

Contabilidad social para la sostenibilidad

MIEMBROS DEL EQUIPO

Cátedra CESCO ULL:
Javier Mendoza Jiménez (IP)
Beatriz Guzmán Pérez
María Victoria Perez Monteverde
Cándido Román Cervantes (director de CESCO)

Motivación

- Esta línea de trabajo busca medir la contribución social del turismo a la sociedad a través de una metodología innovadora y donde los stakeholders juegan un papel fundamental.
- Se trata de un método que da la vuelta a la concepción tradicional de la Responsabilidad Social Corporativa y se centra en el valor percibido por los diferentes grupos de interés en relación con las acciones que realiza la entidad.
- La investigación se realiza en colaboración con la entidad objeto de análisis y permite a esta conocer sus fortalezas y debilidades para posteriormente incorporarlas en sus procesos estratégicos.

Objetivos

- Establecer un sistema de medición del valor social replicable a distintas escalas
- Explicitar la contribución del turismo más allá de los impactos económicos.

Metodología

Se utilizará la metodología que para organizaciones empresariales y administraciones públicas han desarrollado fundamentalmente los profesores Retolaza y San José en el País Vasco.

Se aplicará dicha metodología con una serie de variantes al caso concreto del turismo para recoger las características propias del sector.

En el sector turístico se cuenta con la experiencia del Hotel Tigaiga, alguno de cuyos resultados se adjuntan pero puede ser ampliable a más organizaciones y tipologías.

Los resultados han sido publicados en congresos de ámbito internacional.

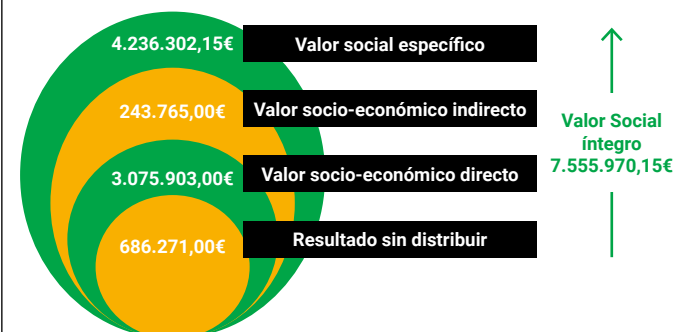
Resultados

Publicación en el XXVI Congreso European Business Ethics España que se celebró en Málaga en 2018.

Proyecto de investigación a través de la FGULL con el Hotel Tigaiga (resultado en Figura 1).

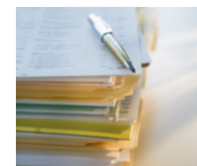
En la actualidad se desarrollan más proyectos con entidades de otros sectores.

Figura 1. Ecosistemas de valor social: resultados globales



Fuente: Elaboración propia

Resultado 1



Conocer el Valor Social de una entidad hotelera

Resultado 2



Establecer variables standard para poder medir el valor social del sector

Resultado 3



Publicaciones a nivel internacional

Resultado 4



Ampliar a otras organizaciones

Conclusiones

- El turismo genera un valor social, mayor que el de mercado, que todavía no se ha cuantificado adecuadamente.
- Esta metodología permite a las entidades posicionarse igualmente desde un punto de vista estratégico y conocer las opiniones de sus grupos de interés.
- Gracias a las entrevistas realizadas, puede tenerse un conocimiento más profundo de cuales son los efectos percibidos de las acciones realizadas por la entidad y actuar en consecuencia.
- Cada vez un mayor número de entidades y de sectores más diversos se suman a esta línea de trabajo, lo cual permite fortalecer la metodología.

Publicaciones

- JL RETOLAZA, L SAN-JOSÉ (2016) Contabilidad social para la sostenibilidad: modelo y aplicación, - Revista de Contabilidad y Dirección,
- Retolaza et al. (2015) Incorporando el valor social en las licitaciones públicas: un modelo integral, CIRIEC España
- San José, L.; Retolaza, JL (2016). Contabilidad Social orientada a los stakeholders, Ed. Pirámida, Madrid
- Measuring the social value of tourism: the case of Hotel Tigaiga Javier Mendoza, Beatriz Guzman, M Victoria Perez and Candido Roman – III Spring Symposium on Challenges on Tourism Development.

SOCIOS Y/O ENTIDADES COLABORADORAS

Cátedra Cajasieta de Economía Social y Cooperativa
Universidad de La Laguna

GEAccounting

hotel & suites
tigaiga
tenerife