

CONTABILIDAD SOCIAL FEGADACE Y ENTIDADES ASOCIADAS 2021

FEDERACIÓN GALEGA DE DANO CEREBRAL



EQUIPO ASESOR:
ALEJANDRO PAN REGUEIRO
EMILIO RUZO SANMARTÍN

FINALIZACIÓN Y PUBLICACIÓN DEL INFORME: DICIEMBRE 2022

ÍNDICE

1.	INTRODUCCIÓN	1
1.1.	MIDIENDO EL IMPACTO SOCIAL	1
2.	METODOLOGÍA: MONETIZACIÓN DEL VALOR SOCIAL.....	2
3.	DIMENSIONES DEL VALOR SOCIAL A ANALIZAR.....	3
3.1.	VALOR DE MERCADO (VES).....	3
3.2.	VALOR SOCIAL ESPECÍFICO (VSE).....	4
3.3.	VALOR SOCIAL INTEGRADO (VSI).....	6
4.	COMPARATIVA Y ANÁLISIS FINAL.....	8
5.	CONCLUSIONES Y LIMITACIONES.....	11
	REFERENCIAS.....	13

ÍNDICE DE TABLAS

TABLA 1 VALOR DE MERCADO DE FEGADACE 2021	3
TABLA 2 VALOR SOCIAL ESPECÍFICO DE FEGADACE 2021	5
TABLA 3 DATOS ECONÓMICOS FEGADACE 2018, 2020 Y 2021	8
TABLA 4 RATIOS (VALOR SOCIAL/PRESUPUESTO)	8
TABLA 5 COMPARATIVA OUTPUTS 2020 VS 2021	9
TABLA 6 VALOR EMOCIONAL FEGADACE 2021	10

ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

ILUSTRACIÓN 1 REPRESENTACIÓN DE VES POR STAKEHOLDER	4
ILUSTRACIÓN 2 EJEMPLOS VARIABLES DE VALOR 2021	5
ILUSTRACIÓN 3 VALOR SOCIAL INTEGRADO (VSI) 2021.....	6
ILUSTRACIÓN 4 VSI PARA LOS GRUPOS DE INTERÉS 2021	7
ILUSTRACIÓN 5 ECOSISTEMAS DE VALOR FEGADACE 2021	11

1. INTRODUCCIÓN

La contabilidad tradicional nos sirve para hacernos una idea de la situación económica-financiera de una empresa o entidad. Pero esta contabilidad se puede quedar coja a la hora de mostrar todas las facetas que desarrolla una organización y que van más allá de lo estrictamente económico-financiero, es decir, aquello que es imperceptible o intangible pero que igualmente tiene valor y, por lo tanto, se puede medir y monetizar. En los últimos años, la sociedad ha avanzado y no solo se busca en las organizaciones la generación de beneficio puramente económico, sino que se tienen en cuenta otros factores que contribuyen y generan valor a la sociedad y a los grupos de interés con los que interactúa la organización (proveedores, clientes, trabajadores, etc.).

Cada vez existen más herramientas que sirven para obtener ese valor al que nos referimos, de convertir lo intangible en tangible, en definitiva, un proceso metodológico para que las organizaciones desarrollen su contabilidad social. Una de esas herramientas, la cual FEGADACE lleva aplicando e implantando desde el ejercicio 2018¹, es la [Monetización del Valor Social](#); modelo desarrollado por la UPV/EHV (ECRI), Universidad de Deusto (Deusto Business School) y Geaccounting, entidad de la que FEGADACE forma parte.

1.1. MIDIENDO EL IMPACTO SOCIAL

¿Por qué medir el valor social que generamos? FEGADACE es una entidad sin ánimo de lucro comprometida con la defensa de los derechos de las personas con daño cerebral adquirido y la de sus familias en Galicia. Es una entidad del tercer sector, donde aproximadamente el 90% de su presupuesto es de procedencia pública, por lo tanto, es casi una obligación como ejercicio el hecho de dar a conocer el valor y el impacto que genera la actividad de FEGADACE y sus entidades miembro como ejercicio de transparencia; a usuarios, familias, proveedores, administraciones y demás

¹ En 2019 no se llevó a cabo el análisis de la contabilidad social de FEGADACE

instituciones; en definitiva, poner de relieve lo que aportamos en la sociedad en la que interactuamos y a nuestros grupos de interés.

