

XXII Congreso Internacional AECA
Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

9h

TITULO

**MAPA CONCEPTUAL PARA EL CALCULO DE VALOR DE NO
MERCADO EN EL MARCO DE UNA CONTABILIDAD SOCIAL
MONETARIA**

AUTORES

Jose Luis Retolaza* (Profesor de Economía de la Deusto Business School, Hermanos Agirre, 48014 BILBAO,

Leire San-Jose** (Catedrática de Finanzas de la UPV/EHU, Avda. Lehendakari Agirre 83. 48015 BILBAO,

Ramón Bernal (Dir. Gral. Lantegi Batuak y Profesor Dr. DBS, Txorierrri Etorbidea 12, Loiu,)

****presentador***

*****autor de correspondencia***

AREA TEMATICA

H) Responsabilidad Social Corporativa / Sostenibilidad

XXII Congreso Internacional AECA
Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

**MAPA CONCEPTUAL PARA EL CALCULO DE VALOR DE NO
MERCADO EN EL MARCO DE UNA CONTABILIDAD SOCIAL
MONETARIA**

RESUMEN

Tras la preocupación por la medición e información de los resultados sociales y medioambientales en las empresas y organizaciones, y una fase abierta para la búsqueda de su medición, estamos ante la necesidad de estandarizar los sistemas y formas para hacerlo. Entre los sistemas existen algunos que se fundamentan en monetizar, entendido como reflejar en moneda el valor generado y no el hecho de lograr realizar transacciones económicas por ese importe. Para ello es necesario estandarizar los sistemas de valoración para lo cual se utiliza el concepto de valor razonable. En concreto, este trabajo tiene por objetivo la ampliación del EVA -comprensión subyacente- a los factores sociales, entendidos como transferencias reales de valor. En esta comunicación se presenta una propuesta que ilustra la forma y sistemática del proceso para poder desarrollar el EVA que incluya los factores sociales, utilizando la unidad de medición los euros.

XXII Congreso Internacional AECA

Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

MAPA CONCEPTUAL PARA EL CALCULO DE VALOR DE NO MERCADO EN EL MARCO DE UNA CONTABILIDAD SOCIAL MONETARIA

Antecedentes

Se han dado las siguientes tres realidades que nos impulsan a desarrollar el mapa para determinar el cálculo de Valor de No mercado:

1. Incremento por la preocupación en relación con la información social y medioambiental de las empresas y organizaciones (Marco triple Bottom Line y ESG) que ya ha devenido en un incremento cualitativo de la información solicitada a las grandes empresas, actualmente a través de los Informes No Financieros y en el futuro a través de los Informes de Sostenibilidad. Esto está llevando a que, incluso, en ocasiones el propósito sustituya a la maximización del beneficio como orientación empresarial (Craig y Snook, 2014; Mayer, 2021; Serafeim, 2020). Todo lo cual exige un nuevo marco comprensivo y de información.
2. Desarrollo por parte de AECA (2022) del Documento: El Estado de Valor Añadido - EVA-, que aborda de forma sistemática el cálculo del valor agregado en una organización y su distribución a los principales stakeholders.
3. Amplia experiencia en la implementación práctica de contabilidades sociales monetarias en todo tipo de organizaciones -empresas, entidades del tercer sector, empresas sociales y administraciones públicas-.

Potenciales líneas de interés

Como se reflejó en la reunión de AECA del 22 de febrero de 2023, algunas de las líneas de interés, sin afán de exhaustividad, que se abrían a partir del trabajo precedente eran: 1) ampliación de la sistematización del análisis del EVA a algunas tipologías de entidades con características específicas, como las financieras, los seguros o la administración pública; 2) Desarrollo de un sistema de indicadores que permita valorar la propia sostenibilidad de la organización en función de la actuación social y medioambiental con el entorno; 3) Ampliación del EVA -comprensión subyacente- a los factores sociales, entendidos como transferencias reales de valor. Entendiendo la pertinencia e interés de todas estas potenciales líneas de investigación, el documento se centrará en la tercera propuesta, donde el redactor y su equipo cuentan con experiencia real.

XXII Congreso Internacional AECA

Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

Marco(s) de referencia exógenos

En este momento, en el marco de la Sostenibilidad cohabitan distintos marcos teóricos y conceptuales, que en ocasiones dificultan el diálogo sobre el tema; ya que sólo comparten algunos presupuestos. Los principales marcos de referencia son: el de Responsabilidad Social, el de Rendición de Cuentas, el de Impacto, y el marco neoclásico de externalidades, normalmente negativas (véase Figura 1).

Figura 1. Principales marcos de Referencia en la medición de la sostenibilidad.



Fuente: elaboración propia.

