



CIRIEC-ESPAÑA, revista de economía pública, social y cooperativa, ISSN 0213-8093
Número 83 (abril 2015): "Impacto económico y social de la economía social"

Toward a New Metrics for the Evaluation of the Social Added Value of Social Enterprises

P. 9-42

Andrea Bassi - Giorgia Vincenti

Resumen

Existe una insatisfacción generalizada entre los líderes y gestores de las entidades sin ánimo de lucro, los financiadores privados y los decisores públicos con respecto a los sistemas actuales de evaluación del impacto social de las organizaciones no lucrativas y empresas sociales (ONL/ES). Los sistemas para medir el rendimiento (performance) de las ONL/ES varían mucho con respecto a una serie de variables endógenas y exógenas relacionadas con distintos entornos organizacionales: económicos, políticos, sociales y culturales. El objetivo de este artículo es presentar un marco teórico innovador que sirva de base para poder definir un conjunto de indicadores para la evaluación del valor añadido social que producen las ONL/ES. Nuestra hipótesis es que las ONL/ES se caracterizan por su capacidad de generar un resultado distinto en cada una de las dimensiones de la vida social: micro, meso y macro. Es decir: sentido de la responsabilidad a nivel micro, bienes relacionales a nivel meso y capital social a nivel macro. El artículo ilustra la herramienta de evaluación denominada S.A.V.E., aplicada, como referencia empírica, a tres empresas sociales italianas que trabajan en el campo de los servicios socio-sanitarios (sistemas de bienestar locales).

Monetizing the social value: theory and evidence

P. 43-62

José-Luis Retolaza - Leire San-Jose - Maite Ruiz-Roqueñi

Resumen

Durante la última década se han hecho esfuerzos importantes para integrar en un único informe el valor económico y social de las organizaciones. Esto es significativo porque refleja un mayor interés y mayores demandas de la sociedad; y no sólo en relación con las responsabilidades económicas de las organizaciones, sino también sociales. Sin embargo, las organizaciones Sociales encuentran problemas para poner en valor su contribución social, debida sobre todo a la prominencia de los indicadores económicos financieros; los cuales curiosamente solo tienen un valor instrumental en este tipo de entidades. El objetivo de este trabajo es desarrollar un modelo de contabilidad social que permita incorporar el valor social, en su forma monetizada, empleando las normas de contabilidad; con la económica. No es posible monetizar el valor social completo con este modelo, aunque sí muestra el valor económico con impacto social, la rentabilidad socio-económica y el valor social específico. La aplicación de este modelo hace posible la comparación cuantitativa y monetizada del valor integrado entre las empresas, lo que implicaría una eficiente toma de decisiones basada en la simetría y en la información más completa (organizaciones privadas), una mayor eficiencia en las decisiones de consumo o de inversión (particulares) e indicadores eficaces para el establecimiento de políticas públicas (administración pública). En general, podría consolidarse como un componente básico y valioso de la reputación empresarial.

Impacto económico y en el empleo de la Economía Social en España. Un análisis multisectorial

P. 63-81

Patricia D. Fuentes Saguar - Alfredo J. Mainar Causapé

Resumen

El papel de la economía social en la situación actual resulta muy importante por su capacidad para generar empleo y para dinamizar sectores o colectivos con especiales problemas de desarrollo económico. Por ello, es de gran interés poder medir el alcance real, tanto directo, como indirecto, del impacto de la misma sobre la actividad y el empleo. En este sentido, se propone aquí el uso de modelos multisectoriales, basados en Matrices de Contabilidad Social, para medir dicho impacto total. La combinación de dichos modelos con el uso de la información estadística disponible sobre las empresas de Economía Social en España, permitirá además obtener información sobre la cuantificación de dicho impacto sobre determinados sectores de interés. De esta forma, por otra parte, se podrá también evaluar la capacidad de la economía social para contribuir a la recuperación. Los resultados muestran que las empresas de Economía Social poseen una capacidad para la creación de empleo superior al resto de empresas en España, especialmente en sectores de servicios. Esto se ve incrementado por la alta capacidad de multiplicar los impactos y la importante ratio de empleo de estos sectores (básicamente de Servicios), ampliado en el caso de la Economía Social.

