



GEAccounting

Navarra

'lascoi



cooperativas
agro-alimentarias
Navarra



comunicación personas

Metodología SPOLY para Monetización del Valor social

¿Qué es GeAccounting?

- Red de personas y entidades que investigan, implementan y promueven la contabilidad social.
- Objetivo: crear comunidad y estandarizar la medición y monetización del valor social.
- Proyecto consolidado en Universidades, empresas públicas, privadas y Tercer Sector.

¿Y GeAccounting-Navarra?

'lascoi





FUNDACIÓN NAVARRA
PARA LA EXCELENCIA

¿Por qué medir el **valor social** de una empresa?



FUNDACIÓN NAVARRA
PARA LA EXCELENCIA

- **El desempeño tradicional se basa solo en estados financieros.**
- **Deja fuera impactos sociales y emocionales generados por la actividad.**
- **Nuestro Modelo propone un enfoque integral: económico + social + emocional + público.**



Generar valor para los stakeholders

Hoy para ser rentables y sostenibles las empresas deben ofrecer no sólo resultados financieros, sino también mostrar cómo contribuyen positivamente a la sociedad.

¿Conoces el **valor social** de tu empresa?

**¿Conoces el *valor real*
de tu empresa?**

¿Qué conseguimos con la “Monetización del **valor social**”?

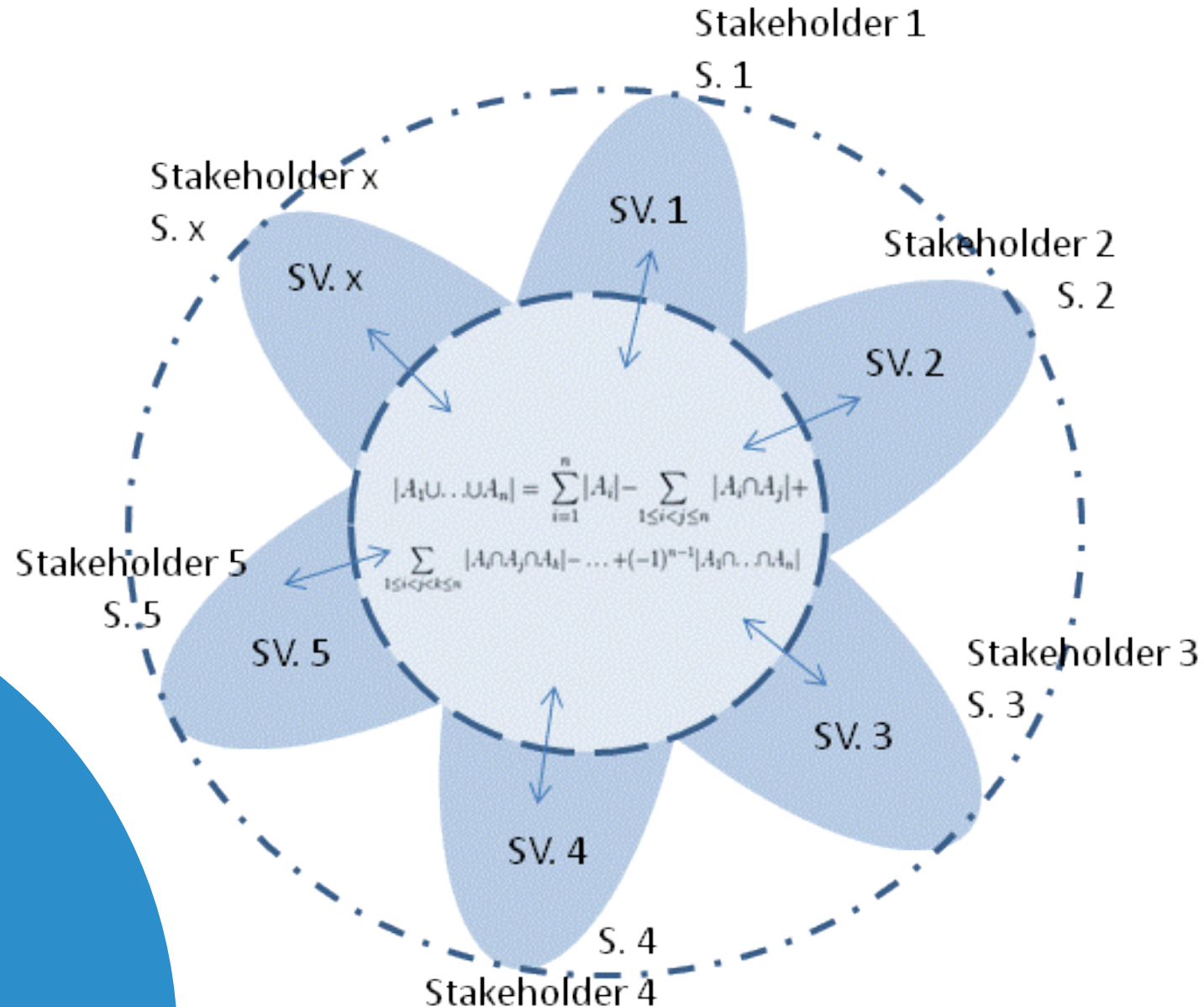
Cuantificar (en €) el **valor que como organización aportamos a la **sociedad****