El planteamiento que vamos a proponer, aunque tiene conexión e implicaciones en estos cuatro marcos, no se circunscribe a ninguno de ellos; siendo sus principales elementos constitutivos la Teoría de Stakeholders y un Marco Contable expandido.

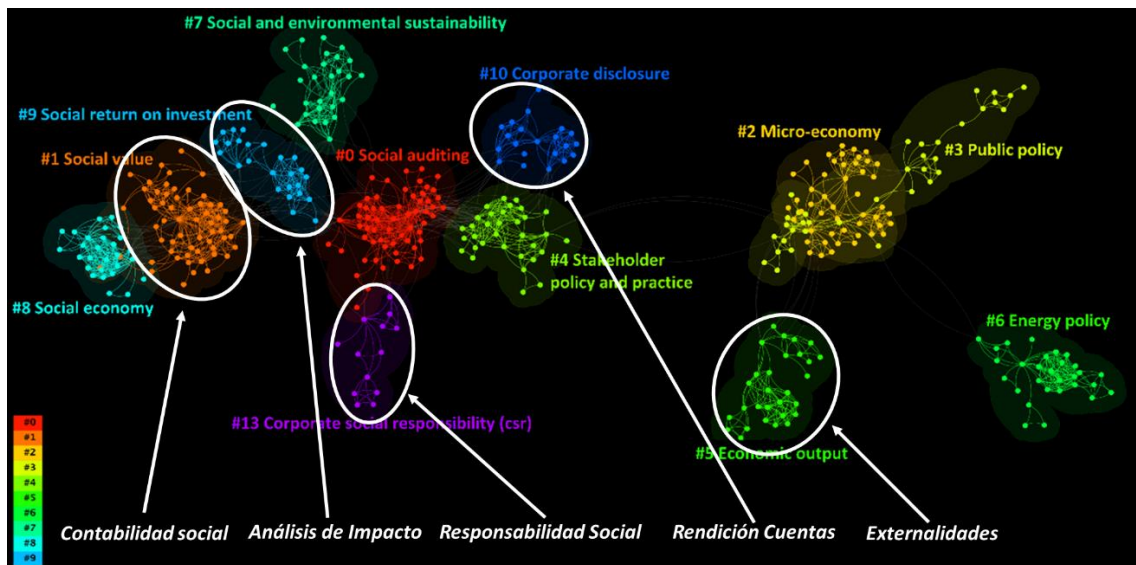
En relación a la Responsabilidad Social el análisis de la transferencia de valor no se focaliza en la aportación complementaria de carácter voluntario, sino en el núcleo del proceso de transferencia de valor; aunque cualquier transferencia complementaria también podrá ser tomada en cuenta. En relación con el marco de Rendición de Cuentas, la información no se construye como un listado yuxtapuesto de indicadores, sino como un sistema interconectado en unidades monetarias; lo que no obsta para que muchos de los ítems utilizados en los informes de rendición de cuentas puedan explicitarse en lenguaje directamente monetario o, de forma complementaria, mediante una contabilidad analítica (p.e. la distribución de valor en función del género, de los ODS, o del territorio). En relación al Análisis de Impacto, no se monetizan los outputs (futuro) sino los outcomes (presente); aunque sin duda, una adecuada contabilidad de los outputs puede ayudar a una

XXII Congreso Internacional AECA

Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

mejor comprensión del valor transferido a los perceptores en un tiempo futuro. En relación con las externalidades de la Teoría ortodoxa, centrada fundamentalmente en las negativas, hay una mayor orientación a focalizarse en las externalidades positivas; lo que no obsta para abordar las externalidades negativas, ya sea en relación a su impacto directo o como coste de oportunidad. La siguiente imagen, de un trabajo todavía sin publicar (Torres et al.2023) muestra la distancia relativa en la investigación sobre algunos de los tópicos pertenecientes a los diferentes marcos (véase Figura 2).

Figura 2. Mapa de revisión literatura Valor Social: análisis bibliométrico.



Fuente: Torres et al. (2023)

Límites de la Contabilidad Económico-Financiera clásica

En la teoría neoclásica tradicional, el valor se crea mediante el intercambio entre la oferta y la demanda, desarrollado en el marco de un mercado libre. La teoría del equilibrio competitivo general (Debreu, 1954) explica que, bajo ciertas condiciones, la maximización de los resultados por parte de una empresa (optimización del beneficio/valor) se corresponde con el óptimo social, es decir, con la creación del mayor valor posible para la sociedad. Desde esta perspectiva, podríamos considerar que "[En una economía libre] hay una y sólo una responsabilidad social de las empresas: utilizar sus recursos y realizar actividades destinadas a aumentar sus beneficios siempre que se mantengan dentro de las reglas del juego" (Friedman, 1962/2002, p. 133); "mientras se ajuste a las reglas básicas de la sociedad, tanto las plasmadas en leyes como las plasmadas en costumbres éticas" (Friedman, 1970/2007, pp. 173-174). En el análisis de la lógica

