

# La Contabilidad (Social) Analítica de Género como oportunidad para la Economía Social

Jose Luis Retolaza, Leire San-Jose

**RESUMEN:** La igualdad de género es una preocupación creciente en la economía social. Aunque existen numerosos estudios sobre género, falta un análisis exhaustivo de los sistemas de distribución de riqueza en Europa, especialmente en organizaciones. Este trabajo presenta el GWEI (Gender Wage Equality Index), un indicador diseñado para evidenciar desigualdades salariales de género mediante la contabilidad social. El GWEI opera en dos niveles: uno basado en datos secundarios que analiza la masa salarial y otro que utiliza la contabilidad social analítica para evaluar transferencias de valor entre stakeholders. El análisis se centra en siete empresas, destacando el caso de Lantegi Batuak, y aborda la implementación del GWEI en la Economía Social. Se introducen innovaciones como: análisis del equilibrio en el empleo, mapeo de stakeholders sensibles a desequilibrios de género, evaluación del diálogo con stakeholders, preguntas sobre valor generado y desequilibrios, segmentación de datos por género y uso del GWEI como ratio específica. Los resultados demuestran el potencial del GWEI para abordar desequilibrios de género en organizaciones, tanto públicas como privadas, y su contribución al desarrollo de estrategias sostenibles de género.

**PALABRAS CLAVE:** Brecha de género, contabilidad social, economía social, distribución de valor, valor social, stakeholders.

**CLAVES ECONLIT:** J16, M14, P13.

**Cómo citar este artículo/How to cite this article:** RETOLAZA, J.L. & SAN-JOSE, L. (2025): "La Contabilidad (Social) Analítica de Género como oportunidad para la Economía Social", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 113, 69-99.

DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.113.28067>

**Correspondencia:** Jose Luis Retolaza, Deusto Business School, [joseluis.retolaza@deusto.es](mailto:joseluis.retolaza@deusto.es), ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7089-4861>; Leire San-Jose, Universidad del País Vasco UPV/EHU, [leire.sanjose@ehu.eus](mailto:leire.sanjose@ehu.eus), ORCID <https://orcid.org/0000-0003-2760-3285>

**ABSTRACT:** Gender equality is a growing concern in the social economy. Although numerous studies on gender exist, there is a lack of comprehensive analysis of wealth distribution systems in Europe, particularly within organizations. This work introduces the GWEI (Gender Wage Equality Index), an indicator designed to highlight gender wage disparities through social accounting. The GWEI operates on two levels: one based on secondary data analyzing wage distribution and another using analytical social accounting to evaluate value transfers among stakeholders. The analysis focuses on seven companies, with special emphasis on the case of Lantegi Batuak, addressing the implementation of the GWEI in the Social Economy. Innovations include analyzing employment balance, mapping stakeholders sensitive to gender imbalances, evaluating stakeholder dialogue, formulating questions on value generated and imbalances, segmenting data by gender, and using the GWEI as a specific ratio. The results demonstrate the GWEI's potential as a tool to address gender imbalances in organizations, both public and private, and its contribution to the development of sustainable gender strategies.

**KEYWORDS:** Gender gap, social accounting, social economy, value distribution, social value, stakeholders.

# Expanded abstract

## Analytical (Social) Gender Accounting as an Opportunity for the Social Economy

### Objectives

This study addresses gender equality within social economy organizations, which prioritize equity and inclusivity. Despite extensive literature on gender issues, limited attention has been given to comprehensive analyses of wealth distribution systems from a gendered perspective. To fill this gap, the study introduces the Gender Wage Equality Index (GWEI), an analytical tool for identifying and measuring gender-based wage disparities within organizations. The GWEI operates on two levels:

- **Secondary Data Analysis:** Provides an overview of wage distribution patterns, highlighting gender disparities.
- **Analytical Gender Accounting:** Evaluates the distribution of monetary, non-monetary, and emotional value across stakeholders through a gender lens.

The GWEI is applied to seven organizations, with a detailed case study of Lantegi Batuak. Results demonstrate the tool's utility in identifying inequities in value distribution, offering actionable insights for management, and proposing pathways to standardize gender-focused social accounting practices.

The study underscores the role of social economy entities in promoting gender equity, positioning them as leaders in sustainability and inclusion.

### Design/Methodology/Approach

This study employs a mixed-method approach, combining a systematic literature review, secondary data analysis, and case studies. A PRISMA-guided review of 247 articles on gender equity in management and social accounting identified gaps in addressing equity in resource distribution, methodologies, contexts, and stakeholder impacts.

The analysis spans commercial (Euskaltel, Siemens-Gameasa), social economy (Lantegi Batuak, Katea Legaia, Eroski, Mutuaia), and public sectors (Hospital of Santa Marina). Lantegi Batuak was selected for an in-depth case study due to its advanced social accounting practices. The study examined GWEI scores, identifying disparities and proposing actionable strategies.

The data analysis operates on two levels. At the foundational level, secondary data calculates the Gender Wage Equality Index (GWEI) to measure wage disparities. At the advanced level, gender-disaggregated data from social accounting evaluates value transfers, including wages, non-market contributions, and emotional value. Integrating stakeholder theory and social accounting, this study provides a comprehensive framework for addressing gender equity in resource distribution.

## Results

The findings highlight the considerable potential of the Gender Wage Equality Index (GWEI) and gender analytical accounting as effective tools for identifying and addressing gender disparities in the distribution of organisational value. These methodologies provide organisations with insights that can be acted upon, thus fostering a deeper understanding of gender imbalances and informing strategies for the implementation of equitable management practices.

The GWEI has been demonstrated to be a robust and replicable metric for the assessment of wage equity, capable of distinguishing between two key scenarios. The initial metric, designated as the Real Distribution (GWEIr), represents the organisation's existing gender wage balance, offering a concise representation of the existing disparities. The second scenario, designated "Ideal Distribution" (GWEIi), assumes an optimal scenario of 50-50 gender parity in employment and value distribution. To illustrate, in the case of Lantegi Batuak, GWEIr indicated near parity, demonstrating the existence of minimal gender-based wage disparities. However, GWEIi demonstrated that the ideal workforce balance has not yet been achieved, indicating that there are opportunities to improve equitable hiring practices and workforce composition.

The analysis extended beyond the domain of wage equity to encompass a more comprehensive examination of value distribution, including the consideration of non-market contributions and emotional value. The term 'non-market contributions' refers to savings generated for public administrations, which are frequently overlooked in conventional accounting systems. The concept of 'emotional value' pertains to the intangible benefits perceived by stakeholders, including employees and customers, which are critical to organisational sustainability and stakeholder satisfaction. The findings revealed notable disparities in these broader dimensions of value, with women often underrepresented as beneficiaries. This highlights the need for organisations to adopt a more holistic approach to value distribution that accounts for these overlooked elements.

By mapping the transfer of value to various stakeholders, the study identified persistent areas of gender disparity. The under-representation of women in leadership and decision-making roles was identified as a significant challenge, as were gendered patterns in the allocation of non-monetary benefits and professional opportunities. These disparities not only reflect structural inequities within organisations but also underscore the importance of fostering gender-sensitive policies that prioritise inclusivity at all levels of organisational functioning.

Additionally, the study illuminated discrepancies in gender equity across different sectors. The results indicated that social economy organisations exhibited higher levels of gender equity in comparison to their commercial and public sector counterparts. This finding is consistent with the mission-driven nature of social economy entities, which place a premium on inclusivity and sustainability as core values. Nevertheless, gaps remain, particularly in sectors traditionally dominated by male employment. In order to address these disparities, it is necessary to implement targeted efforts to challenge the norms and practices that limit opportunities for women.

The findings demonstrate the effectiveness of GWEI and gender analytical accounting as transformative tools for promoting gender equity. By extending the scope of analysis beyond

wages to include non-market and emotional value distribution, these methodologies offer a comprehensive framework for understanding and addressing gender disparities in organisational contexts.

## Limitations to Research

This study has limitations. The small sample size limits generalisability across industries, sectors, and regions. Reliance on publicly available secondary data constrains the analysis, preventing exploration of nuanced gender disparities, including informal practices and intersectional identities. As gender analytical accounting is an emerging field, the methodologies require further validation, standardisation, and testing for broader applicability. Future research should expand datasets, include diverse sectors, and conduct longitudinal analyses to capture temporal trends and refine tools for advancing gender equity in organisations.

## Practical Conclusions

The findings demonstrate the transformative impact of integrating Gendered Wellbeing and Equity Indicators (GWEI) and gender-sensitive analytical accounting into organisational practices. These tools not only alter the manner in which organisations approach equity, but also present actionable pathways for the fostering of inclusive growth and accountability. The research yielded several key practical conclusions, including:

1. The Strategic Management Tool represents a valuable addition to the existing body of knowledge. By providing detailed insights into the distribution of gendered value, GWEI and gender-sensitive accounting enable organisations to identify and address systemic inequities. These frameworks facilitate the alignment of organisational strategies with broader social and sustainability objectives, thereby ensuring both profitability and equity.
2. The following section will present the policy implications of this research. The adoption of GWEI by policymakers would be to their considerable benefit. The aforementioned indicators furnish a substantial evidence base for the formulation of targeted interventions that promote gender equity in employment, resource allocation, and organisational culture.
3. Benchmarking and Transparency: The implementation of gender-sensitive accounting practices by organisations positions them as exemplars of transparency and accountability. This approach not only builds stakeholder trust but also fosters deeper engagement by showcasing a commitment to social responsibility.
4. Scalability: The standardised and scalable design of GWEI ensures its applicability across diverse organisational scales, from grassroots cooperatives to global corporations. This adaptability underscores its potential to drive systemic change across sectors and geographies.