¿Cómo lo hacemos?

Modelo poliédrico de Valor Social Integrado (VSI)

- Visualiza el valor generado para cada stakeholder.
- Integra cuatro dimensiones:
 - Económico.
 - Específico.
 - Emocional.
 - Retorno a Administraciones públicas.

Polyhedral Model of Social Value Analysis

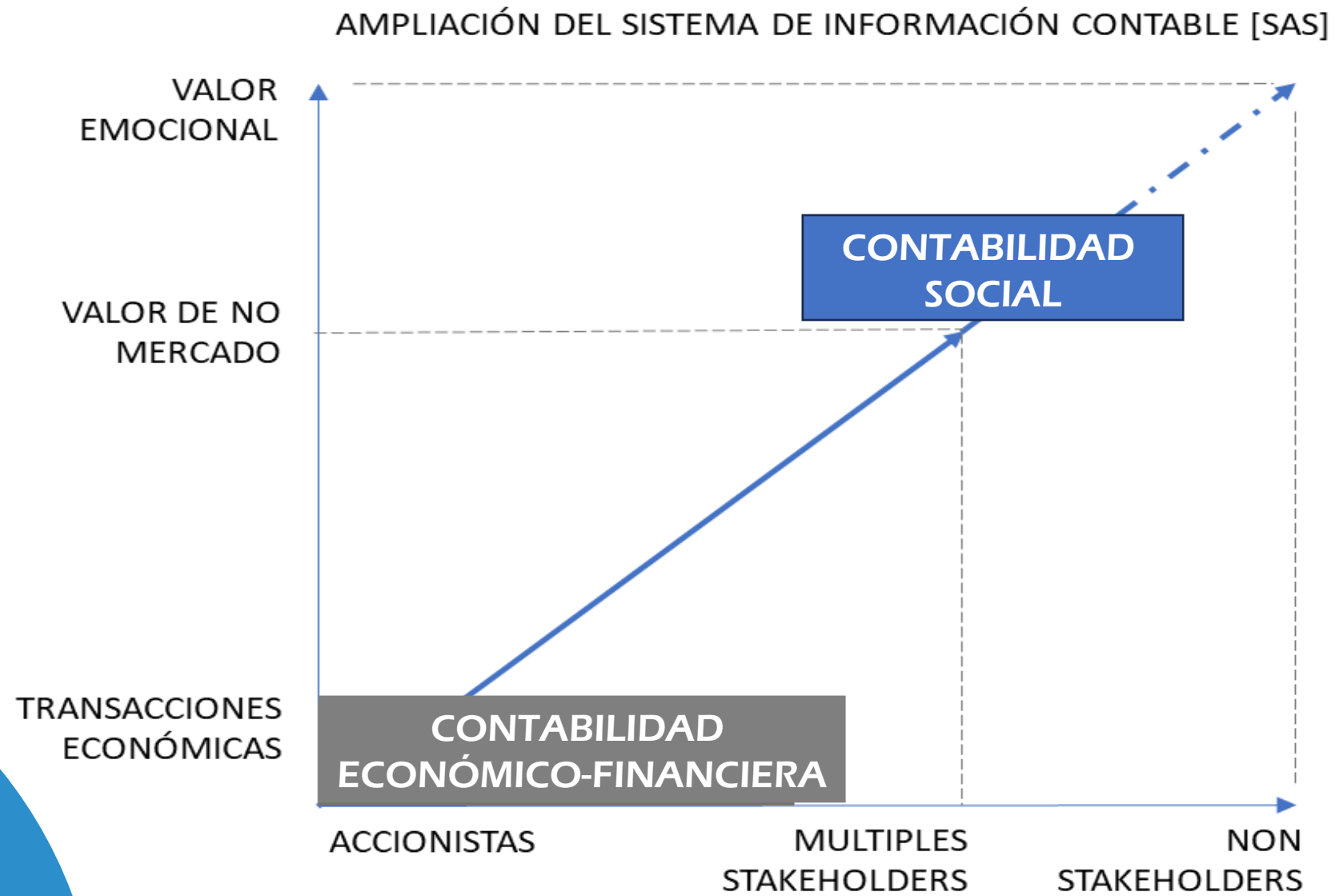


STAKEHOLDERS

El modelo de valor viene identificado por la percepción de valor los diferentes grupos de interés

Fuente: Adaptación de Retolaza, San-Jose & Ruiz-Roqueñi, 2016: 40.