XXII Congreso Internacional AECA

Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

subyacente, queda claro que la maximización del beneficio no es un fin en sí mismo. Más bien, es un instrumento para generar valor para la sociedad. No obstante, dado que en la lógica microeconómica existe una correlación biunívoca entre ambos resultados, la maximización del beneficio, que es mucho más específica y concreta, puede sustituir al fin último de generar valor social, que es un concepto mucho más difuso. Sin embargo, desde esta lógica, el fin de la empresa no se encuentra en ella, sino en la sociedad, pero bajo el supuesto de que lo que es bueno para la empresa es bueno para la sociedad, generando la noción consecuente de DWDG -*Doing Well & Doing Good*- (Porter & Kramer, 2011).

En consecuencia, en la economía neoclásica no se considera que exista conflicto entre los motivos de maximización de beneficios de la empresa y su función social. Más bien, los beneficios son un buen indicador de la función social que desempeñan las distintas empresas. Esto ha llevado al desarrollo extensivo de instrumentos para medir el grado de bienestar material, incluyendo el producto interior bruto (PIB) y la renta per cápita, que está fuertemente correlacionado, teórica y prácticamente, con el concepto de óptimo social paretiano. Consecuentemente, se deduce que la información económico-financiera es un buen indicador del valor social generado por las empresas, por lo que no sería necesario establecer justificaciones complementarias sobre el valor generado. Sólo en el caso de las organizaciones no gubernamentales (ONG) y de la administración pública, que no responden formalmente a las reglas del mercado, podría justificarse la introducción de algún tipo de información complementaria, a saber, informes de impacto social, balances sociales y contabilidad social, entre otros.

No obstante, este vínculo entre el beneficio empresarial y el valor social generado no está muy extendido en la sociedad y es contrario a la intuición de gran parte de la opinión pública, que, en términos generales, percibe que el beneficio, beneficia en mayor medida a los accionistas en detrimento de los intereses del resto de stakeholders. Desde un punto de vista más técnico, existen una serie de limitaciones. En primer lugar, para que funcione correctamente, deben cumplirse ciertos supuestos sobre el libre mercado, la constante referencia a los fallos de mercado (Stiglitz, 1989) evidencian que esto falla de forma habitual, e incluso, que dichos fallos tienen carácter estructural y no coyuntural. En segundo lugar, el óptimo paretiano, subyacente, sólo tiene en cuenta la generación de valor agregado, excluyendo cualquier consideración sobre la equidad en la distribución.

XXII Congreso Internacional AECA

Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

En tercer lugar, en muchas ocasiones puede haber un desequilibrio entre los beneficios privados y el interés público (Karnani, 2007, 2011). Por último, y en general, cabe señalar que solo se tiene en cuenta el valor económico -que adopta la forma de transacciones retribuidas de mercado-, prescindiendo de las externalidades, tanto positivas como negativas. Algunas externalidades negativas, como el coste de las emisiones de CO₂, han empezado a internalizarse tímidamente, pero la internalización de los costes sociales (salud, adiciones, desigualdad y exclusión) es prácticamente inexistente. Salvo en ciertos contextos bien definidos, tampoco se internalizan las externalidades sociales positivas (emprendimiento y discapacidad) como valor generado por las organizaciones. Estas limitaciones, ya sea por sí solas o en conjunción con otras cuestiones, hacen que a menudo exista una divergencia entre las ganancias privadas y el interés público, que la contabilidad tradicional tiene dificultades para captar e interpretar.

Así las cosas, la contabilidad económico-financiera clásica parece algo limitada a la hora de ofrecer información exhaustiva sobre el valor (en sus distintas modalidades) generado o detruido por una organización para con la Sociedad a lo largo del tiempo. Este problema se ha ido subsanando con diferentes iniciativas: por un lado, con la generación de estándares en memorias de sostenibilidad (p.ej., GRI, informes integrados, SA8000, SROI), y por otro, con las demandas de información no financiera complementaria por parte de la administración (p.ej., la *Social Value Act* o la directiva europea sobre memorias no financieras y las futuras memorias de sostenibilidad).

Por otra parte, como dice el poeta “Todo necio confunde valor y precio” (A. Machado, Proverbios y Cantares LXVIII), haciendo referencia a que sólo se considera valor a aquello por lo que hay un pago. Cuestión que sería plenamente aplicable a la contabilidad, ya que, salvo excepciones, sólo las transferencias de valor contra un determinado ingreso o gasto son incorporadas en la contabilidad. Un sistema de información como es la contabilidad, que no pueda incorporar la totalidad de transferencias de valor, de alguna forma, resulta incompleto.