Tradicionalmente el análisis de una organización fuera del tipo que fuera, se ha remitido al análisis económico puesto que la única visión que había como valor generado era el puramente económico. La sociedad está cambiando y con ellas las organizaciones y ya no sólo se ve la maximización de beneficios como objetivo único de incremento de valor de una empresa u organización. Por ello, con este documento se pretende dar a conocer a través de unidades monetarias, el impacto que genera FEGADACE y sus asociaciones a los diferentes grupos de interés a través del método de Monetización del Valor Social.

2. METODOLOGÍA: MONETIZACIÓN DEL VALOR SOCIAL

Menos en el ejercicio de 2019, FEGADACE ha llevado a cabo el cálculo de su contabilidad social desde el ejercicio 2018. Lo que se ha hecho para el cálculo de los resultados del ejercicio 2021, es lo mismo que lo aplicado para el ejercicio 2020, esto es, mantener los mismos stakeholders, variables de valor y outputs identificados del ejercicio 2018; actualizando solamente los proxys (valor de mercado) y los datos que se extraen de las cuentas anuales de 2021. Sin entrar en mucho detalle dado que se han mantenido ciertos datos del proceso y que la explicación en profundidad de sus fases se han especificado en los [informes de 2018 y 2020](#); sí podemos mencionar de forma breve los pasos que se siguieron en el ejercicio objeto de análisis:

1. Mantener los mismos grupos de interés que fueron identificados para el ejercicio de 2018
2. Mantener el conjunto de variables de valor (27) identificadas por los stakeholders extraídas a partir de entrevistas personales y focus group.
3. Establecer unidades de medida asociadas a cada variable de valor y obtención de los nuevos outputs.
4. Actualización de los valores al momento de la realización del análisis (proxys)
5. Cálculo y análisis de resultados.

3. DIMENSIONES DEL VALOR SOCIAL A ANALIZAR



3.1. VALOR DE MERCADO (VES)

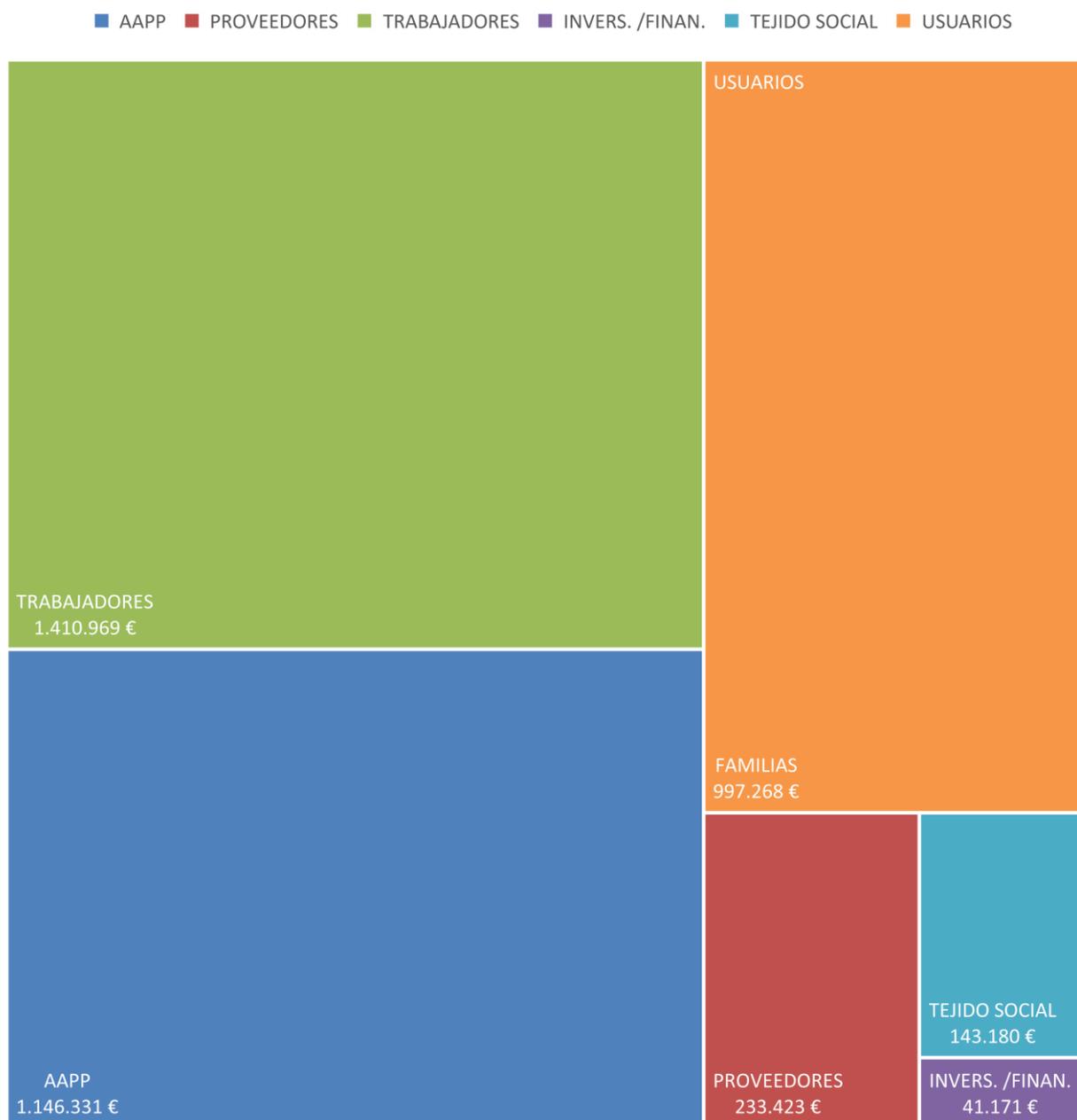
La obtención del valor de mercado la extraemos de la contabilidad tradicional a través de las cuentas anuales de FEGADACE y las entidades que la conforman. Con este valor medimos el impacto social de la actividad económica y servicios que ofrece la organización.

