
Valor Social, conceptos, medición y otras alternativas

Heberto Ramos Rodríguez¹

INTRODUCCIÓN

La palabra «valor» viene del verbo latino *valere* que significa estar bien, tener salud, vigor, fuerza, energía. Un valor es algo que está bien, que posee esas características, algo que se impone por sí mismo. La palabra valor se emplea en múltiples campos de la vida y de la actividad humana y posee, por consiguiente, múltiples acepciones.

«Los valores no son, sino que valen»; con estas palabras, el filósofo alemán Rudolf Hermann Lotze (1817-1881), quien fuera el primero en intentar desarrollar el tema de los valores, introdujo en la filosofía una discusión que habría de durar hasta nuestros días. Lotze separa los valores de las cosas y los caracteriza por su validez. Max Scheler, por ejemplo, profesa una visión objetivista de los valores, a los que considera como cualidades independientes e inmutables que existen prescindiendo de que sean captados o no.

Los valores no son relativos a la vida, al hombre o a la historia, sino absolutos en sí. Son además objetos completamente inaccesibles a la razón y sólo se nos revelan en el percibir sentimental, es decir, en

el preferir, amar, odiar. En realidad el amor es el auténtico descubridor de los valores pues la vida emocional es irreductible a la vida sensible e intelectual. Esta concepción es la que le permite hablar a Scheler de una «ética material de los valores».

QUÉ SON LOS VALORES

El filósofo argentino Risieri Frondizi, en su obra *¿Qué son los valores? Introducción a la Axiología* (Breviarios del Fondo de Cultura Económica, N° 135, México, 1986, 3a. edición, 6a. reimpresión) plantea una definición de valor que, a mi manera de ver puede superar la antítesis presentada hasta ahora y abre una salida equilibrada al problema.

Para Frondizi, el valor es «una cualidad estructural que surge de la reacción de un sujeto frente a propiedades que se hallan en un objeto»; es decir el valor es algo fundamentalmente relacional. Hablamos no de una estructura, sino de una cualidad estructural que surge de la reacción de un sujeto frente a propiedades que se hallan en un objeto. Por otra parte, esa relación no se da en el vacío, sino en una situación física

¹ Licenciado y Maestro en Ingeniería Petrolera, rector de la Universidad Olmeca. rector@olmeca.edu.mx

y humana determinada (R. Frondizi. 1986: 213). Vale la pena destacar que según esta definición se trata de:

- una cualidad (es decir, de una propiedad objetiva),
- que esta cualidad es estructural (es decir, que pertenece al objeto en su totalidad),
- que surge en una relación (es decir, que la constituyen tanto el sujeto como el objeto),
- que dicha relación se da en una situación física y humana (es decir, en una situación objetiva y al mismo tiempo subjetiva).

Con lo anterior se recalca que el valor es complejo y que en su realidad entran en juego tanto elementos objetivos como subjetivos.

Así, no es posible separar el valor de la valoración –sea del juicio valorativo– el cual se establece de acuerdo con el interés, el deseo, la necesidad, la preferencia y los demás estados relacionados con la estimativa. Pero los estados psicológicos de agrado, deseo e interés, siendo una condición necesaria, no son suficientes para la constitución del valor porque tales estados no excluyen los elementos objetivos.

Según Frondizi, «La situación no es un hecho accesorio o que sirve de mero fondo o receptáculo a la relación del sujeto con cualidades objetivas. Afecta a ambos miembros y, por consiguiente, al tipo de relación que mantienen». La situación está constituida por:

- el ambiente físico (temperatura, presión, clima, etc.),
- el ambiente cultural (principios, valores, costumbres),
- el medio social (estructuras sociales, económicas, políticas),
- el conjunto de necesidades, expectativas, aspiraciones y posibilidades de cumplirlas, y
- el factor tempo-espacial (es decir, el lugar: la ciudad, el campo).

Obviamente los cambios situacionales afectan la relación sujeto-objeto de la que surge el valor, de ahí la importancia de lo que podríamos llamar la «ecología» del valor.

