



XXVIII CONGRESO

EBEN ESPAÑA

CÓRDOBA 10, 11 y 12 de junio de 2021



Aplicación Estratégica de la Contabilidad Social al emprendizaje

**Alfonso Etxanobe³, Jose Luis Retolaza¹, Leire San-Jose²*

1 HUME- Deusto Business School

2 ECRI- Universidad del País Vasco UPV-EHU

3 ECRI-Universidad del País Vasco UPV-EHU y LKSNext

Código: O.80

Área: NUEVA TEORÍA DE FIRMA Y CONTABILIDAD SOCIAL

Palabras Clave:

Emprendizaje, Social, Contabilidad Social, Estrategia, Valor Social, Stakeholders

RESUMEN:

La importancia del contexto en el emprendimiento ha sido ampliamente analizada, diferenciando su impacto en diferentes momentos del proceso emprendedor (Bergmann et al., 2016). Se han destacado su carácter dinámico a través de la continua creación de empresas con el soporte de los agentes de emprendimiento y las empresas ya existentes (Malecki, 2018) y los efectos generados por la interconexión y la interdependencia de diversos stakeholders (Cohen, 2006; Mason & Brown, 2014; Stam, 2015). Los ecosistemas de emprendimiento, por lo tanto, propician entornos adecuados en los que se desarrolla toda la cadena de valor del emprendimiento, poniendo en conexión las personas y sus ideas (a través de actividades de sensibilización, educación, capacitación y acompañamiento) con las infraestructuras especializadas de apoyo (agencias territoriales, incubadoras, espacios de coworking, programas especializados), los agentes de educación, innovación y capacitación (Universidad, centros tecnológicos), etc.

Con esta finalidad y mediante la aplicación de la Contabilidad Social (véase Retolaza, San-Jose, Ruiz-Roqueñi, 2016; Freeman, Retolaza, San-Jose, 2020 entre otros) se demostrará en este trabajo cómo es posible y necesario la utilización de la misma desde la creación de la empresa. Así, no solo se elaborará un Plan de Empresa, sino que se generará un sistema para demostrar el valor social que se genera a todos los stakeholders. Esta aplicación estratégica ha sido aplicada con datos de 2019 y se evidencia que estratégicamente es necesaria esta reflexión hacia la aportación de valor social en la creación de las organizaciones. Sin duda, esto repercutirá positivamente en la teoría de firma.