



# Cálculo del valor social generado por Gertuan Fundazia en 2025 e implementación del sistema de contabilidad social

Abril 2026

# 01. Presentación.

**Gertuan Fundazioa** nace de la preocupación de las familias con personas con discapacidad intelectual, especialmente en el futuro de estas, cuando ellas ya no puedan ofrecerles ayuda. A partir de esta inquietud en las familias, Atzegi crea en 1983 la primera fundación en todo el Estado con el propósito de acompañar y apoyar a aquellas personas con discapacidad intelectual o desarrollo que residan en Gipuzkoa.

El objetivo de la fundación es acompañar en la integración de estas personas en los diferentes ámbitos de sus vidas mediante el apoyo tutelar que sea necesario para facilitarles una vida plena y autónoma ([www.gertuanfundazioa.eus](http://www.gertuanfundazioa.eus)).

Desde esta realidad la dirección de **Gertuan Fundazioa** se muestra interesada por la búsqueda de mecanismos y sistemas de información y gestión que permitan identificar y medir el valor económico y social que se genera la fundación, a través de la incorporación de las diferentes perspectivas de análisis y reflexión. Por ello en 2025, decidió abordar un proyecto en el que, siguiendo el denominado Modelo Poliédrico de contabilidad social, donde se expresa en unidades monetarias (euros) el valor social generado en **Gertuan Fundazioa** en 2025. Este modelo y la metodología utilizada en este proyecto, se ha desarrollado a lo largo de los últimos años a partir del trabajo iniciado en 2012 por la Fundación Lantegi Batuak y el Grupo de Investigación ECRI, de la Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea. Además de obtener los resultados propios de la contabilidad social de **Gertuan Fundazioa**, se han tratado de asentar las bases, para que esta contabilidad pueda seguir desarrollándose en la fundación en los próximos años, valorando así cada año el valor social generado y distribuido a sus grupos de interés.

Los principales resultados del proceso se recogen en el capítulo 3 de este documento, cuyo título es Proceso de cálculo del valor social en **Gertuan Fundazioa**, y está precedido por una explicación de la metodología y por una descripción de los principales hitos del proceso.



# 02. Metodología.

Este informe está basado en el modelo de contabilidad social para la sostenibilidad, este se utiliza para determinar y cuantificar el valor social que genera Gertuan Fundazioa en un año.

El modelo se desarrolla a través de dos propuestas complementarias.

1. Un **proceso**, que realizamos para obtener el **cálculo social que genera** Gertuan Fundazioa.
2. Uso de **criterios comunes para definir las variables de valor**, es decir, aquello que aporta valor a los grupos de interés, y se asignan valores aproximados en euros (proxys) a cada medida; esto permite calcular en euros los resultados de los indicadores y, con el tiempo, crear una guía de referencia.

## ¿Qué es la contabilidad social?

El proceso de contabilidad social supone **identificar los aspectos a través de los cuales una organización**, entidad o servicio **genera valor para sus grupos e interés**. Estos aspectos son denominados variables de valor y a cada una de ellas se aplica un proceso de cálculo.

El valor que se recoge en la contabilidad se traslada a través de diversos ecosistemas de valor, que la contabilidad social integra y analiza. Fundamentalmente son dos:

- El **valor social de mercado (VSM)**. Refleja el valor generado a través de las propias actividades que realiza toda organización como compras, pagos de salarios, impuestos, etc.). Estos datos se recogen en la contabilidad tradicional de la organización, pero en la contabilidad social se hace una lectura diferente, la cual se centra en el concepto de valor.
- El **valor social de no mercado (VSNM)**. Es el valor que se genera pero que no tiene un precio en el mercado. Son beneficios que no se compran ni se venden, como la mejora del bienestar, el impacto social positivo o el valor de actividades voluntarias.

## MODELO POLIÉDRICO DEL VALOR SOCIAL

Una organización genera diferentes tipos de valor a la vez.



### VALOR ECONÓMICO (MERCADO)

Actividades con precio (ventas, salarios, compras).



### VALOR SOCIAL DE NO MERCADO

Beneficios sin precio (bienestar, inclusión, impacto social).



