de la región por medio de la difusión e implementación de acciones de Responsabilidad Social Empresaria (RSE), quien ha operado como nexo con los líderes de las organizaciones entrevistadas.

A continuación detallamos la totalidad de las empresas asociadas a la cámara empresaria FortaleceRSE a la fecha de redacción de este trabajo:

**Tabla 1:** Listado de empresas asociadas a FortaleceRSE

<b>RAZÓN SOCIAL</b>
ACCENTURE
ADMINISTRAR S.R.L.
ASTILLERO NAVAL FEDERICO CONTESSI Y CÍA. S.A.C.I.F.A.N.
CLÍNICA DEL NIÑO Y LA MADRE S.A.
COLÓN SOCIEDAD ANÓNIMA ASISTENCIAL
COOMARPES COOPERATIVA MARPLATENSE DE PESCA E INDUSTRIALIZACIÓN LTDA.
COPPARONI S.A.
FRÍO POLAR S.A.
GLACIAR PESQUERA S.A.
GRUPO SANCOR SEGUROS INTERNACIONAL SOCIEDAD DE INVERSIÓN S.A.
INFRIBA S.A.
LABORATORIO BIOQUÍMICO MAR DEL PLATA S.A.
LABORATORIOS PHARMAMERICAN S.R.L.

LABORATORIOS QUÍMICOS S.R.L.
LEAF
MATERIA HNOS. S.A.C.I.F.
OPEN SPORTS S.A.
ORGANIZACIÓN MÉDICA ATLÁNTICA S.A.
PLAYAS DEL FARO SOCIEDAD ANÓNIMA INMOBILIARIA
T V MAR DEL PLATA SOCIEDAD ANÓNIMA
TARJETA NARANJA S.A.
UNION DE TRABAJADORES DEL TURISMO HOTELEROS Y GASTRONOMICOS DE LA REPUBLICA ARGENTINA

**Fuente:** Elaboración propia en base a investigación de campo

Durante el presente año, a pesar del aislamiento social preventivo obligatorio, se lograron concretar reuniones con informantes calificados de 10 empresas (el 45% de la totalidad de FortaleceRSE). Las entrevistas se realizaron entre julio y octubre de 2020, algunas de manera presencial y otras, virtual a través de la plataforma Zoom.

La entrevista es definida por Gaínza Veloso (2006) como “una técnica social que pone en relación de comunicación directa cara a cara a un investigador/entrevistador y a un individuo/entrevistado con el cual se establece una relación peculiar de conocimiento que es dialógica, espontánea, concentrada y de intensidad variable”. Este autor también explica que la entrevista es una doble fuente de información ya que proporciona información verbal -palabras y silencios- y no verbal -gestual y corporal-. Los entrevistados fueron seleccionados de manera intencional por ser quienes dirigen o están vinculados directamente con las acciones de RSE de la empresas.

Para realizar las entrevistas se confeccionó previamente una guía de preguntas de características semi-estructuradas, las cuales se realizaron a todos los entrevistados por igual. El cuestionario está dividido en tres bloques: el vínculo con FortaleceRSE, los reportes de RSE de las empresas y los Estados Contables de las mismas.

Este trabajo no presentará los resultados de la totalidad de la entrevista, sino que se focalizará en los aspectos necesarios para dar respuesta a las preguntas de investigación formuladas:

- ¿Las empresas brindan información sobre las acciones de RSE que llevan adelante? Si brindan información, ¿de qué forma lo hacen y para qué destinatarios? Si no lo hacen, ¿cuáles son los motivos?
- ¿Las empresas se vinculan entre ellas para desarrollar acciones de RSE? ¿De qué forma lo hacen? ¿Se vinculan con otras organizaciones?

En el desarrollo del trabajo, para mantener el anonimato de las empresas, se presentará a cada una identificada con una letra. Adicionalmente, con el mismo fin, las citas textuales de los entrevistados se representarán en el texto de la siguiente manera [En], siendo n un número del 1 al 10.

## **RESULTADOS**

Los resultados de este trabajo se estructuran en dos bloques. En primer lugar, se presenta el análisis referido a la información que reportan las empresas analizadas. Luego, se individualizan los nexos entre las empresas y otras organizaciones para desarrollar sus acciones de RSE.



