

La Cuenta del Triple Resultado o Triple Bottom Line

MARÍA JOSÉ GARCÍA LÓPEZ
Universidad Rey Juan Carlos

RESUMEN

El presente trabajo tiene la finalidad de analizar la estructura de la cuenta del triple resultado como una herramienta para medir el comportamiento económico, social y medioambiental de una empresa, con la finalidad de minimizar cualquier resultado no deseado y generar valor. La característica más diferenciadora de la cuenta del triple resultado es el establecimiento de parámetros que permiten asignar valores cuantitativos a la actuaciones no sólo económicas, sino también sociales y medioambientales de una organización, valiéndose para ello de la matriz del triple resultado y del establecimiento de determinados indicadores estándar que ofrecen cierto grado de objetividad. Sin embargo, esta ardua tarea no está resultando nada fácil de llevar a cabo, al surgir problemas derivados tanto de las unidades en que se medirían los comportamientos sociales y medioambientales de las organizaciones como en el grado implícito de subjetividad que tienen determinados comportamientos desarrollados por éstas en los ámbitos citados.

PALABRAS CLAVE

Cuenta del triple resultado, indicadores cuantitativos, responsabilidad social corporativa.

ABSTRACT

The aim of this paper is to analyze the structure of the triple bottom line account as a tool to measure the economic, social and environmental performance of a company, in order to minimize any undesirable outcome and create value. The most distinguishing feature of the

triple bottom line is the establishment of parameters that allow to assign quantitative values to different organizations' actions not only economic but also social and environmental aspects, relying on the triple bottom line matrix and establishing certain standard indicators that provide some degree of objectivity. However, this arduous task is not being easy to carry out, due to the problems resulting from establishing the units used to measure the social and environmental behavior of organizations and the implicit degree of subjectivity that have certain behaviors developed by them in the areas cited before.

KEYWORDS

Triple Bottom Line Account, quantitative indicators, corporate social responsibility.

1. Introducción

Durante los últimos años se ha podido apreciar como en todos los niveles y grupos relacionados con la empresa (la dirección, consultoría, inversores, ONG's, la sociedad en general) ha aparecido un nuevo concepto que se ha puesto de moda: La cuenta del triple resultado, más conocida por su acepción inglesa "The Triple Bottom Line" o TBL.

El término "Triple bottom line" (en adelante, TBL) data de mediados de los años 90, cuando un grupo de expertos en contabilidad empieza a utilizarlo en sus trabajos. No obstante, no será hasta la publicación en 1998 de libro de John Elkington's "*Cannibals with forks: the triple bottom line of 21st century business*" cuando este concepto empieza a tener fuerza. No es de extrañar por tanto, que la mayoría de las grandes empresas de auditoría hayan aprovechado la aparición de este nuevo nicho de negocio para ofrecer sus servicios con el fin de ayudar a las empresas que quieran medir, auditar o hacer una memoria de sus líneas sociales y/o ambientales.

John Elkington diseñó un sistema nuevo para evaluar la sostenibilidad, al plantear un nuevo marco para medir el desempeño. Este marco contable, llamado TBL, fue más allá de las medidas tradicionales de beneficios, el rendimiento de la inversión, y valor para los accionistas e incluyó las dimensiones ambiental y social.

El interés en la TBL ha ido creciendo con el tiempo y actualmente se trata de un sistema utilizado por organizaciones tanto con ánimo de lucro como sin él, y tanto privadas como públicas, supuesto determinados gobier-

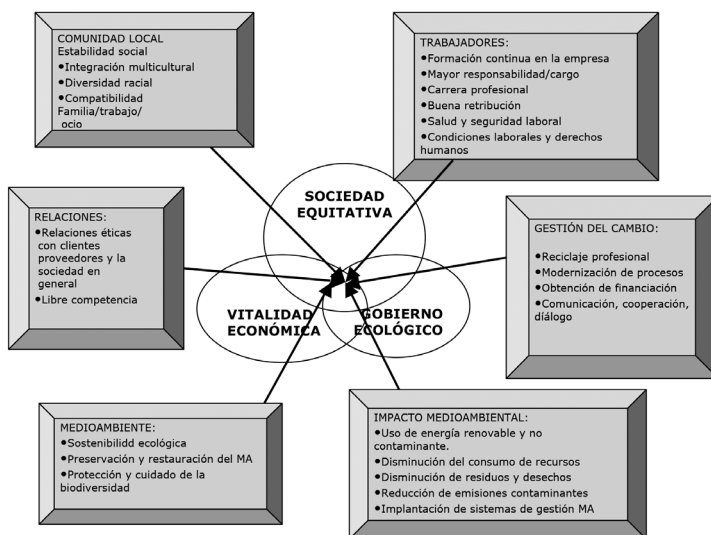
nos están tratando de implementar el sistema de la TBL tanto a nivel estatal, federal como local.