Paradoja de los Informes de Sostenibilidad

Los Informes no financieros, son informes gestionados por contables / financieros (AECA, EFRAG, ICAC...) en un lenguaje no financiero (monetario).

XXII Congreso Internacional AECA

Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

La literatura académica muestra una preocupación por la contabilidad social, al menos, desde la década de 1950 (véase Cooper, 1992 y Cooper et al., 2005 para una revisión completa). En sus orígenes, se evidencia un enfoque monetario que se ha mantenido en el modelo SROI (retorno social de la inversión); sin embargo, a nivel general, la contabilidad social fue derivando hacia un enfoque no monetario, que se consolidó con el uso de indicadores clave de rendimiento (KPI). Esta evolución de la contabilidad desde un origen monetario a un desarrollo cuantitativo no monetario, ha tenido y tiene varias consecuencias. La primera, ya avanzada en la formulación de la paradoja es que desde la contabilidad estamos utilizando un lenguaje totalmente ajeno a la misma. La segunda, mucho más importante, es que, a falta de unidades monetarias, los sistemas de información pierden su carácter sistemático y se limitan a una mera yuxtaposición de indicadores no interconectados entre sí. En el sistema contable, las unidades monetarias permiten conectar los metros cuadrados, la compra de máquinas, el nº de trabajadores, con las unidades vendidas, la tesorería y el resultado. A falta de unidades monetarias las diversas dimensiones carecen de un elemento que las conecte transversalmente y de una lógica comprensiva, similar a la maximización de resultados/valor en la contabilidad clásica. Al margen de que en muchas ocasiones no hay acuerdo en los indicadores a utilizar, el verdadero problema es que no existe un criterio común sobre la interpretación de dichos indicadores; ya que, en muchas ocasiones, se articulan en función de criterios socio-políticos coyunturales, y su función de optimización no se corresponde con la maximización, sin que exista una función explícita que conecte el rating surgido del indicador con la bondad del resultado obtenido.

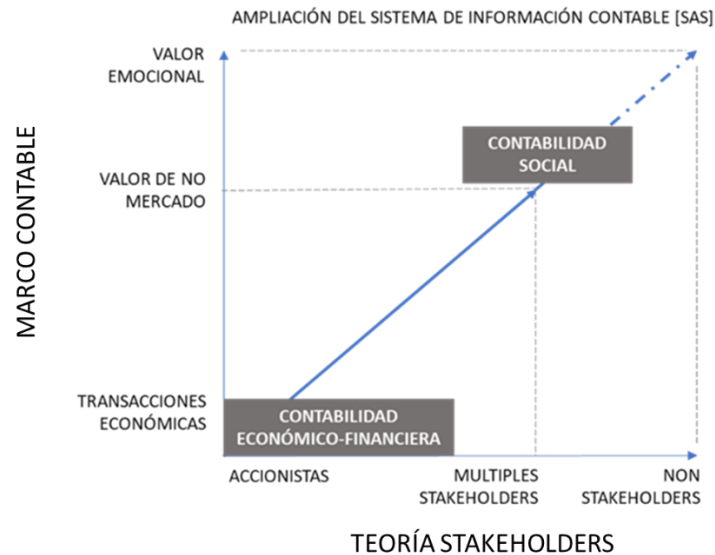
Marcos de referencia endógenos

La Contabilidad Social Monetaria, Stakeholder Accounting en el ámbito anglosajón, cuenta con dos marcos de referencia, el propio de la contabilidad y la teoría de stakeholders. En relación al primero, tiene por objetivo cuantificar monetariamente el conjunto de transferencias de valor que se da en el entorno de una organización, considerando tanto los flujos de salida como los de entrada, en una triple dimensión: valor de mercado, valor de no mercado y valor emocional. Por su parte la teoría de grupos de interés añade la multidimensionalidad que supone la transferencia de valor no sólo a un

XXII Congreso Internacional AECA Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

agente, el inversor, sino a múltiples stakeholders interconectados; donde también se incluyen en pie de igualdad los accionistas (véase Figura 3).

Figura 3. Evolución de la contabilidad Económico-Financiera a la social: perspectiva contable vs. perspectiva stakeholders



Fuente: Freeman et al. 2020: 101.

