



CIRIEC-ESPAÑA, revista de economía pública, social y cooperativa, ISSN 0213-8093
Número 100 (noviembre 2020)

Un nuevo contrato social postpandémico. El papel de la Economía Social

P. 11-30

Antonio Costas

Resumen

¿Qué es lo que hace que una sociedad plural funcione armoniosamente, que la economía sea inclusiva y que la democracia no caiga en el caos político? En este artículo sostendré que ese pegamento es el contrato social. Cuando ese pegamento existe, progreso económico, social y político avanzan de la mano. Sucedió así en los llamados “Treinta Gloriosos”, las tres décadas que siguieron a la Gran Depresión de los Treinta y la Segunda Guerra mundial. Sin embargo, a partir de los años ochenta del siglo pasado ese pegamento se fue disolviendo y, en paralelo, el crecimiento económico dejó de ser sinónimo de progreso social y la democracia entró en barrena. El reto ahora es reconstruir ese pegamento, al modo como se logró tras las grandes guerras. En mi opinión, ese pegamento, en primer lugar, ha de venir de un nuevo contrato social postpandémico. En segundo lugar, el núcleo de ese nuevo contrato social está en la reforma de la empresa para corregir la mala distribución del excedente (valor añadido) entre salarios, sueldos de altos directivos y dividendos. Un nuevo contrato social progresista tiene que apoyarse en la recuperación del papel fundamental del tercer pilar de la prosperidad: la Economía social.

From the economic to the social contribution of the Social Economy. Monetary assessment of the social value created for the Spanish economy

P. 31-65

R. Belén Castro Rosa Santero M. Isabel Martínez Paula De Diego

Abstract

The role of the Social Economy (SE) in society is increasingly acknowledged by social agents and institutions, especially in the context of the 2030 Agenda for Sustainable Development. Commitment to SE requires the support of quantitative measurement of its contribution to society from an aggregate perspective. The difficulty in specifying it in quantitative terms is related to the assessment of the contribution of SE's differentiating and intrinsic values. These values contribute to the fight against some structural problems that persist in modern society in terms of unemployment, inequality, territorial imbalance, environmental problems and social exclusion that surpass the economic sphere and involve the contribution to social goals, social utility and social and territorial cohesion. Our objective is an assessment in quantitative terms, including an estimation, in monetary terms, of the specific contribution of Social Market Economy (SMkE) firms to society linked to their distinctive principles, and thus their behaviour, in comparison to traditional profit-oriented firms, used as a control group. We use impact analysis techniques, with a simulation exercise, by which SMkE entities “lose” their identity and behave like profit-oriented firms. The results obtained for Spain confirm the existence of differential behaviour that generates social value in several ways. In monetary terms, in 2017, SMkEs contributed 6,229 million Euros in benefits to Spanish society that would have been lost if SMkE entities had behaved like profit-oriented firms

Cooperativismo de segundo grado y adopción de las TIC

P. 67-85

Aadoración Mozas Moral Enrique Bernal Jurado Domingo Fernández Uclés Miguel Jesús Medina
Viruel Raquel Puentes Poyatos

Resumen

El presente trabajo de investigación se centra en el estudio de los factores determinantes para la adopción de las herramientas de Tecnologías de la Información y Comunicación con objetivos comerciales en las cooperativas oleícolas de segundo grado en España. El sector oleícola español lidera la producción mundial de aceite de oliva, sin embargo, cuenta con importantes problemas comerciales que ponen en riesgo la rentabilidad de los productores. Éste es un problema históricamente ligado a este sector. En este sentido el cooperativismo de segundo grado salva una de las trabas para su avance comercial frecuentemente señalada por la literatura sobre el sector oleícola, como es la falta de concentración e integración de la oferta. Con el fin de alcanzar el objetivo establecido en este trabajo de investigación se ha hecho uso de la técnica metodológica fuzzy set Qualitative Comparative Analysis (fsQCA). Los resultados extraídos señalan que el grado de innovación tecnológica se ve favorecido por la intensidad de integración cooperativa, la formación en TIC de los empleados, la importancia comercial del sector exterior, la oferta de productos ecológicos dentro de la gama de productos de la cooperativa y el grado de compromiso de la cooperativa respecto a las acciones de Responsabilidad Social Corporativa (RSC).