Impacto territorial del autoempleo en la economía social en España

P. 83-114

María del Carmen Pérez González - Lidia Valiente Palma

Resumen

En el presente trabajo se plantea como objeto de estudio identificar el distinto comportamiento seguido por las Comunidades Autónomas en cuanto al autoempleo generado en el ámbito de la Economía Social estableciendo, en su caso, un patrón de comportamiento según la situación económica de cada territorio. Se realiza un análisis cluster, incorporando variables que relacionan el territorio y la Economía Social, incidiendo en los años 2007 (previo a la crisis) y 2013. Entre los resultados hay que destacar la distinta evolución que han seguido las Comunidades Autónomas en el periodo objeto de estudio que se debe, en buena parte, al diferente tratamiento concedido al sector desde el marco institucional y a las características específicas de cada territorio.

El empleo de las cooperativas. Un análisis comparativo de sus fases cíclicas y de su grado de sincronización

P. 115-141

Mercè Sala Ríos - Teresa Torres Solé - Mariona Farré Perdiguer

Resumen

El trabajo realiza un análisis comparativo del comportamiento cíclico del empleo de las cooperativas en España. El periodo de estudio se extiende desde 1995 hasta 2014. El objetivo es estudiar hasta qué punto el ciclo económico de la economía española influye en las variaciones del empleo de las cooperativas y si este muestra un comportamiento distinto al del empleo del conjunto de la economía. Para ello en primer lugar, se caracterizan las fases cíclicas del empleo de las cooperativas, de la actividad económica y del empleo total. En segundo lugar, se evalúa su nivel de sincronización. Por último, se estudia la incidencia de la crisis iniciada en 2007 en la sincronización de los ciclos. Los resultados muestran que el empleo de las cooperativas tiene un comportamiento cíclico relativamente divergente al del ciclo económico y al del empleo total, sin llegar a detectarse un efecto refugio significativo. La crisis ha producido cambios en esta relación, así, las cooperativas se han vuelto más sensibles al ciclo económico y su empleo ha disminuido su resistencia.

La revelación social a partir de la guía GRI de la economía social: una herramienta para mejorar las relaciones socio-cooperativa

P. 143-168

Francisca Castilla-Polo - Dolores Gallardo-Vázquez - M^a Isabel Sánchez-Hernández**Resumen**

La problemática del socio dentro de la cooperativa y su relación con la Teoría de los Stakeholders centra el interés de este

trabajo. Considerando, no sólo su participación democrática sino también su potencial participación dentro de diferentes funciones económicas, planteamos la necesidad de una correcta gestión de las relaciones socio-cooperativa. Concretamente, para contribuir a crear y/o mantener estas relaciones proponemos la revelación social y, específicamente, el empleo de la memoria de sostenibilidad al amparo de la metodología GRI específica para la Economía Social. La facilidad de aplicación y los beneficios asociados a su uso parece que compensan sobradamente los costes de su implementación y justifican nuestra propuesta. Como conclusión, podemos afirmar que el empleo de las memorias de sostenibilidad en las cooperativas es una herramienta poderosa para la mejora de las relaciones con sus socios, si bien, evidenciamos las escasas iniciativas abordadas en este tipo de empresas hacia temas de revelación social.

Globalización del proceso productivo establecido y su impacto socioeconómico. El caso de Orkli S. Coop. en China

P. 169-199

Paula Arzadun

Resumen

Mondragón es el primer grupo empresarial en la Comunidad Autónoma del País Vasco, décimo a nivel del Estado Español y primero del sector de la Economía Social. Ante la evolución, complejidad y globalización de los mercados, ha buscado adaptarse y dar respuesta a un escenario en expansión, siendo uno de los efectos directos su globalización económica en general, y la diseminación de experiencias de globalización del proceso productivo establecido - GPPE, en particular. El presente trabajo es fruto de una investigación más amplia en la que se desarrolló una herramienta analítica de evaluación del impacto socioeconómico, y que se utilizó con el objetivo de conocer el impacto de la GPPE de Mondragón en países en riesgo identificados como mercados objetivo. Para ello se combinaron dos tipos de medidas. Se evaluó, por un lado, el impacto económico a través de las Tablas Input-Output (Leontief, 1970) y, por otro lado, el grado en el que se alinean diversas políticas y prácticas económicas, ambientales y socialmente responsables con la estrategia empresarial (Porter y Kramer, 2006). En concreto, aquí se presentará el caso de Orkli S.Coop en la ciudad de Kunshan, China, para lo cual se llevó a cabo un trabajo de campo in situ durante el mes de junio de 2009.