## Original Value

This study represents a significant advancement in the integration of gender perspectives into organisational value systems. By extending the scope of traditional accounting to include non-market and emotional value transfers, it provides a more comprehensive understanding of the impact of organisations on society.

## Key Contributions

GWEI introduces a simple yet powerful metric for assessing gender equity, which serves to bridge the gap between theoretical frameworks and practical application. Analytical gender accounting offers a comprehensive tool for aligning gender equity with organisational sustainability and stakeholder engagement. The research positions social economy organisations as exemplars of inclusive and sustainable development, offering a replicable model for other sectors to follow.

## Conclusion

In conclusion, this study highlights the crucial importance of gender-sensitive social accounting in advancing equity and sustainability. Tools such as GWEI and analytical gender accounting empower organisations to transcend mere compliance, integrating equity into their core strategies. These frameworks not only facilitate inclusive practices but also pave the way for a fairer distribution of value, aligning organisational objectives with broader social justice and sustainability goals.

# 1. Introducción

La igualdad es fundamental en la Economía Social y una prioridad global reconocida por la Alianza Cooperativa Internacional (ACI, 1995). Este compromiso está reflejado en la legislación española, como la Ley 4/2005 y la Ley Orgánica 3/2007, que destacan la necesidad de corregir desigualdades en las organizaciones. A pesar de estos avances, y del Premio Nobel de Economía 2023 otorgado a Claudia Goldin por su investigación (Goldin, 2016), las herramientas para reducir desigualdades de género en el ámbito empresarial, más allá de la equidad salarial, son aún limitadas.

Este artículo propone una contabilidad social analítica de género, basada en la teoría de los stakeholders (Retolaza y San-Jose, 2011; 2016; Retolaza, San-Jose y Ruiz-Roqueñi, 2016; Freeman, Retolaza y San-Jose, 2020; Retolaza, San-Jose y Freeman, 2022). Esta amplía la contabilidad económico-financiera, incorporando transferencias de valor no monetarias y stakeholders más allá de inversores (Argandoña, 2011; Freeman, 1984). Se busca optimizar la distribución del valor según género, integrándolo en la gestión estratégica (Echanove, San-Jose y Retolaza, 2024).

El análisis utiliza dos niveles: el GWEI (Gender Wage Equality Index), basado en datos secundarios, desarrollado con Emakunde (Gartzia y Retolaza, 2019); y una contabilidad analítica con datos primarios en empresas con contabilidad social. Se analizaron Euskaltel y Siemens-Gameasa (sector mercantil); Lantegi Batuak, Katea Legaia, Eroski y Mutualia (economía social); y el Hospital de Santa Marina (sector público). Lantegi Batuak fue seleccionado para un análisis exhaustivo por su conocimiento del modelo.

Este trabajo analiza el GWEI como “buena práctica” para fomentar la igualdad salarial y en otras transferencias de valor, destacando su relevancia en la sostenibilidad organizacional. La estructura incluye: un análisis PRISMA sobre distribución de valor más allá de lo salarial, aproximaciones al GWEI, desarrollo de una contabilidad analítica de género en Lantegi Batuak, y conclusiones, recomendaciones y futuras líneas de investigación.

## 2. Marco Teórico

Con el objetivo de profundizar en las contribuciones previas sobre el tema de análisis, hemos aplicado la metodología PRISMA (Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses), publicada en 2009 y revisada en 2020 (Page et al., 2021). Para más detalles sobre el proceso seguido, consulte el Anexo 1.

La metodología PRISMA nos ha permitido filtrar 247 artículos, los cuales hemos clasificado según cuatro criterios:

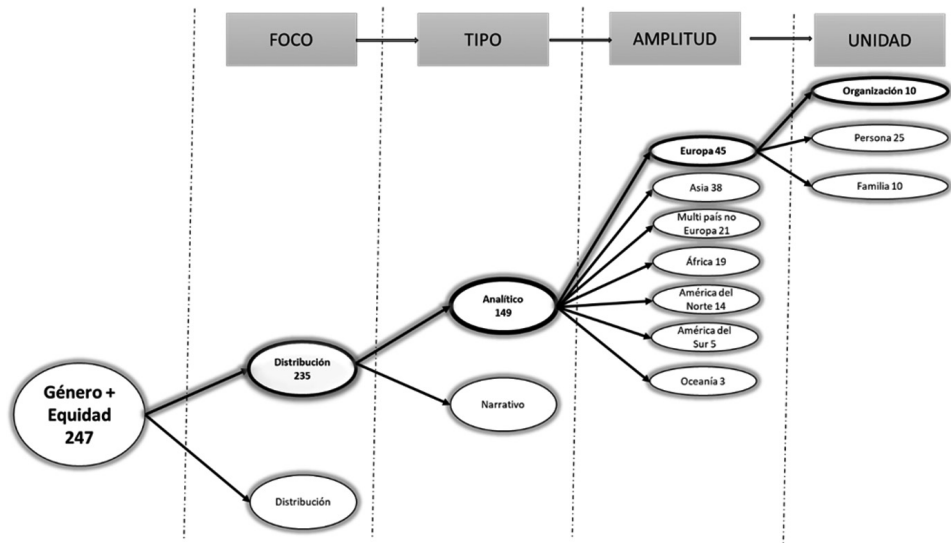
1. FOCO: se analiza si existe una preocupación por la distribución equitativa en función del género. Dividiendo en dos la muestra, los que se preocupan por algún tipo de distribu-

ción, siendo ésta de crecimiento, salarial, de las rentas o de la educación o satisfacción, entre otras.

2. **ANÁLISIS:** se determina si la investigación es de tipo narrativa o analítica. De tal forma que se evidencia el uso de métodos cualitativos-reflexivos en vez de cuantitativos-confirmatorios.
3. **AMPLITUD:** hace referencia al contexto en el que se está resolviendo la pregunta de investigación, siendo este potencialmente de cualquier continente.
4. **UNIDAD:** hace referencia al grupo de interés o stakeholder sobre quien se realiza el análisis, es decir, en qué grupo está focalizado el trabajo, y, por ende, en qué ámbito se realiza la aportación.

Esta clasificación de artículos en función de estos criterios puede observarse en la siguiente figura 1.

**Figura 1.** Clasificación de artículos en función de 4 criterios (foco, tipo, amplitud y unidad de análisis)



*el número hace referencia al número de artículos publicados que contribuyen en esa línea de trabajo.*

**Fuente:** Elaboración propia.

Con este análisis sistemático de la literatura, se puede confirmar de manera robusta que la preocupación por la inequidad existe desde hace más de medio siglo, ya Sen (1973) señalaba la importancia de abordar los problemas de desigualdad y pobreza en lugar de enfocarse únicamente en los rankings de desigualdad. Posteriormente, Robeyns (2003) describió cómo con-

ceptualizar y evaluar la desigualdad de género desde una perspectiva de capacidades, centrada en el bienestar mental, la integridad y seguridad corporal, el empoderamiento político, la educación, el conocimiento y el trabajo doméstico y de cuidados. Así, la falta de equidad de género se define desde la perspectiva del individuo, no mediante un análisis comparativo entre países.

Las investigaciones previas han abordado la problemática de la desigualdad de género en diversos sectores, como el económico, educativo, bancario y regional, con el objetivo de avanzar hacia un futuro más equitativo y sostenible. Estas investigaciones muestran una notable diversidad y proporcionan aportaciones significativas para mitigar las desigualdades en múltiples ámbitos. Entre estas investigaciones se destacan el análisis de las desigualdades salariales (Perugini y Pompei, 2023; Šimovičová y Urbančíková, 2022), la evaluación del impacto económico en la productividad y el crecimiento a nivel internacional (Gavurova et al., 2021; Stefko et al., 2021), las desigualdades en el ámbito emprendedor (Rietveld y Patel, 2022) y cómo las profesiones que requieren altos niveles de conocimiento afectan de forma desigual a hombres y mujeres (Irimie et al., 2014). Estos enfoques abarcan sectores como la educación superior (Haller, 2023) y el sector bancario (Gangi et al., 2023). Además, varios estudios se centran en mejorar las metodologías de medición (Dijkstra y Hanmer, 2000; Kim, 2021). Todo esto evidencia la amplitud y complejidad de la desigualdad de género y la necesidad de abordarla en múltiples contextos para lograr un cambio significativo.

En relación con el reporting e índices, que es una línea muy significativa en la literatura sobre género, puede parecer que el problema del género se aborda de forma recurrente en los informes no financieros o las memorias de sostenibilidad de las organizaciones, ya sean bajo el formato GRI (Global Reporting Initiative) o de Reporte Integrado. Sin embargo, hay que destacar que casi siempre se circunscriben al ámbito de la retribución salarial y, en todo caso, al de las oportunidades en la carrera profesional (Sánchez y Núñez, 2016). Aun así, aún falta desarrollar y completar estas herramientas. En la misma línea, cuando se hace referencia a la brecha de género de las empresas, el foco se pone sobre un solo grupo de stakeholders: las personas trabajadoras, y principalmente sobre la dimensión retributiva (Rojas, 2021; González, 2021; Lasagabaster et al., 2024). Esto genera, en el mejor de los casos, unos análisis y unas intervenciones muy sesgadas, relegando tanto el análisis sobre la distribución de valor en otros grupos de interés: clientas, proveedoras o trabajadoras de las organizaciones proveedoras, inversoras, ciudadanas, etc. Asimismo, se genera un déficit en la inclusión, desde un análisis de perspectiva de género, sobre las transferencias de no mercado o emocionales; déficit que también afecta al ecosistema de la organización y a su cadena de valor.

