# MONETIZACIÓN DEL VALOR SOCIAL: CONTABILIDAD SOCIAL

## ARTE: Action Research Training Experience

Clase 2

leire.sanjose@ehu.eus

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# JUSTIFICACIÓN: ¿POR QUÉ?

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

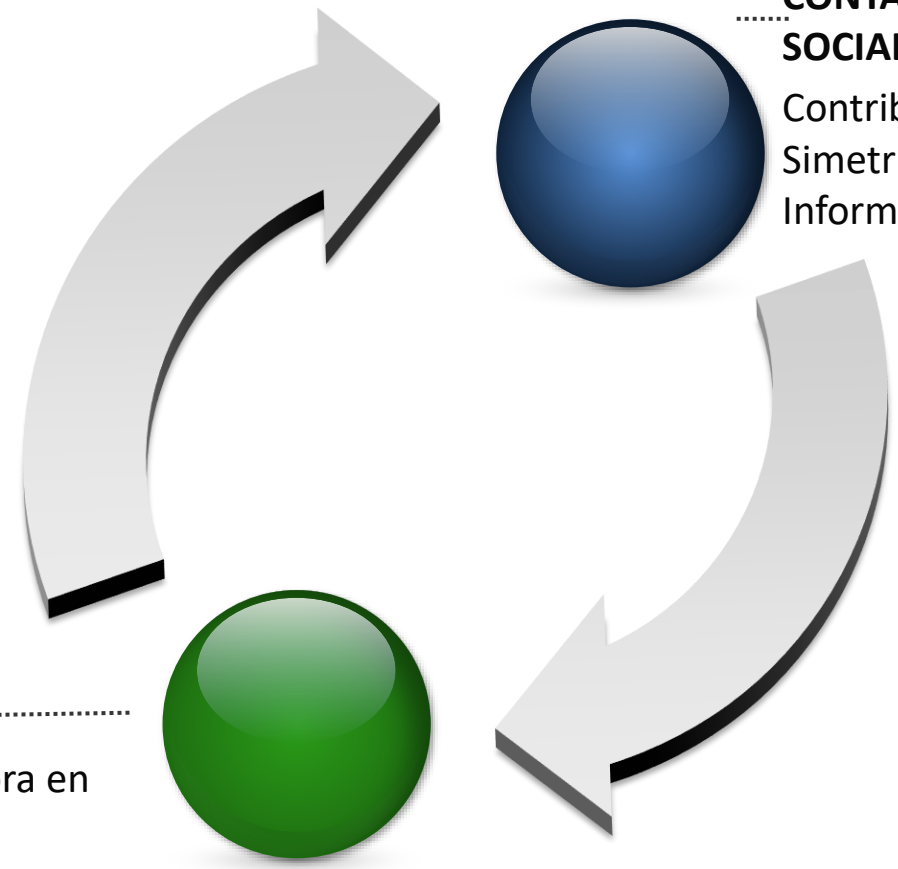
ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

lo esencial es invisible a los ojos

# CIRCULO VIRTUOSO ENTRE INFORMACIÓN Y ESTRATEGIA

"LA MAYORÍA DE LAS ORGANZIACIONES SE ACERCAN A LA CONTABILIDAD SOCIAL DESDE UNA PERSPECTIVA DE COMUNICACIÓN; EN EL MOMENTO QUE TIENEN INFORMACIÓN PASAN A PENSAR COMO MEJORAR LA CREACIÓN DE VALOR PARA EL CONJUNTO DE STAKEHOLDERS"



**CONTABILIDAD SOCIAL**

Contribuye a la Simetría de Información

**ESTRATEGIA**

Contribuye a la mejora en la generación y distribución de valor

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea | ECRI Ethics in Finance & Social Value | Deusto Business School Universidad de Deusto

# CONTENIDOS

***REVISIÓN CONCEPTOS Y DUDAS***

1. **STAKEHOLDERS. CONCEPTO**
2. **ELABORACIÓN DEL MAPA DE STAKEHOLDERS. IDENTIFICACIÓN Y PRINCIPIOS**
3. **EJEMPLOS**
4. **ELABORACIÓN DEL PANEL DE STAKEHOLDERS**
5. **ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA**
6. **CÓMO ESTRUCTURAR LA RECOGIDA INFORMACIÓN**

# CONTENIDOS

## *Antes de empezar…….*

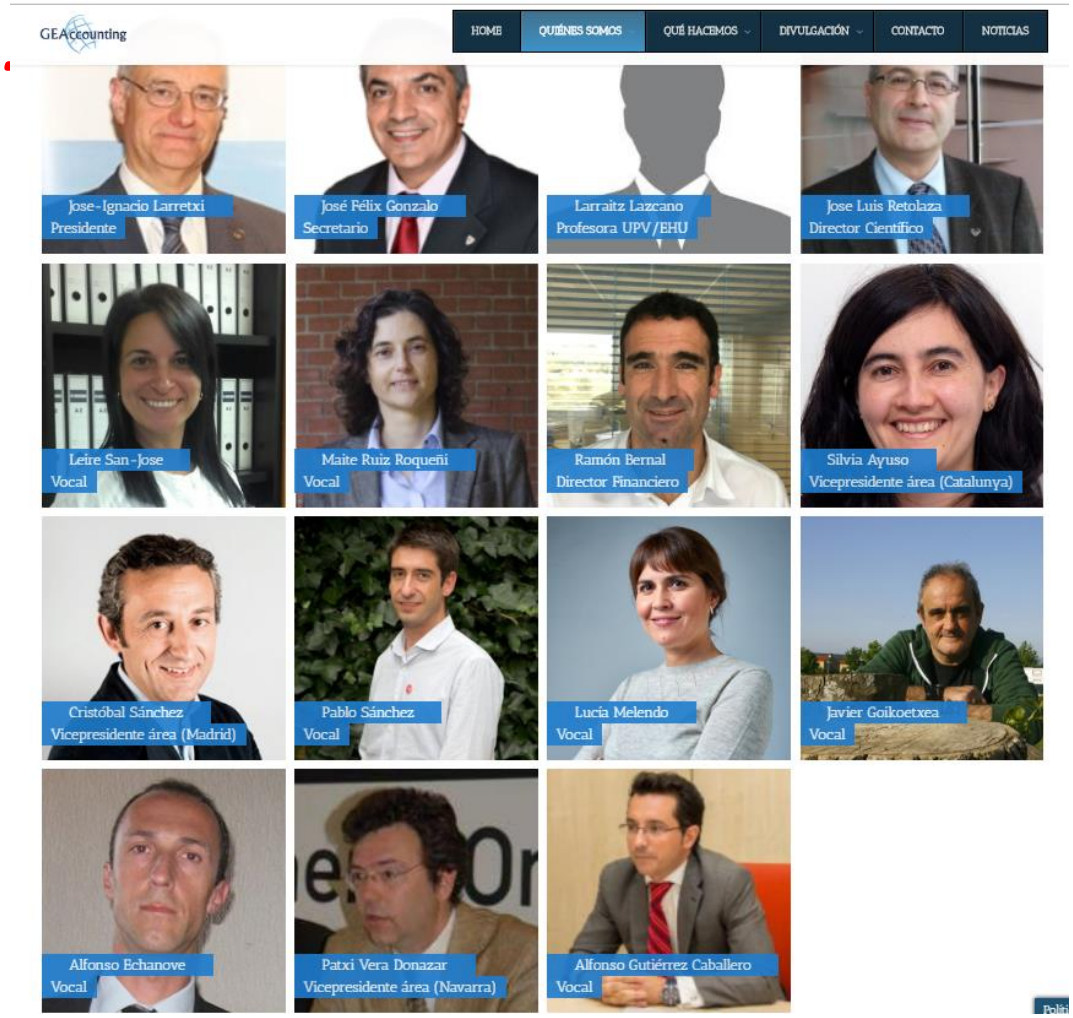
- ✓ GEAccounting

GEAccounting

# CONTENIDOS

## *Antes de empezar……*

www.geaccounting.org




GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea | ECRI Ethics in Finance & Social Value | Deusto Business School Universidad de Deusto

# CONTENIDOS

## *Antes de empezar…….*

**MOOC 6º edición:**

4 febrero 2020 al 9 marzo 20020

# La ONU premia un curso 'on line' y gratuito de la UPV/EHU

En él se aborda la preocupación de la sociedad en relación al valor social integral generado por las organizaciones

Viernes, 18 de Octubre de 2019 - Actualizado a las 06:01h

¡comenta! Twittear Me gusta 33 Compartir

*por el Campus de Leioa de la Universidad del País Vasco. (Oskar*

ehusfera Enpresa Institutua
Conocimiento en Gestión / Management knowledge

enpresa institutua
Instituto de Economía Aplicada a la Empresa

formación investigación transferencia a las empresas

Universidad del País Vasco

Reflexiones sobre la relevancia de China en las finanzas mundiales »

**Entradas recientes**

- La UPV/EHU, galardonada por las Naciones Unidas por un curso MOOC liderado por miembros del Instituto de Economía Aplicada a la Empresa que monetiza el valor social de las organizaciones
- Reflexiones sobre la relevancia de China en las finanzas mundiales
- Agustín Markaide, presidente de Eroski, ofrece su visión sobre la empresa ante un consumidor empoderado
- Inauguración Executive MBA, Máster Marketing y MBAe3
- Entrañable acto de inauguración y clausura del Postgrado en Gestión Patrimonial y Banca Privada (XII y XI respectivamente)

**Comentarios recientes**

- RAFAEL RENOVALES OLIVA en "Yo hice el MBA de la UPV/EHU". 30 años impulsando la carrera del personal directivo vasco
- felix lareki garmendia en Homenaje al compromiso de Maribel García, secretaria de los másteres de Sarriko (UPV/EHU)
- 'Alzola Basque Water: resucitar del concurso de

## La UPV/EHU, galardonada por las Naciones Unidas por un curso MOOC liderado por miembros del Instituto de Economía Aplicada a la Empresa que monetiza el valor social de las organizaciones

Like You like this.