Este artículo revisa el concepto TBL, explica brevemente en qué consiste su metodología a través de la matriz del triple resultado y destaca alguno de los inconvenientes que tiene la puesta en práctica de la TBL.

2. El concepto del Triple Resultado

En su acepción más amplia, el concepto de la TBL es un término usado para tratar de identificar una serie de valores en su conjunto, inversiones y procesos que la empresa debe llevar a cabo para minimizar cualquier resultado no deseado con origen en el desarrollo de su actividad y para crear valor económico, social y medioambiental. Por tanto, el término triple resultado se refiere a la base de medida que debe ser utilizada por las empresas con la finalidad de proporcionar información de sus actuaciones económicas, sociales y medioambientales de acuerdo con determinados parámetros.

En la concepción de la TBL existen tres líneas que representan la sociedad, la economía y el medioambiente. La sociedad depende de la economía y ésta a su vez del ecosistema global cuya salud está representada en la última línea del TBL. Bajo este enfoque, la sociedad se tendría que contemplar desde su relación con la economía y el medioambiente, dando lugar a las relaciones que aparecen recogidas en la siguiente figura:



Fuente: Elaboración propia.

Todas esas relaciones generan la necesidad de establecer un conjunto de medidas, para lo cual se diseñó la matriz del triple resultado.

3. La matriz del Triple Resultado

Una de las principales consideraciones que recoge la TBL es la posibilidad de medir cuantitativamente el impacto que tienen determinadas actuaciones de la organización, tanto desde el punto de vista económico, como desde el social y/o el medioambiental. Además, la concepción de la TBL establece el paradigma de que sus líneas principales (económica, social y medioambiental), no son estáticas ni estables, sino que se consideran en constante movimiento debido a presiones de índole social, política, económica, a los cambios en el ciclo económico y a la influencia de determinados hechos como pueden ser los conflictos de tipo bélico.

Por ello, cada una de las líneas de la TBL se debe considerar como una plataforma continental en sí misma, de modo que a menudo se mueve independientemente de las otras, pudiendo situarse encima, debajo, al lado e incluso se pueden producir fricciones entre las mismas.

Para poder analizar con mayor detalle cada línea, se planteó la matriz del triple resultado, que constituye un marco diseñado y alineado que ofrece soluciones sostenibles para la convivencia entre empresa y sociedad, con la finalidad de transformar los accionistas en parte implicada no sólo de la empresa sino también de la sociedad en su conjunto. La matriz se desarrolla considerando los tres ámbitos básicos de la TBL: economía, sociedad y medioambiente y todas las partes implicadas: accionistas, franquicias y/o subsidiarias, empleados, clientes, proveedores, competencia, comunidad local, humanidad, generaciones futuras y mundo natural o ecosistema. Las interacciones que se han de dar entre los distintos elementos aparecen recogidas en la siguiente matriz:

	ECONOMÍA Y FINANZAS	ECOLOGÍA- MEDIO AMBIENTE	ACCIÓN SOCIAL	MEDIDA TOTAL
GRUPO DE INTERÉS	Determina el impacto del desarrollo económico de la empresa y su coste	Determina el impacto medioambiental de la empresa y su coste	Determina el impacto de la empresa en la sociedad y su coste	Resultado de la suma de los costes totales incurridos
ACCIONISTAS	ROI, Valor de la Acción, Beneficios	Reducción del riesgo. Uso racional de los recursos	Imagen pública. Prácticas éticas y legales	⋮ ↓