## I. PRIMER BLOQUE: INFORMACIÓN SOBRE LAS ACCIONES DE RSE

### Empresa A

La empresa identificada con la letra “A” presenta un informe de periodicidad anual, titulado “Plan de Responsabilidad Social Empresarial”, el cual es confeccionado por la Gerencia de Gestión de Personas. En el mismo se fija un objetivo general de Responsabilidad Social Empresaria de la firma y se presenta un listado de programas llevados a cabo, identificando para cada uno de los mismos, el grupo de interés y los destinatarios a los cuales va dirigido, así como su finalidad y las acciones concretas realizadas. Asimismo, se relaciona cada programa con las metas de los Objetivos de Desarrollo Sostenible<sup>1</sup> (ODS) y con los principios del Pacto Global de las Naciones Unidas<sup>2</sup>, mostrando de esta manera, el aporte de la empresa para la consecución de los mismos.

Es destacable la visión que la empresa tiene sobre la RSE y su relación con la cadena de valor, ya que postula que considerar de esa manera la RSE fortalece no sólo al negocio, sino también las capacidades de sus proveedores y clientes para que sean socialmente responsables, tomando en consideración el enfoque de ciclo de vida.

La Empresa A considera que su grupo de interés se encuentra conformado por la sociedad, los empleados y sus familias, los clientes/consumidores y los proveedores.

Actualmente, todos los temas de la RSE no están vinculados específicamente con el sector contable de la empresa, sino que se canalizan a través del área de Gestión de Personas, cuya responsable manifestó que tal decisión se debió a su perfil académico y a su historia personal.

*“El área de RSE está dentro del área de gestión de Personas, que es la que yo gerencio. Se planteó de esa manera, casi sin querer te diría. Pero bueno, yo tenía una historia personal de trabajar bastante...soy Psicopedagoga. Entonces por mi perfil, tenía como una voluntad y una inquietud importante y también por mi historia personal de trabajar en entidades sociales, de decir...bueno, ¡¡esto lo quiero!! “. [E1]*

Hay que destacar que, si bien la empresa no refleja esta información en sus Estados Contables en partidas específicas, tiene intenciones de hacerlo en un futuro.

*“La realidad es que nosotros, si bien tenemos informes de gestión sobre las prácticas que vamos desarrollando, respecto de los Estados Contables, de cómo se vuelca eso, nosotros no hace tanto estuvimos hablando con el Gerente Financiero como para poder volcar estas acciones a los Estados Contables. Actualmente, contamos con el desarrollo de distintos informes extra contables que miden la gestión de la organización “.[E1]*

---

<sup>1</sup> El 25 de septiembre de 2015, los líderes mundiales adoptaron un conjunto de objetivos globales para erradicar la pobreza, proteger el planeta y asegurar la prosperidad para todos como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible. Se presentaron 17 objetivos con metas específicas que deben alcanzarse en los próximos 15 años. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>

<sup>2</sup> El Pacto está basado en la visión Secretario General de las Naciones Unidas, Kofi Annan, quien, en el Foro Económico Mundial de 1999, hizo un llamamiento a líderes empresariales para que se aliaran con la Organización para crear así un «impacto global» en cuestión de valores y principios compartidos para aportar una faceta humana al mercado global. Los principios son 10 <https://www.un.org/es/cr%C3%B3nica-onu/el-pacto-mundial-de-la-onu-la-b%C3%BAqueda-de-soluciones-para-retos-globales>

Desde nuestro enfoque de trabajo, entendemos que la entrevistada se refiere a informes extra contables, como informes fuera del segmento financiero de información, ya que claramente el denominado por ellos “Plan de Responsabilidad Social Empresarial”, responde a información contable socio ambiental.

## **Empresa B**

La Gerente Externa de RSE de la “Empresa B” expresó que no realizan Reportes de Sustentabilidad en la empresa, pero sí brindan información a algunos de sus usuarios. Particularmente, manifestó que por las características comerciales de la organización, sus clientes no demandan información de sus acciones de RSE, pero sí generan informes para sus empleados y accionistas:

*“... el 95% de la producción se exporta, entonces los clientes de la compañía -como público de interés de la compañía- no están en Argentina, están en Canadá, Europa, Estados Unidos. Entonces, una estrategia de comunicación vinculada con los clientes para nosotros no era prioritaria; lo que sí para nosotros era prioritario era que nuestros empleados supieran lo que estaba haciendo la compañía y nuestros proveedores, es decir que para nosotros el público prioritario de la comunicación de la estrategia de responsabilidad social eran los empleados y los proveedores.”[E2]*