Hay otro elemento que se halla muy cerca de los valores y que refuerza su sentido: es la convicción. Casi podríamos decir que se halla entre el «principio» y el «valor», y que es su intermediario. La convicción es una persuasión, un convencimiento teórico y afectivo con relación a un principio, pero a un principio que no es estrictamente racional.

La convicción, según Karl Jaspers, no es fruto de la razón en general –la que es válida universalmente para todos–, como las matemáticas o las ciencias positivas; la convicción es fruto del espíritu, es decir, de esa dimensión que está más allá de la sensibilidad y la razón, que es inspiración y creación. La convicción es algo que se apodera de nosotros, es aquello de lo cual vivimos y por lo cual estamos dispuestos a jugar la vida. Son nuestras persuasiones políticas, morales y religiosas, y que alcanzan su culmen en la fe. Decía que la convicción puede concebirse como intermediario activo entre el valor y el principio, porque el principio mueve la razón, el valor mueve la estructura afectivo-emotiva, el sentimiento; y la convicción mueve la totalidad de la persona.

Son valores sociales los que se refieren al bien común y hacen posibles los valores vitales de los miembros individuales de la comunidad. Los valores sociales son aquellos que permiten establecer si una acción está llevada a cabo bien o por el contrario si esta acción está mal, según Frondizi los valores se clasifican en cuatro grupo: objetivos y subjetivos, valores inferiores donde están los aspectos económicos, sentimentales, valores intermedios que maneja el campo intelectual y estético y por último los valores superiores, dentro de estos tenemos los morales y espirituales, que abarcan a su vez a la ética que establece las reglas sociales para generar una armonía en la convivencia de una comunidad. La sociedad es compleja y voluble, por esta razón,

es importante conocer las acciones de las personas para entender mejor su comportamiento.

En la actualidad la sociedad se enfrenta al desconocimiento del valor social aportado por los actores que la conforman. Sabemos lo necesario que es generar valor social, que este tenga la consistencia que permita sea reconocido por todos los actores sociales, el grado de dificultad está en que no es fácil medir los intangibles en virtud de no existir una cuantificación exacta, sin embargo nadie duda el valor que generan y otorgan las entidades, empresas, administraciones, comunidades, etc.

Tanto la administración, la empresa, el consumidor y la sociedad civil en general forman parte y son responsables de la aportación de valor social, es por eso que se requiere conocer la eficiencia y eficacia en relación a la aportación social para poder enfocarse en el desarrollo del sector así como en la administración pública y el sector empresarial.

El desconocer el valor social que aportan los actores que conforman la sociedad es el principal problema, en teoría se supone que generar valor social nos permite alcanzar objetivos y metas como la equidad, la justicia, el bienestar familiar, el bienestar social y el desarrollo comunitario, sin embargo no tenemos claro o no conocemos cuál es la capacidad de generarlo y si se obtiene el máximo rendimiento de los recursos aplicados.

Se requiere un sistema que permita medir el valor social e identificar la generación del mismo y que cuantifique su recuperación. Este valor debe ser equiparable al valor agregado en los procesos económicos siendo identificado en su origen y destino lo que nos permitirá definir su recuperación. Dado que actualmente la situación para este tipo de evaluación está indefinida, existen algunos documentos como los balances sociales o auditorías sociales que no están siendo de utilidad para ayudar al conocimiento de la generación de valor social, la comunicación y transparencia del valor generado.

Por la necesidad de identificar, cuantificar, dotar de valor, recuperar el valor social aportado encuentra diversas razones en la medida que su conocimiento puede ser empleado de formas diversas, tales como:

- El valor social como sistema de control de gestión interna y el conocimiento de la gestión social de una entidad sea cual sea su naturaleza jurídica. La eficiencia de las entidades sociales, de la administración pública o de las empresas no puede medirse sin tener en cuenta la eficiencia como generadora de valor social.
- El valor social como valor de comunicación. Una sociedad que quiere resolver sus problemas debe iniciar por conocerlos y de ahí asumirlos como propios. Esto significa que tiene que entender su magnitud, su dimensión y en consecuencia la responsabilidad que le compete. El valor social añadido de resolver estos problemas es el indicador que permite que la sociedad dimensione correctamente el mismo y lo reconozca.
- En la dirección adecuada. Los indicadores deben ser de fácil comprensión y asimilables, que permitan transmitir la información que la sociedad requiere para situarse ante los diferentes problemas sociales que la rodean, depende del objetivo la elección del indicador. Desde el conocimiento de este valor la sociedad podrá interpretar los resultados de la acción o acciones de aquellos actores que generan valor social y que deciden optar por la transparencia de su gestión.
- El valor social como sistema de evaluación del rendimiento de una inversión. Para que una inversión sea atractiva en proyectos con alta generación de valor social es importante aportar al inversionista información clara y transparente que le permita saber cuál ha de ser el ren-