Información complementaria: www.geaccounting.org,



ACTIVIDAD

**El valor que genera
con su actividad
económica para el
conjunto de la
sociedad**

AHORROS

**Los flujos de caja
que, o bien retornan o
bien ahorra la
Administración**

NO MERCADO

**El valor social
específico generado a
los diferentes
stakeholders
mediante relaciones
de no mercado.**

Metodología SPOLY

EQUIPO Y CRONOGRAMA

1. Identificación objetivos
2. Cronograma

IDENTIFICACIÓN GRUPOS DE INTERÉS

1. Análisis y reunión equipo/dirección
2. Identificación interlocutores STK.
3. Priorización de intereses

VARIABLES DE VALOR

1. Entrevistas profundidad
2. Identificación de variables de valor percibido
3. Redefinición de variables orientado a indicadores.

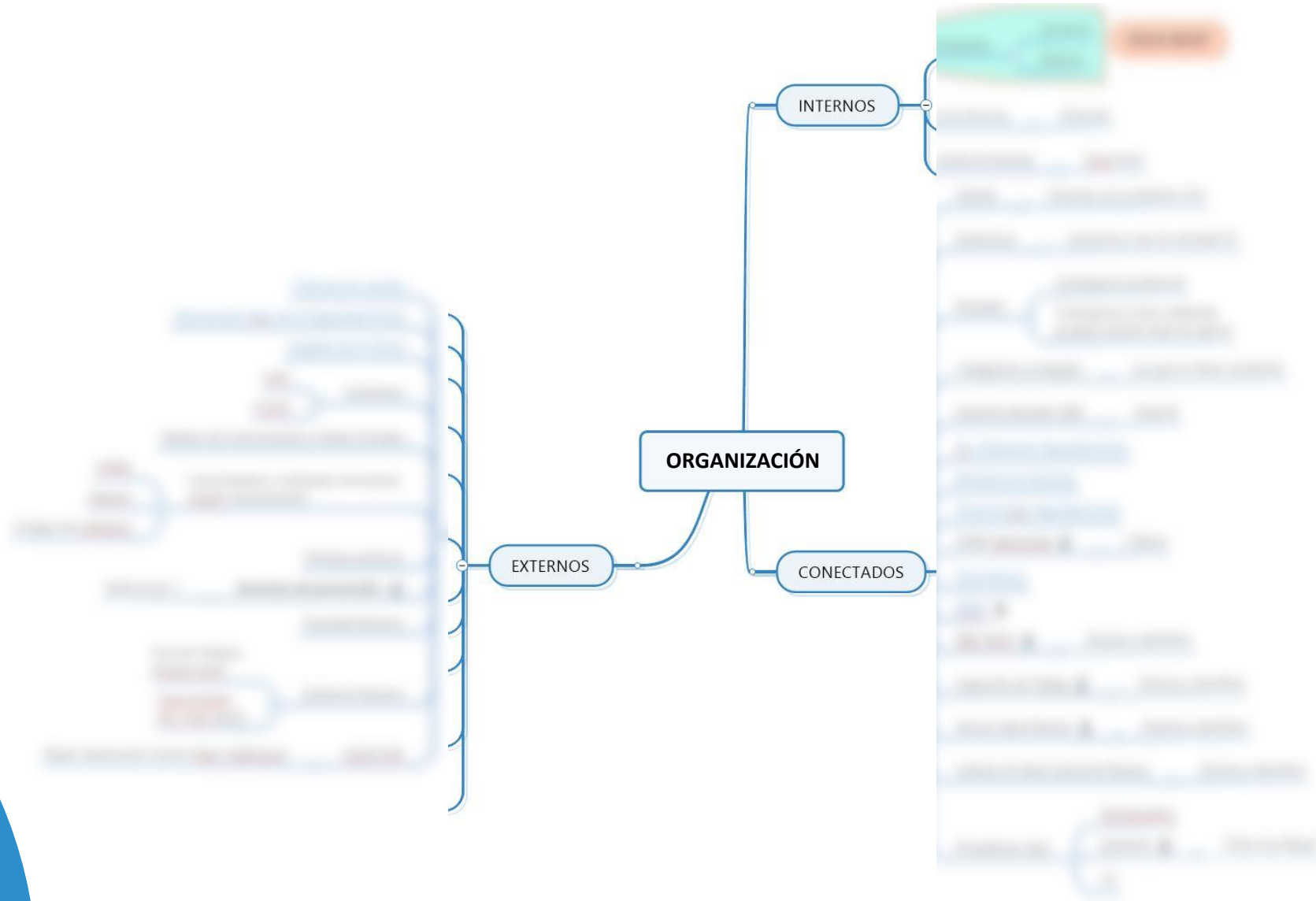
MONETIZACION OUTPUTS

1. Identificación de outputs
2. Selección proxys
3. Monetización outputs.
 - ✓ Directos
 - ✓ Indirectos
 - ✓ Clientes
 - ✓ Administración