Continúa

	ECONOMÍA Y FINANZAS	ECOLOGÍA- MEDIO AMBIENTE	ACCIÓN SOCIAL	MEDIDA TOTAL
FRANQUICIAS Y/O SUBSIDIARIAS	Beneficio o crecimiento potencial	Estrategia de negocio "limpia"	Prácticas honorables	
EMPLEADOS	Beneficios Sociales	Niveles de riesgo laboral	Desarrollo profesional, cultura corporativa	
CLIENTES	Precio, Calidad, Valor añadido basado en el producto o servicios	Productos o servicios seguros y respetuosos con el medio ambiente	Prácticas éticas y responsabilidad social	↓
PROVEEDORES	Precios, condiciones de pago	Compartir estrategia y tecnología medioambiental	Relaciones éticas	
COMPETENCIA	Competitividad, prácticas de mercado libre	Tecnología y principios compartidos	Normativa ética y legal sostenible	
COMUNIDAD	Estabilidad financiera, filantropía	Niveles de riesgo, impacto ambiental, restauración del habitat	Servicios para mejorar la vida de la comunidad	
HUMANIDAD	Acciones económicas igualitarias, internalización de costes externos	Estrategias y prácticas que beneficien a la biosfera	Estrategias que beneficien la comunidad y la cultura en todo el mundo	↓
GENERACIONES FUTURAS	Inversiones socialmente responsables, fondos disponibles de I+D	Minimizar el impacto medio ambiental y restaurar el habitat	Cultura, seguridad y desarrollo sostenible	
MUNDO NATURAL	Devolución de los Fondos Invertidos	Prácticas sostenibles y diversidad natural	Trato humano durante toda la vida	↓
TOTAL BENEFICIOS – COSTES = BENEFICIO SOSTENIBLE				

Fuente: Elaboración propia a partir de inknowation.com.

Los aspectos concretos que se tienen en cuenta dentro de la matriz del triple resultado son los siguientes (considerando cada una de las áreas involucradas):

Medioambientales	<ul style="list-style-type: none"> • Energía, Agua • Materiales utilizados • Emisiones y residuos • Diseños operacionales ecoeficientes • Nuevos productos y servicios • Impacto en el sistema de vida
Económicos	<ul style="list-style-type: none"> • Aumento del beneficio • Productividad • Beneficios marginales crecientes • Retorno de la inversión • Costes del capital • Valoración de la empresa • Riesgos asumidos por la dirección
Sociales	<ul style="list-style-type: none"> • Impacto social y comunitario • Salud y seguridad laboral • Igualdad de oportunidades • Educación • Reconocimiento social • Pensiones de jubilación

Y, como principales ventajas de la aplicación de un sistema del triple resultado podemos destacar las siguientes:

Aumento del Beneficio y el Mercado	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la cuota de mercado y de la facturación. • Incremento de la posibilidad de penetración en nuevos mercados. • Mejora de la calidad. • Mejora de la competitividad. • Mejora de las relaciones con los clientes y el público en general.
Mejora del margen comercial y de la productividad	<ul style="list-style-type: none"> • Incremento de la eficiencia operacional. • Reducción de los costes por materiales, energía y residuos. • Reducción general de costes. • Reducción de los costes de transporte, almacenamiento y embalaje. • Reducción de las multas, seguros y costes de compensación a los trabajadores por accidentes laborales. • Mejora del ánimo, productividad y creatividad de los empleados.
Mejores condiciones de acceso al capital	<ul style="list-style-type: none"> • Mayor atractivo para los inversores. • Acceso a subvenciones públicas.
Reducción de los costes de capital	<ul style="list-style-type: none"> • Reducción del fondo de maniobra y de los costes operacionales. • Reducción del capital fijo y cambios en la concepción del equilibrio patrimonial. • Reducción de costes de capital a través de la mejora con los inversores y el resto de partes implicadas.

Continúa

Mejora de las funciones organizativas

- Mejora de la información disponible para la toma de decisiones.
 - Clarificación de las responsabilidades organizacionales y contables.
 - Procesos operativos y desarrollo del negocio más estable.
 - Establecimiento de programas de mejora continua.
-

No obstante, la cuantificación de todas las partidas consideradas dentro de la matriz de la TBL presenta una serie de inconvenientes que pasamos a analizar.

4. El paradigma de la matriz del Triple Resultado

Si bien el concepto de la TBL apareció, tal y como hemos señalado, a mitad de la década de los 90, no se puede considerar que éste sea un concepto totalmente innovador en sí mismo, ya que en muchos de sus usos se identifica con la responsabilidad social corporativa.

Por ejemplo, cuando la CEO de VanCity (la mayor entidad bancaria de Canadá) define la TBL considera que es “*tener en cuenta los resultados financieros, sociales y medioambientales en el desarrollo e implementación de la estrategia de negocio*”. Sin embargo, esto no es nada nuevo, puesto que la creencia general de que una empresa puede mejorar su beneficio financiero a largo plazo si tiene en cuenta sus actuaciones sociales y medioambientales se ha considerado como parte básica de la estrategia empresarial desde que en 1984 Freeman publicó su libro “*Strategic Management: A stakeholder approach*”.

