

Resumen amplio

Monetizar el valor social del emprendimiento inclusivo: el caso de la empresa de economía social Abono Café

Objetivos

En un entorno caracterizado por altas tasas de desempleo entre las personas con discapacidad, este trabajo tiene como objetivo demostrar que el emprendimiento es una alternativa útil al empleo por cuenta ajena (Barba-Sánchez et al., 2019), que contribuye a la inclusión social de las personas con discapacidad y que genera un valor social cuantificable en términos de valor social. Además, autores como Pagán (2009) y Halabisky (2014) consideran que esta alternativa es apropiada para las personas con discapacidad, ya que puede darles una mayor flexibilidad laboral en cuanto a la carga de trabajo y las horas del mismo, permitiendo así un mejor equilibrio entre su discapacidad y su vida laboral. Akinyemi (2016) señala que el autoempleo da a las personas con discapacidad la oportunidad de ser miembros productivos de la sociedad, lo que, según Seelman (2008), aumenta su autoestima y confianza en sí mismos.

Metodología

Dado que el emprendimiento por parte de personas con discapacidad es un fenómeno poco estudiado, a través de la pregunta de investigación tratamos de averiguar cómo este tipo de emprendimientos generan valor social. El método del caso es particularmente válido al buscar la generalización y la inferencia hacia la teoría (Yin, 2014). Además, para conseguir el objetivo propuesto de monetizar el valor social vamos a usar el Modelo Poliédrico de San José y Retolaza (2016).

Basado en la Teoría de los Stakeholders de Freeman (1984), el Modelo Poliédrico de San-José y Retolaza (2016), también conocido como SPOLY, se sustenta en la idea de que una organización genera valor a los distintos grupos de interés con los que interactúa. Sin embargo, la perspectiva contable tradicional sólo recoge el valor generado para el factor capital, a través del beneficio contable.

Para aplicar la metodología de este Modelo Poliédrico de San-José y Retolaza (2016), se han identificado a los grupos de interés de la empresa de economía social "Abono Café" y, por medio de una serie de entrevistas a los principales stakeholders o grupos de interés implicados, se han identificado también las variables de valor orientadas a indicadores, cuya cuantificación permitirá aproximarnos al valor social generado por Abono Café.

Resultados

Entre los resultados, destaca el cálculo del Valor Social Integrado (VSI) generado por Abono Café, que asciende a 566.548,99 €. Para ello debíamos determinar el Valor Social de Mercado (VSM), el Valor Social Específico (VSE) y el Valor Emocional (VE); sin embargo, este último todavía está en fase experimental (Román et al., 2020), por lo que hemos centrado este trabajo en los dos primeros. Así pues, el Valor Social Integrado (VSI) de Abono Café se ha calculado sumando el Valor Social de Mercado (VSM), compuesto por el Valor Socio-Económico y el Valor Movilizado, y el Valor Social Específico (VSE). En concreto, el VSE de Abono Café (347.814,00 €) supera su VSM (218.734,99 €), lo que es indicativo del potencial social de este tipo de iniciativas y está en consonancia con su principal objetivo, que es la inserción socio-laboral de los socios de la misma, que son personas con discapacidad. Además, el índice de valor social, que indica cuánto valor social genera la empresa a partir de la financiación pública obtenida (San-José, 2019) es 5,37 €, lo que significa que el VSI (566.548,99 €) representa cinco veces la financiación pública recibida (105.450 €), es decir, por cada euro invertido por el gobierno regional en Abono Café genera, al menos, 5,37 €.

Conclusiones y aplicaciones prácticas

Como principales conclusiones podemos destacar que es posible la cuantificación del valor social de Abono Café, una cooperativa fundada y gestionada por jóvenes con discapacidad, ubicada en Toledo; y que visibilizar iniciativas como ésta, demostrando su viabilidad técnica, económica y social, por sí misma ya genera valor al ser un referente para otras personas en esta misma situación.

