



Número 32, any 2021

**Mesura i gestió de l'impacte social
de les organitzacions**

RCD

Revista de
Comptabilitat i
Direcció

Número 32, any 2021

Mesura i gestió de l'impacte social de les organitzacions

ACCID

Associació
Catalana de
Comptabilitat i
Direcció



**BARCELONA
SCHOOL OF
MANAGEMENT**

Tots els drets reservats. Qualsevol forma de reproducció, distribució, comunicació pública o transformació d'aquesta obra només pot ser realitzada amb l'autorització dels seus titulars, llevat de l'excepció prevista per la llei. Dirigeixi's a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos, www.cedro.org) si necessita fotocopiar o escanejar fragments d'aquesta obra.

L'ACCID agraeix la col·laboració d'Eusebi Carnicero en la traducció al català d'aquest monogràfic.

© ACCID, 2021
ISSN: 1887-570X
ISBN: 978-84-09-34482-6
Dipòsit legal: B-17081-2021
Disseny coberta: Gráficas Rey
Maquetació: Gráficas Rey
Imprès per: Gráficas Rey
Imprès a Espanya – *Printed in Spain*

Índex

Presentació	
Ramon Bastida	7

PRIMERA PART

Articles

Introducció a l'impacte social de les organitzacions	
Ramon Bastida i Ernest Solé.....	11
Enfocaments, metodologies i eines de l'ecosistema de mesura i gestió de l'impacte social a Espanya	
Bernardo García i Sophie Robin	27
Responsibility, sustainability and solidarity. What is CSR about?	
Miquel Bastons i Úrsula Imbernón	51
La comptabilitat social en la gestió del llarg termini	
José Luís Retolaza i Leire San-Jose.....	63
El Balanç Social: una peça clau en la reconstrucció econòmica des d'una mirada transformadora	
Rubèn Suriñach i Guillem Subirachs	79
Avaluar sense mitjans: el cas de l'impacte de les organitzacions no lucratives	
Guillaume Plaisance.....	93

SEGONA PART

Casos pràctics

La mesura del valor social integrat en una empresa d'inserció: El cas de Formació i Treball	
Marina Arnau, Alexandra González, M ^a Carmen Segura i Paula Veciana	111

How do ethical banks produce returns compared with conventional banks? A comparative analysis based on the Balanced Scorecard metrics Ruth Fabregat i Paula Valero	127
Anàlisi del valor social. El cas de la UPF Barcelona School of Management Maria Magdalena Flores, Sonia Marzo i Ramon Bastida	147
Estudi del valor social: El cas de Transports Metropolitans de Barcelona (TMB) Erola Palau-Pinyana i Oriol Amat	167
Ship2B: acceleradora de projectes d'impacte Susana Domingo i Xavier Pont	191

Presentació

Cada dia és més evident que les empreses han d'adaptar-se als canvis si no volen desaparèixer. Fa uns anys, quan algú preguntava a un directiu d'una empresa quin era l'objectiu principal de l'empresa, la resposta més comuna era la de maximitzar el benefici per a maximitzar el valor de l'empresa. Avui dia, la resposta a la mateixa pregunta segurament no seria la mateixa. Les empreses s'estan convertint en organitzacions híbrides que han de combinar objectius econòmics, socials i mediambientals per a assegurar-ne la sostenibilitat a mitjà i llarg termini. La capacitat de generar beneficis continua sent un objectiu important per a assegurar la sostenibilitat econòmica, però a hores d'ara no garanteix el compromís dels clients, els accionistes, els inversors, etc. Per a aconseguir-ho, l'empresa ha de mostrar un compromís clar amb la creació de valor social i mediambiental. Al 2011, els professors Porter i Kramer avançaven aquest canvi de paradigma empresarial i plantejaven una nova teoria del valor compartit (*shared value*).¹

Encara persisteix la idea que la creació de valor social i mediambiental és un objectiu reservat a determinades entitats sense fins lucratius, com fundacions i ONG, i a empreses de l'economia social, com les cooperatives, els centres especials de treball i les mutualitats. Però la realitat és que actualment aquest objectiu transcendeix a aquest tipus d'empreses i s'estén a tota mena d'empreses i organitzacions. Prova d'això són els objectius de desenvolupament sostenibles (ODS) impulsats per les Nacions Unides, i que són una crida a la generació d'impacte social i mediambiental positiu per tal de garantir la supervivència de la societat i del planeta.

Amb l'aparició d'aquest nou paradigma de creació de valor social per part de les empreses, sorgeix la necessitat d'identificar, mesurar i comunicar l'impacte social i mediambiental generat. La creació del compte de resultats triple o *triple bottom line* va permetre quantificar l'impacte econòmic de les polítiques socials i mediambientals de l'empresa. Però en l'última dècada, han sorgit altres metodologies més centrades en la mesura de l'impacte social

¹ Porter M. E. & Kramer, M. R. (2011): "Creating shared value. How to reinvent capitalism and unleash a wave of innovation and growth". Harvard Business Review. Gener-Febrer.

i mediambiental com per exemple, el *Social Return on Investment* (SROI), el valor social integrat, o el *B Impact Assessment*, entre d'altres.. També s'han desenvolupat eines que permeten la comunicació dels resultats de l'impacte social i mediambiental com el balanç social, la matriu del bé comú, o l'estat d'informació no financera, entre altres.

Aquest número de la Revista de Comptabilitat i Direcció inclou articles que expliquen la importància de la informació sobre l'impacte social i mediambiental de les organitzacions per a obtenir el compromís dels agents d'interès de l'empresa (accionistes, inversors, clients, administració pública, etc.). També inclou articles sobre les diferents metodologies aplicades per a mesurar i gestionar l'impacte social i mediambiental de les organitzacions, i casos d'estudi sobre l'aplicació pràctica d'aquestes metodologies. La seva publicació ha estat possible gràcies a la col·laboració de la "Càtedra de Transparència i Control" creada per l'ACCID i la UPF Barcelona School of Management.

Ramon Bastida i Ernest Solé

Coordinadors del número monogràfic



Associació Catalana de Comptabilitat i Direcció
Edifici Col·legi d'Economistes de Catalunya 4a. Planta, Barcelona
Tel. 93 416 16 04 extensió 2019
info@accid.org
www.accid.org
[@AssociacioACCID](https://twitter.com/AssociacioACCID)