No obstante, los defensores de la TBL se escudan en su propia argumentación al señalar que no se puede comparar la TBL con la responsabilidad social corporativa porque la TBL insiste en la medida, cálculo y publicidad de los informes elaborados. Sin embargo, esto tampoco es totalmente cierto. Desde hace varios años, varios expertos agrupados bajo las siglas SEAAR (Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting) han trabajado en la definición de determinados estándares tales como los del Global Reporting Initiative (www.gri.com) la Social Accountability Internacional SA8000, the AccountAbility AA1000 así como parte de las normas ISO. La función más importante de estos estándares reside en identificar indicadores de impacto social y medioambiental así como establecer metodologías de medida y auditabilidad del beneficio proporcionado por dichos indicadores.

Existen también otros aspectos incluidos como novedosos dentro del concepto de la TBL que no son tales. Así, si bien se supone que aquellas

empresas que se basan en los estados financieros tradicionales sólo tratan de maximizar su beneficio financiero sin tener en cuenta otros aspectos, esto no es cierto. Es evidente, que la mayoría de las grandes empresas llevan muchos años considerando factores de índole social y medioambiental. Por ejemplo, a través de sus departamentos de recursos humanos conocen el género de sus empleados (% hombres / % mujeres), la presencia de minorías étnicas, el grado de satisfacción de la plantilla, su grado de absentismo, etc. También a través de sus departamentos de atención al cliente conocen en grado de satisfacción de éste, la imagen que el consumidor tiene de la empresa y en general la percepción de la sociedad. Sucede además, que desde la reciente tendencia hacia el concepto de responsabilidad social corporativa, las empresas cuidan más determinados aspectos en relación con sus actuaciones sociales y medioambientales si bien en muchos casos se limitan a hacer pública una información de la que ya disponían.

Por tanto, quizá el primer problema con que nos encontramos está en la propia definición de la TBL ya que si bien la mayoría de las publicaciones tienen como objeto introducir al lector en el concepto de la TBL, no es fácil encontrar una definición de la misma en sentido estricto y mucho menos, una fórmula que determine como se debería proceder a su cálculo tal y como existe para la determinación en términos cuantitativos de, por ejemplo, la totalidad de los ingresos o el beneficio neto de una empresa. En vez de encontrar definiciones exactas acerca de cómo proceder, lo que nos encontramos son afirmaciones generalistas.

En general, hemos de suponer que la TBL ofrece respuesta a las demandas de los grupos de interés de la empresa, aún más, es una herramienta de evaluación de la dirección al suponer que (www.pwcglobal.com) *“esta herramienta permite hacer reaccionar a la dirección ante los cambios que pueden producirse en las demandas de los grupos de interés antes de que las mismas puedan afectar a la TBL”*.

A continuación determinaremos la posibilidad (o no) de medición de los diversos conceptos integrantes de la TBL.

5. Medida, cálculo e información de los aspectos no financieros de la matriz del Triple Resultado

Los defensores de la TBL insisten en la necesidad de medir las actuaciones sociales y medioambientales de la empresa, del mismo modo en que se mide su actuación económica, que desemboca posteriormente en un resultado financiero cuantitativo. En este sentido, los componentes del resultado social y medioambiental podrían ser medidos mediante la aplicación

de indicadores estándar, los cuales además ofrecen un cierto grado de objetividad. En este sentido, los datos obtenidos mediante los citados indicadores podrían ser auditados y dar lugar a informes acerca de la actuación social y medioambiental de la empresa.

Algunos indicadores de este tipo serían los siguientes:

- Existencia de igualdad de oportunidades.
- % de directivos que son mujeres.
- % de empleados que pertenecen a minorías étnicas.
- % de empleados representados por los sindicatos o el comité de empresa.
- % de empleados dentro del convenio colectivo.
- N° de accidentes laborales por año.
- Existencia de programas que animen a los empleados a adoptar estilos de vida sanos.
- Explotación infantil.
- Donaciones a la comunidad.
- Etc.

De este modo, en el campo social o medioambiental se podría obtener un resultado social neto que podría ser calculado usando los datos proporcionados por los indicadores y determinando una fórmula que no presentara controversias y pudiera ser utilizada por cualquier empresa.