De la interconexión entre la contabilidad tradicional y la teoría de stakeholders surge una propuesta para la ampliación de la contabilidad clásica, en dos dimensiones. De una parte, en cuanto al eje de abscisas, pasando de una contabilidad unidimensional orientada únicamente a los accionistas, a una contabilidad multidimensional, capaz de identificar el valor distribuido a la totalidad de los partícipes de una organización, ya sean internos o externos. De otra, ampliando la cuantificación monetaria de la transferencia de valor, no sólo al de mercado, sino también al de no mercado. Esta primera ampliación es la que demanda con urgencia una normalización que permita su escalabilidad. Complementariamente cabe en un futuro ampliar el eje vertical con la incorporación del valor emocional (Retolaza & San-Jose, 2021), y la ampliación en el eje horizontal con el valor, normalmente no distribuido, a los non stakeholders (aquellos potenciales stakeholders que son afectados por omisión).

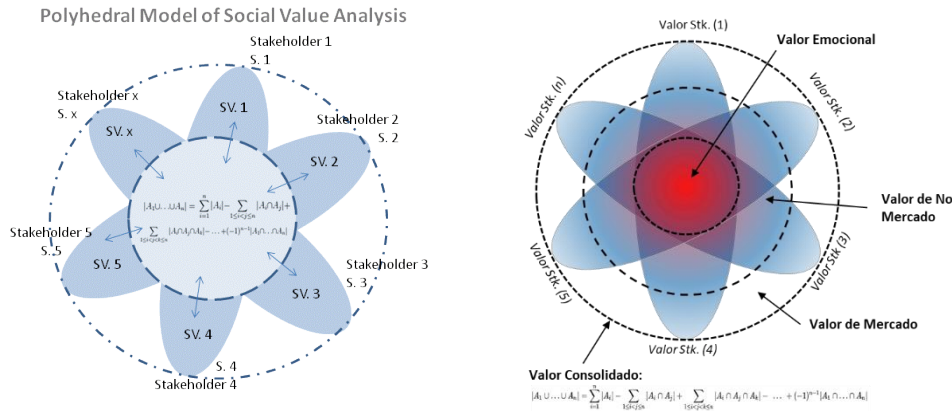
El marco teórico propuesto se despliega a su vez, en un modelo de aplicación, al que se ha denominado Poliédrico, propuesto desde la teoría de stakeholders (Freeman et al., 2020; San-Jose et al., 2017). Dicho modelo permite la comprensión sistémica de la

XXII Congreso Internacional AECA

Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

información generada, de forma similar a como el modelo de doble entrada permite la compresión contable (véase Figura 4).

Figura 4. Modelo poliédrico: valor compartido, consolidado, mercado y emocional.

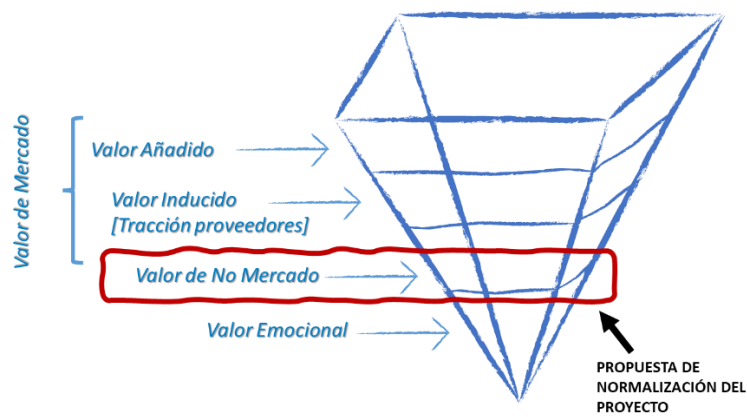


Fuente. Retolaza et al., 2016.

Ámbitos de la normalización

Existen un proceso de normalización desde los aspectos más financieros hasta los aspectos más intangibles, por ejemplo, el valor emocional tiene una perspectiva intangible, muy por encima que el financiero, que ha llegado a normalizarse. En la siguiente figura (véase Figura 5) se representa todos estos valores, desde el valor añadido que ya está normalizado en la propia AECA, hasta el valor emocional que queda aún por determinar.

Figura 5. Pirámide invertida del valor integral.



Fuente. Elaboración propia.

XXII Congreso Internacional AECA

Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

Una vez ilustrada la pirámide invertida y establecidos los distintos niveles y tipos de valor, es necesario revisar el ámbito de transferencia de valor. Así, se detallan las sub tipologías de valor generadas y una descripción de las mismas (véase Tabla 1).

Tabla 1. Revisión de ámbitos de transferencia de valor.