### VALOR PARA LAS ADMINISTRACIONES PÚBLICAS

Impuestos y ahorro en gasto público.



### VALOR PARA LAS PERSONAS

Mejora en la calidad de vida, oportunidades y desarrollo personal.

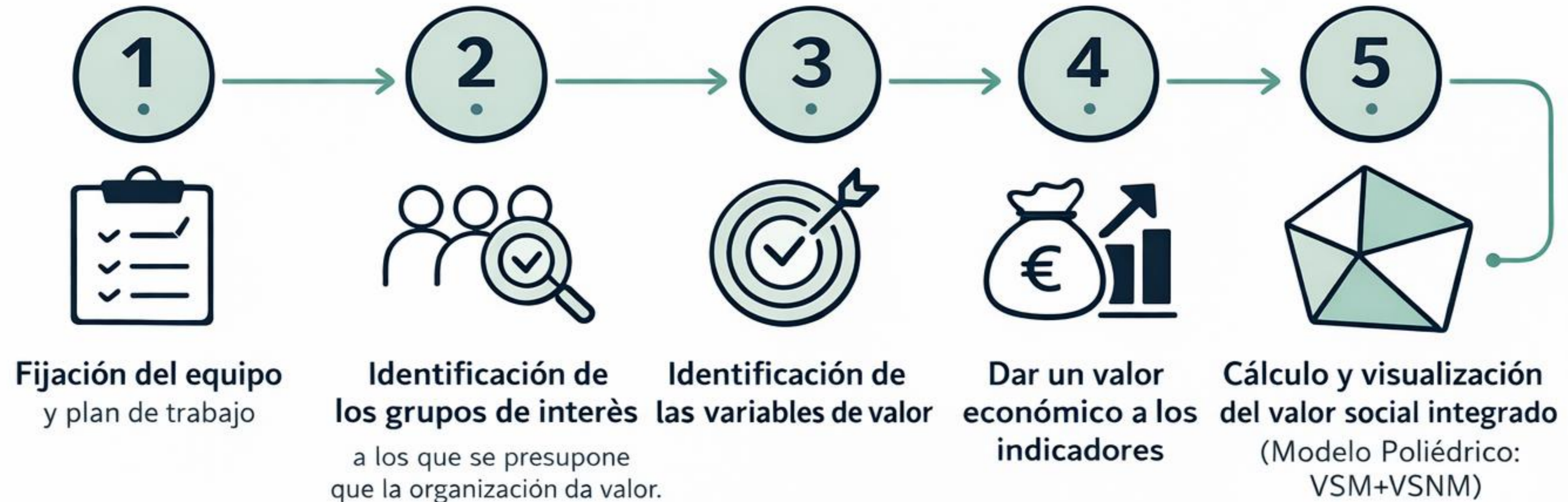


**IDEA CLAVE:** La organización crea varios tipos de valor de forma simultánea. Todos juntos forman un poliedro con muchas caras.