¿Es importante conocer qué actividades realizan las organizaciones más allá de lo recogido por la contabilidad económico-financiera? ¿Es necesario? Y… ¿es posible?

Miembros del IEAE hacen posible todo ello, y desarrollan una contabilidad social para la monetización del valor social generado por las organizaciones (*). El curso titulado 'Monetización del Valor Social Integral Generado por las Organizaciones' ha sido galardonado por ser un MOOC que contribuye al logro de los Objetivos de Desarrollo Sostenible.

Investigadores del Instituto y del grupo de investigación ECRI (www.ehu.eus/ecri), liderado por Leire San-Jose, miembro del Instituto, llevan ya casi diez años mejorando la contabilidad social que permite realizar informes no financieros en los que se logra no solo cuantificar, sino también monetizar, cuál es el valor social generado por una organización. En esta línea han impulsado que más de un centenar de organizaciones pueden realizar la monetización de su valor social.

Gracias a esa monetización, se permite determinar cuánto se ha aportado a cada uno de los objetivos de desarrollo sostenible (ODS) (https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/), al menos, si ha sido objeto de actividades y actuaciones en la organización y estás han sido valoradas por los stakeholders y contabilizadas por la organización. Para que esto sea posible, por un lado, se tienen en cuenta las partidas sociales de la contabilidad económico financiera; el valor de mercado, pero, por otro lado, se tienen en cuenta todas aquellas actuaciones realizadas y valoradas por los stakeholders (gracias a un diálogo previo), el valor de no mercado. Asimismo, se ha logrado monetizar el valor emocional de las organizaciones siempre que se logre determinar en nivel de satisfacción e importancia que tiene para cada stakeholder el valor emocional sobre el valor generado por la organización.

Esta contabilidad social se fundamenta, en primer lugar, en la teoría de stakeholder, la organización genera valor para todo los grupos de interés y no

UPV/EHU sobre la monetización del valor
rganizaciones fue galardonado por la ONU
OOC 2019 de desarrollo sostenible, que se
cos que se imparten *on line* y en abierto.

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# CONTENIDOS

## *Antes de empezar…….*

- ✓ ¿Qué habéis aprendido en la primera Sesión?
- ✓ ¿Qué conceptos os suscitan dudas?
- ✓ ¿Qué aspectos están claros?
- ✓ ….

## Antes de empezar…….

| HEMOS APRENDIDO | NOS HA SORPRENDIDO (CONCEPTOS A RECORDAR) | DUDAS |
|---|---|---|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

# PRINCIPIOS DE LA CONTABILIDAD SOCIAL

1

## SISTEMATICA

UNIFORME Y CONTINUADA A LO LARGO DEL TIEMPO

2

## UNIVERSAL

PARA TODO TIPO DE ORGANIZACIONES: AAPP; ONGs; EMPRESAS

3

## INTEGRAL

CONSOLIDA EL VALOR GENERADO A TRAVÉS DEL MERCADO, Y EL VALOR DE NO MERCADO [SOCIAL ESPECÍFICO]

4

## INTERSECTORIAL

COMPARABLE ENTRE ORGANIZACIONES DE DIFERENTES SECTORES

5

## FIABLE

ESTANDARIFICACION DE PROXYS POR PARTE DE LA COMUNIDAD DE USUARIOS, EN EL MARCO DE LA LÓGICA BORROSA [RANGOS DE VALOR]

6

## PERSPECTIVA MULTISTAKEHOLDER

ORIENTADA AL CONJUNTO DE STAKEHOLDERS

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea | ECRI Ethics in Finance & Social Value | Deusto Business School Universidad de Deusto

# 4 INTEGRALIDAD

## VALOR DE MERCADO

EL VALOR TRANSFERIDO COMO CONTRAPARTIDA DE UN PRECIO REAL DE MERCADO.

RECOGIDO EN CONTABILIDAD

## VALOR DE NO MERCADO

VALOR TRANSFERIDO SIN CONTRAPARTIDA DE PRECIO REAL DE MERCADO.

NO SE RECOGE DE FORMA MONETARIA

GEAccounting

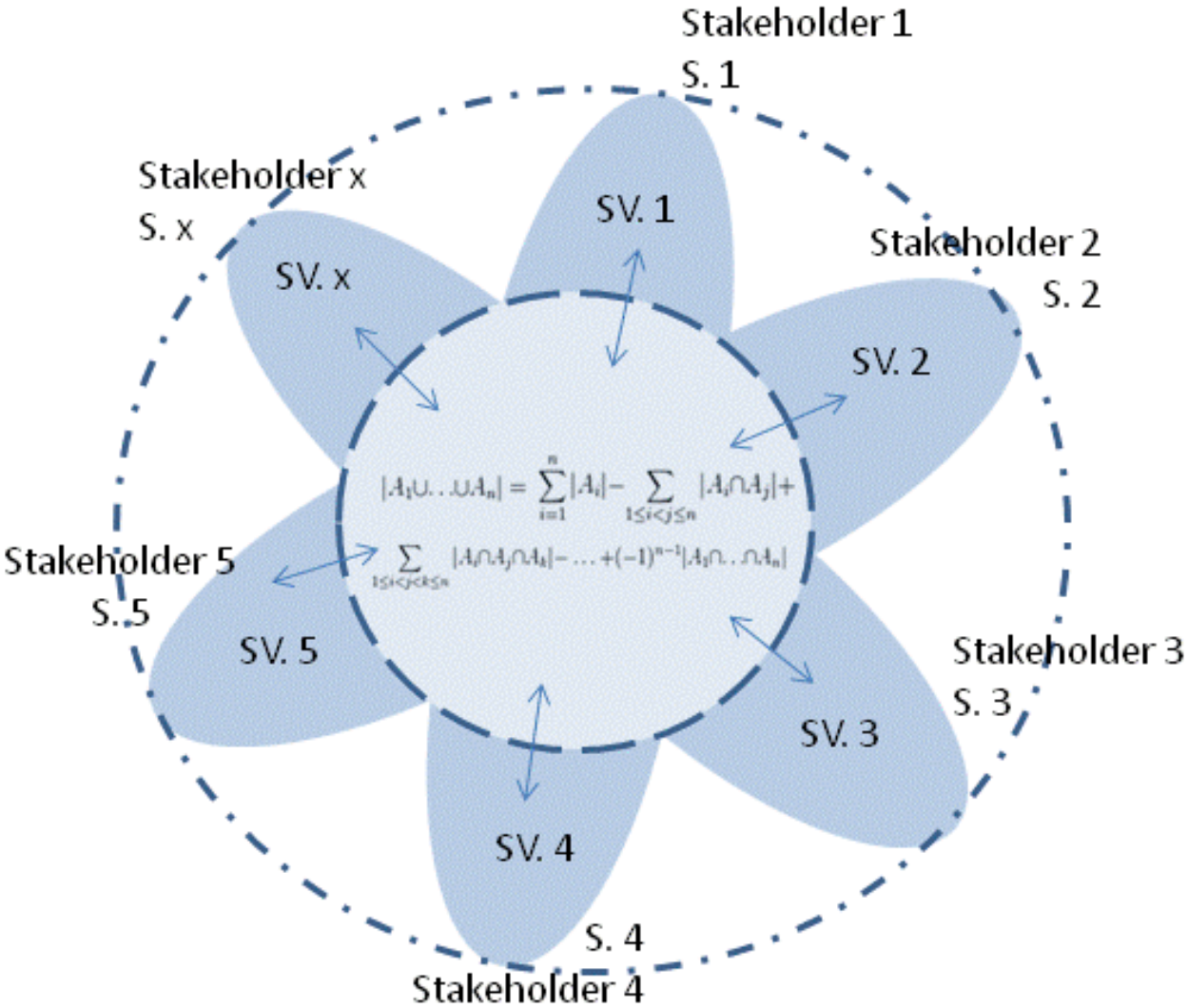
Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea | ECRI Ethics in Finance & Social Value | Deusto Business School Universidad de Deusto