dimiento de la misma. Es muy difícil que un empresario pueda situarse como empresa frente a una inversión sin realizar un análisis de la recuperación de esta. La empresa necesita poder introducir en su sistema el valor social para que sea compatible con los sistemas de cálculo y datos con los que trabaja, esto permitirá mejorar la toma de decisiones.

- El valor social tiene además que recuperarse ya que es la forma de introducirlo nuevamente en el sistema y generar más valor social, visto de esta nueva manera estamos hablando de un ciclo productivo. Ante la necesidad de financiamiento en proyectos sociales el empresario puede asumir parte de la responsabilidad social siempre y cuando sea bajo criterios de eficiencia económica.

Todo esto nos debe permitir la posibilidad de un proceso de investigación que tenga objetivos claros a corto, mediano y largo plazos, además se deben tener en cuenta acciones a desarrollar en los diferentes puntos:

- Estudio de indicadores que aporten información sobre el beneficio y costo social que resulta de los proyectos realizados por los generadores de valor social. El objetivo es obtener el conocimiento del valor social agregado, identificar quién lo genera y en qué magnitud retomarlo y generar más valor social.
- Definir un modelo de balance social que facilite información para la gestión de generación de valor social. La información que deberá proporcionar debe ser sobre eficiencia y eficacia, así como resultados.
- Diseñar un sistema que permita de manera clara y transparente la conversión de valor social en valor económico.
- Las empresas deberán crear una cuenta de valor social como otro elemento intangible.

El conocimiento del valor social no es un requerimiento exclusivo de las entidades sociales que quieran justificar ante los inversionistas la bondad de su gestión; hoy es una condición necesaria para contribuir a las responsabilidades sociales y se debe realizar desde todos los actores que intervienen y en condiciones de racionalidad, eficiencia, eficacia y respeto.

Un modelo de formalización sobre el valor social facilita el conocimiento y reconocimiento del problema social en su complejidad y magnitud. Permite la comprensión de la corresponsabilidad social y abre espacios naturales de intervención a todos los actores sociales para que actúen.

La investigación llega a formar un ciclo de valor social, el cual es de suma importancia para explicar el ciclo económico. Conforme se avance en el alcance de esta la economía se dotará del contenido social que le es propio, pudiendo llegar a una gestión social de la economía (la economía es una ciencia inexacta al servicio de la política).

METODOLOGÍA DE CÁLCULO DEL VALOR SOCIAL

La medición del valor social se puede diferenciar en:

1. Un método que permite valorar la eficiencia y eficacia del proceso en función de los resultados y las variables e indicadores utilizados (bondad del proyecto).
2. Método que evalúe desde la relación entre los productos y los resultados hasta resultados adicionales que se producen frente a la mejor alternativa.
3. Métodos financieros que nos permitan y ofrezcan un resultado económico.

Es indispensable llevar a cabo el análisis de un método que debe tener en cuenta su viabilidad y credibilidad, tales como: 1) Viable en la medida en que

los instrumentos de medición sean útiles y aplicables en la realidad sobre la que se tiene que trabajar, y 2) Creíble en la medida en que el método sea riguroso y exhaustivo para que las conclusiones que se deriven de su aplicación sean aceptadas por los destinatarios de la información.