Todo este análisis demuestra las contribuciones enriquecedoras que se han realizado en las últimas décadas en el ámbito de la igualdad de género. Sin embargo, aunque este es un problema relevante, los estudios analizados evidencian la necesidad de abordar el problema de manera holística. Existe un gran interés y la academia está realizando grandes esfuerzos por contribuir a la resolución de este problema desde diferentes ámbitos, continentes, realidades y perspectivas. Sin embargo, aún falta abordarlo desde la perspectiva de otros grupos de interés más allá de las trabajadoras y ampliarlo a otras formas de distribución de valor más allá de la retribución salarial.

### 3. Marco Metodológico: La Contabilidad Social Monetaria

Información sobre aspectos de sostenibilidad es una exigencia actual desde la aprobación de la directiva comunitaria de información no financiera (2014/95/UE), traspuesta a la legislación española mediante el Real Decreto 12/2017 y ampliada por la Ley 11/2018. Recientemente, la nueva Directiva (CSRD) sobre Informes de Sostenibilidad (UE, 2022) aún pendiente de transposición a la normativa española. Esta normativa exige que las cooperativas de cierta dimensión presenten el Estado de Información No Financiera (EINF) en el informe de gestión o de forma independiente (AECA, 2022).

Las directivas y sus trasposiciones destacan la importancia de reportar información sobre género en los epígrafes de empleo e igualdad. Sin embargo, una limitación importante es que esto se circunscribe al ámbito del personal, excluyendo el análisis de la distribución de género en otros grupos de interés. En este contexto normativo de mínimos, la economía social, en general mucho más exigente con sus propios procesos pierde una importante oportunidad de diferenciación y puesta en valor; por lo que resulta acuciante el identificar formas más avanzadas de trasladar su compromiso con la igualdad de las mujeres y de activar ciclos incrementales de valor en este ámbito.

El cálculo de la brecha salarial de género, aunque puede parecer sencillo, en la práctica no lo es. En el ámbito de las empresas del Ibx 35, se han identificado nueve fórmulas diferentes para calcular dicha brecha, lo que demuestra la falta de homogeneización en el cálculo. Además, los KPIs (Key Performance Indicators) presentan un problema de análisis al no tratarse de un modelo sistémico sino aditivo, lo que dificulta estimar los equilibrios óptimos y conectar los indicadores con los parámetros de funcionamiento económico de la organización.

De forma alternativa en el presente trabajo se propone utilizar como metodología de análisis una contabilidad analítica de género basada en la contabilidad social. En la contabilidad social (Retolaza et al., 2015; Retolaza, San-Jose, 2016; Freeman et al, 2020, Retolaza et al, 2022), de una parte, se identifican las diferentes formas de transferencia de valor de una organización: valor agregado, valor traccionado con proveedores comerciales y de inversión, valor transferido a clientes, valor transferido de no mercado, ahorro a la administración, valor emocional; de otra, se identifica a los diferentes stakeholders a los que se les transfiere dichos valores. Esto da como resultante una matriz en cuyo eje de ordenadas (y) se incorpora el listado de diferentes tipologías de valor y en el eje de abscisas (x) los stakeholders a los que se les distribuye. A partir de este análisis es posible segmentar en función del género cada una de las entradas de la matriz; con la única información necesaria del % de mujeres perceptora para cada rango de valor y para cada grupo de interés.

Con base a este planteamiento, se proponen dos tipos de análisis; uno más general y sencillo, soportado en datos aportados por el Registro Mercantil; y otro más completo, soportado por datos obtenidos en la aplicación de la contabilidad social por parte de las entidades:

- Nivel básico y homogéneo: Se utiliza información secundaria presentada por las empresas al Registro Mercantil. Su utilidad se base en que dicho análisis se puede hacer ya sea de forma individual o agregada, a partir de información soportada en datos secundarios y, por tanto, disponibles de forma general. Es decir, se puede analizar una determinada entidad sin que sea necesaria la intervención de la entidad.
- Nivel avanzado y exhaustivo: Se segmentan los datos aportados por la contabilidad social de cada organización. Su utilización permite un conocimiento en profundidad que puede utilizarse en la mejora de la gestión y distribución de valor, pero queda limitado a las entidades que opten por desarrollar dicho proceso.

Para el análisis avanzado, siguiendo el trabajo de Emakunde (Gartzia & Retolaza, 2019) se propone una contabilidad analítica de género. La contabilidad social se ancla en trabajos que la vinculan con la perspectiva de los stakeholders (Retolaza et al., 2015; 2016; Freeman et al., 2020; Retolaza et al., 2021) y consiste en una ampliación de la contabilidad económico-financiera, incorporando transferencias de no mercado y emocionales, y su impacto en diferentes grupos de interés.

La aplicación del modelo de contabilidad social monetaria se aplicará mediante el estándar digital MOVAS® que tiene como resultante una matriz que muestra el valor movilizado y distribuido por una organización, proporcionando una visión más amplia que la contabilidad económico-financiera tradicional. El análisis se basada en un caso práctico de carácter crítico, el caso de Lantegi Batuak. Se trata de un caso crítico por ser una gran empresa con más de 3.000 puestos de trabajo que lleva más de 10 años utilizando la contabilidad social de forma sistemática, ser una entidad Colaboradora del Instituto Vasco de la Mujer (Emakunde) para la Igualdad de Mujeres y Hombres, y además contar con información desagregada por sexo de las diferentes transferencias de valor, tanto de mercado como de no mercado.

## 4. Contabilidad (Social) Analítica de Género

### 4.1. Cálculo del GWEI con base en datos secundarios

Para el análisis del nivel básico, se utilizó información económico-financiera de Euskaltel, Siemens-Gameasa, Lantegi Batuak, Katea Legaia, Eroski, Mutualia y el Hospital de Santa Marina (es posible proporcionarla bajo petición). Para el análisis avanzado, se ha trabajado con el caso de Lantegi Batuak, que ha venido desarrollando la contabilidad social, de forma interrumpida, durante más de 10 años.

El índice GWEI, responde a la primera aproximación; permite calcular de forma sintética el valor económico distribuido por una organización al colectivo de trabajadoras. La fórmula de cálculo del GWEI es la siguiente:

$$GWEI = \frac{\sum \text{salarios mujeres}}{[\sum \text{salarios totales} * \% \text{ mujeres}] / 100}$$

El GWEI se puede utilizar con dos porcentajes diferentes en la ratio relativa a mujeres trabajadoras: el primero haría referencia a la relación actual en el seno de una empresa y nos devolvería el equilibrio real en función de la estructura de género actual, lo simbolizaremos con una  $r$  [GWEI $r$ ]. El segundo sería en relación a la estructura de personal óptima, supongamos un 50% de participación de las mujeres en el personal de la empresa u organización, lo simbolizaríamos con una  $i$  [GWEI $i$ ].

En esta ratio el equilibrio se estandariza en torno a 1, siendo el criterio de interpretación:

- Si GWEI( $r/i$ ) = 1 [Situación de equilibrio]
- Si GWEI( $r/i$ ) < 1 [Orientación “masculina”]
- Si GWEI( $r/i$ ) > 1 [Orientación “femenina”]

Se debe tener en cuenta que para la aplicación del GWEI será necesario tener la Contabilidad Social aplicada en la organización ya que este índice no es más que la distribución de cada factor de valor para cada grupo de interés en función del porcentaje de mujeres.

El estudio de brecha salarial de la CEOE (2019) identifica una brecha salarial ajustada en España de un 12,2%; frente al 28,21%, más del doble, que se recoge como brecha salarial de género en el informe Global Gender Gap (2022). La clave está en el término “ajustado” que en terminología del propio informe significa que “se ha estimado la brecha salarial ajustada en España mediante el desarrollo de un modelo econométrico que permite estimar las diferencias salariales existentes entre hombres y mujeres una vez que se aíslan las diferencias existentes entre ambos colectivos por razones socioeconómicas y del puesto de trabajo” (CEOE, 2019: 7); es decir que los datos se han “cocinado”. La cocina de datos explica también las nueve formulas diferentes de cálculo que se identifican en las empresas del IBEX 35 a las que hicimos referencia con anterioridad. Es decir, la brecha salarial puede significar muchas cosas diferentes. Frente a esta polisemia terminológica, la propuesta base planteada en el trabajo de Emakunde (Gartzia & Retolaza, 2019) y ampliada en este artículo plantea un indicador sintético sencillo y normalizado, que facilita una comprensión inmediata, intuitiva y universal de la brecha salarial; sobre la que luego será posible profundizar en la búsqueda de las razones, pero sin que estas razones se usen como pretexto para modificar el resultado. A continuación, en la siguiente tabla (véase Tabla 3) se expone el caso de GWEI aplicado a Lantegi Batuak<sup>1</sup>.

1. Se trata de una entidad que desde 2011 cuenta con el distintivo de Entidad Colaboradora en Igualdad de Oportunidades de Mujeres y Hombres que concede Emakunde. El distintivo, creado por el Gobierno Vasco tiene por finalidad reconocer la labor realizada por las empresas y entidades que asumen el compromiso de avanzar en la igualdad de oportunidades entre mujeres y hombres en su organización e incentivar así nuevas iniciativas en el ámbito socio-laboral.