Tabla 1 Valor de Mercado de FEGADACE 2021

VALOR SOCIAL DE MERCADO							
	SOCIEDAD	AAPP	PROVEEDORES	TRABAJADORES	INVERS. /FINAN.	TEJIDO SOCIAL	USUARIOS FAMILIAS
VES	4.080.409€	1.146.331€	233.423€	1.410.969€	41.171€	143.180€	997.268€

Por cada euro movilizado del presupuesto de FEGADACE y sus entidades, devuelve a la sociedad **1,07€** a través del pago de salarios, impuestos, generando actividad a sus proveedores, etc. **Por cada euro recibido de la administración, FEGADACE genera un retorno económico de 1,70€**

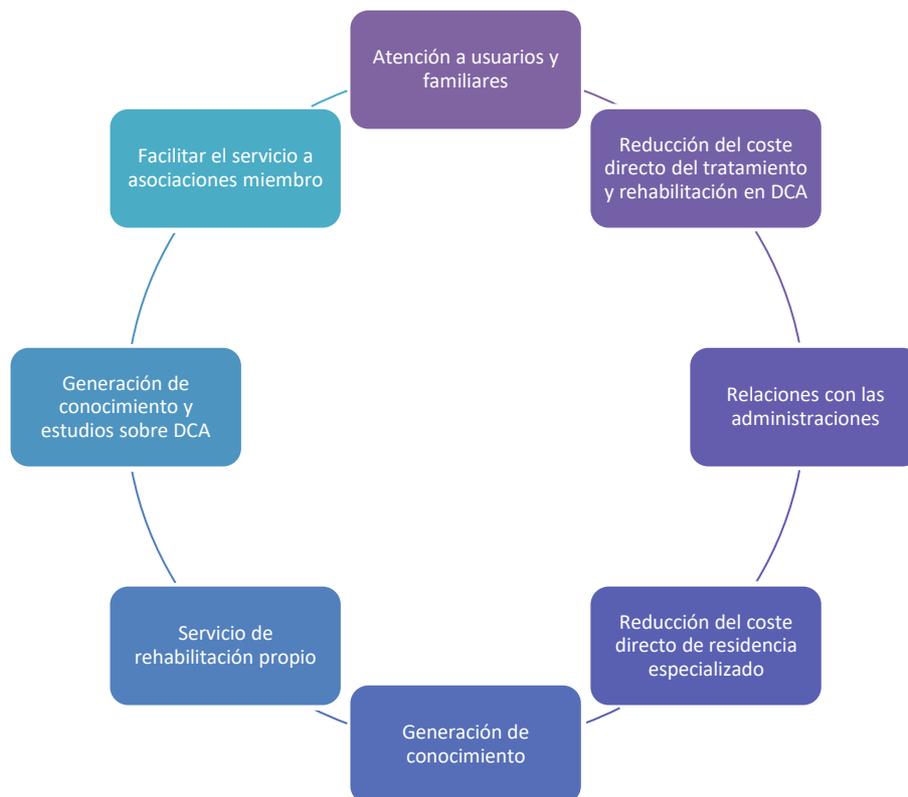
Ilustración 1 Representación de VES por stakeholder