# 02. Metodología.

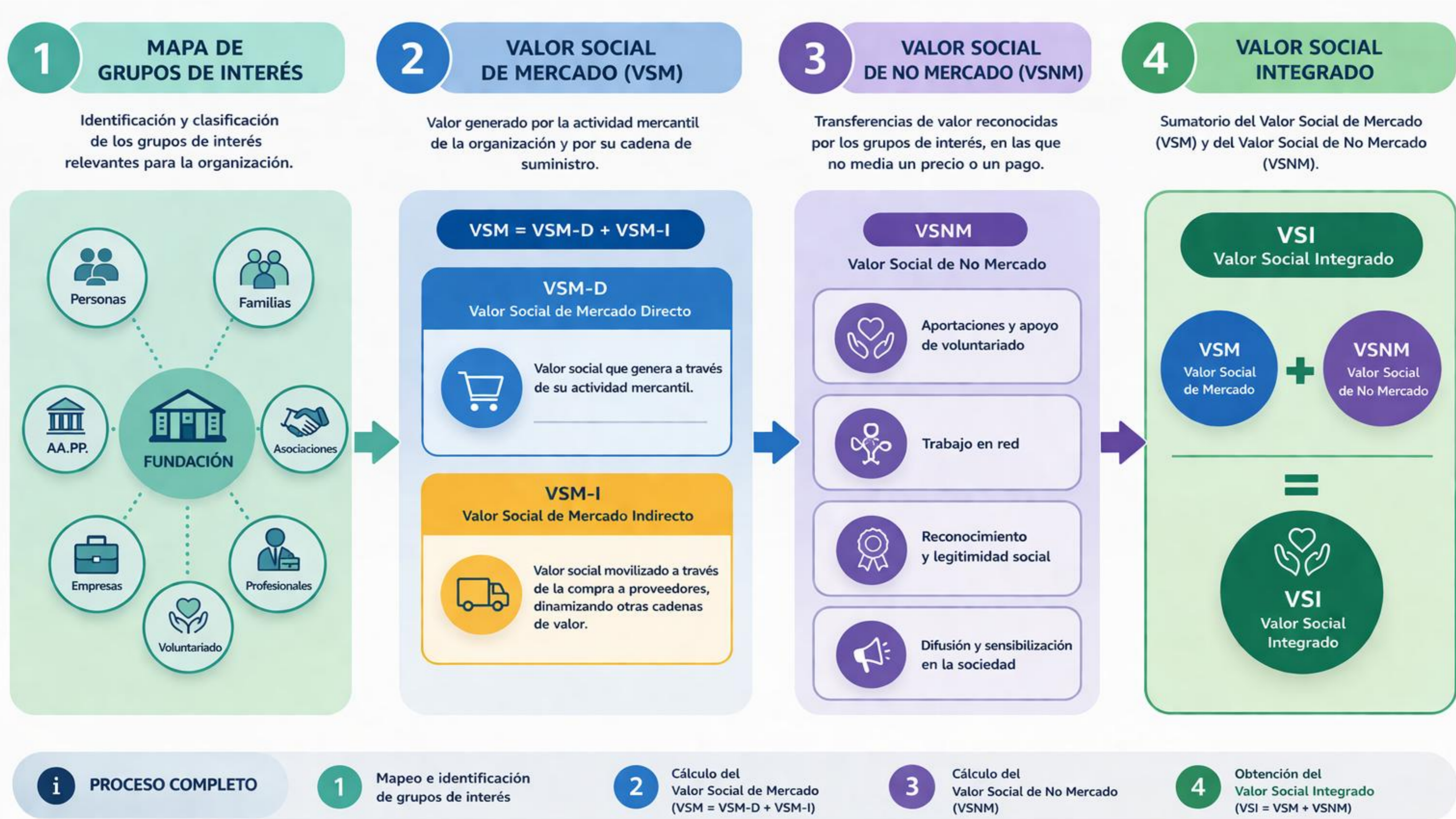
¿Cuál es el proceso práctico que se utiliza para para conocer el valor social de Gertuan Fundazioa?

El proceso cuenta con **cinco fases teóricas**, algunas de las cuales se desarrollan de forma simultánea.



Una vez terminada la implantación, se inicia un proceso mejora continua. La organización revisa y analiza sus resultados cada año. Además, si lo desea, otras entidades del mismo sector pueden utilizar esos datos para compararse. Este proceso se desarrollará a futuro y, lógicamente, no forma parte del presente informe.

# 03. Proceso de cálculo.



# 03. Proceso de cálculo.

## 1 Mapa de grupos de interés

El primer paso consiste en identificar los grupos de interés de la Fundación organizados para su visualización en el mapa de los grupos de interés.

Esta fase permite conocer a todas las personas y entidades que representan las diferentes categorías de grupos de interés, con el fin posterior de dialogar con ellas para conocer el valor social que Gertuan Fundazioa les genera.



## 2 Valor Social de Mercado (VSM)

En este segundo punto, el objetivo es calcular en euros el valor social generado por Gertuan Fundazioa; para ello, primero se analiza el valor social de mercado directo (VSM-D), es decir, el valor que genera directamente a través de su actividad, y después el valor social de mercado indirecto (VSM-I), que corresponde al valor generado a través de los proveedores y servicios vinculados a su actividad.



