

Integración del valor social en la **estrategia** y comunicación

Curso de verano UPV/EHU. Medición del valor social
para la sostenibilidad

The background features a hand on the left side, reaching out, and a tall, slightly wobbly tower of Jenga blocks on the right side. The blocks are white with black letters (A, B, BB, BBB) and are set against a dark blue background. Two horizontal white lines are positioned above and below the percentage text.

75%

de la población desconfía
de las empresas

Fuente: 2016; Ipsos Mori.

A large group of people, mostly men in business attire, are gathered together, celebrating. They are surrounded by a thick shower of red confetti. In the background, a white sign with black text reads "CELEBRATE CHANGEMAKERS". The overall scene is festive and celebratory.

CELEBRATE
CHANGEMAKERS

¿Cómo se logra la
confianza?



Siglo XX
Valor
para el accionista



Siglo XXI
Valor
para la sociedad

25 Years Ago I Coined the Phrase “Triple Bottom Line.” Here’s Why It’s Time to Rethink It.

by John Elkington

JULIE 25, 2018

 SUMMARY  SAVE  SHARE  COMMENT  H TEXT SIZE  PRINT **\$5.95** BUY COPIES



“Success or failure on sustainability goals cannot be measured only in terms of profits and loss. It must also be measured in terms of the wellbeing of billions of people and the health of our planet”.
John Elkington.



Herramientas de medición de la sostenibilidad

Triple
impacto

Sistemas
de capital
múltiples

GRI

Environmental
Profit & Loss

Shared value

Impacto
social
total (BCG)

SROI

Full Cost
Accounting

ESG

Blended value

Informes
integrados

Inversión
de
impacto

¿Están realmente contribuyendo estas herramientas
en la toma de decisiones estratégicas?

¿Están cambiando los fines y objetivos
empresariales?

Valor social orientado a los grupos de interés

Podemos orientar la organización hacia la maximización del valor social



Trabajadores



Clientes



Comunidades



Medio ambiente



Inversores



Administraciones



Universidades

Identificación y cuantificación del valor social estratégico



¿Dónde
intencionadamente
creamos valor?

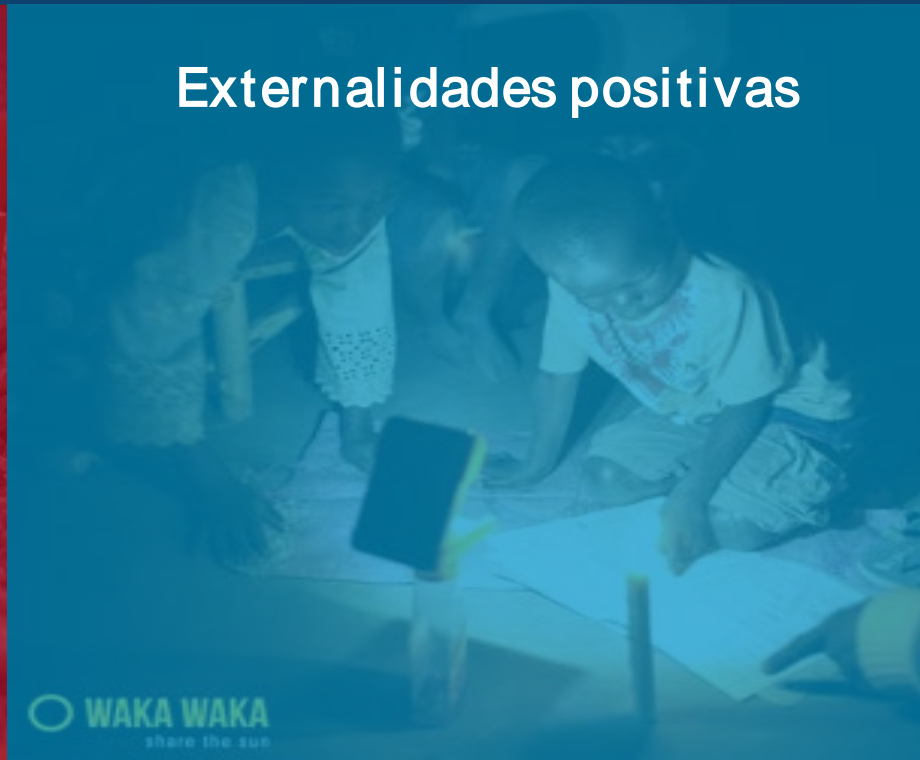
Podemos cuantificar el
valor social de nuestra
estrategia de
sostenibilidad