3.2. Valor Social Específico (VSE)

El valor social específico o también conocido como el de no mercado, integra el valor del conjunto de variables identificadas por los grupos de interés, a través de entrevistas personales o *focus group*, y que están asociadas a la misión específica de la entidad. El valor social específico es lo que los grupos de interés nos dicen que perciben de FEGADACE y sus entidades miembro con su trabajo, como por ejemplo:

Ilustración 2 Ejemplos variables de valor 2021



Estas variables representan los intereses de los diferentes grupos de interés de FEGADACE, los cuales van en línea con las actividades que lleva a cabo la Federación y que por lo tanto generan un valor que denominamos valor específico el cual, a través de esta metodología que estamos aplicando se puede cuantificar en euros, es decir, monetizar.

Tabla 2 Valor Social Específico de FEGADACE 2021

VALOR SOCIAL ESPECÍFICO O DE NO MERCADO							
	SOCIEDAD	AAPP	PROVEEDORES	TRABAJADORES	INVERS. /FINAN.	TEJIDO SOCIAL	USUARIOS FAMILIAS
VSE	7.096.165€	1.663.749€	- €	2.167.456€	75.528€	1.304.610€	4.393.501€

Nota: El grupo de interés proveedores no se ha incluido en este proceso dado que las variables de valor son puramente económicas y quedan reflejadas en el cálculo del valor social de mercado.

El valor social específico de FEGADACE teniendo en cuenta todas las variables que integran sus grupos de interés es de 9.869.568€; pero **el valor social específico que se genera e impacta positivamente en la sociedad es de 7.096.165€; es decir, por cada euro movilizado del presupuesto 2021 se devuelve a la sociedad 1,87€**

3.3. VALOR SOCIAL INTEGRADO (VSI)

Si sumamos el valor social de mercado con el valor social de no mercado, obtenemos el valor social integrado (VSI):