Así, las principales implicaciones prácticas tienen que ver con que la generación de valor social por parte de Abono Café demuestra que es una realidad posible, alentadora y ejemplarizante para fomentar el autoempleo para personas con discapacidad y que otras personas en similares circunstancias pueden también tener éxito. Además, también pone en valor la flexibilidad laboral que el autoempleo ofrece a las personas con discapacidad, dado los problemas que este colectivo tiene para compatibilizar su discapacidad con cualquier actividad laboral. Así, se evidencia que el marco del emprendimiento facilita la adaptación al puesto de trabajo, sus funciones y tareas, a un determinado perfil individual.

Limitaciones

Somos conscientes de las posibles limitaciones, principalmente derivadas de que se trata de una aproximación por defecto, en función del principio de prudencia. Además, en el proceso de cálculo de estos valores hemos detectado oportunidades de mejora en la identificación y definición de indicadores y proxies para futuras investigaciones:

- a. En primer lugar, en la tercera variable de valor relativa a la “integración social” se ha medido el número de nuevos contactos que la creación de la empresa ha supuesto para los socios, pero no su calidad, en términos de confianza desarrollada y frecuencia de las interacciones, como sugiere Keyes (1998).

- b. En la sexta variable de valor relacionada con la “confianza y autoestima”, se ha consultado a los expertos por una terapia psicológica estándar para fomentar ambos rasgos de personalidad, siendo conscientes de la dificultad de estandarizar un colectivo tan amplio. En este sentido, una mejora para futuros cálculos tendría que recoger diversidad de terapias en función del tipo y grado de discapacidad de los socios de Abono Café.
- c. En relación con la séptima variable de valor referida al “bienestar”, se ha observado una reducción de visitas médicas de los socios tras la creación de la empresa, pero no hemos sido capaces de contabilizarla. En el caso de este tipo de entidades, sugerimos que el cálculo no se haga a posteriori, es decir, con los datos del ejercicio económico cerrado, sino que haya un trabajo previo de identificación y medición de indicadores de las variables de valor para el cálculo del valor de no mercado durante el ejercicio que se quiera monetizar, dejando el cálculo del valor de mercado para el siguiente ejercicio económico, tras el cierre contable.

Futuras líneas de investigación

Al hablar de posibles líneas futuras de investigación debemos señalar que, en general, el reto para la generalización del uso de esta metodología es la estandarización, aunque sea por sectores de actividad u otras características diferenciadoras. Dado que el proceso de aplicación todavía resulta largo y complejo, necesitando de personal cualificado para su correcta implementación, sobre todo para la identificación de las variables de valor específicas, sus indicadores y sus proxies, que es un proceso todavía muy artesanal. Sin duda, este hecho se deriva de la escasez de investigación aplicada existente hasta la fecha, por lo que este artículo contribuye a la futura estandarización de esta metodología, posibilitando su futura digitalización, al nutrir esa base de datos de variables de valor, indicadores y proxies. En este sentido, se necesitan futuras investigaciones que vayan consolidando la metodología SPOLY, que propone un cambio de visión, pasando del concepto de gasto al de inversión, y que demuestren la viabilidad de este cambio de paradigma.

Contribuciones

La novedad y originalidad que este trabajo aporta es que, si bien esta metodología se ha aplicado antes a otras empresas de economía social (Retolaza et al., 2014; Román et al., 2020), dos son las principales aportaciones de este trabajo de investigación: identifica las variables de valor presentes en una empresa fundada por personas con discapacidad, en su mayoría intelectual; y, dado que la empresa analizada se dedica a la elaboración de humus, muchas de las variables de valor identificadas son totalmente novedosas e inéditas en el ámbito de la aplicación del modelo SPOLY y servirán de base para la futura aplicación a otras empresas dedicadas a este tipo de actividad.

Palabras clave: Valor social, emprendimiento inclusivo, economía social, SPOLY, stakeholders.