Una vez conocido el objetivo o la meta buscada en la medición para decidir entre los métodos posibles, se requiere de lo siguiente:

1. Estandarizar el método para que permita su fácil aplicación sobre cualquier proyecto así como fomentar las buenas prácticas. El método debe ser flexible y aplicable a diferentes tipos de proyectos.
2. Práctico y fácil de utilizar. Un método solo se podrá generalizar si la información que proporciona es útil, práctica y de aplicación sencilla.
3. Información suficiente. Deberá reflejar todas las áreas que forman parte de la descripción del proyecto con un sistema de medición y ponderación transparente.
4. Adaptabilidad. Que pueda ser usado en las diferentes etapas del programa para valorar el impacto social en cada una de ellas y de esta forma facilitar la toma de decisiones.
5. Facilidad y costo de implementación.

RESULTADOS POSIBLES

Definir las expectativas de los inversionistas y de los actores del sector social, alineándolos y cuantificando el impacto social y generando la confianza entre ambos.

Análisis y rentabilidad financiera y social, seguimientos de la operación diaria para toma de decisiones, realizar análisis previos a la toma de decisiones de crecimiento o de incremento de inversión permitiendo escalar los recursos necesarios, informes periódicos para informar y analizar avances y un análisis retrospectivo del impacto social.

La facilidad y el costo de implementación permitirá que se determine por una herramienta que debe ser de muy fácil implantación y de un costo bajo que permita poderla generalizar.

AVANCES

La Social Venture Network (SVN). Creada en 1987 para potenciar la colaboración entre empresas y emprendedores con la convicción de que los negocios pueden ser un elemento para resolver problemas sociales. Sus estándares son: ética, transparencia y gobierno corporativo, así como los grupos de interés, inversionista, empleados, proveedores, clientes, sociedad y medio ambiente.

Modelo Atkinsson: es una herramienta para valorar la sostenibilidad de las comunidades; está diseñada para interactuar con las líneas de actuación de los principales estándares de la responsabilidad social corporativa. Se valoran con resultados en cinco áreas principales: 1. Medio ambiente; 2. Sociedad. Impacto sobre la comunidad y sus implicaciones; 3. Economía. Resultados financieros e impactos económicos. 4. Bienestar social. Efectos en la calidad de vida, y 5. Sinergia con los anteriores puntos.

Organización de las Naciones Unidas (ONU). Kofi Annan, secretario general de la ONU, propuso el pacto mundial que inicia en la sede de las Naciones Unidas en Nueva York el 26 de julio del año 2000. Sus objetivos fundamentales son:

1. Lograr que sus criterios formen parte de las estrategias y de las operaciones de las empresas.
2. Facilitar la cooperación entre los principales grupos participantes promoviendo las relaciones de colaboración en apoyo de los objetivos de las Naciones Unidas.

El organismo dirigente es la Oficina del Pacto Mundial, la cual está apoyada por seis organismos de las Naciones Unidas, Derechos Humanos, Internacio-



nal del Trabajo, Programa de Desarrollo de la ONU, Desarrollo Industrial, Oficina contra Delitos y Drogas, Medio Ambiente.

Participan todos los sectores de la sociedad:

- Los gobiernos. Definen los principios en los que se basa la iniciativa.
- Empresas. En las que influyen sus actividades.
- Organizaciones laborales. De quienes depende directamente la producción mundial.
- Organizaciones de la sociedad civil. Que representan al conjunto de grupos interesados.
- Organización de las Naciones Unidas (ONU). Único foro político verdaderamente mundial en tareas de organización y facilitación.

CERES. Creada en 1989 como una asociación entre grupos para defensa del medio ambiente e inversionistas institucionales en búsqueda de métodos para alinear la rentabilidad financiera a la responsabilidad social y medio ambiental, ejemplo: EXXON Valdez. Mayores obligaciones en la responsabilidad social corporativa, cuidado del medio ambiente y sostenibilidad social. En 2002 CERES lanzó el proyecto de gobierno sostenible para alertar sobre el cambio cli-

mático como un riesgo significativo. Sus programas prioritarios son dos: 1) Investigación sobre riesgos financieros y las oportunidades del cambio climático para los inversionistas institucionales y las compañías del sector, y 2) La gestión sostenible de la empresa.

ISO. Es una corporación privada cuya finalidad es elaborar estándares internacionales para los diferentes aspectos de los negocios y garantizar los niveles mínimos de calidad en los productos que van de un país a otro.