# PRESUPUESTOS:

1. ACTION RESEARCH
2. TEORÍA DE STAKEHOLDER
3. PERSPECTIVA FENOMENOLÓGICA
4. VALOR RAZONABLE

# PERSPECTIVA FENOMENOLÓGICA
# PERCEPCIÓN DE LOS STAKEHOLDERS

# Polyhedral Model of Social Value Analysis




GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

## METODOLOGÍA ANALÍTICO - SINTÉTICA

| MOMENTO ANALÍTICO | | | | MOMENTO SINTÉTICO |
|---|---|---|---|---|
| FASE 1 | FASE 2 | FASE 3 | FASE 4 | FASE 5 |
| FIJACIÓN DEL EQUIPO Y EL CRONOGRAMA | IDENTIFICACIÓN DE LOS GRUPOS DE INTERÉS | IDENTIFICACIÓN DE LAS VARIABLES DE VALOR | MONETIZACIÓN DE LOS OUTPUTS | CÁLCULO Y VISUALIZACIÓN DEL VALOR CONSOLIDADO |
| **TEORÍAS SUBYACENTES** | | | | |
| ACTION RESEARCH | TEORÍA DE STAKEHOLDER | PERSPECTIVA FENOMENOLÓGICA | VALOR RAZONABLE | CONSOLIDACIÓN CONTABLE |
| **PROCESO DE METODOLÓGICO** | | | | |
| 1.1 Identificación objetivos<br>1.2 Fijación del Equipo<br>1.3 Aprobación del cronograma<br>1.4 Formación metodológica | 1.1 Análisis documental.<br>1.2 Reuniones de trabajo con equipo de dirección.<br>1.3 Contraste con estándares globales<br>1.4 Identificación interlocutores (Stk.) | 2.1 Realización de entrevistas en profundidad / cuestionarios<br>2.3 Identificación de Variables de Valor percibidas<br>2.4 Redefinir las Variables de Valor orientándolas a Indicadores | 3.1 Identificación de outputs.<br>3.2 Selección de Proxys.<br>3.3 Generación de algoritmos<br>3.3. Monetización de los outputs. | 4.1. Cuantificación de los valores particulares.<br>4.2. Cuantificación del valor Compartido (Shared Value)<br>4.3 Cuantificación Valor Consolidado |
| **ENTREGABLES** | | | | |
| E.1. CRONOGRAMA | E.2. MAPA DE STAKEHOLDERS | E.3. MATRIZ DE VARIABLES DE VALOR | E.4. TABLA DE VALORACIÓN | E.5. GRÁFICOS DE VALOR |

clase1 **clase2** clase4 clase5 clase7

Clase3: Excel: contabilidad Clase6: valor Emocional

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea — ECRI Ethics in Finance & Social Value — Deusto Business School Universidad de Deusto

# CONTENIDOS

*REVISIÓN CONCEPTOS Y DUDAS*

1. **STAKEHOLDERS. CONCEPTO**
2. **ELABORACIÓN DEL MAPA DE STAKEHOLDERS. IDENTIFICACIÓN Y PRINCIPIOS**
3. **EJEMPLOS**
4. **ELABORACIÓN DEL PANEL DE STAKEHOLDERS**
5. **ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA**
6. **CÓMO ESTRUCTURAR LA RECOGIDA INFORMACIÓN**

# 1. STAKEHOLDERS . CONCEPTO

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# TEORIA DE STAKEHOLDERS

REVISTA sobre artículos en castellano de Teoria Stakeholders:
http://www.aurkilan.org/

**El término inglés *stakeholder* ("interesado") se registró por primera vez en 1708 con el significado de "persona que recibe recompensas"; la definición actual es "persona con interés o incumbencia en algo" (Bisset, comunicación personal, 1981).**

**Freeman (1984, p. vi) define al interesado como "todo grupo o individuo que puede afectar — o es afectado por — la consecución de los objetivos de una corporación".**

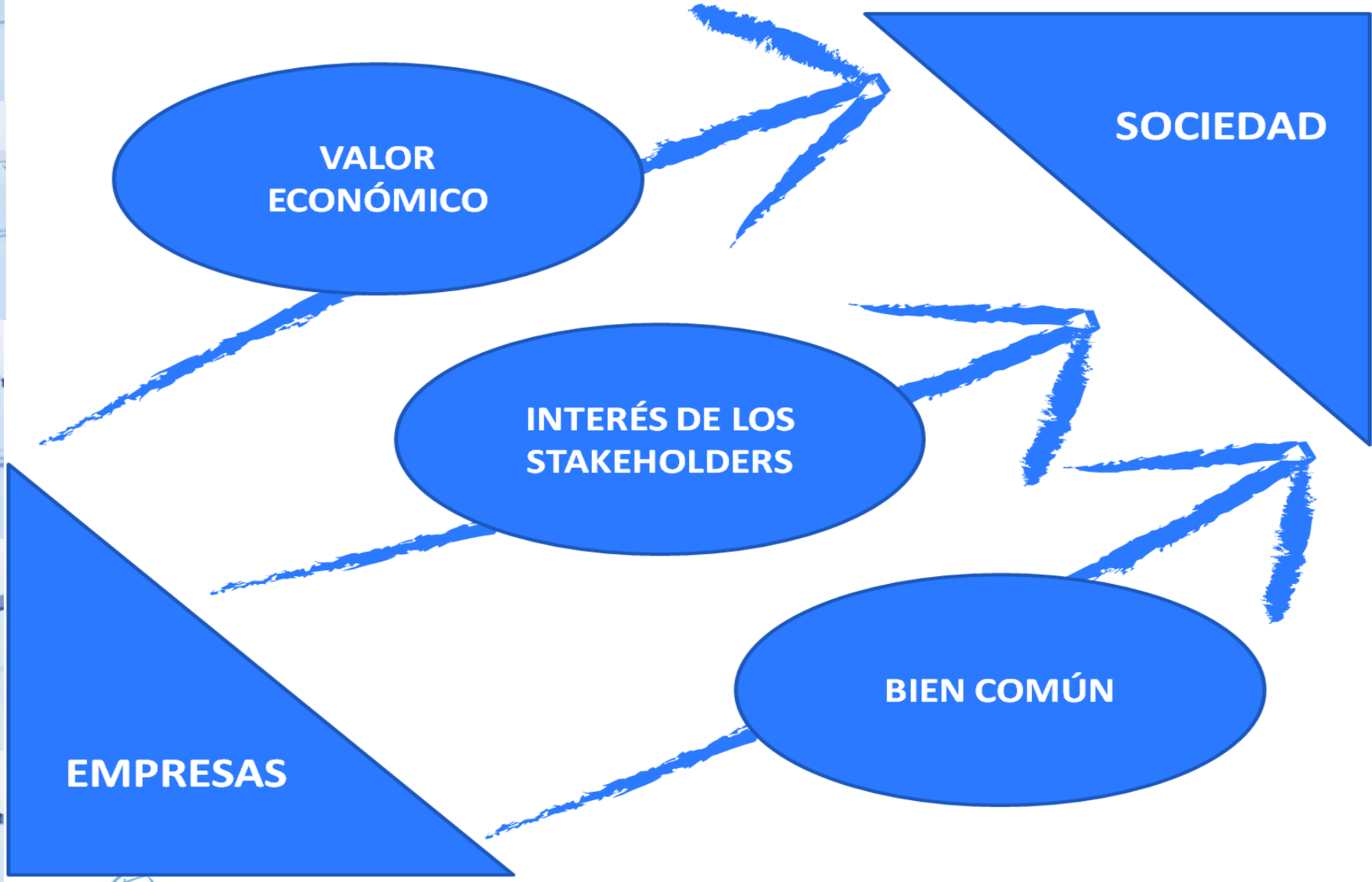
**Ed Freeman:**
**http://www.youtube.com/watch?v=bIRUaLcvPe8&feature=related**

# TEORIA DE STAKEHOLDERS

**PARA LA CONTABILIDAD SOCIAL EL STAKEHOLDERS**

*"aquel a quien le estoy* ***GENERANDO VALOR****, sea este valor contabilizado (por ejemplo proveedores) o se este valor materializado en actividades fuera del valor principal (salario-trabajador pero curso gratis) o sea exclusivamente valor de no mercado o incluso valor emocional (me hace sentir bien tener un museo cerca)"*

**NO ES A QUIEN LE QUIERO GENERAR VALOR, SINO A QUIEN LE HE GENERADO VALOR**




GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

Desarrollada por Freeman (1984)