Ilustración 3 Valor Social Integrado (VSI) 2021

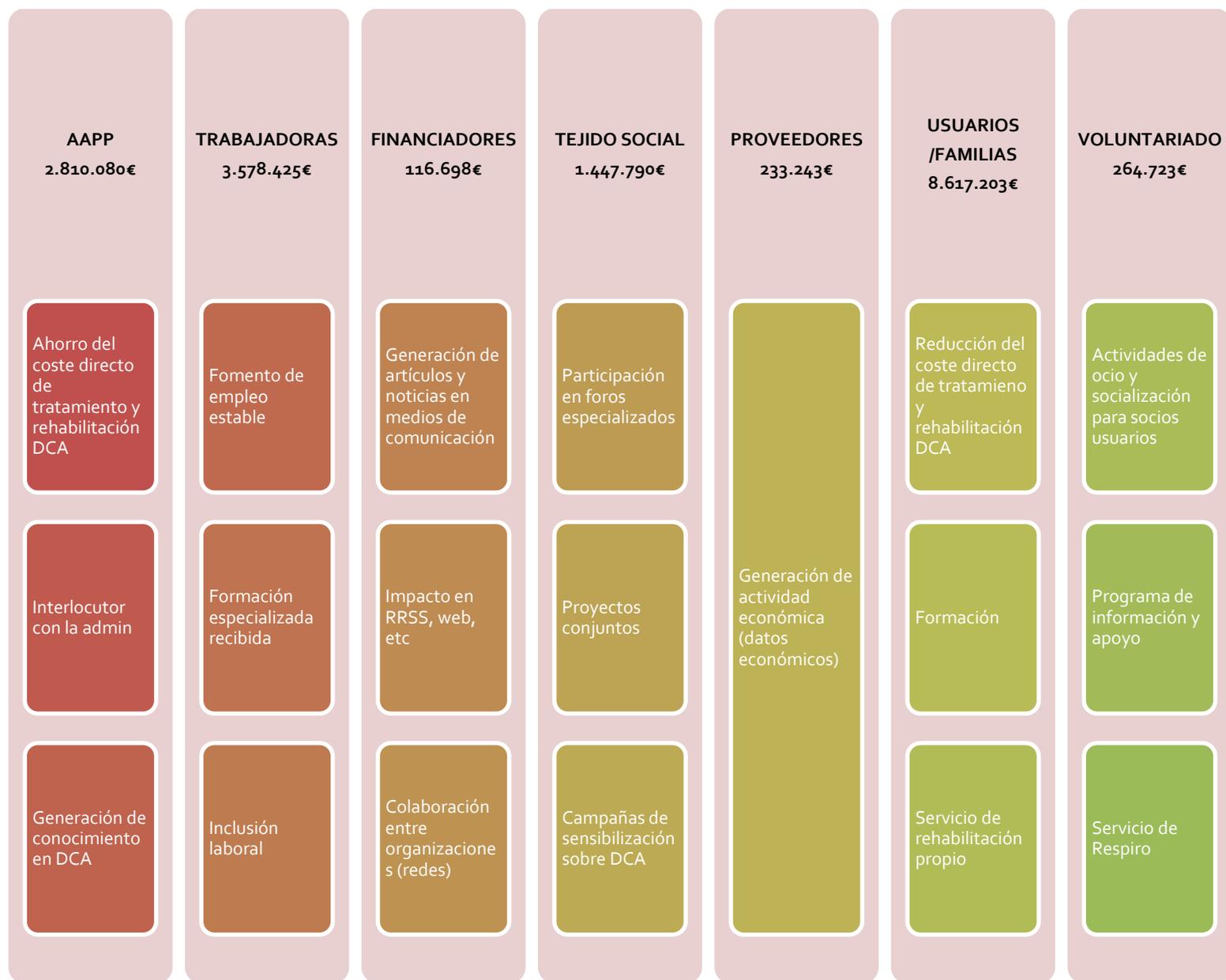


Es el valor generado por el cumplimiento de la misión de FEGADACE y sus asociaciones, haciendo visible el valor invisible que genera la actividad de la Federación tanto a sus grupos de interés como a la sociedad en general.

FEGADACE genera más de 11 millones de euros al año en valor para la sociedad, de los cuales más de 4 millones se corresponden al valor de mercado (salarios, pago de impuestos, compra de proveedores, etc.) y el resto, algo más de 7 millones de euros se corresponden con el valor social; o lo que es lo mismo; **por cada euro que FEGADACE moviliza de su presupuesto, esta genera un retorno a la sociedad de 2,95 euros. A su vez, por cada euro que recibe FEGADACE de la administración pública (subvenciones, convenios, etc.), retorna a la propia administración 1,18 euros.**

Por cada euro de financiación pública que recibe FEGADACE, esta genera un valor a la sociedad de 4,68€; provocando un efecto multiplicador de los recursos públicos que pasan por la federación y que tienen impacto positivo en la sociedad.

Ilustración 4 VSI para los grupos de interés 2021



4. COMPARATIVA Y ANÁLISIS FINAL

A continuación, y con el objetivo de poder llevar a cabo un análisis e interpretación de los resultados obtenidos, podemos partir de la evolución de varias magnitudes tanto de carácter económico como las relacionadas con la contabilidad social que acabamos de explicar en el punto 3.

Tabla 3 Datos Económicos FEGADACE 2018, 2020 y 2021

	2018	2020	2021
RESULTADO ECONÓMICO	34.523	118.661	143.180
FINANCIACIÓN PÚBLICA	867.208	1.811.563	2.389.067
PRESUPUESTO TOTAL EJECUTADO	2.741.296	3.338.258	3.793.601
VALOR SOCIAL DE MERCADO (VES)	3.479.797	3.199.547	4.080.409
VALOR SOCIAL NO MERCADO (VSE)	7.505.959	13.401.616	7.096.165
VALOR SOCIAL INTEGRADO (VSI)	10.985.755	16.601.163	11.176.574