ISO 14001 es un conjunto de normas sobre gestión ambiental, este es un sistema que puede ser integrado con otros requisitos de gestión. En este punto ISO tiene un avance significativo al pasar de los estándares técnicos a los genéricos, es decir, se analiza cómo se conduce la empresa, no los productos que produce.

Análisis Costo-Beneficio. Es un sistema de análisis económico en el cual los costos y los resultados sociales de una inversión se expresan en unidades monetarias y posteriormente se evalúan de acuerdo a uno o más de los siguientes sistemas: valor presente neto; relación costo-beneficio, y tasa interna de retorno. Este método se diseñó para medir el retorno de la inversión, sin embargo es de uso común para grupos sociales, proyectos, empresas, etc.



Análisis de la Pobreza y el Impacto Social. Este método lo creó el Banco Mundial para medir el retorno social de sus inversiones y los programas de desarrollo asociados a los mismos que se realizan en países en vías de desarrollo. La característica principal de este método frente a los otros es que su enfoque es eminentemente macroeconómico ya que debido a sus inversiones el Banco Mundial no tiene la intención de medir a nivel empresa variables como incremento de beneficio, mejoras sociales, mejoras de empleo. Las variables de medición son de carácter nacional tales como acceso a la educación, salud y el incremento del producto interno bruto (PIB), entre otros.

Social Return of Investment (SROI, por sus siglas en inglés). Desarrollado en 1996 por The Robert Enterprice Development Fund (REDE), es una metodología para la medición del valor social producido desde la aplicación de recursos de inversión, expresando el valor social añadido en el proceso como un retorno de inversión realizada en términos monetarios, para llegar a esto se utiliza el análisis costo-beneficio así como los informes sociales. Digamos que es la tasa de retorno de una inversión social pero su utilidad no queda reducida a una relación, sino que aporta información sobre los contenidos y razones últimas que dan como resultado esa relación. Utilizando para su análisis datos de los emprendedores sociales se conoce el impacto que estos generan creando el resultado de sus actuaciones, es decir: informar a los inversionistas; información sobre la eficiencia de la gestión; metodología para verificar los objetivos; información en términos comprensibles para empresarios, público y sociedad; información para evaluar los procesos, e información para planear nuevos procesos y proyectos. Como se ha mencionado anteriormente esta metodología busca medir el impacto de las inversiones sociales y expresarlas en términos monetarios. El objetivo del SROI es ayudar a conocer los beneficios sociales, medioambientales y económicos que generan; su desarrollo

es sobre los análisis tradicionales de proyectos tales como costo-beneficio y capta el valor económico de los beneficios sociales, y busca sobre todo conocer, medir e informar sobre el valor creado por la organización social.

REQUERIMIENTOS

1. Recursos necesarios para llevar a cabo las actividades.
2. Las actividades son el proyecto para alcanzar los objetivos.
3. El análisis costo-beneficio es evaluar la eficiencia de las inversiones midiendo los objetivos en función de los costos.
4. La teoría del cambio son los procesos para ejecutar un proyecto desde un punto de partida y los recursos aplicados en el desarrollo cuyo resultado son cambios para los individuos y la sociedad en general.

Grupos de Interés. Es en relación a una empresa o proyecto y que impacta o afecta a todos aquellos por su ejecución.

Resultados. Son aquellos que la entidad produce como resultado de la aplicación de un proyecto.

Cambios Producidos en Sistemas Sociales. Es un indicador de la afectación sobre la sociedad e individuos como resultado del cumplimiento de los objetivos y metas buscadas.

Línea Base. Se refiere al impacto que se hubiera tenido si no se aplica ningún proyecto.

Desplazamiento. Cuando hay un desplazamiento no hay un impacto positivo o de agregar valor ya sea de personas o entidades.

Impacto. Magnitud de cambio de un problema social.

Proxy. Variable medible cuyo valor está directamente relacionado con el resultado de un proyecto que no es medible.

Comprensión del Proyecto	Conocimiento Grupos de interés Plan de desarrollo
Mapa de impactos de indicadores	Indicadores Monetización Recopilación
Calculo del SROI	Inversión Beneficio Calculo
Análisis y Comunicación	Evaluación Comunicación

Tabla 1.- Estudio del valor social.