Creación y destrucción de valor

Externalidades negativas



Externalidades positivas



Contribución de la contabilidad social a la estrategia

Elementos favorables

- Ofrece un indicador sencillo de fácil interpretación y gestión
- Identifica y determina el valor creado para cada grupo de interés
- Vincula el valor social específico a la misión social o propósito empresarial
- Permite identificar medidas para maximizar el valor



Elementos de reflexión

- Estandarización y proceso de validación
- Incorporación de impactos negativos (valor negativo)
- Vincular con el sector financiero y sector público

Ejemplo práctico

AMPANNS

Junts fem futur

Fundación que trabaja para promover la educación, la calidad de vida y la plena inclusión de las personas con discapacidad intelectual, enfermedad mental o en situación de vulnerabilidad.

Servicios de educación escolar, formación, trabajo, atención diurna, ocupación terapéutica, servicios residenciales y hogares, ocio, deporte y tutela, fomentando la autonomía y la igualdad de oportunidades.

Resultados Valor Social 2016

	RETORNO ECONÓMICO AAPP	VALOR ECONÓMICO SOCIAL	VALOR SOCIAL ESPECÍFICO	VALOR SOCIAL INTEGRAL	
	REA	VES	VASE	VASI	
IMPACTO DIRECTO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA	4.835.444 €	17.556.040 €		17.556.040 €	VES
IMPACTO INDIRECTO PROVEEDORES	1.000.399 €	2.202.939 €		2.202.939 €	VES-IP
IMPACTO INDIRECTO PROVEEDORES DE INVERSIÓN	87.582 €	303.247 €		303.247 €	VES-IP.I
IMPACTO INDIRECTO EMPRESAS PARTICIPADAS	1.138 €	4.131 €		4.131 €	VES-ID.EP
VALOR SOCIAL ESPECÍFICO			34.888.594 €	34.888.594 €	VSE-F
VALOR INTEGRAL BRUTO	5.924.562 €	20.066.356 €	34.888.594 €	54.954.950 €	VASI-Bruto
Financiación Pública	5.600.605 €	5.600.605 €	5.600.605 €	5.600.605 €	
VALOR INTEGRAL NETO	323.957 €	14.465.751 €	29.287.989 €	49.354.345 €	VASI-Neto
VALOR SOCIO-EMOCIONAL			47.582.936 €		V-EMO VALOR INTEGRAL NETO + VALOR EMOCIONAL
				96.937.281 €	
Ratio Retorno Caja. Financiación Pública	1,058				ROI
Ratio Retorno Económico. Financiación Pública		3,58			SROI.E
Ratio Retorno Social. Financiación Pública			6,229		SROI.S
Rato Retorno Social Integral (Social + Económico)				9,812	SROI.I
Ratio Retono Socio-Emocional			8,50	17,31	SEROI