Anualmente, la firma confecciona un presupuesto en el que se establece qué proyectos se seguirán apoyando y con qué recursos. Luego, al transcurrir un año, se controla con los Directivos de la empresa y con el área administrativa cuánto dinero se invirtió y cuál fue el destino. Este presupuesto no se confecciona en base a acciones sino en base a proyectos:

*“No, no es un presupuesto que está ligado a acciones, está ligado a continuar apoyando determinados proyectos y se define cada año si se continúa apoyando a ese proyecto o no. Se hace una evaluación de lo que se vino haciendo con ese proyecto y si se continúa apoyando se define cuál es el índice de incremento ya que al ser un país con inflación... nuestro presupuesto está indexado inexorablemente (risas); pero hacemos una indexación seleccionada, es decir, hay determinados proyectos que tienen un mayor incremento que otros, no es que se define un único criterio para todos. Entonces se analiza proyecto por proyecto el impacto del trabajo con ese proyecto y se define el monto de incremento para el año siguiente. El presupuesto es mitad de año a mitad de año, así que ahora acabo de terminar de aprobar el presupuesto del año que cursa.”[E2]*

Esta empresa no genera proyectos propios, sino que, en general, apoya en los que ya están siendo ejecutados por otros entes. Como profundizaremos en el próximo bloque cuando hacemos referencia a vinculaciones, veremos que se relaciona con muchas organizaciones, ya sean estatales, privadas, con o sin fines de lucro; su fin es impulsar acciones que ya existen:

*“..nosotros desde la compañía no íbamos a lanzar un proyecto de nada... íbamos a buscar organizaciones que ya los tuvieran y apoyar esas instituciones. Esto lo tuvimos claro desde el primer día... y por otro lado, empezar a establecer contactos con otras empresas que estuvieran haciendo acciones similares de nuestro sector o de otros sectores... que pudiéramos trabajar juntos en proyectos que tal vez sumando esfuerzos lográramos un mejor impacto.”[E2]*

En síntesis, esta empresa confecciona reportes anuales en los que se sintetizan los proyectos en los que participó y esto sirve de insumo para decidir el accionar del siguiente año. También elaboran

presentaciones en las que se sintetizan las acciones de RSE y la red de socios con los que trabaja la empresa para promocionar la RSE e incentivar a otros organismos a que se sumen.

### **Empresa C**

Otra de las empresas analizadas, indica que no realizan informes. Lo que hacen, es calcular su huella de carbono y esa información está disponible para sus accionistas.

*“Sólo seguimos nuestra huella de carbono. La información está disponible para los accionistas. Hoy no la estamos comunicando porque es como que pesa más la comunicación de lo que hacemos... o sea, como ya de por sí lo que hacemos tiene que ver con acompañar a las empresas en su propio proceso, es como que lo interno nuestro queda chiquito, o sea no tenemos una estrategia de comunicación hacia terceros en ese sentido. Por ahí si en algún momento llegamos a certificarnos como empresa B por ahí lo comunicaremos. En los Estados Contables tampoco se comunica.”[E3]*

En algunas de las empresas analizadas, se expresó que la no comunicación de las acciones de RSE es una decisión política que se pretende mantener en el tiempo por diversos motivos. Este no es el caso de la “Empresa C”. Con respecto a esta empresa se percibió que no se brinda información simplemente porque no se hace, no hay una decisión política expresa detrás.

### **Empresa D**

La empresa D, por el tipo de actividad a la que se dedica, recibe continuamente auditorías de compañías certificadoras para poder cumplir con requisitos de comercialización tanto nacionales como internacionales. En este sentido, preparan informes e indicadores ambientales, de seguridad e higiene, de aseguramiento de calidad, entre otros, que son presentados en las auditorías pero que no necesariamente tienen su correlato en informes contables en sentido amplio.

*“... no es que llevamos un registro exhaustivo de qué es lo que se está haciendo o tengamos un presupuesto armado y en base a eso tomamos acciones. Es más desordenado en ese sentido. Vamos recopilando la información de lo que se va haciendo a medida que sucede como para poder después mostrar cuando tenemos auditorías, que fuera del año de pandemia es una constante. Justamente en las auditorías también nos preguntan muchas veces qué actividades o qué acciones tomamos en el tema de Responsabilidad Social.”[E4]*

Al indagar más específicamente si la empresa confecciona indicadores de RSE o presenta informes sobre las acciones, el entrevistado manifestó que no presentan informes ni indicadores, simplemente se listan las acciones que se van realizando. Asimismo, expresa que la mayoría de las acciones no se registran en forma específica ni comunican.

*“... no es algo que les [a los dueños] preocupe mostrar "mira lo que estoy haciendo". Hay muchas empresas o la mayoría te diría que hacen una acción y la sacan por todos los medios porque hay que promocionar la acción de responsabilidad social que tiene la empresa. [La empresa] es locamente al revés en muchas cosas y hace muchísimas cosas y la promoción es cero. Es como que no quieren promoción. Realmente ahí me escapa si en la parte contable queda asentado como para después mostrarlo. Mostrarlo, nunca ha tenido que mostrarlo. Distinto es cuando vos que decís... bueno, se asigna su presupuesto como empresa para responsabilidad social y actúas acorde a ese presupuesto para tomar acciones, entonces evaluás diferentes tipos de acciones. O sea, haces todo el trabajo que*

*implica la responsabilidad social acorde un presupuesto que está asignado dentro la empresa, entonces ahí sí es mucho más claro de mostrar, pero bueno, esto es un caso especial”.[E4]*

Al consultar los motivos por los que no se comunican las acciones de RSE, la respuesta fue simple:

*“Porque no les gusta decir: "ahah mira lo que yo hago". Les gusta hacerlo sin la necesidad de tener que mostrarlo. Es por la forma de ser, es por eso. Es decir, yo lo hago porque quiero hacerlo, no porque me obligan.”[E4]*

Queremos destacar que la comunicación no debe ser vista como un mecanismo de publicidad, debe ser comprendida como un compromiso hacia la transparencia e integridad de las acciones llevadas adelante, en el marco del concepto de *accountability*.

### **Empresa E**

La firma identificada con la letra “E” es una empresa familiar que desde sus orígenes ha tenido un fuerte compromiso con el barrio en el que se encuentra localizado su establecimiento. Sus principales acciones de RSE se encuentran enfocadas hacia los empleados y sus familias, así como a los vecinos de la zona, muchos de los cuales también trabajan en la firma o se encuentran vinculados a la misma de manera indirecta.

No cuenta con una gerencia o un área encargada específicamente de los aspectos relacionados con la Responsabilidad Social Empresaria, sino que dichas tareas son asumidas por un integrante del directorio, quien también se encarga del área de comunicación.

*“Como buena empresa familiar, acá tenemos los roles más difusos que se puedan encontrar.” [E5]*

Con respecto a la comunicación de las acciones realizadas y su inclusión en algún tipo de informe contable, el representante de esta empresa manifestó que históricamente no se ha dado difusión a las mismas, y que todo ha sido canalizado de manera informal. Entre las razones esgrimidas para justificar esta postura, sobresale la preocupación por no poder abarcar la enorme cantidad de demandas de la sociedad.

*“Siempre fuimos y aspiramos a mantener el perfil bajo, en cualquier cuestión, a través de cualquier cuestión... un programa de empleabilidad o una donación... no nos interesa la comunicación de la acción puntual. Todavía hay esa desconfianza de no poder sostener o atender a todas las demandas que puedan venir posteriormente por comunicar, por ejemplo, esto no paso, pero por ejemplo le donamos un televisor a una escuela, no poder cumplir con las necesidades de otras escuelas. Por eso damos una mano pero en silencio, sin hacer comunicación.” [E5]*

De manera reciente, uno de los clientes de la empresa, les sugirió certificar como proveedor sustentable, lo cual podría derivar en la necesidad de formalizar parte de las acciones realizadas por la firma y volcarlas en un informe específico para este cliente importante.

*“(el pedido de certificar como proveedor sustentable) nos agarró en medio de la pandemia. Algunas cuestiones requerían capacitación puntual a los empleados y a los directores... Esta certificación (...) ataca los 4 pilares de la RSE, desde los empleados hasta la forma de gobierno de la empresa, anticorrupción y eso, genera un nivel de formalización*

*superior, por eso lo tenemos todavía en stand-by. Todavía por suerte prima lo comercial y no se pone firme esta revisión, sino que era una invitación más que una exigencia.”[E5]*

### **Empresa F**

Al igual que en otra de las empresas investigadas, en la empresa F se observa un fuerte interés por los temas relativos a la Responsabilidad Social Empresaria por parte de la persona encargada del área.