Size and profitability in co-operative banking: a picture from inside a Portuguese institution

P. 201-234

Sérgio Lagoa - Licínio Prata Pina

Resumen

Los bancos cooperativos de Europa desempeñan una función importante en el fomento del ahorro y la financiación de la pequeña y mediana empresa. Sus características particulares los han dotado de una resistencia extraordinaria para superar la crisis del crédito hipotecario de alto riesgo ("subprime"). No obstante, operan en un mercado muy competitivo en el que están constantemente bajo presión para que mejoren su posición. Con frecuencia, la estrategia adoptada para hacer frente a esta presión es la de incrementar el tamaño del banco cooperativo local. Basándonos en datos de un grupo bancario cooperativo portugués relativos al período 2009-2011, hemos evaluado el efecto que el tamaño de la entidad tiene sobre la rentabilidad de los activos y hemos realizado un análisis desagregado de los coeficientes que la afectan. Nuestros resultados indican que tras analizar en cada entidad de crédito local (es decir, cada caixa) aquellas características que no varían a lo largo del tiempo, la influencia del tamaño de la misma sobre la rentabilidad es insignificante. Ello indica que la mayor rentabilidad identificada inicialmente en las pequeñas y grandes caixas, frente a aquellas de tamaño mediano, se explicaría por las características específicas de cada una que permanecen invariables con el tiempo. Sin embargo, existen indicios de que el tamaño incide sobre la rentabilidad de forma indirecta, a través del riesgo crediticio, que las caixas grandes gestionan de forma más adecuada.

Los determinantes de la compra de productos con etiquetas de contenido social y ambiental

P. 235-250

Isabel Carrero - Carmen Valor - Raquel Redondo

Resumen

Las empresas social y medioambientalmente responsables realizan grandes inversiones para obtener los sellos que las certifiquen como tales. De cara a diferenciarse en el mercado, los logos o etiquetas responsables son considerados como un vehículo eficaz para comunicar al consumidor los atributos sociales y ambientales de los productos. Sin embargo, estudios previos concluyen que la mayoría de los consumidores no las conocen, no las entienden o no creen en ellas. Mientras que trabajos anteriores han examinado la influencia de las actitudes en la compra de productos con etiquetas, este trabajo analiza la influencia de la comprensión y de variables asociadas a la motivación en la compra de productos con etiquetado responsable. A partir de entrevistas estructuradas a 289 consumidores en Madrid, se concluye que el conocimiento de la etiqueta es un antecedente clave de la compra de productos con atributos éticos. Así, las organizaciones interesadas en el mercado RSE deben invertir en comunicación orientada a construir el conocimiento de la etiqueta. A partir de los resultados encontrados, se formulan sugerencias para profesionales y académicos interesados en el marketing de productos con etiquetado a contenido social y ambiental.

¿Para qué sirve un banco de alimentos? Relaciones con sus entidades beneficiarias en una región del Norte de España

P. 251-281

Jorge Coque - Pilar L. González-Torre - Marta García Rodríguez

Resumen

Los bancos de alimentos son organizaciones sin ánimo de lucro basadas en voluntariado cuyo objetivo es recuperar y redistribuir excedentes alimenticios entre las personas necesitadas a través de otras entidades. Este estudio se centra en las relaciones de un banco de alimentos con sus organizaciones beneficiarias, que se clasifican en entidades de consumo y entidades de reparto. El trabajo asume una estructura metodológica híbrida cuantitativa-cualitativa, con una primera fase, de carácter exploratorio mediante una encuesta dirigida a todas esas entidades, y una segunda, consistente en un taller participativo para devolución, contraste y profundización de los datos recogidos en la anterior. Los resultados muestran las diferencias entre ambos tipos de entidades en el actual marco de crisis socioeconómica, y sus problemas comunes que se resumen en las dificultades para satisfacer la demanda cuando es muy heterogénea y creciente, y cuando la oferta sigue reglas independientes.