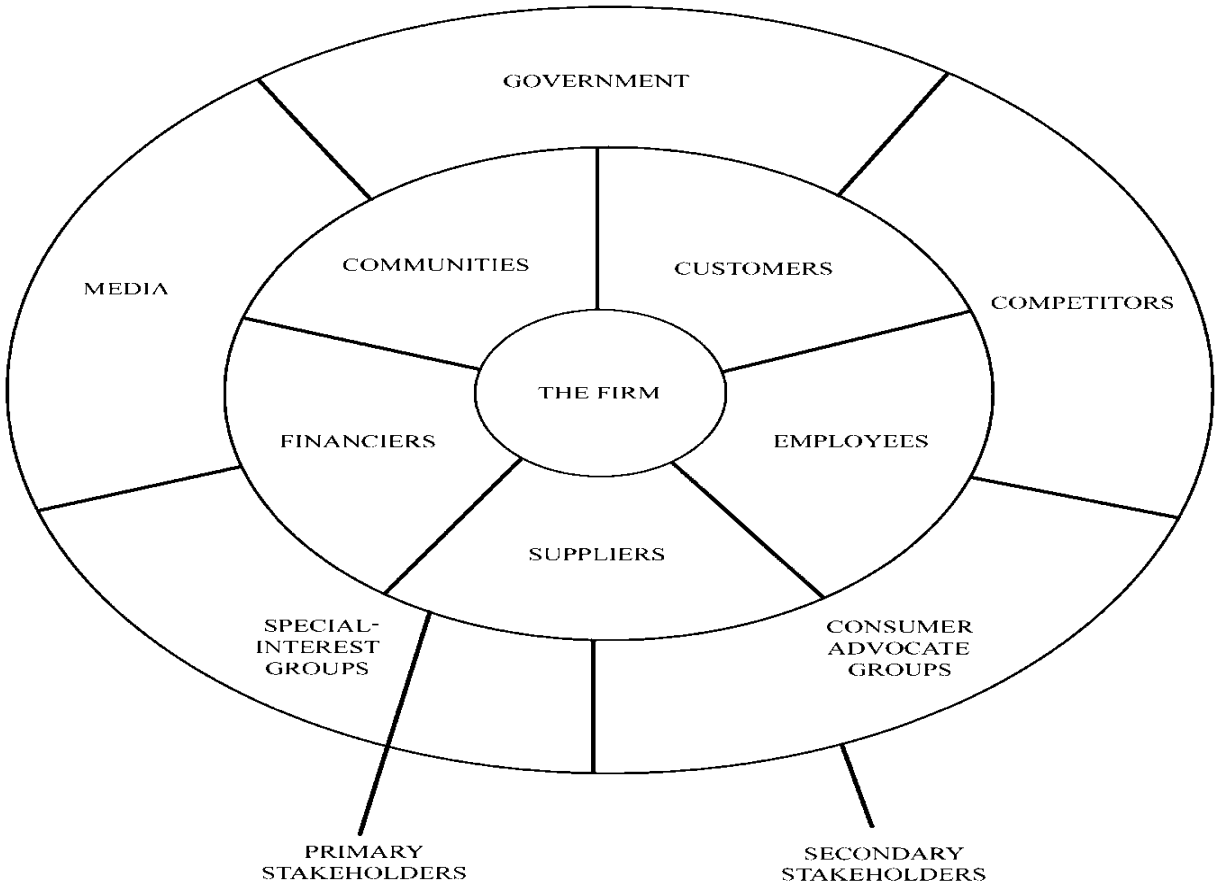
Considera que una empresa está formada por un conjunto de stakeholders, tales como: accionistas, trabajadores, financiadores, proveedores, clientes, Administración, y sociedad en general.

La empresa es el resultado (Cultura) de la relación de todos los stakeholders a lo largo del tiempo.

Puesto que todos los grupos forman la empresa y a todos ellos afecta su actividad, la obligación del equipo directivo es satisfacer los intereses de todos ellos de la mejor forma posible.

Debido a que los intereses son divergentes, y en algunos casos contrapuestos, la dirección de la empresa deberá intentar satisfacerlos de forma equilibrada, sin priorizar un grupo respecto a otro de forma continuada a lo largo del tiempo.

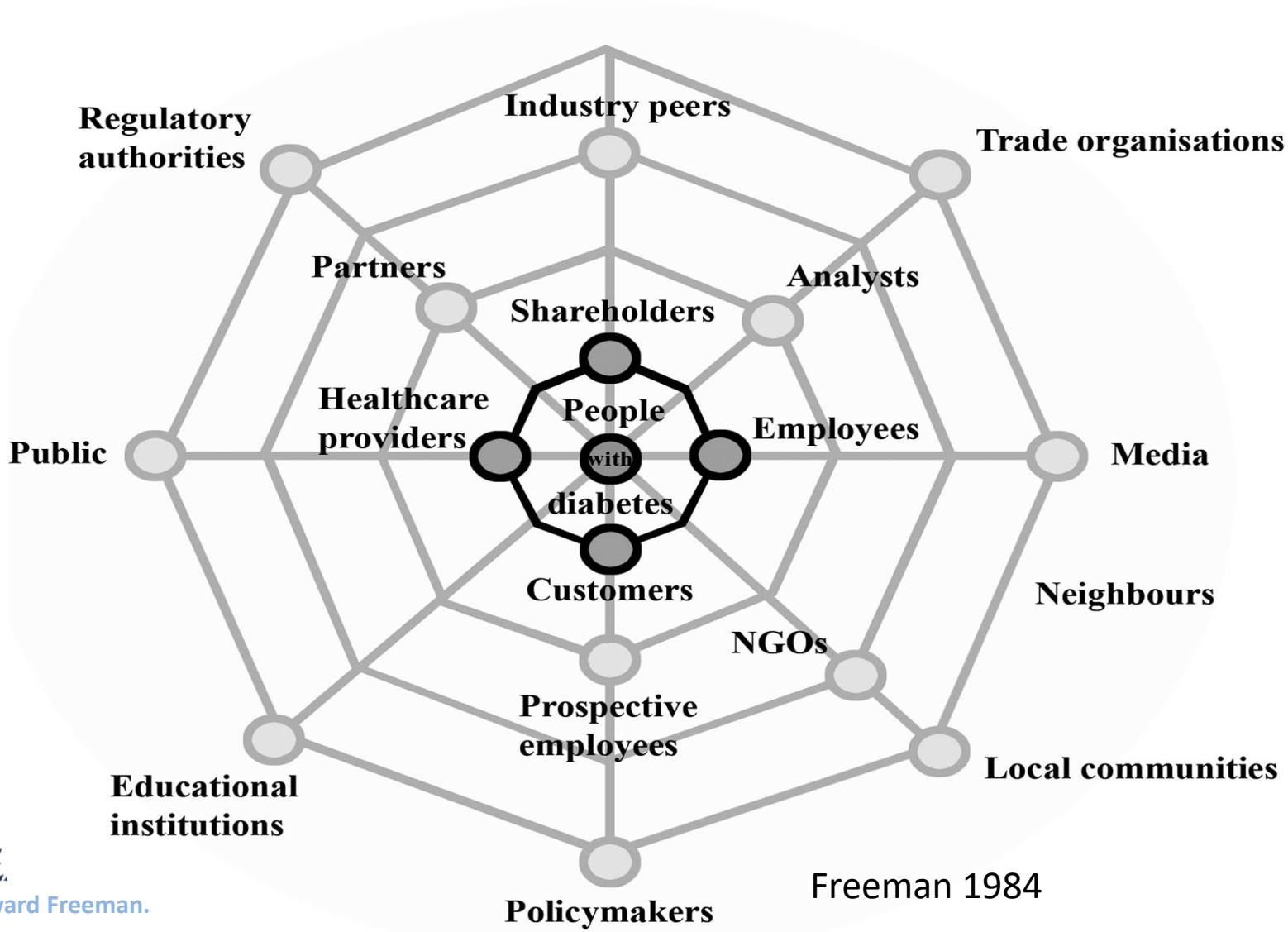
# A Simple Picture




Freeman 1984

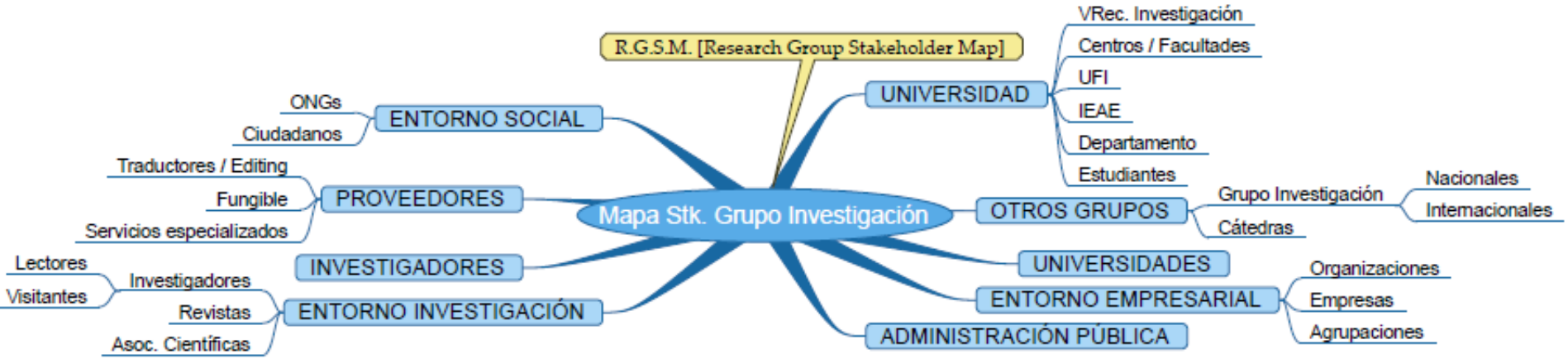
(c) 2010, R. Edward Freeman.

# Stakeholders at Novo Nordisk




Freeman 1984

(c) 2010, R. Edward Freeman.