Tanto el resultado económico, la financiación pública obtenida como el presupuesto total ejecutado, ha ido incrementando desde el año 2018 hasta el ejercicio 2021; sin embargo, el valor social integrado (mercado + específico) ha disminuido considerablemente del 2020 al 2021. Esta disminución se puede ver reflejado también en las ratios de retorno con respecto, en este caso, al presupuesto ejecutado:

Tabla 4 Ratios (valor social/presupuesto)

RATIOS (VALOR SOCIAL/PRESUPUESTO)	2018	2020	2021
Retorno Económico (de mercado)	1,27	1,06	1,08
Retorno Social (de no mercado)	2,74	4,41	1,87
Retorno Social Integrado	4,01	5,47	2,95

Por cada euro gestionado por FEGADACE de su presupuesto del año 2018, se generaba un valor para la sociedad de 4,01€; esto aumenta en 2020 hasta los 5,47€. Con los resultados obtenidos para el ejercicio 2021, observamos que ese dato cae hasta los 2,95€ siendo la principal causa de este descenso el resultado obtenido en el valor de no mercado o específico (pasa de 4,41€ en 2020 a 1,87€ en 2021).

Si comparamos la matriz de resultados para la obtención del valor social específico o de no mercado que se elabora durante el proceso de cálculo, observamos que existe una gran diferencia en los outputs de varias variables de valor. Podemos destacar:

Tabla 5 Comparativa outputs 2020 vs 2021

Variable de Valor	Unidad de medida	Output 2020	Output 2021
Persona con DCA atendidas en rehabilitación en modalidad privada por las asociaciones	Número de personas atendidas bajo esta modalidad	952	229
Que otras entidades afines/colaboradoras utilicen nuestras instalaciones para facilitar el servicio que prestan a usuarios de otros colectivos	Número de horas por usuario	386	180
Servicios de respiros	Número de horas por persona participante	5.699	689

Vemos que el número de personas atendidas en modalidad privada ha disminuido de forma considerable entre 2020 y 2021 que, aplicando el mismo proxy o valor de mercado establecido en ambos ejercicios, provoca una variación en el resultado total para esta variable de valor de - 6.804.239€

Por el contrario, el número de plazas/personas con DCA que son atendidas a través de plazas concertadas con la administración (rehabilitación, residencia, etc.), ha aumentado con respecto al año 2018 y 2020 pero en mucho menor medida que la disminución producida para las atendidas en modalidad privada.

Con respecto a la segunda variable de valor que destacamos, observamos también una disminución en cuanto al número de horas por usuario perteneciente a entidades afines o colaboradoras que utilizaban las instalaciones de alguna de las entidades federadas para llevar a cabo sesiones terapéuticas, pasando de 386 horas a 180 horas en un año.

Y, por último, otra de las variables de valor que ha tenido un descenso en el output obtenida y en consecuencia en el resultado total del valor específico, ha sido el número de horas por persona participante en programas de respiro. En 2020 se obtenía un output de 5.699 horas pasando a 2021 apenas 689 horas.

Aunque en el resto de variables de valor se han obtenido outputs cuyo resultado ha sido mayor en el ejercicio 2021 que, en el 2020, ese incremento no ha sido tan grande como las variables que sí han disminuido y que, en definitiva, han provocando que el valor social de no mercado o específico disminuyera de forma considerable afectando a su vez de forma negativa al valor social integrado.

Aún así, podemos seguir diciendo que FEGADACE tiene un retorno social positivo y favorable que hace que su gestión tenga un efecto multiplicador de cara a la sociedad y de cara a los grupos de interés con los que esta interactúa.