**Tabla 3.** Procesos de Cálculo GWEI aplicados a Lantegi Batuak

	Mujeres	Hombres	Total	Explicación	
Distribución económica	11.889.047€	22.010.752€	33.902.707€		
nº trabajadoras/es	1104	1962	3066	0,36	Situación real (r) % mujeres
				0,50	Situación ideal (i) de paridad
GWEI (r)	12.207.628€	-318.582€	- 0,01	0,99	
GWAI (i)	16.951.353€	-5.062.307€	- 0,15	0,85	

**Fuente:** Elaboración propia.

Como puede apreciarse es extremadamente sencillo y replicable por cualquiera que tenga los escasos datos que aparecen en la tabla superior. Podemos observar que tenemos dos GWEIs, el real, que corresponde a su equilibrio de género real, y la ideal, en el supuesto de una distribución equilibrada de los empleos entre hombres y mujeres<sup>2</sup>. Lo que significa que teniendo en cuenta su estructura laboral no se aprecia brecha de género, pero sí que queda un camino por recorrer en la equiparación de las personas trabajadoras de ambos sexos. Lo analizaremos en mayor profundidad a partir de la información que nos facilita la contabilidad analítica de género.

Sin embargo, aunque el GWEI mejora en sencillez, claridad y universalidad el conjunto de aproximaciones de cálculo de brecha de género, aún resulta insuficiente para una comprensión real de la distribución del valor generado entre los diversos grupos de interés desde una perspectiva de género. Por dos razones, de una parte, sólo se centra en personas trabajadoras, relegando u olvidando los otros posibles stakeholders de la empresa; y, hace referencia exclusiva al valor transferido a través del mercado (salarios y asimilados), descuidando el valor de no mercado y el emocional. Datos que sí integra la contabilidad social analítica de género, los cuales nos facilitan una mucho mejor comprensión del objeto de análisis.

En primer lugar, atendiendo a la tipología de valor, el GWEI se puede dividir en 5 grandes bloques:

1. Nivel A1: MW-GWEI= sobre el valor de mercado (TRABAJADORAS).  
Equilibrio en la distribución de la masa salarial.
2. Nivel A2: MG-GWEI= sobre el valor de mercado (CLIENTES).  
Equilibrio en la distribución de los bienes y servicios.

2. En el caso de que las personas no binarias fueran significativas resulta sencillo generar un tercer grupo de análisis.

3. Nivel C1: P-GWEI= sobre el valor indirecto en PROVEEDORES.  
Equilibrio en la distribución del potencial de compra.
4. Nivel C2: NM-GWEI= sobre el valor de No Mercado.  
Equilibrio en la distribución del Valor de No Mercado
5. Nivel C3: E-GWEI= sobre el valor emocional.  
Equilibrio en la distribución del Valor Emocional.

Obteniendo unas ratios coherentes, pero diferentes a las del GWEI genérico (véase Tabla 4):

**Tabla 4.** Índices del GWEI para el análisis de la equidad aplicada al género

Indice	Resultado esperado	Desviación	% Desviación	Resultado
GWEI (M.A1)	197.958.273,29	-4326074	-2	0,98
GWEI (M.A2)	81.088.359,14	-10034764	- 10	0,90
GWEI (M.C1)	8.926.926,40	-1217563	- 9	0,91
GWEI (M.C2)	22.450.354,50	-969419	1	0,99
GWEI (M.C3)	1.920.087,80	273569	12	1,12
Media		-16274251	7	0,95

**Fuente:** Elaboración propia.

Con el análisis de los cinco índices expuestos evidenciamos que, aunque el equilibrio distributivo en relación con las personas trabajadoras se encuentra relativamente equilibrado (-2%<sup>3</sup>), la distribución de valor a través de bienes y servicios encuentra un desequilibrio mayor (-10%), similar al relativo a la compra a proveedores (-9%). Por su parte, la transferencia de valor de no mercado encuentra un marcado equilibrio (+1%), y la del valor emocional resulta bastante favorable a las mujeres (+12%). Esto nos da una mucho mejor visión de los equilibrios y desequilibrios en la distribución de valor y nos orienta en mayor medida sobre las causas y posibles soluciones de tales desequilibrios.

## 4.2. La Contabilidad Social como base previa de una Contabilidad Analítica de Género

A partir de este análisis de caso único, se procederá a identificar el tipo de tablas y la información obtenida en el proceso de una contabilidad analítica social de género; así como su posi-

3. Los desequilibrios en contra de la mujer irán precedidos del signo - y los favorables del signo +.

ble utilidad tanto colectiva como particular. Como puede apreciarse (véase Tabla 1), en el eje vertical aparecen variables que corresponden con el valor de mercado: valor social generado (valor agregado), valor movilizado por la compra a proveedores, valor movilizado a través de inversiones, valor transferido a clientes y valor generado a clientes; valor de no mercado, incluyendo: ahorro a la Administración Pública, transferencias de no mercado y externalidades; y el valor emocional. En el eje abscisas x aparecen los diferentes grupos de interés: usuarios/familias, Administración Pública, clientes, personas trabajadoras, inversores, la propia organización a través del excedente retenido y la ciudadanía a través de las externalidades; la columna de Sociedad refleja el consolidado de todos los grupos. Esta tabla proporciona una visión mucho más amplia del valor movilizado y distribuido que la contabilidad económico-financiera tradicional, permitiendo una mejor visualización de cómo la organización contribuye a la sociedad (véase Tabla 1).

El objetivo de este proceso metodológico consiste en mostrar la información adicional generada por la contabilidad social que se utilizará como base para una posterior contabilidad analítica de género.

### 4.3. Contabilidad Analítica de Género: El caso de Lantegi Batuak

En el nivel B de análisis (basado en una contabilidad social previa) se pretende calcular de manera más detallada diferentes indicadores del valor social generado por una organización en materia de igualdad, utilizando la información y la matriz de resultados desarrollados en la Contabilidad Social Monetaria o Stakeholder Accounting for Sustainability (SAS<sup>4</sup>). Este análisis resulta más complejo que el de nivel A, por cuanto que requiere información económico-financiera facilitada por parte de la empresa, así como información únicamente disponible para empresas que realizan una contabilidad social. Pero si se dispone de estos datos permite un análisis y cuantificación mucho más detallada del valor distribuido a las mujeres por una organización; así como un análisis comparativo (benchmarking) a partir de ratios de equilibrio normalizados en relación al valor total generado. Para ello la entidad deberá analizar las personas destinatarias de los diferentes flujos de valor; en el caso de la administración pública se supuso que hacían una distribución equilibrada de los ingresos ya que calcular la distribución real, aun siendo posible, excedía de los objetivos del proyecto. El resultado en la distribución de valor se refleja en la siguiente tabla (véase Tabla 2).

4. Stakeholder /Social Accounting for Sustainability; se ha trabajado con el modelo poliédrico y la metodología SPOLY propuestas anteriormente en trabajos publicados en CIRIEC (Retolaza et al., 2015; Freeman et al., 2020), pero teóricamente sería posible extrapolarlo a otros posibles modelos de contabilidad social monetaria.

**Tabla 1. Matriz de Variables/stakeholders de la Contabilidad Social Monetaria: aplicado al caso de Lantegj Batuaik**

	Usuarios / familias					Retenido empresas					Prov. (N)
	Sociedad	Usuarios / familias	Aapp	Cientes (n)	Trabj.	Inv.	Retenido empresas	Exters. +			
Valor social generado	51.646.679	21.969.974	15.087.050		31.401.108		5.158.521				
Valor movlizado compra proveedores	16.433.282		8.244.726		4.621.918	1.667.938	1.898.700			13.581.225	
Valor movlizado inversiones	1.878.752		942.587€		528.406	190.689	217.071			1.552.688	
Valor transferido clientes	31.813.597		11.891.118	31.813.597	10.360.174	5.007.883	4.554.422				
<b>Valor social mercado de haber (VES-H)</b>	<b>101.772.310</b>	<b>21.969.974</b>	<b>36.165.480</b>	<b>31.813.597</b>	<b>46.911.606</b>	<b>6.866.509</b>	<b>11.828.715</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>15.133.912</b>	
Valor generado a clientes	74.179.988			74.179.988							
<b>Valor social mercado de debe (VES-D)</b>	<b>74.179.988</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>74.179.988</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	<b>0</b>	
Ahorro a la administración	5.841.337		5.841.337								
Valor social de no mercado	45.969.005	39.484.378	10.939.942		413.694				278.531		
Externalidades +	278.531								841.644		
Valor social de no mercado (VSNM)	52.088.873	39.484.378	16.781.279	0	413.694	0	0	0	1.120.175	0	
<b>Valor social i integrado (VASEI)</b>	<b>228.041.171</b>	<b>61.454.352</b>	<b>52.946.759</b>	<b>105.993.585</b>	<b>47.325.300</b>	<b>6.866.509</b>	<b>11.828.715</b>	<b>1.120.175</b>	<b>1.120.175</b>	<b>15.133.912</b>	
Valor emocional	53.019.572	14.288.137	12.310.121	24.643.509	11.003.132	1.596.463	2.750.176		260.441	3.518.635	
<b>Valor socio-emocional (VASE)</b>	<b>281.060.743</b>	<b>75.742.489</b>	<b>65.256.881</b>	<b>130.637.094</b>	<b>58.328.433</b>	<b>8.462.972</b>	<b>14.578.891</b>	<b>1.380.615</b>	<b>1.380.615</b>	<b>18.652.547</b>	

Fuente: Elaboración propia.