Las razones por las cuales las empresas desean medir, calcular e informar acerca de sus actuaciones sociales y medioambientales se podrían resumir en las tres siguientes:

- **Convergencia:** la medida del resultado social y medioambiental implica que la empresa mejorará sus actuaciones sociales y tenderá a tener más beneficios de todo tipo a largo plazo.
- **Afianzamiento de sus obligaciones sociales y medioambientales:** las empresas tienen la obligación de mejorar el beneficio neto de sus actuaciones en material social y medioambiental por lo que resulta necesario que se pueda medir para poder juzgar con qué grado de cumplimiento llevan a cabo estas obligaciones.
- **Informes:** las empresas tienen la obligación de proporcionar información a las partes implicadas acerca del desempeño de sus acciones sociales y medioambientales.

En resumen, la TBL aboga para que el beneficio social y medioambiental pueda ser medido de forma objetiva de modo que las empresas pue-

dan usar esos resultados para tratar de mejorar su beneficio. Además, sostiene que usando e informando acerca de estos otros beneficios, también mejorará el resultado financiero a largo plazo.

Resulta por tanto absolutamente necesario disponer de una metodología que permita cuantificar las distintas actuaciones de la empresa para posteriormente, sumarlas y restarlas y obtener el beneficio neto social o medioambiental. El problema reside precisamente en que si bien los defensores de la TBL argumentan que lo que hay que hacer es medir, nadie hasta este momento ha desarrollado ninguna metodología que señale no sólo como medir sino también como cuantificar las actuaciones sociales y medioambientales de la empresa dentro de la TBL.

Los seguidores de la TBL argumentan que están esperando a que la TBL sea un concepto arraigado en la sociedad para establecer una determinada metodología. No obstante, los argumentos que exponemos a continuación más bien nos indican la imposibilidad de formular una metodología relativamente aceptada por el mundo empresarial para medir y cuantificar el resultado social y medioambiental de las compañías.

Si suponemos que hemos sido capaces de medir y cuantificar el resultado social de una empresa y éste nos arroja un resultado numérico, lo primero que nos tenemos que preguntar es en que unidades va determinado dicho resultado. Es decir, resulta necesario establecer nuevas unidades de medida para determinar el beneficio social y medioambiental. Se echa en falta, por tanto, a la hora de medir el comportamiento social y medioambiental de la empresa una unidad de medida, que puede ser monetaria o no, pero que ha de ser válida para medir todos los comportamientos sociales y medioambientales de la empresa, ya sean buenos o malos y afecten a todas o alguna de las partes implicadas con la empresa.

Parte del problema de cuantificar los indicadores está en determinar cuánto de mala o de buena es una acción llevada a cabo por una empresa, ya que se tratan aspectos tanto cualitativos como cuantitativos cuando se trata de evaluar el impacto de las actuaciones sociales y medioambientales de la compañía.

Este problema no se soluciona si trasladamos las cuantificaciones a términos monetarios, ya que una de las tres asunciones básicas sobre las que descansa la metodología contable es precisamente la de “unidad de medida” que define como todos los gastos, ingresos, activos y pasivos se deben expresar en la misma unidad monetaria.

Además, es de todos conocido que el resultado financiero de una empresa se calcula por diferencia entre los ingresos y los gastos del periodo. Por tanto, en el caso de un resultado social o medioambiental ¿qué conceptos serían equivalentes a los gastos, los ingresos, los activos, los pasivos y

demás? Los estudios y propuestas realizadas por los miembros del SEAAR no recogen en ningún caso que los indicadores sociales o medioambientales se puedan agrupar en categorías generales que presenten un determinado grado de homogeneidad similares a las masas patrimoniales financieras o los grupos de ingresos y gastos, de modo que se pudieran clasificar en indicadores buenos y malos para poder obtener algún tipo de resultado neto.

En el momento actual, tal y como hemos comentado con anterioridad, sí existen un grupo de indicadores sociales y medioambientales que nos permiten discernir si a nuestro juicio (entrando aquí ya en valoraciones de tipo subjetivo) una empresa tiene un comportamiento social mejor que otra, por ejemplo conociendo las donaciones que realice, el trato a sus empleados, los beneficios sociales ofrecidos, etc., pero esto no significa que estemos cerca de poder hacer una cuantificación y mucho menos en términos monetarios, al contrario, convierte el problema de la cuantificación en algo mucho más profundo.

Valga como ejemplo el siguiente (Shell Report 2011): 8 empleados de Shell perdieron la vida en accidentes de trabajo durante 2010. ¿Se supone que la empresa está asumiendo su responsabilidad o está orgullosa de los pocos fallecimientos que han tenido lugar? ¿Es extrapolable para cualquier empresa el dato en sí? Lógicamente se plantean un amplio rango de preguntas sin respuestas, siendo la anterior tan sólo una pequeña muestra de éstas.