Desglose del Valor añadido anual				
	Descripción	Indicador	Resultado Mercado Directo	Resultado Mercado Indirecto
	Compras a proveedores	Σ Compras	N/A	239.765,45 €
	Salarios	Σ Sueldos Netos	610.838,24 €	7.580,53 €
	Seguridad Social	Σ SS empresa + SS Trabajad.	213.060,85 €	5.414,67 €
	Impuesto de la Renta	Σ retención IRPF	96.413,39 €	2.475,28 €
	Otros impuestos	Σ impuestos abonados	2.026,72 €	1.720,86 €
	Gastos Financieros	Intereses	2.226,95 €	5.592,54 €
	Resultado	Resultado	7.792,44 €	1.117,12 €
	Amortizaciones	Amortizaciones	41.624,00 €	21.563,56 €



# 03. Proceso de cálculo.

## 3 Valor social de No Mercado (VSNM)

El VSNM se calcula a partir de las variables que identifican los grupos de interés en entrevistas con la organización.

Estas variables se convierten en indicadores para poder medirlas de forma numérica. Después, esos datos se transforman en valores en euros.

Para ello, se utilizan valores aproximados (valores razonables), que ayudan a asignar un valor económico a cada indicador.

Por último, Gertuan Fundazioa aporta los datos necesarios para calcular cada uno de estos indicadores.

### Variables de Valor



## 4 Valor Social Integrado (VSI)

Tabla valoración completa del ejercicio (Valor Social Integrado – VSI), la cual incluye el valor social de mercado (VSM) y de no mercado (VSNM).

Grupos de interés	Valor Social de Mercado Directo	Valor Social de Mercado Indirecto	Valor social de Mercado (Dir. +Indir.)	Valor Social a Clientes	Valor social de Mercado (Total)	Valor Social de No Mercado (VSNM)	Valor Social Integrado (VSI)
Sociedad	795.973,74	51.523,41	847.497,15	984.442,39	1.831.939,54	4.492.418,80	6.324.358,34
Personas Trabajadoras	483.826,39	7.580,53	491.406,92		491.406,92	18.522,00	506.958,92
Admin. Públicas	276.448,96	18.552,88	295.001,84		295.001,84	70.254,24	365.256,08
Gertuan Fundazioa			-		-		-
Órganos de Gobierno			-		-	6.720,00	6.720,00
Proveedores		51.523,41	51.523,41		51.523,41		51.523,41
Clientes			-	984.442,39	984.442,39		984.442,39
Inversores	2.226,95	2.709,31	4.936,26		4.936,26		4.936,26
Usuarios	7.118,00		7.118,00		7.118,00	4.320.832,56	4.327.950,56
Familiares			-		-	31.320,00	31.320,00
Asociaciones			-		-	18.130,00	18.130,00
Empresas	49.416,44	22.680,68	72.097,12		72.097,12	5.940,00	75.067,12
Voluntariado			-		-	26.640,00	26.640,00
Recursos			-		-		-

# 04. Resultados.

La tabla muestra cómo Gertuan Fundazioa genera valor a través de su actividad y cómo se relaciona con la financiación total y la financiación Pública recibida.

- ✓ La ratio de retorno de caja indica nos indica el valor que genera Gertuan Fundazioa a través de los mecanismos de mercado a la sociedad, en este caso el retorno es **de cada euro se devuelve 0,38 a la sociedad**, ya sea a través de impuestos u otros medios.
- ✓ Las ratios de retorno económico muestran el **valor generado a través del mercado** hacia el conjunto de los grupos de interés. Con la financiación total el resultado obtenido es 1,83 y con la financiación pública 2,09.
- ✓ Las ratios de retorno social muestran el **valor generado a través de actividades que no son de mercado**. Con la financiación total el valor es de 4,49, mientras que con financiación pública el valor es de 5,13.
- ✓ Las ratios de valor social integrado muestran el **valor total generado** (mercado y no mercado) con respecto la **financiación total (6,33) y con la financiación pública (7,22)**.
- ✓ La ratio de equilibrio indica qué parte del valor total proviene de actividades no de mercado. En este caso es 0,7103, lo que significa que **el 71% del valor social que Gertuan Fundazioa ha generado es valor social de no mercado**.