**Tabla 2. Distribución en términos de género del Valor Social Generado**

Transferencia valor / grupo de interés	Sociedad	Usuarios / familias	AAPP	Trabj.	Inv.	Retenido empresas
Valor agregado	51.646.679 €	21.969.974 €	15.087.050 €	31.401.108 €	0 €	5.158.521 €
Valor distribuido a mujeres	20.003.309 €	7.910.910 €	7.543.525 €	11.200.607 €		1.857.471 €
Índice de distribución de género	38,7%	36,0%	50,0%	35,7%		36,0%
Valor movilitado compra proveedores	16.433.282 €		8.244.726 €	4.621.918 €	1.667.938 €	1.898.700 €
Valor distribuido a mujeres	6.287.489 €		4.122.363 €	1.222.076 €	441.017 €	502.033 €
Índice de distribución de género	38,3%		50,0%	26,4%	26,4%	26,4%
Valor movilitado inversiones	1.878.752 €		942.587 €	528.406 €	190.689 €	217.071 €
Valor distribuido a mujeres						
Índice de distribución de género						
Valor transferido clientes	31.813.597 €		11.891.118 €	10.360.174 €	5.007.883 €	4.554.422 €
Valor distribuido a mujeres	11.576.476 €		5.945.559 €	2.928.214 €	1.415.435 €	1.287.268 €
Índice de distribución de género	36,4%		50,0%	28,3%	0 €	28,3%
<b>Valor social de mercado de haber (VES-H)</b>	<b>101.772.310 €</b>	<b>21.969.974 €</b>	<b>36.165.480 €</b>	<b>46.911.606 €</b>	<b>6.866.509 €</b>	<b>11.828.715 €</b>
Distribuido mujeres	37.867.274 €	7.910.910 €	17.611.447 €	15.350.897 €	1.856.452 €	3.646.773 €
Índice de distribución de género	37,2%	36,0%	48,7%	32,7%	0 €	30,8%
<b>Valor social de mercado de debe (VES-D): clientes</b>	<b>74.179.988 €</b>	<b>0 €</b>	<b>0 €</b>	<b>0 €</b>	<b>0 €</b>	<b>0 €</b>
Valor distribuido a mujeres	20.966.334 €					
Índice de distribución de género	28,3%					
<b>Valor social de mercado</b>	<b>175.952.298 €</b>	<b>21.969.974 €</b>	<b>36.165.480 €</b>	<b>46.911.606 €</b>	<b>6.866.509 €</b>	<b>11.828.715 €</b>
Valor distribuido a mujeres	58.833.608 €	7.910.910 €	17.611.447 €	15.350.897 €	1.856.452 €	3.646.773 €
Índice de distribución de género	33,4%	36,0%	48,7%	32,7%	27,0%	30,8%
Ahorro a la administración	5.841.337 €	0 €	5.841.337 €	0 €	0 €	0 €

Transferencia valor / grupo de interés	Sociedad	Usuarios / familias	AAPP	Trabj.	Inv.	Retenido empresas
Valor distribuido a mujeres	2.920.669 €		2.920.669 €			
Índice de distribución de género	50,0%		50,0%			
Valor social de no mercado	45.969.005 €	39.484.378 €	10.939.942 €	413.694 €	0 €	0 €
Valor distribuido a mujeres	33.035.208 €	28.851.073 €	5.469.971 €	148.962 €		
Índice de distribución de género	71,9%	73,1%	50,0%	36,0%		
Externalidades	278.531 €	0 €	0 €	0 €	0 €	0 €
Valor distribuido a mujeres	1.500 €					
Índice de distribución de género	0,5%					
<b>Valor social de no mercado (V5NM)</b>	<b>52.088.873 €</b>	<b>39.484.378 €</b>	<b>16.781.279 €</b>	<b>413.694 €</b>	<b>0 €</b>	<b>0 €</b>
Valor distribuido a mujeres	35.957.377 €	28.851.073 €	8.390.639 €	148.962 €	0 €	0 €
Índice de distribución de género	69,0%	73,1%	50,0%	36,0%		
<b>Valor social específico debe (mercado + no mercado) (V5E)</b>	<b>126.268.861 €</b>	<b>39.484.378 €</b>	<b>16.781.279 €</b>	<b>413.694 €</b>	<b>0 €</b>	<b>0 €</b>
Valor distribuido a mujeres	56.923.711 €	28.851.073 €	8.390.639 €	148.962 €	0 €	0 €
Índice de distribución de género	45,1%					
<b>Valor social integrado (VASI)</b>	<b>228.041.171 €</b>	<b>61.454.352 €</b>	<b>52.946.759 €</b>	<b>473.25.300 €</b>	<b>6.866.509 €</b>	<b>11.828.715 €</b>
Valor distribuido a mujeres	94.790.985 €	36.761.984 €	26.002.086 €	15.499.859 €	1.856.452 €	3.646.773 €
Índice de distribución de género	41,6%	59,8%	49,1%	32,8%	27,0%	30,8%
Valor emocional	3.019.572 €	14.288.137 €	12.310.121 €	11.003.132 €	1.596.463 €	2.750.176 €
Valor distribuido a mujeres	17.299.355 €	11.994.789 €	8.484.024 €	5.057.332 €	605.728 €	1.189.878 €
Índice de distribución de género	32,6%	83,9%	68,9%	46,0%	37,9%	43,3%
<b>Valor socio-emocional (VASE)</b>	<b>281.060.743 €</b>	<b>75.742.489 €</b>	<b>65.256.881 €</b>	<b>58.328.433 €</b>	<b>8.462.972 €</b>	<b>14.578.891 €</b>
Valor distribuido a mujeres	112.090.340 €	48.756.773 €	34.486.110 €	20.557.191 €	2.462.180 €	4.836.651 €
Índice de distribución de género	39,9%	64,4%	52,8%	35,2%	29,1%	33,2%

Fuente: Elaboración propia.

A fin de simplificar la comprensión y asimilarla al cálculo del GWAI las puntuaciones se estandarizan en torno a 1; por debajo de 1 la transferencia de valor repercute negativamente en la mujer, por encima de 1, repercute positivamente. 0 y 2 representan los extremos en el que ningún valor se distribuye a las mujeres [0], o por el contrario se les distribuye la totalidad del valor [1]. En la siguiente tabla (Tabla 5) puede verse como, incluso en una entidad que desde el 2011 tiene el reconocimiento de Entidad Colaboradora para la Igualdad de Mujeres y Hombres del Instituto Vasco de la Mujer (Emakunde), se constatan desequilibrios significativos en la distribución de valor entre ambos géneros.

**Tabla 5.** Ratios analíticas de distribución de género estandarizados en torno a 1

Ratios analíticos de distribución de género	Ref.	Brecha global	Usuarios	AAPP	Trabj.	Inv.	Retenido
Valor agregado	1,00	0,77	0,72	1,00	0,71		0,72
Valor movilizado compra proveedores	1,00	0,77		1,00	0,53		0,53
Valor movilizado inversiones	1,00						
Valor transferido clientes	1,00	0,73		1,00	0,57	0,57	0,57
Valor social de mercado de haber [VES-H]	1,00	0,74	0,72	0,97	0,65	0,41	0,62
Valor social de mercado de debe [VES-D]: clientes	1,00	0,57					
Valor social de mercado	1,00	0,67	0,72	0,97	0,65	0,54	0,62
Ahorro a la administración	1,00	1,00		1,00			
Valor social de no mercado	1,00	1,44	1,46	1,00	0,72		
Externalidades	1,00	0,01					
Valor social de no mercado [VSNM]	1,00	1,38	1,46	1,00	0,72		
Valor social específico debe (M + Nm) [VSE]	1,00	0,90	1,46	1,00	0,72		
Valor social integrado [VASI]	1,00	0,83	1,20	0,98	0,66	0,54	0,62
Valor emocional	1,00	0,65	1,68	1,38	0,92	0,76	0,87
Valor socio-emocional [VASE]	1,00	0,80	1,29	1,06	0,70	0,58	0,66

**Fuente:** Elaboración propia.

Esta nueva perspectiva amplifica la posible mejora para cada entidad, ya que se identifican un número significativo de GAPS sobre los que se puede actuar adoptando acciones estratégicas o de gestión (Echanove, 2020). A partir del análisis de caso de Lantegi Batuak se identifica que, aunque la brecha de género es poco relevante ( $GWEI = 1; 0,99$  si utilizamos 2 decimales), la transferencia de valor a las personas trabajadoras está sesgada de forma negativa desfavorable a las mujeres (Índice  $GWEI = 0,71$ ). Esto hay que interpretarlo no como una diferencia retributiva, sino en el porcentaje de personas trabajadoras mujeres en relación a los hombres. En cualquier caso, como la incorporación laboral de todas las personas con discapacidad intelectual se encuentra entre los fines de la entidad, cabría preguntarse el porqué de esta diferencia. Una primera hipótesis podría ser la existencia de algún sesgo que antepone los contratos de hombres a los de mujeres, pero dado que Lantegi Batuak integra al 100% de demandantes, es difícil apreciar un sesgo relacionado con la no contratación. Una segunda hipótesis podría ser que la discapacidad intelectual se distribuye de forma diferencial en función del género, pero esto tampoco parece ser así; las estadísticas indican una distribución casi homogénea al 50%. Una hipótesis más plausible es la responsabilidad compartida entre una cultura donde el porcentaje de población activa (INE, 2023 T3) femenina (54,7%) es bastante menos que la masculina (64,41%), posiblemente amplificada en el ámbito de la discapacidad; y una oferta de puestos de trabajo escorada hacia actividades con un mayor perfil masculino, consecuencia del peso que el sector industrial tiene en la cartera de productos de Lantegi Batuak. A partir de esta información y en este ámbito concreto, Lantegi Batuak inicia una reflexión en dos direcciones, de una parte, sobre cómo puede incidir a través de la Asociación Gorabide (familias de personas con discapacidad, origen de Lantegi Batuak) en una mayor activación al mercado laboral de las mujeres con discapacidad; de otra, identificar puestos de trabajo en ámbitos profesionales más demandados por las mujeres. Así pues, la contabilidad analítica de género permite identificar GAPS que, aunque no son responsabilidad directa de la organización, este sí puede ser parte de su solución; especialmente en el ámbito de la Economía Social donde este compromiso con la equidad no es una exigencia externa, sino que emana de su propio sistema de valores.