Valga otro ejemplo para poner de manifiesto la relación entre los indicadores y su cuantificación. De una empresa se conocen los siguientes datos:

- El 20% de sus directivos son mujeres.
- El 7% pertenece a minorías étnicas.
- Realizó donaciones equivalentes al 1,2% de su beneficio.
- Ha sido multada 2 veces por emisiones tóxicas.
- Sus trabajadores tienen una jornada un 15% superior a la jornada laboral estipulada.

Todos estos datos nos transmiten algo, e incluso podemos percibir si el % en sí es alto o es bajo desde una perspectiva social o medioambiental. Sin embargo, desde un punto de vista conceptual, los % no nos aportan nada ya que no se pueden sumar o restar % que pertenecen a distintos elementos.

Estos ejemplos sólo sirven para poner de manifiesto que si bien de algún modo determinadas actuaciones sociales o medioambientales pueden cuantificarse, auditarse e informar acerca de las mismas.

Por consiguiente, la verdadera valoración de la actuación se realiza utilizando criterios subjetivos, los cuales llevan consigo el desacuerdo generalizado entre el público y la TBL está muy lejos de proponer un criterio

objetivo de medición de los aspectos sociales y medioambientales de cualquier organización.

6. Conclusión

De la presente revisión podemos concluir que la cuenta del triple resultado aboga teóricamente por un sistema de medición del comportamiento económico, social y medioambiental de la empresa con la intención de diseñar una serie de indicadores que hagan medible cuantitativamente dicho comportamiento. Sin embargo, la puesta en práctica de la citada medición no resulta tan sencilla, supuesto algunos comportamientos sociales y medioambientales llevan asociados a su medición una importante carga subjetiva que hacen de su medición cuantitativa un reto prácticamente inalcanzable.

Referencias bibliográficas

- ADAMS, C. A. y MCNICHOLAS, P. (2007) "Making a difference: sustainability reporting, accountability and organisational change", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 20 nº 3, pp. 382-402.
- ELKINGTON, JOHN (1998). *Cannibals with forks: The triple bottom line of 21st century business*. British Columbia, Canada: New Society Publishers.
- ELKINGTON, JOHN (1999) "Triple bottom line revolution-reporting for the third millennium" *Australian CPA*; Dec 1999; 69, 11.
- FREEMAN, R. E. (1984) "Strategic Management: A stakeholder Approach" Pitman. Boston.
- GOND, J. P. y HERRBACH, O. (2006) "Social reporting as an organisational learning tool? A theoretical framework", *Journal of Business Ethics*, Vol. 65 nº 4, pp. 359-71.
- GRAY, R.; WALTERS, D.; BEBBINGTON, J. y THOMPSON, I. (1995) "The greening of enterprise: an exploration of the (non) role of environmental accounting and environmental accountants in organizational change", *Critical Perspectives on Accounting*, Vol. 6 nº 3, pp. 211-39.
- GRAY, R.; DEY, C.; OWEN, D.; EVANS, R. y ZADEK, S. (1997) "Struggling with the praxis of social accounting: stakeholders, accountability, audits and procedures", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. 10 nº 3, pp. 325-64.
- GRAY, R. y MILNE, M. (2004) "Reporting on the triple bottom line: mirages, methods and myths", in Henriques, A. and Richardson, J. (Eds),

The Triple Bottom Line, Does It All Add up? Assessing the Sustainability of Business and CSR, Earthscan, London, pp. 70-80.

HALL, T. J. (2011) "The Triple Bottom Line: What Is It and How Does It Work?" *Indiana Business Review*, 86.1., Spring 2011, 4-8.

Larrinaga-González, C. y Bebbington, J. (2001) "Accounting change or institutional appropriation? A case study of the implementation of environmental accounting", *Critical Perspectives on Accounting*, Vol. 12 n° 3, pp. 269-92.

SAVITZ, A. (2006) "The Triple Bottom Line" San Francisco: Jossey-Bass.

SHERMAN, W. R. (2012) The Triple Bottom Line: The Reporting Of "Doing Well" & "Doing Good". *Journal of Applied Business Research*; Jul/Aug 2012; 28, 4.



Asociación Catalana de Contabilidad y Dirección

Edif. Colegio de Economistas de Cataluña
Pl. Gal·la Placidia 32, 4ª planta - 08006 Barcelona
Tel.934 161 604 extensió 2019
info@accid.org - www.accid.org