ÁMBITOS DE TRANSFERENCIA DE VALOR	TIPOS DE VALOR	DESCRIPCIÓN
VALOR DE MERCADO	<i>VALOR GENERADO A CLIENTES</i>	Producto o servicio entregado a los clientes a cambio de un precio. El precio refleja el valor mínimo que ese producto o servicio tiene para el cliente.
	<i>VALOR AÑADIDO</i>	El valor añadido es la diferencia entre el valor de la producción y el valor de los consumos externos a la empresa. Equivale a la suma de las remuneraciones percibidas por todos los agentes que participan en el proceso de producción.
	<i>VALOR INDIRECTO A PROVEEDORES</i>	Es aquel que la organización tracciona a través de la compra a proveedores, se corresponde al valor añadido generado por dicha compra.
	<i>IVA</i>	El IVA no es un valor generado de forma directa ya que es un impuesto al consumidor, pero lo cierto es que se necesita la existencia de valor añadido para que se genere IVA, y se necesita de la empresa para su recaudación.
	<i>VALOR INDUCIDO</i>	Es el valor de mercado que las actuaciones de una entidad causa en otras, sin que quede reflejada en una interrelación económica entre ambas.
VALOR DE NO MERCADO	<i>ORIENTADO AL PROPÓSITO</i>	Es el valor consciente que una organización transfiere a sus stakeholders sin que exista mediación de precio.
	<i>COLATERAL</i>	Se corresponde con las externalidades, tanto positivas como negativas generadas por la organización al entorno que le rodea.
VALOR EMOCIONAL	<i>DE MERCADO</i>	Es el supra-valor (sub-valor) recibido en relación al precio pagado
	<i>DE NO MERCADO</i>	Es el supra-valor (sub-valor) recibido en relación al límite inferior del valor razonable [Valor Mínimo Razonable].

Fuente. Elaboración propia.

Situación actual

Con la reciente publicación por parte de AECA del Documento sobre el Estado de Valor Añadido -EVA-, se ha procedido a normalizar el proceso de cálculo y análisis de la distribución en cuanto al valor añadido se refiere. Por su parte, el valor generado a los clientes, queda bien reflejado a través de los ingresos por ventas. Lo mismo ocurre con el

XXII Congreso Internacional AECA

Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

IVA, que se encuentra bien documentado a través del modelo 303; aunque quizás fuera interesante en algún momento generar un protocolo para el análisis de su impacto en aquellos casos atípicos de atribución de IVA.

En relación al valor indirecto generado a través de los proveedores y al valor inducido, la Unión Europea a través del Proyecto RESCHAPE que se acaba de iniciar, con la participación de la Universidad de Deusto, junto con otros ocho socios de otros países europeos: Consiglio Nazionale delle Ricerche (Italy), Instituto de Engenharia de Sistemas e Computadores, Tecnología e Ciencia (Portugal), Aston University (Gran Bretaña). Fraunhofer Gesellschaft Zur Foerderung Der Angewandten Forschung E.V.(Germany), Zaragoza Logistics Center (Spain), RWI -Leibniz Institute for Economic Research (Germany), Technical University of Eindhoven (The Netherlands), e IRIS Technology Solutions (Spain). Indudablemente la normalización de estos dos ámbitos podría ser un proyecto también interesante para AECA, pero podríamos posponerlo a la finalización del trabajo que se va a desarrollar en el proyecto mencionado.

La propuesta actual se concretaría en el diseño de un procedimiento estandarizado para calcular de forma monetaria el valor transferido fuera de mercado a sus diferentes stakeholders por parte de una organización.

Propuesta de trabajo

Condiciones de partida

Por valor de no mercado hay que entender una transferencia de bienes o servicios, similares a los transferidos a través de mercado, pero sin que haya una contraprestación de precio.

El mecanismo para la cuantificación del valor monetario de dichos bienes o servicios es el valor razonable, utilizado en contabilidad, normalmente, para la valoración de activos cuyo valor de adquisición actualizado no se corresponde con el valor real.

Normalización del proceso metodológico

En las más de 300 implementaciones realizadas en relación a las transacciones de valor de no mercado, se ha trabajado además de con un marco teórico (teoría de stakeholders y marco contable), y con un modelo de sistematización (modelo poliédrico), con una propuesta metodológica; la cual se recoge en la siguiente tabla (véase Tabla 2):

XXII Congreso Internacional AECA

Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

Tabla 2. Proceso de Social Accounting para la monetización del valor de no mercado: SPOLY



Fuente. Adaptado de Retolaza et al., 2016: p. 41.

La propuesta a desarrollar en AECA consistiría en el análisis, revisión y normalización del conjunto del proceso, de forma que se pudiera normalizar y digitalizar; de forma que permitiera tanto la seguridad como la escalabilidad en su utilización.