Como señalan diversos trabajos (Lazkano et al., 2020; Lazkano & Beraza, 2022), el ámbito de la economía social genera un importante valor de no mercado que puede situarse entre el 40% y el 60% del valor transferido (Lazkano & San-Jose, 2019), frente a las empresas mercantiles donde dicho valor es mucho menor (<10%). Este diferencial cuantitativo pero que en las cifras de las que hablamos acaba convirtiéndose en un diferencial cualitativo, es un importante activo oculto de la economía social que de identificarse y potenciarse podría generar un ciclo positivo incremental de valor (San-Jose et al., 2017) entre las propias entidades de la economía social y la realidad social que las circunda, trasladándose en un incremento cuantitativo y cualitativo del capital social vinculado al ecosistema de la economía social y solidaria (Gutiérrez, 2002).

## 6. Conclusiones, recomendaciones, limitaciones y futuras líneas de investigación

### 6.1. Conclusiones

La contabilidad analítica de género no es un instrumento exclusivo de la Economía Social, sin embargo, presenta algunas oportunidades específicas para las empresas y organizaciones pertenecientes a la misma. De una parte, la equidad distributiva, incluida la de género, es parte constitutiva de la base de la Economía Social por lo que está llamada a buscar respuestas óptimas. Resulta un instrumento idóneo para profundizar en una mejor comprensión de la totalidad de desigualdades distributivas que pueden acaecer en una empresa, así como para profundizar en las causas que la originan, sean o no responsabilidad directa de la organización. De otra, los resultados generados por las empresas y organizaciones del ámbito de la Economía Social van a ser previsiblemente mejores que los de las empresas mercantiles; por lo que puede ser un instrumento adecuado para poner en valor la aportación específica de las entidades de Economía Social en el ámbito de género. Por contra, el seguidismo de los KPIs propuestos por las grandes empresas mercantiles coloca a las organizaciones de la Economía Social en una posición defensiva, teniendo que justificar por qué ellas también generan valor social, a pesar de no ajustarse de forma óptima a los criterios establecidos; que en el mejor de los casos son un mínimo denominador común por inferior a la exigencia media del tejido social.

El GWEI, se presenta como un índice sintético que permite calcular el equilibrio, en relación al género, en la distribución de valor. Este indicador, de fácil cálculo, puede ser utilizado como un índice global de equilibrio entre el valor distribuido a las mujeres; mostrando una alta sensibilidad en el análisis de los desequilibrios. Al igual que otros indicadores estáticos relativos a la distribución de la masa salarial (Stanley y Jarrell, 1998 y 2004), el GWEI opera como un indicador global estándar que representa el efecto de la discriminación de forma simple; pero permitiendo ampliar el análisis a las interrelaciones formadas por las diferentes formas de distribución de valor en los diferentes grupos de interés. Complementariamente, la creciente preocupación por la diligencia debida, permite a las entidades de la economía social, colaborar con su cadena de valor en relación con la transparencia de la información relacionada con la distribución del valor en función del género, de estos proveedores. Permitiendo priorizar o incentivar a aquellas entidades que muestren un resultado más equilibrado o que hagan un mayor esfuerzo por alcanzar dicho equilibrio.

La Contabilidad Social Analítica de Género, entendida como la cuantificación en unidades monetarias de la distribución del valor en clave de género, permite utilizarla como instrumento sistemático de análisis tanto para las políticas públicas de empleo, como para los planes y proyectos específicos en materia de igualdad de mujeres y hombres desarrollados en empresas y organizaciones de diferente naturaleza; favoreciendo con ello la generación de proce-

sos de benchmarking sectorial en materia de igualdad o por tipología de organización. Esta perspectiva podría suponer una herramienta útil para integrar objetivos de desarrollo social (de promoción de la igualdad en el ámbito laboral) con objetivos estratégicos y económicos que permitan a las organizaciones de nuestro entorno identificar nuevas formas de gestión innovadoras y orientadas a la generación de un mayor valor social. En esta misma línea cabe destacar que la contabilidad analítica de género no es sólo un elemento de comunicación y transparencia, sino fundamentalmente un instrumento de gestión estratégica que permite mejorar los procesos relacionados con el equilibrio de la organización en su distribución de valor en función del género.

Como síntesis del trabajo, podemos indicar que nos encontramos ante un instrumento de gran potencial complementaria con otras herramientas actualmente usadas. Un instrumento que puede ser utilizado tanto desde el ámbito público como privado. Cualquier empresa con preocupación en el tema puede utilizar la contabilidad social de género para analizar su (des) equilibrio en la distribución de valor e incorporar la información resultante en la gestión activa para la disminución del GAP. La promoción en la utilización de la contabilidad social y en la facilitación de datos que permitan análisis externos, no tiene por qué ser exclusiva de las administraciones públicas, pudiendo contribuir a las mismas diferentes agentes sociales del ámbito económico con legitimidad para ello; sin afán de exhaustividad, podemos citar a Cámaras de Comercio, Sindicatos, Universidades, Asociaciones empresariales, tanto de carácter general como sectorial. La participación de este tipo de entidades puede facilitar la escalabilidad, tanto en la utilización del instrumento como en su potencial benchmarking, dado que los procesos colectivos estandarizan los cálculos, abaratan los costes y permiten tener datos de referencia.

## 6.2. Recomendaciones

Para poder desarrollar una contabilidad analítica de género a partir de datos de carácter público, es necesaria una información, que, a pesar de su simplicidad, en algunos casos no se encuentra recogida en las exigencias del registro mercantil, y en otros, las entidades no la facilitan de forma generalizada. La siguiente tabla identifica cual sería la información requerida.

**Tabla 6.** Información requerida y recomendaciones para las Empresas de Economía Social

	<b>Información requerida</b>	<b>Acceso a la información</b>	<b>Demandas a realizar</b>	<b>Entidades a las que solicitar</b>
A2	% de mujeres que trabajan en la empresa	Información obligatoria de presentar en el Registro Mercantil Un % alto de empresas no la presentan, con lo cual no es accesible	Campaña para exigir que: El Registro Mercantil verifique la presentación de forma previa a la aceptación de las cuentas. las empresas comprometidas con la perspectiva de género, exijan a su cadena de proveedores que cumplan con la normativa y presenten la información.	Todas las empresas y organizaciones
A1	% de la masa salarial recibida por mujeres	Es una información accesible de forma sencilla, de la que disponen todas las organizaciones, pero al no ser obligatorio presentarla en el registro Mercantil es de difícil acceso	Solicitar que se incluya en la información solicitada por el Registro Mercantil Incorporarla en la información gestionada por la Central de Balances Solicitar a las empresas que la hagan pública en la página web	Todas las empresas y organizaciones
B3	% de producto / servicios recibidos por mujeres	Es una información que no siempre se recoge, aunque con el big data se ha hecho más habitual. Sería posible solicitarla al depto. De marketing.	Solicitar a las empresas que las hagan pública en la página web	Todas las empresas y organizaciones
B4	% de outputs relativos a cada variable de valor que son percibidos por mujeres	En general esta información es fácil de obtener por las entidades en el momento que identifican los outputs.	Solicitar a las entidades que realizan la Contabilidad Social, que incorporen la perspectiva de género en la misma	Empresas que realizan la Contabilidad Social
B5	Puntuación diferenciada de las mujeres, tanto en relación al % atribuido al valor emocional; como a la media de satisfacción en cada grupo de interés	Para aquellas entidades que calculan el valor Emocional, esta información es fácil de conseguir segmentando los cuestionarios mediante una pregunta identificativa de género al inicio de los mismos.	Solicitar a las entidades que realizan la Contabilidad Social, que incorporen la perspectiva de género en la misma	Empresas que realizan la Contabilidad Social y calculan el valor emocional

Las dos primeras son de índole general y pueden ser fácilmente exigible, de forma legal, al conjunto de empresas y organizaciones. Ya lo es en el caso de la primera, aunque la información resulta muy deficiente por lo que complementariamente la administración y las entidades de referencia del sector deberían incorporar incentivos externos que facilitara su difusión. La tercera resulta más compleja puesto que se refiere a una información que hasta el momento se ha considerado reservada, y que en cualquier caso las empresas no tienen obligación de obtener. No obstante, sin llegar a una exigencia legal, se podrían incentivar buenas prácticas y procesos de isomorfismo mimético que llevaran, al menos, a las empresas más comprometidas a facilitar dicha información; posteriormente se podría exigir en aras a la transparencia. Los apartados cuarto y quinto de los apartados son específicos para aquellas entidades que incorporen un proceso de contabilidad social monetaria, por lo que en este momento su exigencia resulta inviable. Pero por esto mismo, podría ser una aportación complementaria, de carácter voluntario, por parte de las entidades de economía social, que les permitiera recuperar el liderazgo de un tema claramente alineado con sus valores como es la equidad de género.

### 6.3. Limitaciones y futuras líneas de investigación

En cuanto a las limitaciones, hay que señalar que todavía estamos en una fase incipiente, de carácter exploratorio, donde se ha podido trabajar con escasos casos; por lo que las conclusiones más bien son propuestas de trabajo. El enorme potencial no puede ocultar la situación de precariedad en la que todavía nos encontramos en relación al desarrollo de una contabilidad analítica de género. Por su parte, las principales líneas de investigación que se derivan del trabajo son, de una parte, avanzar el análisis múltiple de casos, intentando identificar casos críticos; de otra, empezar a generar y trabajar con datos agregados, ya sean estos por tipologías de organización o sectores.