CALCULO DE VALOR CONSOLIDADO

1. Cuantificación de valores específicos
2. Valor compartido
3. Valor consolidado

Metodología





R E S U L T A D O S



Resultados

VALOR SOCIAL INTEGRADO

112%
000000 €

VALOR SOCIAL DE MERCADO

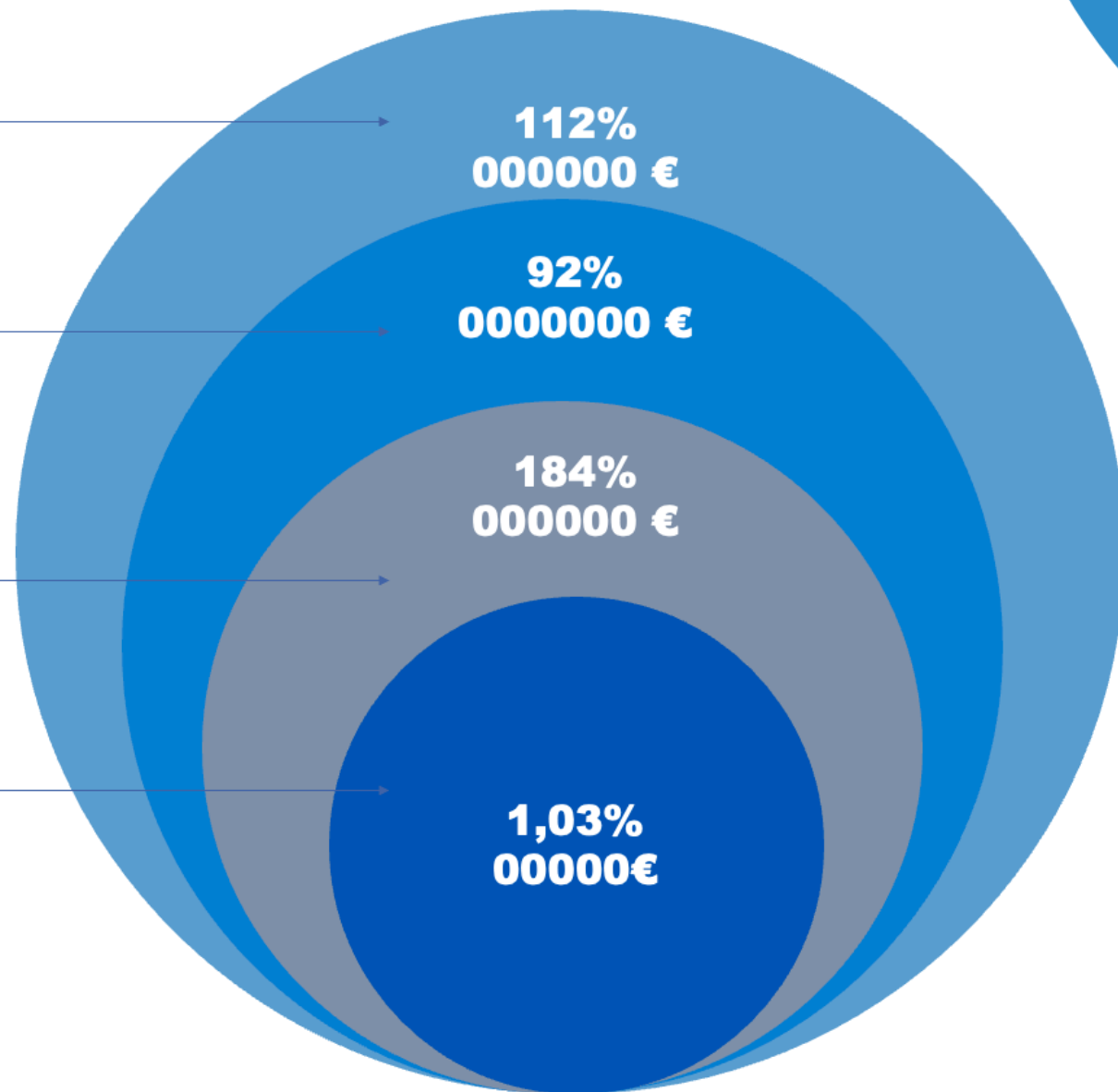
92%
0000000 €

VALOR SOCIAL ESPECIFICO

184%
000000 €

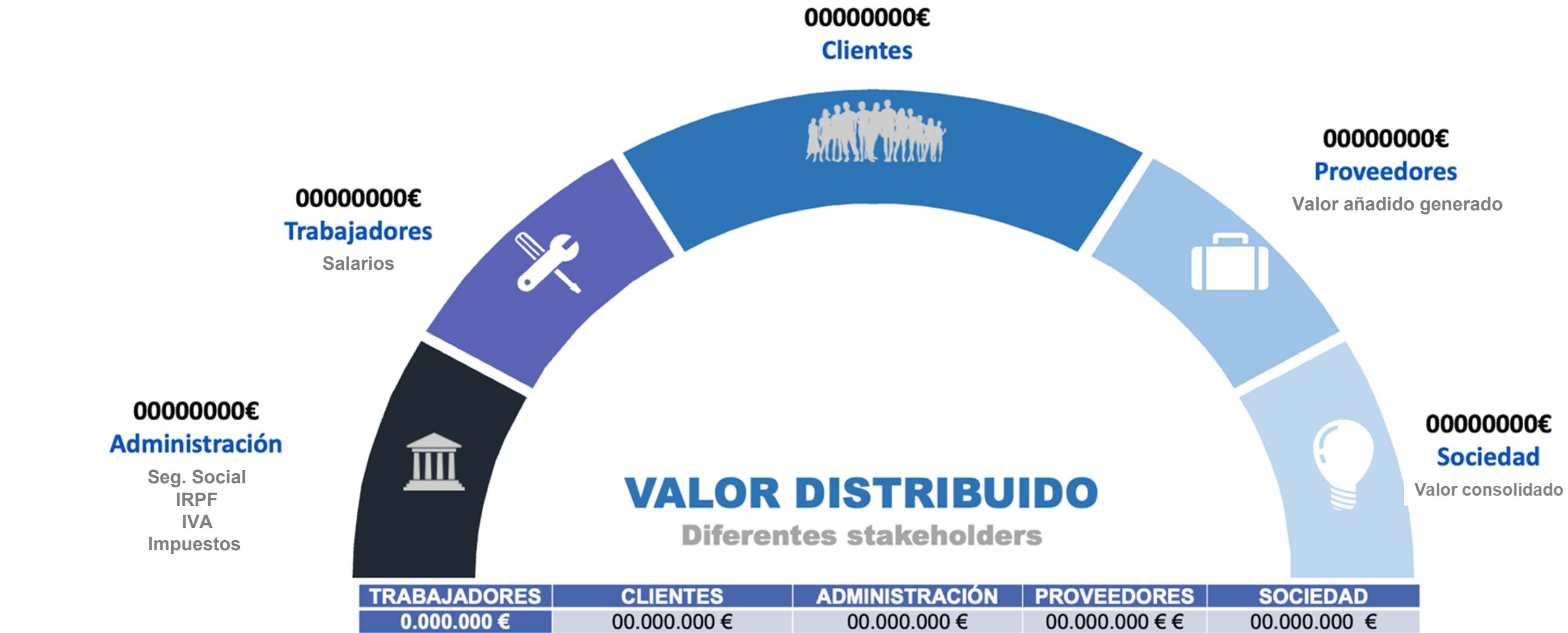
RESULTADO

1,03%
000000€



	SOCIEDAD	AAPP	TRABJ.	INV. / RET, / PROV.	CLIENTES
VALOR AGREGADO					
VALOR MOVILIZADO (I)					
VALOR MOVILIZADO (II)					
VALOR SOCIAL DE MERCADO [VES]					

MATRIZ DE VALOR SOCIAL DEL MERCADO



Beneficios

Valor

Integra Valor Social y Económico al mismo nivel

Define el valor que genera con su actividad económica para el conjunto de la sociedad

Estrategia

Genera un soporte para la estrategia organizacional

A través de los indicadores de transferencia de valor

Reputación

Mejora reputación, transparencia y vínculo con stakeholders

Fortalecer relaciones, legitimar licencia para operar.

Hacer pensar a stakeholders e identificar valor

Mejora

Genera comparabilidad y sistematización continua

lascoi