Algunos de los aspectos a normalizar serían:

1. Fases: duración y alcance.
2. Criterios para la elaboración de un mapa de stakeholders
3. Modelos de presentación del Mapa de stakeholders
4. Formas alternativas de identificación de mecanismos de transferencia de valor de no mercado (variables de valor en la terminología actual)
5. Condiciones de los interlocutores del diálogo
6. Nº mínimo de diálogos
7. Formas de diálogo: entrevista presencial, *on line*, telefónica...
8. Otras formas de obtención de información: cuestionarios, *focus group*, hemeroteca...

XXII Congreso Internacional AECA

Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

9. Posibles técnicos a utilizar en los diálogos: entrevista fenomenológica, entrevista semiestructurada...
10. Mecanismos de recogida y conservación de la información.
11. Procesos de identificación de variables de valor en el marco de la información obtenida
12. Formulación correcta de las variables de valor
13. Matriz de materialidad en relación a los grupos de interés
14. Obtención, justificación y documentación del valor razonable
15. Proceso de cálculo del valor consolidado
16. Proceso de cálculo del valor compartido
17. Tabla de síntesis
18. Ratios de análisis
19. Gráficos de presentación
20. Fijación de la terminología (lo más conectada posible con el ámbito contable)

Complementariamente, en un momento posterior, quizás se podría avanzar sobre algunos soportes que facilitarían tanto la digitalización de la contabilidad de no mercado como su uso.

1. Vademécum de unidades de medida
2. Vademécum de variables de valor por sectores
3. Vademécum de valores razonables para las principales variables de valor utilizadas
4. Referencias sectoriales o tipológicas para el análisis de ratios

Otro objetivo principal debería ser la generación de un aplicativo similar al que se ha diseñado para el cálculo del EVA

Dado que en la actualidad GEAccounting¹ desarrolla más de 50 contabilidades anuales en todo tipo de entidades y sectores variados, se puede utilizar como ámbito experimental donde poder ir testando las propuestas que se realicen, de forma que estas no se queden en un ámbito puramente teórico.

¹ Global Economic Accounting AIE, es una comunidad de usuarios, sin ánimo de lucro, que tiene por finalidad la promoción de la contabilidad social.

XXII Congreso Internacional AECA

Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

Utilidad

El valor total que crea una empresa puede ser entendida como una función del valor creado para los diferentes grupos de interés: clientes, proveedores, financiadores, empleados, administración pública, usuarios, comunidad, principalmente (Freeman, 1984; Argadoña, 1998; Jones & Wicks, 1999; Retolaza & San-Jose, 2011; Tantalo & Priem, 2016). Consecuentemente, el propósito de la contabilidad de no mercado consiste en calcular y analizar el valor que una determinada organización transfiere o detrae a la sociedad. En este sentido, desde el marco de doble materialidad, tiene una clara perspectiva *inside-outside*.

Sin embargo, la mayoría de las organizaciones que se optan por incorporar la contabilidad social lo hacen desde una perspectiva de comunicación, esperando obtener algún valor intangible normalmente relacionado con la reputación; es decir, desde una perspectiva *outside-inside*. Por lo que, desde el inicio, en la motivación de las organizaciones aparece la doble materialidad como marco de referencia.

Pero debemos tener en cuenta que los sistemas de información vinculados a la gestión son fundamentales en los procesos de toma de decisiones, y por tanto su medición (Kaplan y Norton, 1992), y no un mero elemento de comunicación externa. Por lo que en general, cuando las organizaciones conocen el valor de no mercado que generan y los mecanismos vinculados al mismo, tienden a intentar gestionarlo para optimizarlo. Dando, posiblemente, lugar a un círculo virtuoso que permita que a través de la transferencia de valor a la sociedad consiga la transferencia de valor de esta hacia la propia organización. Una de las virtualidades de la contabilidad social puede ser precisamente actuar como detonante de este proceso incremental de doble materialidad.

Algunas de las utilidades identificadas a partir del proceso de implementación de una contabilidad social en la organización, son las siguientes:

1. **Comunicación:** Permite informar a la Sociedad (entendida como conjunto de stakeholders) del valor que la organización les transfiere
2. **Benchmarking:** Permite un análisis comparativo con otras entidades del sector, internamente con la intencionalidad de adoptar buenas prácticas generadoras de valor; externamente le sirve a la Administración para tomar decisiones de eficiencia relacionadas con la financiación o compra pública.

XXII Congreso Internacional AECA

Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

3. **Estrategia:** Permite utilizar la información en la mejora de la estrategia, a través de herramientas como la propia planificación estratégica o el cuadro de mando integral, con la finalidad de incrementar, tanto el valor generado para la Sociedad como el retorno para la propia organización, creando un círculo virtuoso de valor.
4. **OCB [*Organizational Citizenship Behavior*]:** permite a la organización alinearse con su propósito, potenciando el desarrollo de todas las personas implicadas y su compromiso con el proyecto.
5. **Impacto:** Mediante una contabilidad analítica permite analizar aspectos como la distribución de valor en función del género, de los ODS o del territorio; facilitando los análisis de impacto.