## Ratios de Análisis

Ratios de Análisis	Resultado	
	Fin. Total	Fin. Pública
Ratio retorno caja	-	0,38
Índice de generación valor social de mercado	1,83	2,09
Índice de generación de valor social de no mercado	4,49	5,13
Índice de valor social integrado	6,33	7,22
Índice de equilibrio	0,71	



© LKS Next, 2026

Quedan reservados todos los derechos.  
Queda prohibida sin autorización expresa y escrita del titular, la reproducción, total o parcial, distribución, la comunicación pública, la transformación, alquiler o préstamo de este documento en cualquier tipo, medio o soporte, tangible o intangible, actualmente conocido o que se invente en el futuro.

Sede central:  
**MONDRAGON**

**BILBAO**

**CANTABRIA**

**MADRID**

**SAN SEBASTIAN**

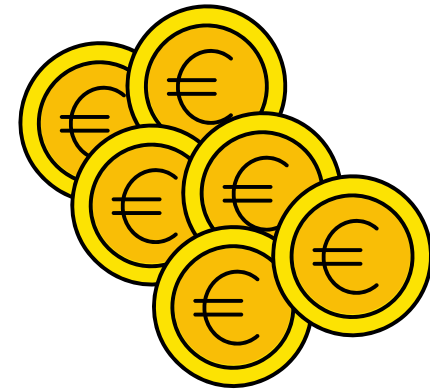
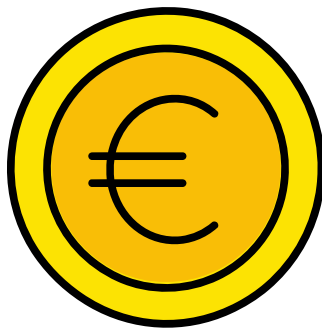
**VITORIA**

**BIDART**



VALOR GENERADO POR  
**Gertuan**

¡Por cada **1 euro** que hemos recibido, hemos generado **6,33 euros** de valor social!



¡La Tranquilidad, la Cercanía y la Transparencia son los valores principales reconocidos!

Gertuan genera un alto impacto social y mejora la vida de las personas y sus familias, a través de iniciativas efectivas y sostenibles.

## El Valor Social Integrado es: Valor Social de mercado + Valor Social de no mercado

En este proceso hemos calculado **el Valor Social Integrado de Gertuan Fundazioa**. Para eso hemos identificado a **Grupos de Interés**: personas y entidades relacionadas con las que trabajamos.

### 1- Valor de mercado

Incluye el **valor económico** generado por Gertuan directamente tras pagar (sueldos, compras) e indirectamente (proveedores), etc.

### 2- Valor de no mercado

Es el **valor social** que ha generado Gertuan y que han reconocido los grupos de Interés. Estas son las variables de valor que hemos pasado a euros:



Acompañamientos y apoyos integrales



Empoderamiento de personas con discapacidad y defensa de sus derechos



Soporte emocional para dar tranquilidad a las familias



Identidad basada en la experiencia



Voluntariado



Interlocución de calidad con las Administraciones Públicas



Desarrollo profesional y mejora del ambiente laboral



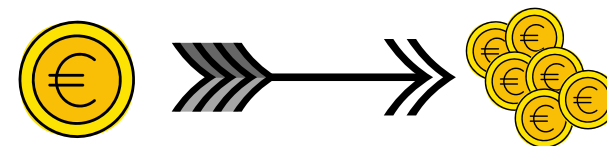
Trabajo en red



Comunicación y sensibilización

# VALOR GENERADO

**Por cada 1 euro que hemos recibido, hemos generado 6,33 euros de valor social**, con un impacto de 6.300.000 euros en la sociedad.



La **Tranquilidad, la Cercanía y la Transparencia** son los valores principales reconocidos por los grupos de interés.

Gertuan **genera un alto impacto social y mejora la vida** de las personas y sus familias a través de iniciativas efectivas y sostenibles.