GEAccounting

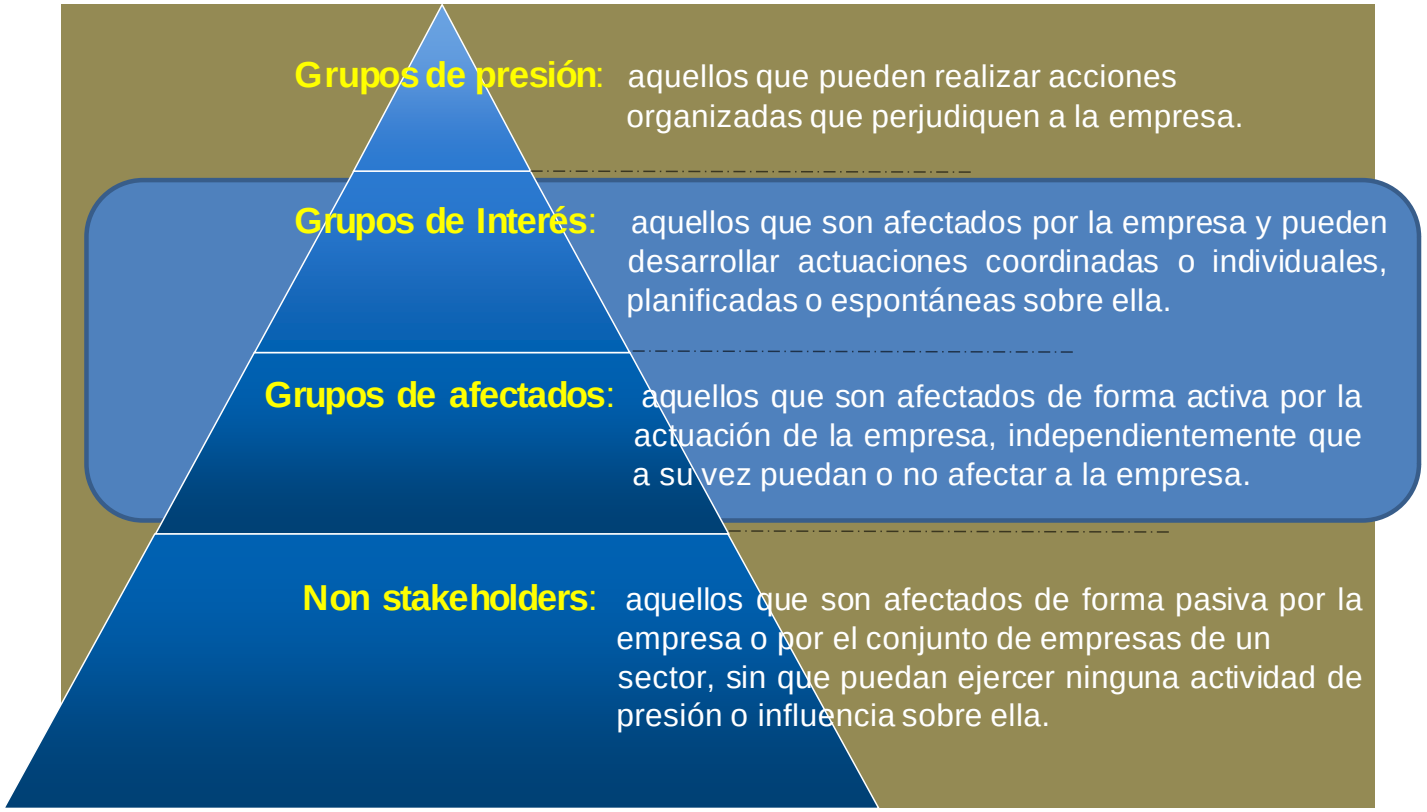
(c) 2014 ECRI Research Group

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# ¿QUÉ STAKEHOLDERS?:




La metodología se centra en dos tipos de stakeholders: los grupos de interés [+] y los grupos afectados [-].

# *CONTENIDOS*

*REVISIÓN CONCEPTOS Y DUDAS*

1. STAKEHOLDERS. CONCEPTO
2. ELABORACIÓN DEL MAPA DE STAKEHOLDERS. IDENTIFICACIÓN Y PRINCIPIOS
3. EJEMPLOS
4. ELABORACIÓN DEL PANEL DE STAKEHOLDERS
5. ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA
6. CÓMO ESTRUCTURAR LA RECOGIDA INFORMACIÓN

# 2. ELABORACIÓN DEL MAPA DE STAKEHOLDERS

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

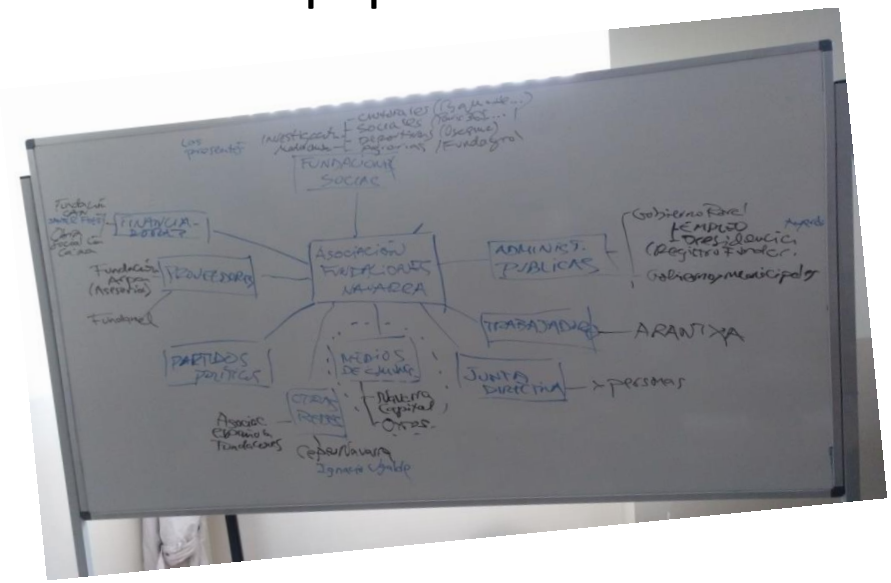
Deusto Business School Universidad de Deusto

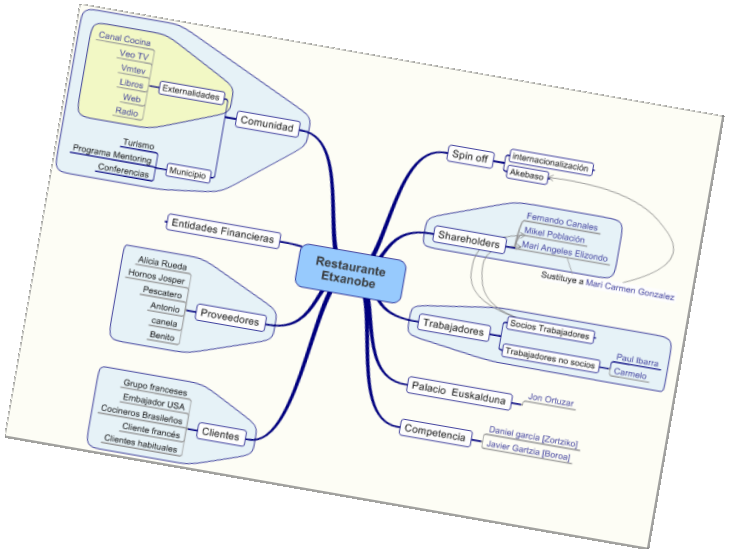
**Objetivo**: Identificar los stakeholders de la organización

**A cerrar en detalle antes de la siguiente Sesión**

| **STAKEHOLDERS** (Categorías) | **ORGANIZACIONES O ENTIDADES** | **PERSONAS DE CONTACTO** |
|---|---|---|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

# **En qué formato**: Utilización de los soportes que cada equipo desee




| **STAKEHOLDERS** (Categorías) | **ORGANIZACIONES O ENTIDADES** | **PERSONAS DE CONTACTO** |
|---|---|---|
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |
| | | |

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# ¿QUÉ STAKEHOLDERS?:

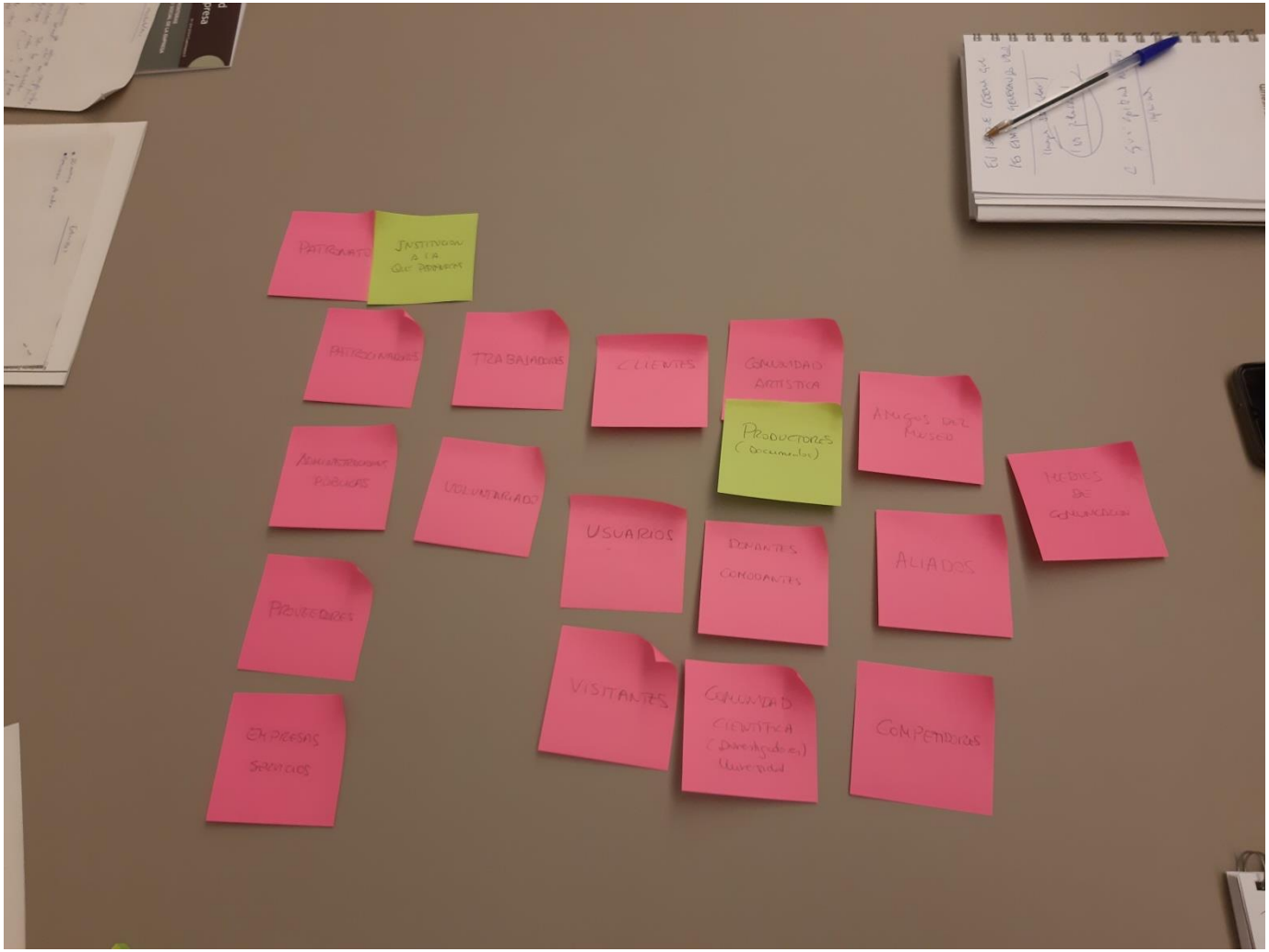
GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# ¿QUÉ STAKEHOLDERS?:



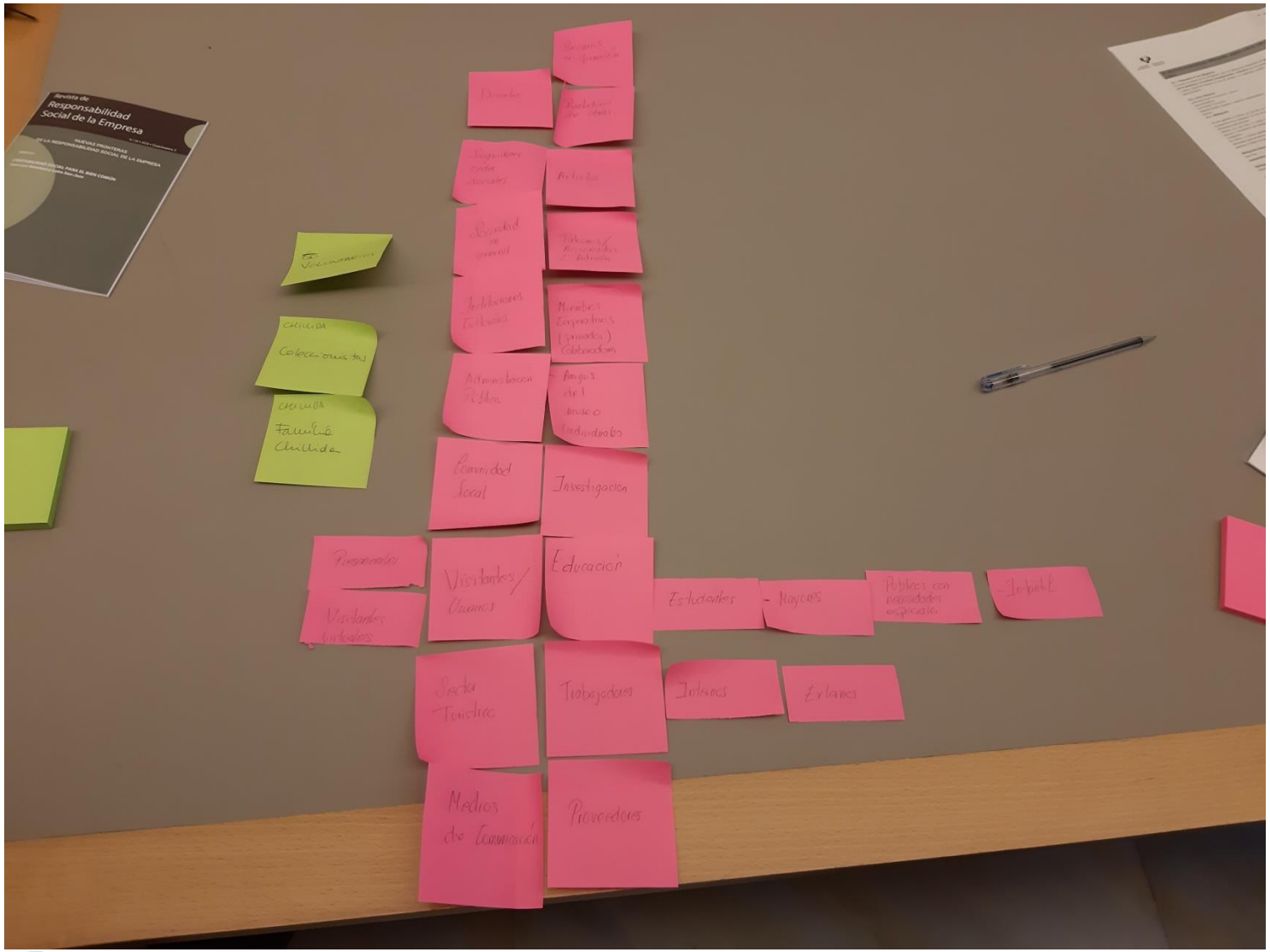

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# ¿QUÉ STAKEHOLDERS?:




GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# PRINCIPIOS PARA REALIZAR MAPA STAKEHOLDERS

## 1 CONDICIÓN DE GENERACIÓN VALOR

INCLUIMOS STAKEHOLDERS A LOS QUE GENERAMOS VALOR

## 2 NO SELECCIÓN

TODOS LOS STAKEHOLDERS O TIPOS DE STAKEHOLDERS SON POTENCIALES RECEPTORES DE VALOR

## 3 AGRUPACIÓN

DEBEN SER AGRUPADOS EN LA MEDIDA QUE LES GENEREMOS UN VALOR SOCIAL SIMILAR

## 4 PARETO

MÁS NO ES MÁS: UN 20% DE LOS STAKEHOLDERS SERÁ A QUIEN LES GENEREMOS EL 80% DEL VALOR. ASEGUREMONOS QUE ESTEN.

## 5 NUMERO FINITO-MANEJABLE

LA INFINITA SEGREGACIÓN DE STAKEHOLDERS NO NOS PERMITIRÁ SEGUIR EL PROCESO

## 6 CAMBIO CONTINUO

EL MAPA STAKEHOLDER DE GENERACIÓN VALOR ESTÁ EN PERPETUO MOVIMIENTO. SIEMPRE ESTÁ ACTIVADO

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea | ECRI Ethics in Finance & Social Value | Deusto Business School Universidad de Deusto

# Algunas preguntas de apoyo

- ✓ ¿Quiénes son las personas o entidades para las que la organización **genera valor**?
- ✓ Más allá de los destinatarios últimos del valor generado (clientes finales, usuarios…) ¿para qué **otras organizaciones** se genera valor?
- ✓ ¿Hemos identificado stakeholders **internos**? ¿Y stakeholders **externos**?
- ✓ Si pensamos en nuestro sector de actividad, ¿en qué **agentes del sector** generamos algún impacto?
- ✓ ¿Y si pensamos en el entorno socioempresarial en el que nos movemos…?
- ✓ ¿Y en el entorno **institucional**?
- ✓ ….

# CONTENIDOS

*REVISIÓN CONCEPTOS Y DUDAS*

1. STAKEHOLDERS. CONCEPTO
2. ELABORACIÓN DEL MAPA DE STAKEHOLDERS. IDENTIFICACIÓN Y PRINCIPIOS
3. EJEMPLOS
4. ELABORACIÓN DEL PANEL DE STAKEHOLDERS
5. ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA
6. CÓMO ESTRUCTURAR LA RECOGIDA INFORMACIÓN