**Contribución de cada autor/a:** Ambos autores han participado de forma conjunta en la elaboración del artículo; tanto en el diseño, como en la búsqueda de datos, y análisis de los mismos; aunque Leire San-Jose se ha especializado en mayor medida en el análisis bibliográfico y Jose Luis Retolaza en el análisis de caso. Este autor ha realizado la primera integración completa del texto en castellano, mientras que Leire San-Jose ha procedido a la revisión final antes de la entrega, así como a la incorporación de las aportaciones sugeridas por las personas revisoras; también a la redacción del abstract extendido en inglés.

**Financiación:** Estudio financiado por el grupo HUME de la Universidad de Deusto y por el grupo ECRI (GIU22/003) de la Universidad del País Vasco, además de por GEAccounting y FESIDE.

# Bibliografía

AECA (2022): *Obligatoriedad del Estado de Información No Financiera en las Empresas de Economía Social*. Nota Técnica 2. [https://aeca.es/wp-content/uploads/2021/10/nt\\_cc2.pdf](https://aeca.es/wp-content/uploads/2021/10/nt_cc2.pdf)

ARGANDONA, A. (2011): *Stakeholder theory and value creation*, Working Paper IESE No. 9, Barcelona, Spain: IESE Business School.

CEOE (2019): *Análisis de la brecha salarial de género en España*. Informe Ejecutivo 2019. <https://www.pwc.es/es/publicaciones/diversidad/analisis-brecha-salarial-genero-espana-ceos-pwc.pdf>

Dijkstra, A.G. & Hanmer, L.C. (2000): "Measuring socio-economic gender inequality: Toward an alternative to the UNDP gender-related development index", *Feminist Economics*, 6(2), 41-75. DOI: <https://doi.org/10.1080/13545700050076106>

ECHANOVE-FRANCO, A., SAN-JOSE, L. & RETOLAZA, J.L. (2024): "Design of a protocol model for the integration of social value in strategic management through social accounting", *Social Responsibility Journal*, 20(1), 108-127. DOI: <https://doi.org/10.1108/SRJ-12-2022-0551>

E & Y (2022): [https://www.ey.com/es\\_es/rethinking-sustainability/v-informe-comparativo-del-estado-de-la-informacion-no-financiera-del-ibex-35](https://www.ey.com/es_es/rethinking-sustainability/v-informe-comparativo-del-estado-de-la-informacion-no-financiera-del-ibex-35)

FREEMAN, R.E., RETOLAZA, J.L. & SAN-JOSE, L. (2020): "Stakeholder Accounting: hacia un modelo ampliado de contabilidad", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 100, 89-114. DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.100.18962>

FREEMAN, R.E. (1984): *Strategic management: A Stakeholder Approach*, Boston, U.S.: Pitman.

GANGI, F., DANIELE, L.M., D'ANGELO, E., VARRONE, N. & COSCIA, M. (2023): "The impact of board gender diversity on banks' environmental policy: The moderating role of gender inequality in national culture", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 30(3), 1273-1291. DOI: <https://doi.org/10.1002/csr.2418>

GARTZIA, L. & RETOLAZA, J.L. (2019): *Cuantificación en unidades monetarias del valor social del género en las organizaciones: propuesta integral de análisis e intervención*. [https://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/publicaciones\\_bekak/es\\_def/adjuntos/be-ca.2018.3.cuantificacion\\_genero\\_organizaciones.pdf](https://www.emakunde.euskadi.eus/contenidos/informacion/publicaciones_bekak/es_def/adjuntos/be-ca.2018.3.cuantificacion_genero_organizaciones.pdf)

GAVUROVA, B., IVANKOVA, V., RIGELSKY, M. & SULER, P. (2021): "Gender health inequalities and economic productivity in OECD countries", *Economic Research-Ekonomska Istraživanja*, 34(1), 2853-2872. DOI: <https://doi.org/10.1080/1331677X.2020.1845762>

GLOBAL GENDER GAP (2022): [https://www3.weforum.org/docs/WEF\\_GGGR\\_2022.pdf?\\_](https://www3.weforum.org/docs/WEF_GGGR_2022.pdf?_)

GOLDIN, C. (2016): *Human Capital*. In: Diebolt, C. & Hauptert, M. (Ed.), *Handbook of Cliometrics*, Heidelberg, Germany: Springer Verlag, 55-86.

GONZÁLEZ, A.R. (2021): "Economía social y solidaria y género. Aportes transdisciplinarios desde Europa y Latinoamérica", Valencia, Tirant lo Blanch, 2020 (dirs. Dicapua, M.A./Senent Vidal, M.J./Fajardo García, G.). *Cooperativismo E Economía Social*, (43), 361-365.

GUTIÉRREZ, A.C.M. (2002): "La construcción de capital social a través de la economía social: el caso andaluz", *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 78, 89-120.

HALLER, A. (2023): "Reducing Inequalities through Higher Education and Economic Growth. Gender Analysis by Educational Degrees: Bachelor's, Master's and Doctoral Degrees", *Engineering Economics*, 34(3), 258-274. DOI: <https://orcid.org/0000-0002-2069-9889>

INE (2023): 3º trimestre. <https://www.ine.es/infografias/tasasepa/desktop/tasas.html?t=2&lang=es>

IRIMIE, S., MORARU, R.I., CIOCA, L.I. & BOATCA, M.E. (2014): "Aspects of the gender inequality issue in knowledge society careers", *Polish Journal of Management Studies*, 9, 43-53. <https://bibliotekanauki.pl/articles/405642.pdf>

KIM, S.Y. (2021): *Determining critical factors of gender inequality: Evidence from 34 OECD and non-OECD countries*, *World Development Perspectives*, 21, 100284.

LASAGABASTER, S.A., CAMBORAIN, E.E. & SERVÓS, C.M. (2024): "Una mirada feminista a la Economía Social y Solidaria: Espacio de encuentro entre EES y EF", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 110, 45-64. DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.110.27064>

LAZKANO, L., BERAZA, A. & SAN-JOSE, L. (2020): "Determining success factors in the implementation of social accounting", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 100, 177-205. DOI: <https://doi.org/10.7203/CIRIEC-E.100.18195>

LAZKANO, L. & BERAZA, A. (2022): "Impacto de la contabilidad social según características de la organización", *Revista CIRIEC Costa Rica*, 1(1), 471-486.

LAZKANO L. & SAN-JOSE, L. (2019): "Monetización del valor social: el caso Clade", *Gizarte Ekonomiaren Euskal Aldizkaria/Revista Vasca de Economía Social*, 16, 103-127. DOI: <https://doi.org/10.1387/revs.20903>

PAGE, M.J., MCKENZIE, J.E., BOSSUYT, P.M., BOUTRON, I., HOFFMANN, T.C., MULROW, C.D. & MOHER, D. (2021): "The PRISMA 2020 statement: an updated guideline for reporting systematic reviews", *International Journal of Surgery*, 88, 105906. DOI: <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>

PERUGINI, C. & POMPEI, F. (2023): "Pay incentives, intangibles, and gender wage inequality", *Industry and Innovation*, 36(1), 1-32. DOI: <https://doi.org/10.1086/694153>

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, 193-213, Available at: <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=17421160010>

RETOLAZA, J.L., SAN-JOSE, L. & RUIZ-ROQUEÑI, M. (2015): "Monetarizing the social value: theory and evidence", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, (83), 43-62. Available at: <https://www.redalyc.org/pdf/174/17440036003.pdf>

RETOLAZA, J.L., SAN-JOSE, L. & RUIZ-ROQUEÑI, M. (2016): *Social Accounting for Sustainability: Monetizing the Social Value*, Berlin Heidelberg: Springer.

RETOLAZA, J.L., SAN-JOSE, L. & FREEMAN, R.E. (2021): "How do organisations generate and distribute value? Stakeholder value as the aim of the New Business Narrative [NBN] and Stakeholder Accounting [SA] as an information tool", *Boletín de Estudios Económicos*, 76(232), 37-50. DOI: <https://doi.org/10.18543/bee.2240>

RETOLAZA, J.L. & SAN-JOSE, L. (2022): "Is it possible to monetarily quantify the emotional value transferred by companies and organizations? An emotional accounting proposal", *Frontiers in Psychology*, 12, 805920. DOI: <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.805920>

RIETVELD, C.A. & PATEL, P.C. (2022): "Gender inequality and the entrepreneurial gender gap: Evidence from 97 countries (2006-2017) ", *Journal of Evolutionary Economics*, 32(4), 1205-1229. DOI: <https://doi.org/10.1007/s00191-022-00780-9>

ROBEYNS, I. (2003): "Sen's capability approach and gender inequality: selecting relevant capabilities", *Feminist Economics*, 9(2-3), 61-92. DOI: <https://doi.org/10.1080/1354570022000078024>

ROJAS, P.D.Í. (2021): "Economía social y solidaria y género: aportes transdisciplinarios desde Europa y Latinoamérica", *CIRIEC-España, Revista Jurídica de Economía Social y Cooperativa*, 38, 353-357. Disponible en: <https://revistas.uv.es/index.php/juridicaciriec/article/view/21107>

SÁNCHEZ, R.S. & NÚÑEZ, B.C. (2016): "Análisis de las condiciones laborales en las entidades de la economía social en España desde una perspectiva de género", *REVESCO, Revista de Estudios Cooperativos*, 121, 228-255. DOI: [https://doi.org/10.5209/rev\\_REVE.2016.v121.51309](https://doi.org/10.5209/rev_REVE.2016.v121.51309)

SAN-JOSE, L. & RETOLAZA, J.L. (2016): *Contabilidad Social orientada a los stakeholders. Perspectiva de la Administración Pública*, Madrid: Ed. Pirámide.

