

La importancia del valor social y del valor económico en una empresa.

JUNIO 2025

El modelo SVS (Stakeholder Value Strategizer) responde a la demanda de incluir los aspectos sociales e institucionales en la gestión estratégica de las empresas y no únicamente en su desempeño económico. Es necesario desarrollar las actividades empresariales de forma responsable y sostenible, siendo necesario ampliar el foco de la gestión estratégica de las empresas y otras organizaciones hacia su desempeño social.

Los autores estructuran un modelo integrativo, que contempla la complejidad de la organización y su visión desde diversas perspectivas a través de un modelo denominado *Stakeholder Value Strategizer* (SVS - Modelo para la integración del valor social en la estrategia de las organizaciones), que está orientado a la puesta en práctica a través de un proceso integrador dividido en diferentes fases y que contiene propuestas de herramientas y elementos prácticos de soporte para facilitar la integración del valor social en la estrategia de toda organización que lo pretenda.

El libro trata así de una visión práctica y única sobre la forma en la que el Valor Social y el Valor Económico pueden integrarse de forma efectiva en la estrategia de la empresa y sobre un tema necesario para reflexionar y trabajar: su impacto en la sociedad.

NOVEDAD LIDERAZGO

ISBN: 9788410235748

Encuadernación: Rústica

Formato: 15,3 x 23 cm

Págs: 160

Papel: FSC

Categoría: B

Derechos: M

PVP: 18.13 € | 18.85 €

IBIC KJMB, KJC

Palabras clave: Estrategia, Valor social, Contabilidad social, Stakeholder Accounting



«La gestión de la estrategia constituye un desafío para cualquier equipo directivo. Como tal desafío, resulta apasionante, complejo y especialmente relevante para las empresas y para todo tipo de organizaciones. No en vano, su futuro está en juego. Tomar decisiones estratégicas requiere contemplar las múltiples relaciones entre los diferentes ámbitos de actividad de la empresa y su entorno, evaluar las conexiones entre los diferentes planos temporales –pasado, presente y futuro– y, normalmente, equilibrar los dictados de la razón y los de la intuición».

LOS AUTORES

Autores:

Alfonso Echanove es doctor en Economía de Empresa (UPV/EHU), máster en Marketing Internacional y Gestión de la Exportación (UPV/EHU) y licenciado en Derecho (Universidad de Deusto). Es director del área de Estrategia en LKS y profesor del área de Finanzas de la Deusto Business School. Ha participado en diversas publicaciones relacionadas con la integración del Valor Social en la Estrategia y ha sido reconocido con el Premio Bankinter a la investigación en métricas de valor social y en Ética y Empresa.

Jose Luis Retolaza es doctor en Ciencias Económicas, licenciado en Psicología y Filosofía, y cuenta con varios másters en el ámbito de las Finanzas. Es profesor de Economía en la Deusto Business School y director científico de GEAccounting. Ha liderado el desarrollo de la Contabilidad Social Monetaria y ha publicado diversos libros y artículos sobre esta materia.

Leire San-Jose es catedrática en el área de finanzas en la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y lidera el grupo de investigación denominado Ethics in Finance and Social Value (ECRI). Se ha especializado en la ética en finanzas, la generación de valor social, la eficiencia social en las entidades bancarias y las empresas zombies. Es autora de diversos libros y artículos publicados en revistas científicas internacionales. Es miembro vocal de GEAccounting, EBEN y AECA.

Redes sociales:

<https://es.linkedin.com/in/alfonso-echanove-9828516> · <https://es.linkedin.com/in/jose-lu%C3%ADs-retolaza-%C3%A1valos-61951b13>

<https://es.linkedin.com/in/leiresanjose>

Argumentos de venta y Plan de medios:

- Los gestores actualmente no solamente deben dar respuesta a aspectos económicos sino también sociales, por ello, para adoptar una visión integral de su rol y su aportación de valor en la Sociedad este libro es fundamental.
- Un modelo de medición y cuantificación en unidades monetarias del valor social generado en una empresa.
- Contiene herramientas ya probadas y otras novedosas para la gestión de diferentes fases de dicho ciclo.
- Nota de prensa, presentaciones y promoción en redes sociales.

Otros libros relacionados:

