



XXVIII CONGRESO

EBEN ESPAÑA

CÓRDOBA 10, 11 y 12 de junio de 2021



Como integrar el valor económico, social y medioambiental en las organizaciones

José Miguel Quiñones Ruiz¹

I Universitat Politècnica de Catalunya

Código: O.52

Área: SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL Y ESTRATEGIA CORPORATIVA

Palabras Clave:

Valor social integrado, Stakeholders, Balance Social, Impacto social, triple bottom line

RESUMEN:

Son muchas las empresas y organizaciones que fundamentalmente buscan crear valor a través del valor económico generado por su actividad. Así, su objetivo principal es crear valor (dividendos) para sus accionistas. Es la teoría del Premio Nobel de Economía, Milton Friedman, que en 1970 afirmaba que “la única responsabilidad de una empresa hacia la sociedad es ganar dinero para sus accionistas”. A esta teoría se antepone la que en 1984, creó Edward Freeman sobre “Teoría de los stakeholders”, que proponía que las empresas, además, deben rendir cuentas a sus grupos de interés que impactan o son impactados por las actividades empresariales. Actualmente, con el auge de la Responsabilidad Social Corporativa, los argumentos de M. Friedman se están viendo cuestionados, ya que existe el convencimiento creciente en que las empresas han de competir en un mundo globalizado, y en dónde los consumidores adoptan sus decisiones considerando otros factores determinantes del devenir de la actividad económica, desde la vertiente social y medioambiental. La descripción completa de una empresa exige rendir cuentas, no solo del valor creado para el accionista, en términos de rentabilidad, sino también del que se genera al resto de los grupos de interés, para lo que resulta necesario medir las contribuciones económicas, sociales y medioambientales de la empresa u organización en línea con la triple bottom line (Lazkano, L. San José, 2016)

Por tanto, la generación del máximo valor posible es uno de los principales objetivos de cualquier organización. Sin duda, pero desde hace poco tiempo, este tipo de rendición de cuentas a la sociedad, desde la triple dimensión económica, social y medio ambiental está ganando terreno, y cada vez son más las empresas que han visto una gran oportunidad para generar valor, tanto a sus accionistas como a todos sus grupos de interés. De esta forma, el concepto de valor para una organización se ha visto ampliado a estos tres factores: valor económico, valor social y valor medioambiental. Así, en la confluencia o intersección de estos tipos de valor obtenemos el “valor integrado” que combina elementos de valor económico, con otros aspectos que giran en torno a valor social y al valor medioambiental.

El gran problema que presenta esta metodología es de difícil adaptación, ya que no existe unos elementos estandarizados que permitan medir, en términos económicos, estos valores sociales y medioambientales. Se utilizan básicamente parámetros e indicadores de tipo cualitativo para identificarlos. La ausencia de metodologías estandarizadas y reconocidas para dicho fin ha dificultado la aplicación de un sistema de contabilidad social en las organizaciones empresariales que permita comparar el valor económico y social utilizando un único lenguaje (Lazkano, L. San José, 2016).

El objetivo del presente artículo por una parte trata de identificar, con las premisas de la literatura científica existente sobre este tema, lo que se entiende por valor económico, social y medioambiental, y definir los diferentes componentes y métodos actuales que debe tener en cuenta una organización para poder gestionarla y medirla.

Por otra parte, pretende exponer un caso práctico, en este caso de la Universidad Politécnica de Cataluña, en el que trata de identificar, a través del método de “triple bottom line”, la información que permite rendir cuentas de su integración del valor económico, social y medioambiental de la organización. Si, queremos mejorar el impacto social de una organización hemos de conocer los datos de valor que nos permitirán incidir en ellos, incrementarlos para hacerlos crecer. Al mismo tiempo de la recapitulación de estos datos, permitirá evaluar la gestión realizada y atender las demandas de sus grupos de interés y un incremento de su Responsabilidad Social.