SAN-JOSE, L., RETOLAZA, J.L. & FREEMAN, R.E. (2017): "Stakeholder Engagement at Extanobe: A Case Study of the New Story of Business". In: *Stakeholder Engagement: Clinical Research Cases*, Springer, Cham, 285-310.

SEN, AMARTYA. (1973): *On Economic Inequality*. Reprinted in 1997, Oxford, UK: Clarendon Press.

ŠIMOVIČOVÁ, S. & URBANČÍKOVÁ, N. (2022): "The Impact of Social, Economic and Gender Inequality on Prosperity in the European Union Countries", *Quality Innovation Prosperity*, 26(3), 66-87. DOI: <https://doi.org/10.12776/qip.v26i3.1769>

STEFKO, R., GAVUROVA, B., RIGELSKY, M. & IVANKOVA, V. (2021): "Life expectancy and specific causes of mortality in terms of gender inequalities in relation to economic growth", *Transformations in Business & Economics*, 20(2), 241-260.

U.E. (2014): DIRECTIVA 2014/95/UE DEL PARLAMENTO EUROPEO Y DEL CONSEJO de 22 de octubre de 2014 por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos.

U.E. (2022): Directiva 2022/2464 del Parlamento Europeo y del Consejo de 14 de diciembre de 2022 por la que se modifican el Reglamento (UE) n.º 537/2014, la Directiva 2004/109/CE, la Directiva 2006/43/CE y la Directiva 2013/34/UE, por lo que respecta a la presentación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas.

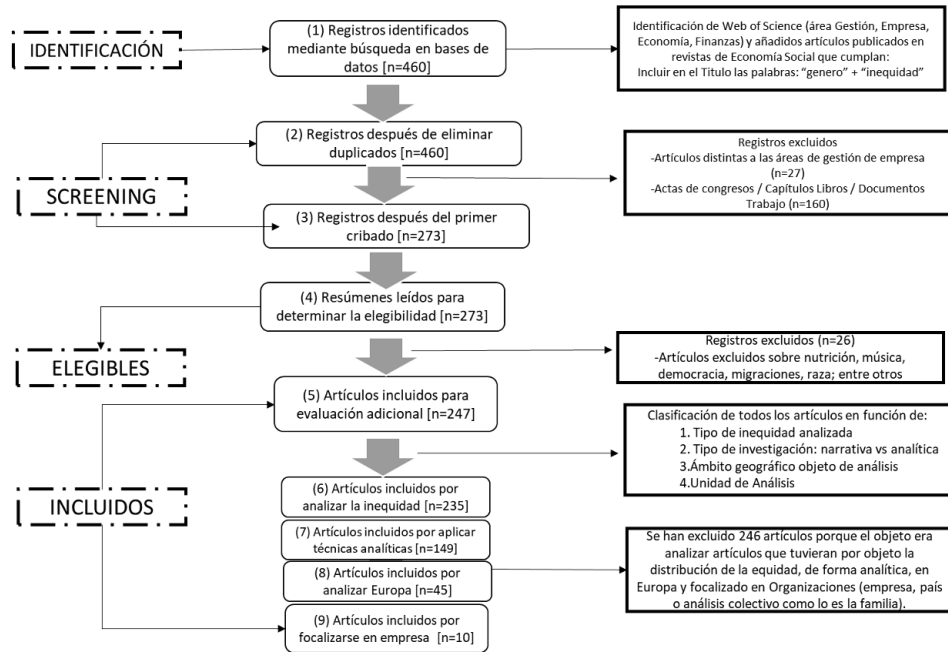
## Anexo 1

Esta metodología permite detallar con precisión el análisis de referencias publicadas, garantizando su consideración y la replicabilidad del proceso. Esto facilita alinearse con estudios previos y avanzar científicamente con mayor agilidad.

El estudio se centra en la gestión empresarial desde una perspectiva de género, abordando inequidades como: desigualdad en acceso a oportunidades educativas y profesionales, brecha salarial, roles de género y estereotipos, y limitada participación en la toma de decisiones. Estas barreras generan discriminación y afectan la equidad en diversos ámbitos.

La revisión se basa en artículos académicos recientes de Web of Science y Scopus, priorizando contribuciones de alto impacto académico, aunque este enfoque excluye otras fuentes relevantes. Bajo el marco PRISMA, se identificaron 500 artículos sobre género e inequidad en gestión empresarial. Tras filtrar 26 estudios fuera del alcance (lingüística, raza, migración, política), se analizan aquellos relevantes a la temática propuesta.

**Tabla Anexo 1. PRISMA proceso sistemático de la bibliografía sobre Género e Inequidad**



Fuente: Elaboración propia

## Anexo 2

El Movas-G desarrollado en formato excel para el Proyecto de Emakunde se encuentra accesible para su utilización en <https://www.geaccounting.org/investigacion-aplicada/>, se compone de 27 hojas con la siguiente estructura:

Nº	Título	Significado	Explicación
0	Índice	Índice	El índice es consiste en un gráfico que muestra la interrelación entre las diversas hojas de cálculos y las variables por ellas representadas.
1	Portada	Portada	
2	Ficha	Ficha	Introducción de datos: razón social, ejercicio, CIF y responsable. Información adicional sobre el sistema de cálculo.
3	Datos P y G	Datos de la cuenta de pérdidas y ganancias	Con la finalidad de realizar el análisis del valor social generado a través de mercado en esta hoja se introducen los datos de la cuenta de pérdidas y ganancias de la entidad.
4	Datos complementarios	Datos económicos complementarios	Para el cálculo del valor social de mercado se necesitan algunos datos complementarios que no aparecen en la cuenta de pérdidas y ganancias; son los referidos a: inversiones, proveedores (explotación e inversión), y en este caso (excepcional) de clientes/as.
5	Datos género	Datos específicos de género	Se introducen los datos relacionados con la distribución de género de la plantilla y con la distribución de la masa salarial.
6	EVA generación VAB	Estado de valor añadido. Generación de valor añadido bruto	Es una hoja de resultado, donde con base en la metodología desarrollada por AECA se calcula de forma automática el Valor Agregado generado por la entidad a través de su actividad de mercado y el valor neto distribuible.
7	EVA aplicación del VAB	Estado de valor añadido. Aplicación (distribución) del valor añadido bruto	Es una hoja de resultado, donde con base a una adaptación de la misma metodología se calcula el valor distribuido a inversores/as, trabajadores/as y administración pública; así como el valor retenido por la propia organización.
8	Financiación	Financiación	Se desglosa los ingresos de la entidad en sus diversas formas: facturación, pública, privada, otros. A fin de servir de denominador a las ratios de eficiencia.
9	VES-D	Valor económico social directo	Página de resultado. Calcula el valor social de mercado generado por la entidad para el conjunto de la sociedad y el aportado a la administración pública.
10	VES IP	Valor económico social indirecto a proveedores	Página mixta: introduce datos de distribución de valor agregado por proveedores (incluido por sexo) y muestra valor social movilizado y su distribución por sexo.
11	VES IP (I)	Valor económico social indirecto a proveedores de inversión	Página similar a la anterior pero referida a los proveedores de explotación

Nº	Título	Significado	Explicación
12	VES IC	Valor económico social indirecto a clientes/as	Página similar a las anteriores pero relativas a los/as clientes/as (intermedios). Esta página sólo se incorpora en los casos en los que las empresas o entidades estén transfiriendo valor de mercado a los/as clientes/as (por encima del precio).
13	GWEI	Gender wage equilibrium index	Hoja de devolución. Plasma el equilibrio de una entidad en relación a la distribución de la masa salarial por sexo. Análisis Sintético De Nivel A
14	A-A	Ahorro a la administración	Hoja de introducción de datos. Incorpora los posibles ahorros que la organización genera, de forma directa, para la administración. Lo utilizan muy pocas entidades.
15	VSE-F	Valor social específico	Hoja de entrada de datos. Incorpora el valor generado por una entidad para sus diversos stakeholders a través de variables de valor de no mercado. Incorpora datos sobre su distribución por sexo.
16	VS-EX	Valor social externalidades	Hoja de entrada. Incorpora externalidades positivas / negativas de la entidad.
17	V. EMOC	Valor emocional	Incluye datos emocionales (escala 1-5) de stakeholders sobre el valor recibido, desglosados por sexo para análisis de género.
18	V. INTEGRAL	Valor integral	Hoja de devolución del valor generado por la entidad, desglosado por mercado, no mercado y emocional; así como por los diferentes grupos de interés de la misma.
19	CA. GÉNERO (1)	Contabilidad analítica de género 1	Hoja de devolución de del valor generado por la entidad, desde la perspectiva de género. El desarrollo es vertical y supone un desglose de la hoja de Valor Integral.
20	CA GÉNERO (2)	Contabilidad analítica de género 2	Datos de la hoja anterior con un desglose horizontal que facilita la lectura.
21	RATIOS	Ratios	Ratios de eficiencia más significativas, tanto en relación al valor social en función de la financiación, como de la distribución del valor por sexo.
22	GRÁFICOS (1)	Gráficos 1	Gráficos que facilitan la comprensión de los datos generados.
23	GRÁFICOS (2)	Gráficos 2	Gráficos complementarios.
24	MVM1	Matriz de valor de mercado 1	Matriz de distribución del valor de mercado, significativa para las empresas mercantiles.
25	MVM2	Matriz de valor de mercado 2	Ratios y explicación relativos a la distribución de mercado.
26	INFORME	Informe	Informe tipo para favorecer la integración de la teoría con los resultados y facilitar la comunicación a las entidades.