*“La idea también es llevar a todas las actividades lo que es la RSE y es básico, porque es empezar a entender que no sólo tenemos que enfocarnos en el impacto económico, sino también en un triple impacto, justamente en lo medioambiental y en el social. Ahora cuando hablamos de una empresa, cuando hablamos de una institución... son personas y yo siempre digo que R es igual a R, es decir, Resultados es igual a Relaciones, entonces vos tenés que cuidarla, pero cuidarla no porque me conviene sino porque estoy convencido que si justamente generó un contexto consecuentemente eso me va a proyectar.”[E6]*

En cuanto a las acciones realizadas y su forma de medición, las mismas se concentran en torno a la mejora en seguridad vial y se cuenta con indicadores y un sistema de gestión que les permite realizar un seguimiento periódico, para cumplir con auditorías intermedias y con la renovación de la certificación en RSE que actualmente poseen.

*“En la empresa, desarrollé algunos indicadores en cuanto a gobernanza. (...) Todo depende mucho de las actividades, en ver en qué somos fuertes. Nosotros somos fuertes en cuanto a Responsabilidad Social Empresarial, en lo que es seguridad vial, inclusive YPF el año pasado nos premió como la mejor empresa en sistema de gestión en tal sentido.”[E6]*

Sin embargo, no existe un informe donde se publiquen o den a conocer las distintas acciones ni los resultados de los indicadores. Tampoco se reflejan las erogaciones vinculadas a acciones de RSE en una cuenta contable específica o centro de costos que permita identificarlas en el anexo de gastos del Estado de Resultados dentro de los Estados Contables. No se percibió que esto se deba a una decisión política de no informar, sino que simplemente no se está realizando en la actualidad.

### **Empresa G**

Por el contrario, la empresa identificada con la letra “G”, no solo no informa las acciones de RSE que lleva a cabo, sino que tampoco tiene interés en hacerlo por una expresa decisión de los propietarios de la firma.

*“Tampoco nos gusta hacer mucha publicidad. Lo que se hacía en sus momentos en las campañas solidarias (...) se armaba algún flyer al respecto y después de cada campaña sí se subían algunas fotos a la página pero más que nada para mostrar que llegó a destino, no? Y sí lo que hicimos, nosotros e hacer notas en Revista (...) en realidad tenemos la publicidad, y contamos el año pasado lo que hacíamos con Palestra pero a modo de incentivar a otras empresas a que lo hagan.”[E7]*

Al igual que lo observado en otros casos, la empresa no ha desarrollado hasta el momento proyectos propios, sino que se vincula con diferentes organizaciones, principalmente ONG’s, apoyando iniciativas de las mismas. FortaleceRSE ha servido como nexo entre ellas.

## Empresa H

A partir de la entrevista con el Gerente de la empresa H, se identificaron dos grandes rubros de acción de la empresa vinculados a RSE: uno ambiental y el otro social. Desde hace algunos años, la empresa se encarga de mantener una reserva forestal de Mar Plata y además, realiza múltiples acciones con las sociedades de fomento y comedores comunitarios de los barrios en los que está instalada. Anualmente, se prepara un presupuesto para realizar las actividades vinculadas a RSE. Luego, se confeccionan 2 informes en los que se sintetizan las erogaciones efectuadas y las acciones realizadas: Padrinazgo y Plan Amigos. En el primero, se incluye todo lo vinculado a la reserva forestal y en el segundo, las acciones sociales de la empresa.

Complementariamente, la empresa refleja en los estados contables las erogaciones vinculadas a las acciones de RSE mediante dos cuentas: Plan amigos y Padrinazgo.

*“Hay un informe que muestra un detalle de los gastos por los distintos conceptos en RSE. Esto se refleja en el Balance en dos cuentas: Plan amigos y Padrinazgo.”[E8]*

Asimismo, el entrevistado manifestó que no se hacen públicas las acciones en los medios de comunicación local.

*“El grupo de sociedades ha querido mantener un perfil bajo en cuanto a mostrar las distintas actividades que realiza. Sí se le informa a las asociaciones de fomento, a los barrios, a las ONG, a los concejales y los funcionarios, pero no salen a la prensa.”[E8]*

En síntesis, por lo que surge de la entrevista y el informe al que tuvimos acceso, se identificaron muchas acciones que ha realizado y realiza esta sociedad, con un enfoque social y ambiental. Llevan un registro pormenorizado de los egresos y el destino de los mismos, lo que les permite controlar y presupuestar las acciones del siguiente año. Adicionalmente, se identificó una decisión de no comunicar por medios audiovisuales las acciones a la sociedad.