Valor social Ampans (absoluto) : 54.954.950 €

Relación valor social/ingresos 2016: 54.954.950 € / 30.600.000 €

=1,80

Resultados Valor Social 2017

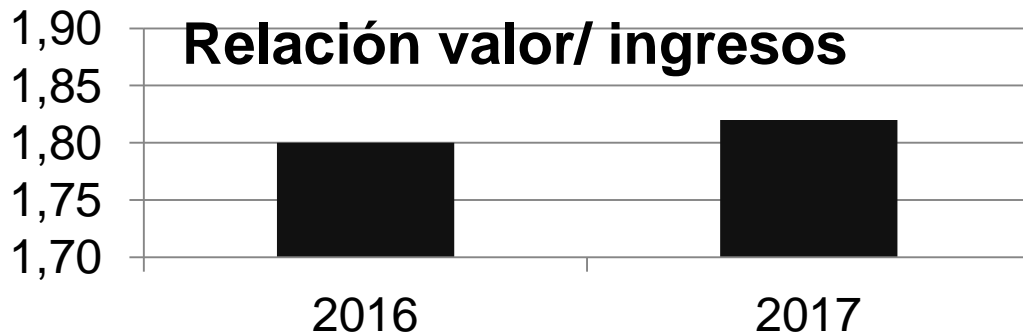
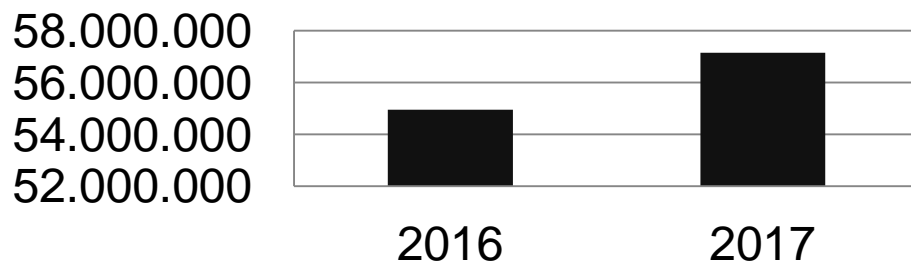
	RETORNO ECONÓMICO AAPP	VALOR ECONÓMICO SOCIAL	VALOR SOCIAL ESPECÍFICO	VALOR SOCIAL INTEGRAL	
	REA	VES	VASE	VASI	
IMPACTO DIRECTO DE LA ACTIVIDAD ECONÓMICA	5.598.866 €	19.010.517 €		19.010.517 €	VES
IMPACTO INDIRECTO PROVEEDORES	879.958 €	1.981.194 €		1.981.194 €	VES-IP
IMPACTO INDIRECTO PROVEEDORES DE INVERSIÓN	239.052 €	814.526 €		814.526 €	VES-IP.I
IMPACTO INDIRECTO EMPRESAS PARTICIPADAS	7.498 €	25.461 €		25.461 €	VES-ID.EP
VALOR SOCIAL ESPECÍFICO			35.324.201 €	35.324.201 €	VSE-F
VALOR INTEGRAL BRUTO	6.725.374 €	21.831.698 €	35.324.201 €	57.155.899 €	VASI-Bruto
Financiación Pública	6.570.545 €	6.570.545 €	6.570.545 €	6.570.545 €	
VALOR INTEGRAL NETO	154.829 €	15.261.153 €	28.753.656 €	50.585.354 €	VASI-Neto
VALOR SOCIO-EMOCIONAL			47.957.814 €		V-EMO
				98.543.168 €	VALOR INTEGRAL NETO + VALOR EMOCIONAL
Ratio Retorno Caja. Financiación Pública	1,024				ROI
Ratio Retorno Económico. Financiación Pública		3,32			SROIE
Ratio Retorno Social. Financiación Pública			5,376		SROIS
Ratio Retorno Social Integral (Social + Económico)				8,699	SROI.I
Ratio Retono Socio-Emocional			7,30	15,00	SEROI

Valor social Ampans (absoluto) : 57.155.899 €

Relación valor social/ingresos 2017: 57.155.899 € / 31.450.000 € = 1,82

Evolución resultados valor social

Valor social absoluto





Amor per l'ofici

¿Cómo aumentar
el valor social?

Valor Social. Fundación Ampans.

		Valor social absoluto EFICACIA	Valor social relativo. (valor social/ingresos). EFICIENCIA
VALOR ECONÓMICO SOCIAL DIRECTO. Empresa + participadas	↑ Producción y/o ↑ servicios	Aumento V.S.	No afecta.
	↓ Gastos no relacionados con RRHH.	Aumento V.S	Aumento V.S
	↓ Subcontratación y ↑ RRHH.	Aumento V.S	Aumento V.S
VALOR ECONÓMICO SOCIAL INDIRECTO Empresa + participadas	Selección proveedores: <ul style="list-style-type: none"> • con resultados ↑ • con RRHH ↑ 	Aumento V.S	Aumento V.S
VALOR SOCIAL ESPECIFICO	↑ El número de grupos de interés por actividad. (1)	Aumento V.S	Aumento V.S
	↑ Actividades derivadas de la actividad principal. (↓ coste y ↑ Valor social). (2)	Aumento V.S	Aumento V.S
	↑ Eficiencia y eficacia (3)	Aumento V.S	Aumento V.S
	↑ Contratación personas con discapacidad o riesgo exclusión.	Aumento V.S	Aumento V.S
VALOR SOCIAL EMOCIONAL	↑ Satisfacción	Aumento V.S	Aumento V.S

- **Crecimiento.**
- **Nuevas actividades vinculadas a la actividad principal.**
- **Involucrar otros grupos de interés en las actividades actuales.**
- **Aumento satisfacción.**

Por ejemplo y vinculando a una actividad de taller ocupacional:

- **la presencia de voluntarios**
- **estudiantes de practicas**
- **Realizando actividades de impacto social como: mantenimiento de parques infantiles, recogida de envases y papeles en zonas ajardinadas, organizando actividades de dinamización en centros de la tercera edad, etc..**

Elementos estratégicos

CELEBRATE *the*
CHANGEMAKERS

Propósito trascendente
Contabilidad social
Transparencia pública