# 3. EJEMPLOS

GEAccounting

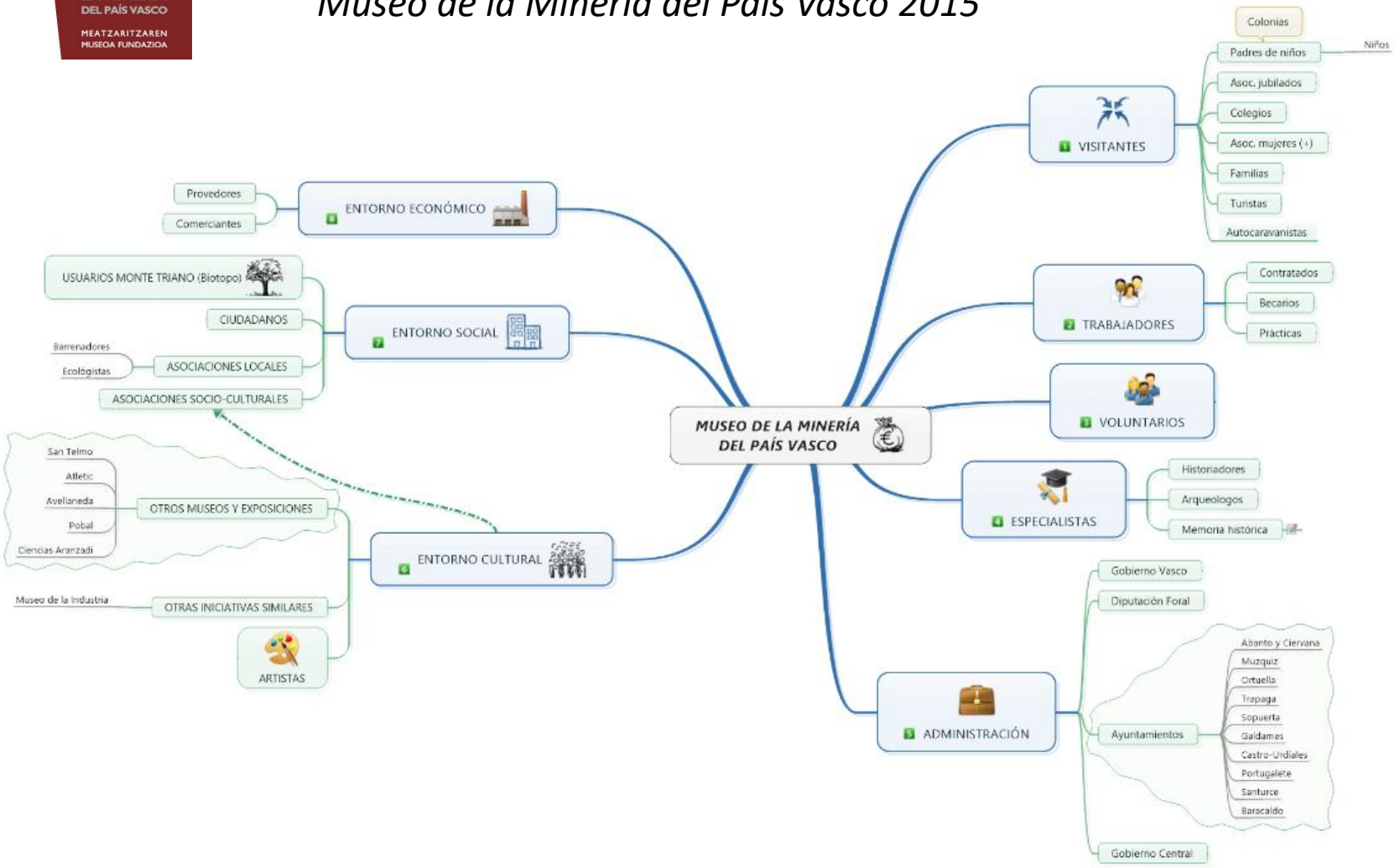
Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

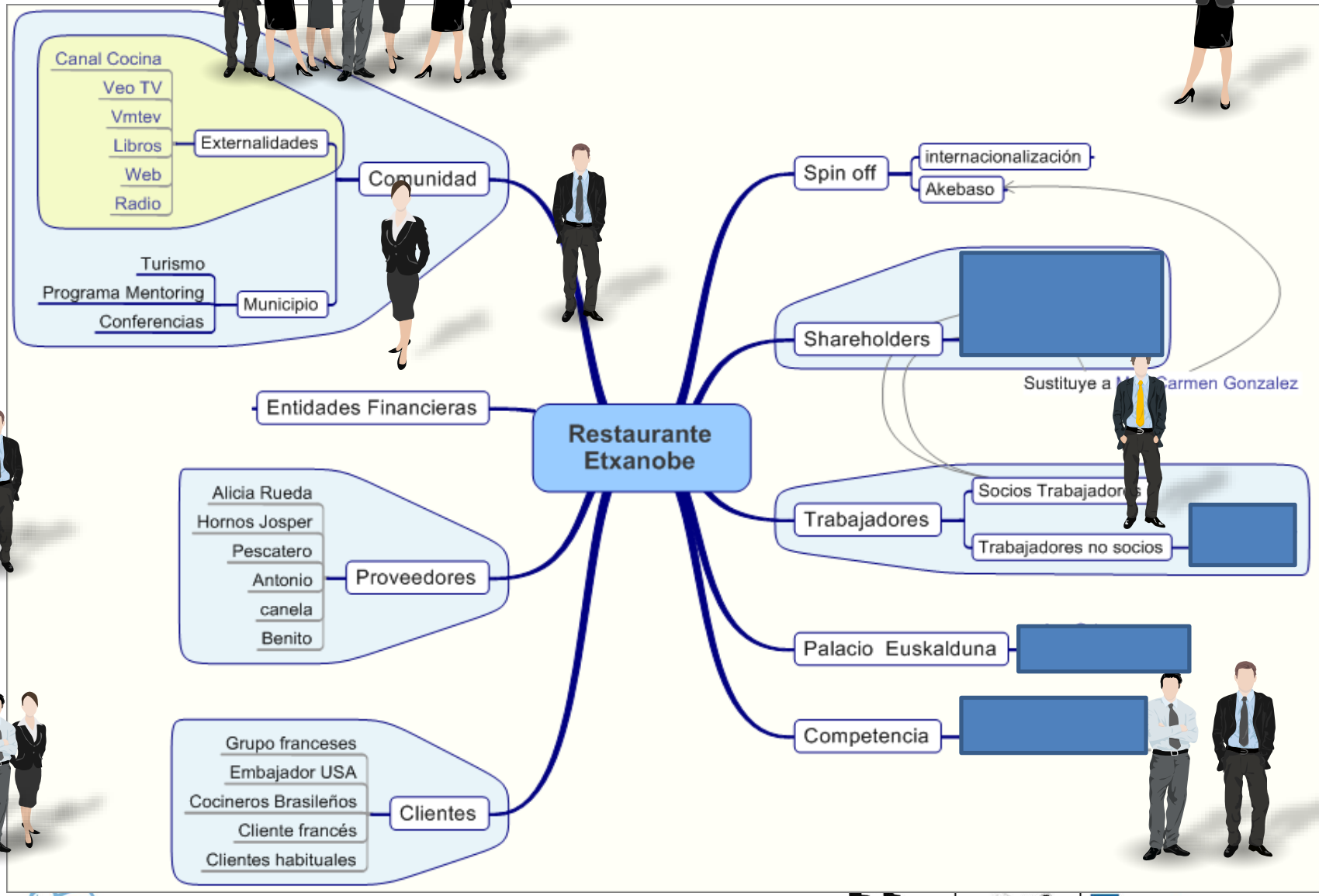
Deusto Business School Universidad de Deusto