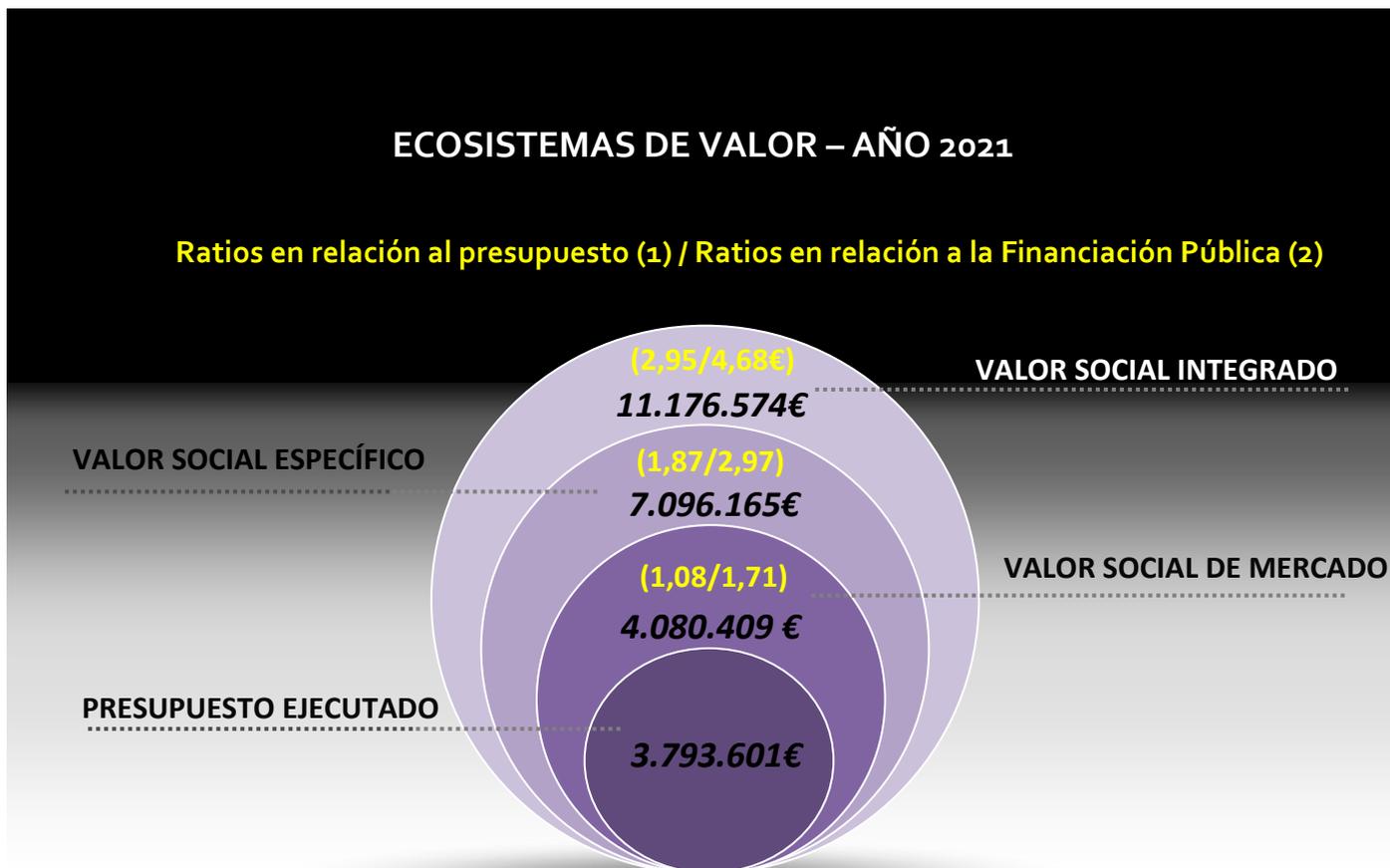
Además de las dimensiones de valor analizadas, también existen otras que se basan en las emociones y que su cálculo además de ser difícilmente monetizable, no se basan en datos objetivos. Esta información parte de la realización de encuestas de satisfacción a diferentes grupos de interés, en concreto en el caso de FEGADACE, en los grupos de “trabajadores” y “personas usuarias/familias”. Para 2021 no se ha llevado a cabo una nueva ronda de encuestas y se ha decidido mantener la misma media de valor que se había obtenido durante el ejercicio 2018, hasta que no se haga una reformulación integral del proceso de cálculo del valor social a través de la metodología expuesta (previsiblemente en 2023 para el ejercicio 2022). Partiendo de esa media de valor y en función del valor social específico del ejercicio 2021 de los grupos de interés objeto de estudio, obtenemos el nuevo valor emocional, la cual se debe tomar con su debida cautela al basarse en estimaciones de valor no objetivas.