Conclusiones y futuras líneas de investigación

Tras esta revisión de los antecedentes, objetivos y sistemas para medir el valor, desde el valor añadido hasta el valor emocional se denota la necesidad de consensuar un proceso para establecer el EVA que integre los aspectos sociales, para lo cual es necesario establecer procesos para monetizar el valor de no mercado, incluso el emocional. Precisamente, se confirma que la contabilidad económico financiera solo capta una parte del valor transferido y necesitamos dotarnos de un proceso sistemático y normalizado para visualizar y valorar el valor integral que las organizaciones aportan o detraen a sus stakeholders. Se sugiere un mapa sobre el valor generado y sus diferencias y se propone un modelo, el poliédrico; que pueden servir de base para la normalización que se requiere.

Referencias

- AECA (2022) El Estado de Valor Añadido -EVA-, Documento AECA 31.
- Argandoña, A. (1998): "The stakeholder theory and the common good", *Journal of Business Ethics*, 17(9-10), 1093-1102, DOI: 10.1023/A:1006075517423.
- Cooper, C. (1992). The non and nom of accounting for (m)other nature. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 5(3), 16–39.
- Cooper, C., Taylor, P., Smith, N., & Catchpole, L. (2005). A discussion of the political potential of social accounting. *Critical Perspectives on Accounting*, 16(7), 951–974.
- Craig, N., & Snook, S. (2014). From purpose to impact. *Harvard business review*, 92(5), 104-111.

XXII Congreso Internacional AECA

Donostia-San Sebastián 19-21 septiembre 2023

- Freeman, E. (1984): *Strategic management: A stakeholder approach*. Boston: Pitman, 46.
- Freeman, R. E., Retolaza, J. L., & San-Jose, L. (2020). Stakeholder accounting: Towards an expanded accounting model. *CIRIECEspaña, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 100, 89–114.
- Friedman, M. (2002). *Capitalism and freedom: With the assistance of Rose D. Friedman (Fortieth anniversary ed.)*. University of Chicago Press. (Original work published 1962).
- Friedman, M. (2007). The social responsibility of business is to increase its profits. In W. C. Zimmerli, M. Holzinger, & K. Richter (Eds.). *Corporate ethics and corporate governance* (pp. 173–178). Springer. (Original work published 1970).
- Jones, T.M., & Wicks, A.C. (1999): “Convergent stakeholder theory”, *Academy of Management Review*, 24(2), 206–221, DOI: 10.5465/amr.1999.1893929.
- Kaplan, R.S. & Norton, D.P. (1992): “The balanced scorecard – Measures that drive performance”, *Harvard Business Review*, 70(1)(Jan/Feb): 71-79.
- Karnani, A. (2007). The mirage of marketing to the bottom of the pyramid: How the private sector can help alleviate poverty. *California Management Review*, 49(4), 90–111.
- Karnani, A. (2011). “Doing well by doing good”: The grand illusion. *California Management Review*, 53(2), 69–86.
- Mayer, C. (2021). The Future of the Corporation and the Economics of Purpose. *Journal of Management Studies*, 58(3), 887-901.
- Porter, M. E., & Kramer, M. R. (2011). Creating shared value. *Harvard Business Review*, 89(1/2), 62–77.
- Retolaza, J.L. & San-Jose, L. (2011): “Social economy and stakeholder theory, an integrative framework for socialization of the capitalism”, *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 73, 193-211.
- Retolaza, J.L., & San-Jose, L., (2021). Is it Possible to Monetarily Quantify the Emotional Value Transferred by Companies and Organizations?: An Emotional Accounting Proposal. *Frontiers in Psychology*, 12.
- San-Jose, L., Retolaza, J.L. & Freman, R.E. (2017): “Stakeholder Engagement at Extanobe: A Case Study of the New Story of Business”. In: *Stakeholder Engagement: Clinical Research Cases* (pp. 285-310). Springer, Cham.
- Serafeim, G., (2020). Social-impact efforts that create real value. *Harvard BusinessReview*, 98(5), 38-48.
- Stiglitz, J. E. (1989). Markets, market failures, and development. *The American Economic Review*, 79(2), 197–203.
- Tantalo, C. & Priem, R.L. (2016): “Value creation through stakeholder synergy”, *Strategic Management Journal*, 37(2), 314-329, DOI: 10.1002/smj.2337
- Torres et al. (2023): The intellectual structure of social accounting research. Forthcoming.