## **II. SEGUNDO BLOQUE: VINCULACIÓN DE LAS EMPRESAS**

Dentro de FortaleceRSE, se identifican cuatro comisiones de trabajo: Medio ambiente, Inclusión Laboral, Calidad de Vida en el Trabajo y Promoción de la RSE. Cada una de las empresas que ingresan a FortaleceRSE están invitadas a participar de la o las comisiones que mayor interés le genere o en la que crean que pueden realizar su aporte.

*“...bueno, por ejemplo, si me decís que es una comisión de generar trabajo y yo no me siento identificado con eso, pero si me decís una comisión de medio ambiente me siento identificado con eso... entonces es como que cada uno va buscando lo que puede ofrecer concretamente. (...) Después cada empresa va diciendo: bueno yo me sumo en esto o en aquello.”[E10]*

De esta forma, las empresas se organizan para realizar actividades de manera conjunta. Un ejemplo de ello, es la capacitación que brindaron a integrantes de una ONG para confeccionar sus *Curriculum Vitae* y guiarlos en la forma en que deben comportarse en una entrevista laboral y los aspectos destacados al seleccionar personal. Este evento se realizó en el Parque Industrial de Mar del Plata y se complementó con la visita a dos empresas que son integrantes de FortaleceRSE.

En el recorrido de este trabajo se han nombrado organizaciones sin fines de lucro que se vinculan a FortaleceRSE, más específicamente, a las empresas. A partir de las entrevistas realizadas, se pudo identificar el estrecho vínculo entre las empresas y determinadas ONG. Palestra, Jóvenes Solidarios y Fundación Conciencia son aliados estratégicos de FortaleceRSE. El vínculo con estas ONG ha promovido la creación y concreción de muchos proyectos.

Por ejemplo, uno de los proyectos que la Empresa I está diseñando junto con la ONG Palestra, tiene como objetivo capacitar a los jóvenes de la ONG en corte y confección para que puedan elaborar en el taller de la misma, prendas que puedan ser vendidas a la Empresa. De esta forma, la Empresa I, se comprometería a capacitar a los jóvenes y luego, comprarles sus productos.

Algunas empresas, desde antes de formar parte de FortaleceRSE, desarrollaban acciones de RSE. Una de las empresas (B) compartió que es decisión de la misma no llevar adelante proyectos propios, sino apoyar otros diseñados por especialistas (Universidades u Organizaciones de la Sociedad Civil). Con ese fin, buscan oportunidades de articulación con organizaciones sin fines de lucro, organismos estatales y otras empresas.

Otras empresas, responden al llamado de ONG para dar respuesta a demandas específicas. Tal es el caso de la Empresa E, cuyo representante manifestó que tienen un vínculo estrecho con las dos sociedades de fomento que están en los barrios linderos a la fábrica. Ante los problemas de inseguridad del barrio, una de las sociedades de fomento, convocó a esta empresa para poner en marcha un proyecto con el fin de que haya presencia policial en el mismo y, lograron que se instale una oficina descentralizada de la policía. También, mediante el vínculo con la otra sociedad de fomento, pueden colaborar con aspectos relacionados a la salud de los vecinos del barrio.

Otro vínculo interesante que surgió de las entrevistas es la convocatoria de empresarios asociados a FortaleceRSE a empresas que no forman parte de la organización, para dar respuesta a demandas de diferentes entes. Esto no sólo logra cubrir una necesidad momentánea, sino que permite incentivar a otras empresas a involucrarse a futuro en acciones mayores o en proyectos conjuntos.

*“... por ejemplo, como hacen [los accionistas] muchas acciones como te digo, entonces después constantemente los llaman de todos lados pidiéndoles cosas. Entonces por ahí lo llaman diciendo: mira necesitamos construir unos talleres y esto y lo otro y necesitaríamos plata o materiales para la obra. Y ahí, él es una máquina de tener ideas y empieza... y llama a uno del puerto que conoce y dice: - che, ¿vos tenes containers? -Sí tengo, están hechos “pelota” pero sirven. Llama a una metalúrgica y le dice: - ¿Vos me adecuarías estos containers?, lo haces así y asá como lo necesitan y así en 3 patadas le soluciona el problema involucrando 3 empresas que no tenían ni intención de hacerlo, y todas hablando.”[E4]*

Como corolario de este bloque, se exponen las palabras más reiteradas en las entrevistas referidas a los vínculos para llevar adelante acciones de RSE.