Tabla 6 Valor Emocional FEGADACE 2021

STAKEHOLDER	MEDIA SATISFACCIÓN (1-5)	VALOR EMOCIONAL
TRABAJADORES	4,35	1.461.485€
USUARIOS/FAMILIAS	4,47	3.226.434€
RESULTADO (SOCIEDAD)	4,41	4.998.009€

Si este valor emocional se lo sumamos al valor integrado obtenemos el último de los ecosistemas que contempla esta metodología, es decir, **el valor socio-emocional (VASE); siendo para FEGADACE y sus entidades de 16.174.583€**

Ilustración 5 Ecosistemas de valor FEGADACE 2021



5. CONCLUSIONES Y LIMITACIONES

Acabamos de observar que los resultados económico-financieros no son los únicos indicadores de valor de una organización. Es necesaria una herramienta complementaria que pueda mostrar una visualización completa y real del valor generado por una entidad en su totalidad desde un punto de vista económico, social y medioambiental. Gracias a esta metodología que acabamos de desarrollar, es posible tener esa imagen real donde se tienen en cuenta no sólo el valor puramente económico, sino también el valor que perciben los grupos de interés en términos monetarios y dependiendo de las variables de valor extraídas, incluso se puede percibir un valor de carácter medioambiental.

Aunque esta metodología presenta ciertas limitaciones en alguna de las fases del proceso, sin duda es una herramienta muy útil no solo desde un punto de vista de transparencia para la rendición de cuentas a potenciales financiadores o carta de presentación, sino también como estratégica, donde la obtención de los resultados nos permite realizar una comparación interanual del valor generado por la entidad pudiendo utilizar esto como una herramienta de gestión interna.

Como hemos comentado, esta metodología presenta algunas limitaciones de por sí. Una de ellas y que hemos detectado en estos últimos años durante el cálculo del proceso, es en la fase de asignación y uso de proxys para monetizar las variables de valor generadas por los grupos de interés; algo que coinciden algunas de las organización que llevan a cabo esta misma metodología y que han hecho ver en algunos artículos e informes publicados. Como punto de partida se podría trabajar en la estandarización de mecanismos que consensuen los proxys a emplear por sectores; pues entendemos que no pueden establecerse los mismos proxys para organizaciones mercantiles, públicas o entidades sociales como el caso de ONGs. Otra de las limitaciones que encontramos es el cálculo del valor emocional dada su naturaleza de basarse en estimaciones de valor no objetivas. Si bien es cierto, que para el cálculo del valor social integrado no es necesario tener en cuenta la dimensión emocional, para FEGADACE sí es importante puesto que ese resultado se basa en encuestas de satisfacción de 2 grupos de interés clave para la Federación y sus asociaciones miembro (profesionales y personas usuarias con DCA y familias).

En cuanto a futuros escenarios, FEGADACE va a seguir apostando por el cálculo de su contabilidad social como herramienta de rendición de cuentas y de gestión, con el objetivo de poder maximizar su impacto socioeconómico generado en la sociedad, así como también a sus stakeholders o grupos de interés.

Referencias

Retolaza, J.L.; San-Jose, L.; Ruiz-Roqueñi, M. (2016). *Social Accounting for Sustainability. Monetizing the Social Value*. Heidelberg: Springer publishing.

AMIANO, I., SAN-JOSE, L. & GUTIÉRREZ, J. (2021): "La Valoración de Empresas en la Economía Social. Valor Social Esperado de Museo de la Minería del País Vasco", CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 101 33-56. DOI: 10.7203/CIRIEC-E.101.18226

Retolaza, J.L.; San José, L.; Ruiz-Roqueñi, M.; Barrutia, J.; Bernal, R. (2013). *Metodología para la cuantificación del valor social generado por una organización. El caso de Lantegi Batuak*. Universidad del País Vasco e Instituto de Economía Aplicada a la Empresa.

SAN-JOSE, LEIRE/ RETOLAZA, JOSE LUIS (2022). "Monetización del valor social en la economía naranja. El caso de los museos vascos. Publicado por EISC, 2022

San-Jose, L.; Retolaza, J.L. (2016). *Contabilidad Social orientada a los stakeholders. Perspectiva de la Administración Pública*. Madrid: Ed. Pirámide.

Retolaza, J.L.; San-Jose, L. (2022) ¿Por qué es necesaria una contabilidad social? *Alternativas Económicas*. Extra nº 9 ABRIL 2022. Revista ALTERNATIVAS ECONÓMICAS SCCL



fegadace@fegadace.org | 881943148