Stakeholder Accounting: hacia un modelo ampliado de contabilidad

P. 89-114

Edward Freeman José Luis Retolaza Leire San-Jose

Resumen

Desde ya hace un tiempo, la narrativa de los stakeholders se ha incorporado de forma decidida en un amplio elenco de organizaciones, contribuyendo al ideario de las principales empresas del mundo. Sin embargo, para un adecuado desarrollo de la misma no es suficiente incorporarla al propósito, es también necesario incorporar dicha perspectiva en los resultados. La transferencia de valor mediante mecanismos no monetarios o incluso emocionales, y la distribución de valor a múltiples stakeholders requiere un sistema más completo del que ofrece la contabilidad financiera. Un instrumento pensado principalmente para identificar el valor monetario residual, es decir, el beneficio; donde el valor distribuido a otros stakeholders, como por ejemplo los trabajadores y proveedores, aparece como un gasto con signo negativo; es decir, como una merma de valor. Para hacer frente a este problema y a la necesidad de una información más completa, tal y como está demandando la teoría de stakeholders, se necesita ampliar el actual sistema de información contable. En el presente artículo se propone una ampliación del concepto de valor, incorporando además de las transacciones basadas en precios, las transferencias realizadas en un entorno de no mercado (sin contraprestación de precio) y aquellas de carácter emocional; así mismo, se propone una ampliación desde una perspectiva unidimensional, centrada en los accionistas a una multidimensional que incorpore a la totalidad de los stakeholders de la organización. En el resto del artículo se reflexiona sobre las experiencias y las implicaciones de este modelo de contabilidad para los stakeholders que, sin duda, tiene un excelente encaje en la Economía Social.

El valor social y las cofradías canarias: una aproximación a través del análisis de un caso

P. 115-153

Beatriz Guzmán-Pérez Javier Mendoza Jiménez M^a Victoria Pérez Monteverde

Resumen

Las entidades de economía social han sido reconocidas como pieza clave en la agenda de desarrollo sostenible, pero aún sigue siendo necesario avanzar en la cuantificación de la aportación efectiva que realizan a la comunidad local. Este trabajo trata de medir el valor social de una de las familias de la economía social cuyo impacto socio-económico no ha sido abordado por los estudios empíricos realizados al respecto, las cofradías de pescadores. El contexto geográfico de la investigación es el archipiélago canario, empleándose la contabilidad social (Retolaza et al., 2016) como métrica del valor social. Se trata de un sistema de información ampliado que permite configurar una base de variables extrapolables a este tipo de entidades en otros territorios, y mostrar que la contribución que realizan las cofradías a sus stakeholders va más allá de variables económicas, y apoyan las funciones de sostenimiento del sector pesquero que les han sido asignadas por la normativa nacional y autonómica.

P. 155-175

Cuantificación del Valor Emocional. El caso de Unión de Cooperativas Agroalimentarias de Navarra (UCAN)

Maite Ruiz-Roqueñi

Resumen

El presente trabajo se enmarca en un proyecto de mayor dimensión, que tiene por objetivo monetizar el Valor Social que generan, o destruyen, las diversas organizaciones y que cuenta desarrolladas a día de hoy con tres propuestas complementarias: Un modelo de contabilidad social del valor integral denominado, Modelo Poliédrico; una metodología procesual, basada en el mencionado modelo poliédrico, denominada SPOLY y la existencia de cierta estandarización de variables de valor social, así como de los proxies que permiten la monetización de los outputs con ellas vinculados (Retolaza et al., 2014, 2015 y 2016). En línea con dicho modelo de Contabilidad Social, se aborda una nueva dimensión o ecosistema del valor, el valor emocional, y se propone un instrumento para su medición de manera cuantitativa. La propuesta realizada viene determinada por la identificación de un índice, que funcionaría como un factor corrector, permitiendo ajustar al alza o a la baja, el valor social integral. Una adaptación del modelo servqual (Parasuraman, et al., 1988), permitirá la objetivación del factor corrector y la amplitud del rango de corrección, a aplicar al Valor Social Integrado. La aplicación práctica al caso concreto de la Unión de Cooperativas Agroalimentarias de Navarra (UCAN) permitirá cuantificar el valor

Determining success factors in the implementation of social accounting

P. 177-205

Larraitz Lazkano Ana Beraza Leire San-Jose

Abstract

The aim of this paper is to determine the success factors based on principal change driving forces when implementing social accounting into social companies, and by extension, gain an insight into the overall impact of social accounting, in other words the monetization of social value. It includes a quantitative analysis of the various effects involved in implementing social accounting in Social Economy companies: 1) improving relations with stakeholders; 2) the commitment of company employees; 3) an interest in comparing results with other companies that have also introduced social accounting; 4) networking with other organizations through social accounting. Twenty-seven percent of the social companies that apply social accounting participated in the study. It was applied at three points (prior to, immediately after and six months after applying social accounting), social accounting in order to compare expectations of perceptions regarding communication, strategy and results after implementing social accounting. The results of statistical analysis conducted by SPSS Statistics 26.0 suggest that the main reason that leads social companies to apply social accounting is to improve reputation. Likewise, they suggest that the more time passes, the greater the incidence of social accounting in communication and strategy. This study contributes to "Lewin's change theory" whereby the change project is implemented by generating greater collaborator participation through empowerment in social economy entities, where employee participation is crucial.