Fuente: Elaboración propia en base a trabajo de campo

## **CONCLUSIONES**

La Contabilidad Social y Ambiental, nos permite conocer la información relativa a las acciones de Responsabilidad Social que llevan adelante las empresas. Es una herramienta fundamental, no solo para dar a conocer estas iniciativas, sino que nos permiten rendir cuentas sobre las mismas a los diferentes grupos de interés o stakeholders.

Así como en el marco de las empresas que persiguen fines de lucro, la información financiera tiene como usuario tipo a los inversores y acreedores actuales y potenciales (FACPCE, RT16), dentro del segmento de información referido a la Contabilidad Social, los destinatarios son los stakeholders.

Luego de un trabajo de campo que se realizó con diferentes empresas del Partido de General Pueyrredón asociadas a la Cámara Empresaria FortaleceRSE, hemos podido observar cómo las mismas, a través de diferentes actividades, realizan acciones en la sociedad de la que forman parte. De esta manera, habiendo tenido contacto con el 45% de la población a analizar, mediante entrevistas semi-estructuradas realizadas algunas en forma presencial y otras a través de la plataforma Zoom, se obtuvieron resultados preliminares que dan respuesta a las dos preguntas de investigación planteadas.

Podemos agrupar en un primer bloque a aquellas empresas que comunican a sus grupos de interés las acciones realizadas, y lo hacen a través de informes o presupuestos, con una periodicidad anual de publicación. Además, una de las firmas entrevistadas agrega en su informe, la relación de sus acciones con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y con los Principios del Pacto Global de Naciones Unidas, mostrando de esta manera sus aportes a la consecución de los mismos.

Sin embargo, no se han relevado hasta el momento, empresas que confeccionen un Balance Social conforme a la Resolución Técnica 36, o que incorporen en sus memorias un detalle pormenorizado de las acciones llevadas a cabo en el ejercicio económico. Sólo una de ellas, detalla las erogaciones efectuadas en acciones de RSE en dos cuentas contables, las cuales pueden ser identificadas con facilidad del resto de las partidas de los Estados Contables.



Por otro lado, se relevaron empresas que no informan sus acciones de RSE. A estas últimas, podemos a su vez diferenciarlas en dos grandes grupos. Por una parte, encontramos aquellas que no lo comunican en la actualidad, pero que sin embargo se muestran interesadas en comenzar a hacerlo en un futuro cercano. Por el otro, existen empresas que tienen la decisión política expresa de sus propietarios de no comunicar.

Esto se origina en múltiples causas, desde el temor a las repercusiones que pudiera tener en los medios de prensa, pasando por el miedo a que el reporte de las acciones dé nacimiento a una demanda mucho mayor de necesidades por parte de la sociedad que no pueda ser satisfecha a *posteriori* por la entidad, o simplemente porque le asignan una connotación negativa a la publicidad de sus buenas acciones.

Se observa, además, que el creciente requerimiento de auditorías en temas vinculados a RSE por parte de proveedores y clientes, puede derivar en un mayor número de empresas que reporten sus acciones de RSE a sus grupos de interés, dando cuenta de la importancia de la cadena de valor tanto en la propagación de las acciones como en su publicidad.

En segundo término, se analizó la forma en que se vinculan las empresas entre sí y con distintas ONG's y organismos públicos y privados, para llevar adelante sus acciones de RSE.

Se pudo observar en la mayoría de las empresas un denominador común que es el vínculo continuo y permanente con ONG. Las ONG, en general, tienen plena conciencia de las problemáticas de los territorios en los que están insertas y conocen a las personas que los integran. Estas dos cuestiones son muy importantes en el momento en que una empresa está comenzando a andar su camino de RSE.

Aportar ideas, tiempo, recursos humanos y económicos si tienen como destino un proyecto realizado con una ONG, seguramente tiene el éxito asegurado. Algunas empresas optan por aportar recursos a proyectos ya existentes, mientras que otras crean proyectos nuevos en conjunto con las ONG.

Otro tipo de nexo que se pudo identificar es entre empresas. Muchas entidades de FortaleceRSE se asocian a otras de la misma organización para realizar proyectos conjuntos. Asimismo, se vislumbró vínculos entre empresarios de la Cámara y empresarios ajenos a FortaleceRSE para llevar a cabo determinadas acciones. Esto último, creemos que es importante porque puede inspirar y motivar a empresas a que comiencen a poner en práctica la Responsabilidad Social.

Como se mencionó en esta investigación, en FortaleceRSE existen cuatro comisiones de trabajo. En base a la información recabada en las entrevistas no se pudo identificar una comunicación fluida y un vínculo sólido dentro de cada comisión. Creemos que esto sucede porque la creación de la Cámara es nueva y le falta maduración en este sentido, pero estamos seguros que lo podrán alcanzar prontamente.

Por último, también se identificaron vínculos entre las empresas y diferentes estamentos estatales. Se citaron acciones conjuntas con Escuelas, la Universidad Nacional de Mar del Plata, Ministerios Provinciales y el Municipio de General Pueyrredón, entre otros.

Para finalizar, queremos hacerlo con una frase que surgió en una de las entrevistas y con la que estamos plenamente de acuerdo: La nueva Revolución Industrial es crecer juntos, empresa y sociedad.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- Araque Padilla, R. y M. José Montero Simó (2006). *La responsabilidad social de la empresa a debate*. Barcelona, España: Icaria Editorial.
- Chapman, W. (1981). Dificultades para medir la cuantía del beneficio social neto de la actividad económica de las empresas públicas y privadas. *Academia Nacional de Ciencias Económicas*, (págs. 57-78). Buenos Aires.
- Chapman, W. (1984). La responsabilidad de la empresa ante proveedores, accionistas, gobierno, el contexto ambiental y el contexto humano., (págs. 187-209). Buenos Aires.
- D'Onofrio, P. (2015). *Impactos ambientales de la agricultura. Enfoque desde el sistema de información contable*. CABA: TESIS DOCTORAL FACULTAD DE CIENCIAS ECONÓMICAS UBA.
- D'Onofrio, P. (2016). William L. Chapman. Trabajos sobre Contabilidad Social. 12º Simposio Regional de Investigación Contable La Plata.
- Donaldson, T. y Preston, L. (1995). The stakeholder theory of the corporation: concepts, evidence, and implications. *Academy of Management Review*, 20(1), 65-91.
- Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas (2019) Resoluciones Técnicas Vigentes. Versión 4.1. Editoria ERREPAR
- Gáinza Veloso, A. (2006). La entrevista en profundidad individual. En M. Canales Cerón (Coord., Ed.), *Metodologías de investigación social. Introducción a los oficios*, Santiago-Chile: Lom Ediciones. Recuperado de: <https://imaginariosyrepresentaciones.files.wordpress.com/2015/08/canalesceron-manuel-metodologias-de-la-investigacion-social.pdf>
- García Casella, C. (1997). Naturaleza de la contabilidad. (S. I. Contables, Ed.) *Contabilidad y Auditoría*, 3(5), 13.
- Geba, N. (2019). El balance social para gestionar aspectos de sustentabilidad empresarial: *Aportes del proceso contable para contribuir con la medición de la gestión en dimensiones socio-ambienta*. Obtenido de Tesis Doctoral: <http://sedici.unlp.edu.ar/handle/10915/88938>
- Global Reporting Initiative <https://www.globalreporting.org/> última consulta 10 de noviembre 2020.
- Gonzales Esteban, E. (2001). La responsabilidad moral de la empresa. Una revisión de la Teoría de los Stakeholders desde la ética discursiva. *Tesis doctoral*. Castellon: Univeersitat Jaume I Castellon.
- Gorosito, S. y López Domaica, J. (2018). Balance social, cambios y actualidad. *FACES*, 24(50), 9-26. ISSN 0328-4050.
- Llena, F. (s.f.). *Scampus.com*. Recuperado el 7 de NOV de 2020, de La información sobre la responsabilidad social: la Contabilidad Social: <http://ciberconta.unizar.es/leccion/medio21/INICIO.HTML>
- Machado, M. A. (ENERO- MARZO de 2004). Dimensiones de la Contabilidad Social. *Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría*, 173-218.
- Mattessich, R. (2002). *Contabilidad y métodos analíticos. Medición y proyección del ingreso y la riqueza en la microeconomía y macro economía, Traducción García Casella y Rodriguez de Ramirez*. Buenos Aires: Ed. La Ley.
- Resolución Técnica 36 (2012) Federación Argentina de Consejos Profesionales de Ciencias Económicas [www.facpce.org.ar](http://www.facpce.org.ar) última consulta 12 de noviembre 2020

Torres, C. F. (2014). El balance social en las normas contables argentinas. Análisis y aplicación de la Resolución Técnica 36 y la Interpretación 6 de la FACPCE. Buenos Aires: Osmar Buyatti.