ALTERNATIVAS

La compañía cementera en el estado de Tabasco desarrolla un programa de apoyo a las comunidades que se ubican cercanas a la planta en el municipio de Macuspana, con resultados satisfactorios (incluye comunidades de los estados de Tabasco y Chiapas).

El objetivo principal es la capacitación de las comunidades para que tengan un crecimiento que les permita incrementar sus satisfactores; se trabaja en diferentes áreas tales como: capacitación en manejo de ganado vacuno; capacitación en manejo de cerdos; capacitación en manejo de borregos; capacitación en árboles frutales y capacitación en árboles maderables. El programa se desarrolla a lo largo de cuatro meses y se les enseña a los estudiantes de las comunidades el manejo, alimentación, salud, desarrollo de los diferentes criaderos para su posterior venta y comercialización; de igual manera se trata el área de árboles frutales y maderables.

A lo largo del tiempo este proyecto ha permitido incrementar los niveles de educación, salud y crecimiento de estas comunidades que han aprovechado la oportunidad de obtener una capacitación sin fines

de lucro ni de evaluar cuál es la tasa interna de retorno u otros indicadores económicos para la empresa cementera.

Una vez concluida la capacitación a la comunidad se apoya para conseguir un financiamiento que permita iniciar sus programas, cabe mencionar que la compañía cementera solo auxilia en el trámite de este financiamiento, pero no es la responsable del pago, esto queda a cargo de la comunidad, es decir se desarrollan comunidades emprendedoras.

En contraste la empresa productora de energía fósil en el estado de Tabasco desarrolla programas con las comunidades que están muy lejos de generar valor social, no aportan crecimiento, estos consisten en apoyos en especie tales como efectivo, láminas, alambre de púas, lo cual permite un círculo vicioso de solicitudes permanentes se tenga razón o no.

De igual manera operan otras compañías que proporcionan servicios a la industria petrolera en la que por sus actividades realizan operaciones en comunidades y se les proporcionan servicios de médicos, dentistas, psicólogos, arreglo de escuelas, etc. Esto no permite generar valor social, son apoyos tem-

porales que terminan al concluir los trabajos específicos que realizan estas compañías.

Como se puede observar en estos ejemplos las comunidades no pueden crecer o hacer sostenible el desarrollo de algún proyecto que les permita generar valor para ellos y poder alcanzar satisfactores permanentes y de esta manera tener acceso al desarrollo de otros proyectos.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Fronidzi, Risieri. *¿Qué son los valores?* Fondo de Cultura Económica. México, 1958.
- Hernández Aguirre, María A., «Importancia de los valores sociales». Consultado en la página de internet: <https://es.slideshare.net/malejahernandez1905/importancia-de-los-valores-para-una-convivencia-social-7578207>, el día 10 de agosto de 2017.
- Hidalgo Rojas, Luisa. «Multiculturalidad, valores sociales y orientación. Aportes para la reflexión». Consultado en internet: <http://servicio.bc.uc.edu.ve/educacion/revista/n32/32-15.pdf>, el día 13 de agosto de 2017.
- Lagos Barba, Armando G. y José Manuel Jurado Pares. «Valores sociales fundamentales». Publicado el 25 de enero de 2012 en www.filosofia.mx
- «La medición del valor social, ¿por qué? ¿Para qué? ¿Cómo? Valor social». Consultado en la página de internet: <https://es.calameo.com/books/0005702382695c1864d2a>, el día 14 de agosto de 2017.
- Miravalles, Javier. Gabinete de Psicología. Consultado en la página de internet: <http://www.javiermiravalles.es/>, el día 15 de agosto de 2017.
- Rojas Garcidueñas, Manuel. «Ciencia y Valores Sociales». Revista *CiEnCiUANL*, Vol. VI, No. 1, enero-marzo, 2003.
- «Valores europeos en la era de la globalización». Consultado en la página de internet: <http://eur-lex.europa.eu/legal-content/ES/TXT/?uri=LEGISSUM:c10150>, el día 12 de agosto de 2017.