Marco de referencia para la integración de la contabilidad social en la gestión estratégica de las empresas de Economía Social

P. 207-237

Alfonso Echanove Franco

Resumen

La presión social e institucional al tejido empresarial por generar y evidenciar un valor más allá de sus resultados económicos se ha incrementado en los últimos años. A las demandas de información sobre los impactos positivos y negativos de la actividad empresarial se suma ahora la necesidad de plantear e implantar acciones de impacto social positivo. En este contexto las empresas de Economía Social se enfrentan a un reto importante. Por su naturaleza cabría atribuirles una mayor generación de valor social y, sin embargo, esta no puede evidenciarse exclusivamente a través de la formulación de sus aspiraciones sociales. Surge la necesidad de integrar de forma diferenciada la generación y distribución de valor social en su gestión estratégica. Lo anterior se sustenta en el presente artículo en un análisis comparativo entre empresas de Economía Social y empresas mercantiles sobre la gestión del valor social en dos hitos de sus procesos de gestión estratégica: la declaración de la intención estratégica y la medición de resultados. Del análisis se infiere la necesidad de contar con sistemas de información social robustos, que permitan la

trazabilidad entre la definición del propósito de la organización y sus resultados y por ende, la comparativa entre organizaciones. La aplicación del modelo poliédrico de contabilidad social se ha considerado adecuada en estudios previos para la medición y comunicación del valor social generado por organizaciones de la Economía Social. Con el presente artículo se pretende incorporar un elemento novedoso al proponer su integración en los procesos de gestión estratégica.

Incrementando la eficiencia de las licitaciones públicas con la contabilidad social

P. 239-276

Ramón Bernal Uribarrena

Resumen

Con la aprobación de la Ley 9/2017, de Contratos del Sector Público, se presenta en el Estado Español una oportunidad para incorporar la valoración de otros resultados en los procesos de contratación pública, ampliando la perspectiva más allá de los económicos, tenidos en cuenta de manera habitual hasta la fecha. La contratación pública supone casi el 20% del PIB en España, de ahí el interés de este trabajo, centrado en facilitar una herramienta que incorpore una perspectiva más amplia en los procesos de valoración, permitiendo una contratación pública más eficiente socialmente. Las teorías tienden a la inclusión de los aspectos sociales y medioambientales en la actualidad, pero hasta el momento no existen trabajos que aborden explícitamente los aspectos sociales. En un estudio previo, en el que han participado 71 expertos españoles (Bernal, San-Jose & Retolaza, 2019), la objetivación de los procesos de licitación pública se ha identificado como una de las principales propuestas de mejora para los mismos. Este trabajo, utilizando el modelo de Contabilidad Social, desarrollado por Retolaza, San-Jose y Ruiz-Roqueñi, identifica el valor social que generaría cada una de las propuestas presentadas por las empresas a un proceso de licitación concreto, permitiendo su incorporación al proceso de valoración con similares criterios que los conceptos cuantificables que el proceso ya recogía. El resultado muestra que el modelo de Contabilidad Social facilita la objetivación en la incorporación del valor social a las licitaciones públicas, favoreciendo el avance hacia una perspectiva más amplia de los mismos.

Science and technology parks: measuring their contribution to society through social accounting

P. 277-306

Víctor Blázquez Ricardo Aguado José Luis Retolaza

Abstract

Science and Technology Parks (STPs) have made a positive contribution to regional development in the last decades. In general, the assessment of their level of performance has been based on two major variables: number of new companies and number of new jobs created. In this paper we propose the use of social accounting to measure the social value (SV) generated by STPs as an additional tool to assess the level of contribution of STPs to social development. Social accounting could be of interest for policy makers and regional governments in order to evaluate regional STPs and their social performance. In addition, in this paper we present an innovative methodology for calculating SV. Instead of using primary data to calculate SV (through interviews or consultations with individual stakeholders), we propose the use of secondary data available in open databases to measure SV. In this way, the measurement of SV for a large number of individual organizations can be achieved using a limited amount of resources. In this line, and as a seminal implementation of this methodology, we calculate the SV generated by four STPs in two different regions and countries belonging to the European Union using secondary data. Thus, the main contribution of the paper is twofold: on one hand it proposes social accounting to assess the performance of STPs through the calculation of SV, and on the other hand it implements a new methodology to calculate SV which requires the use of a lesser number of resources.