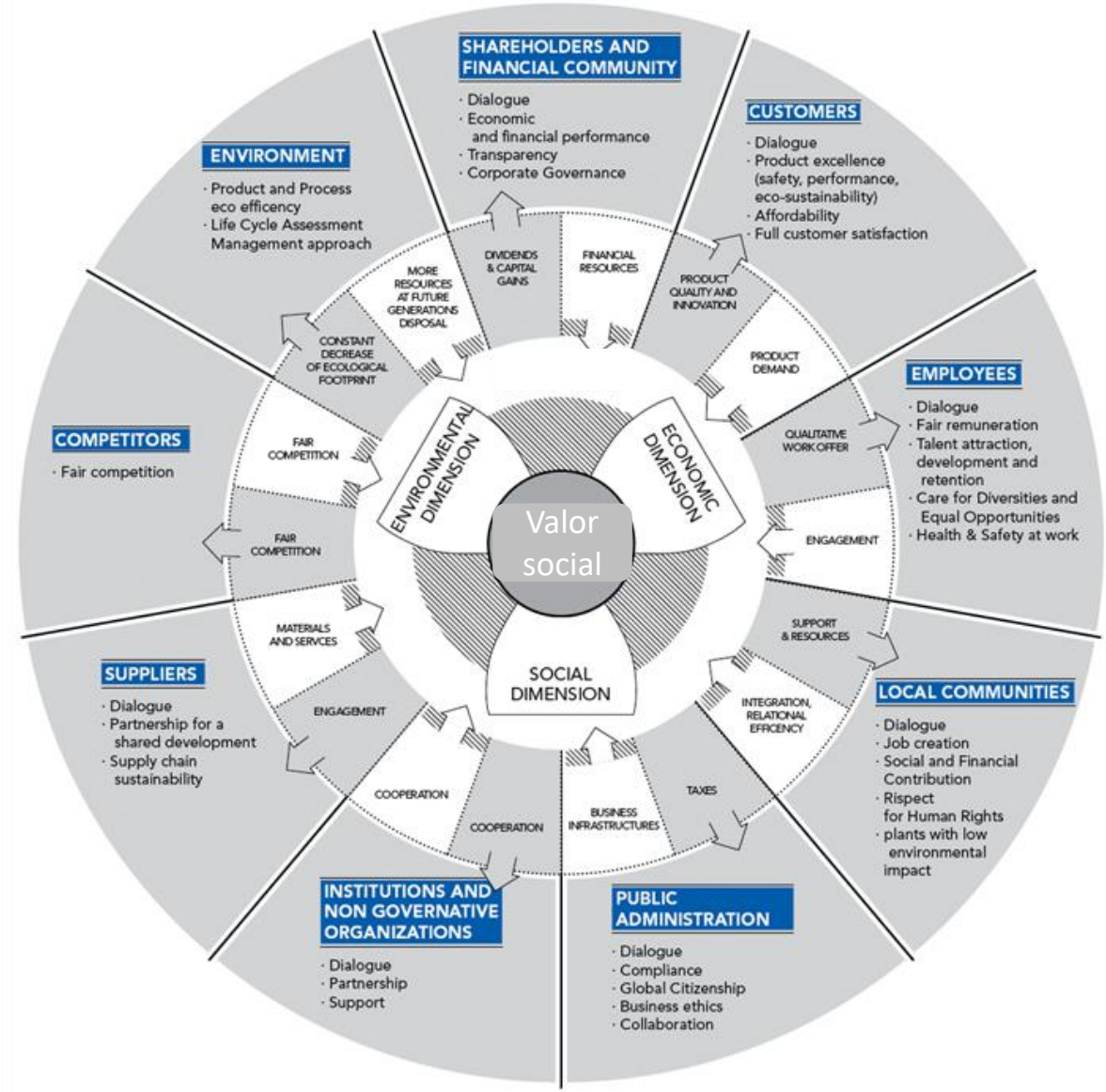
# MAPA DE STAKEHOLDERS

*Museo de la Minería del País Vasco 2015*



# MAPA DE STAKEHOLDERS

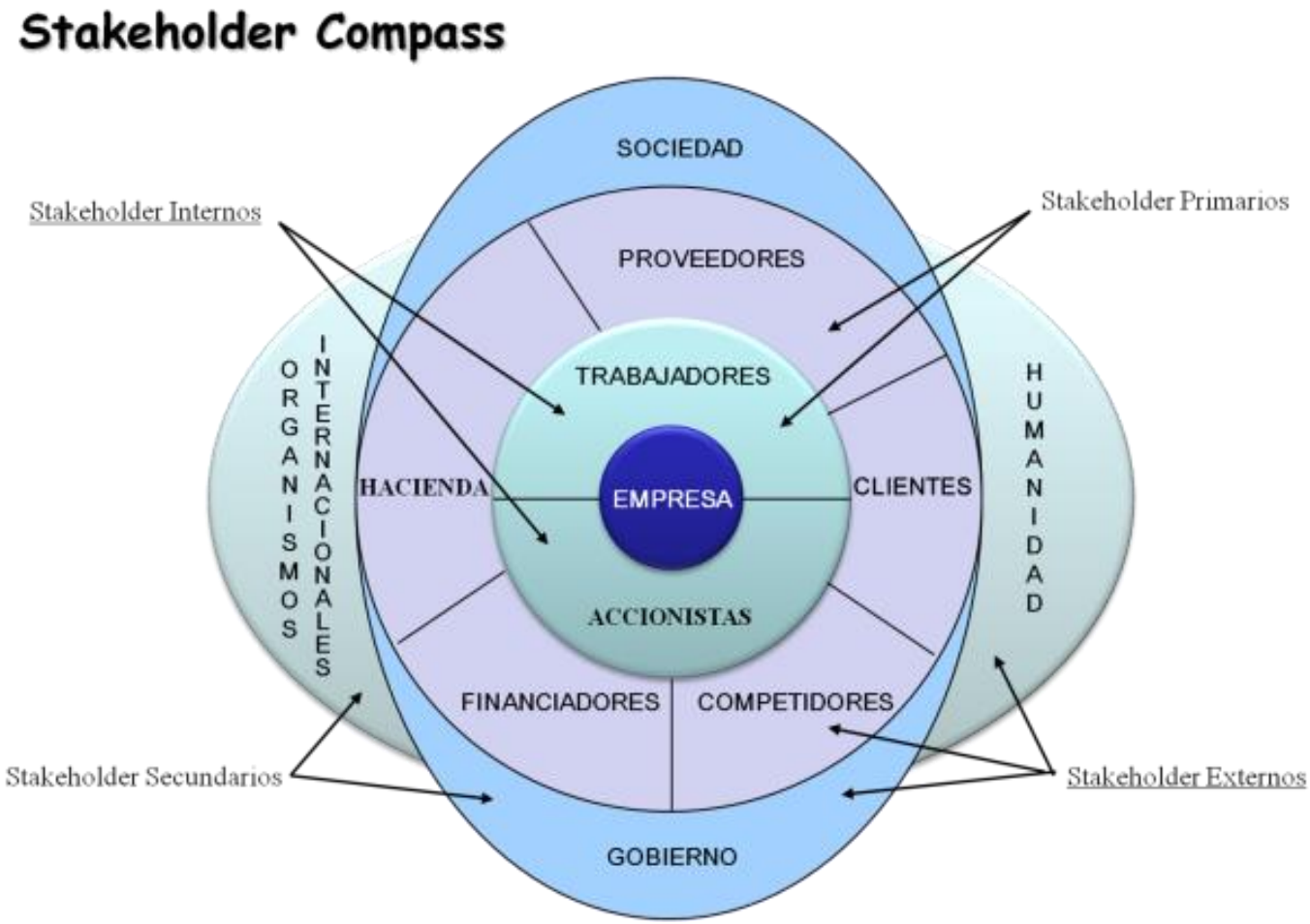




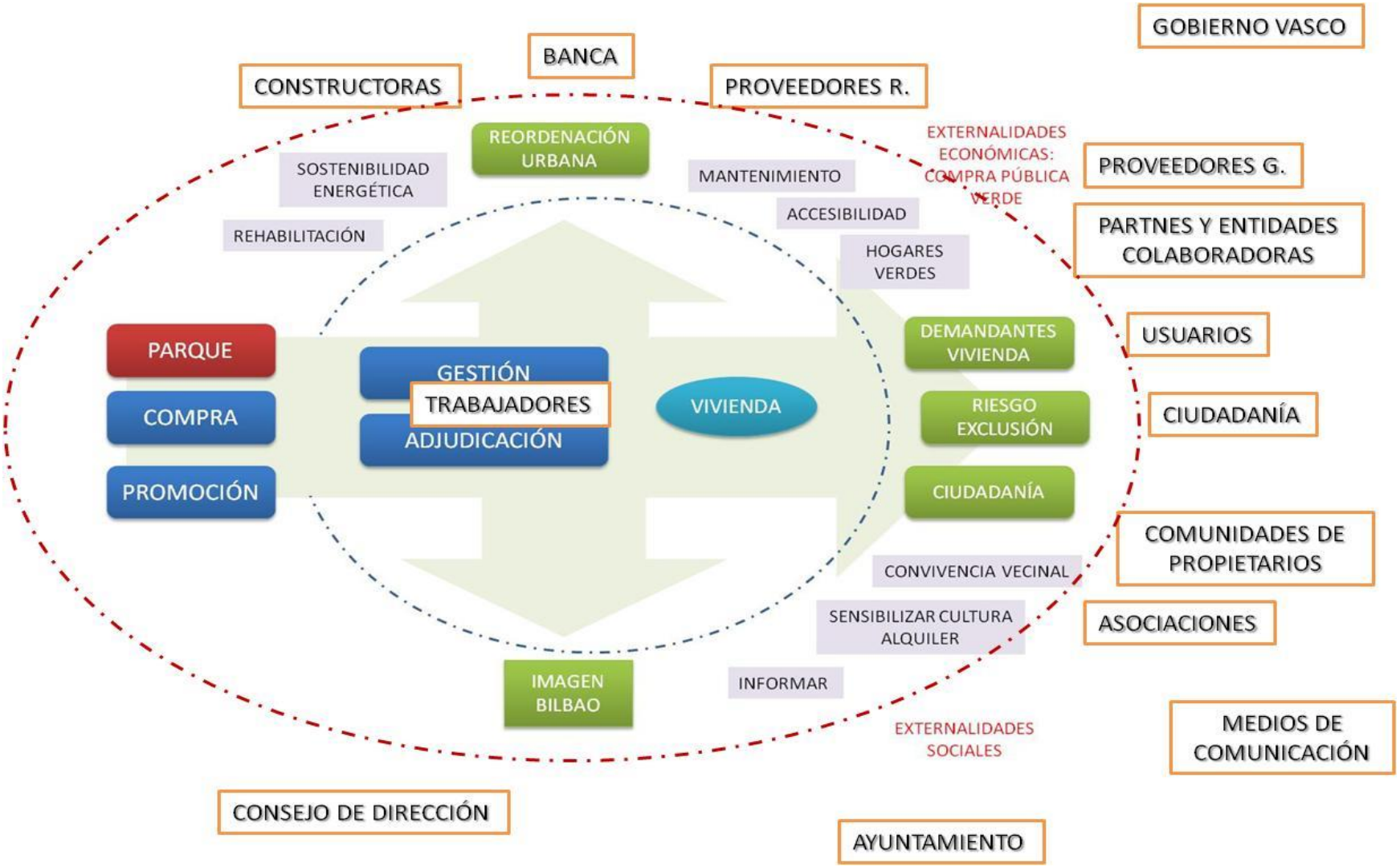

GEAccounting

Universidad del País Vasco · Euskal Herriko Unibertsitatea · ECRI Ethics in Finance & Social Value · Deusto Business School Universidad de Deusto

# TEORÍA DE STAKEHOLDERS:



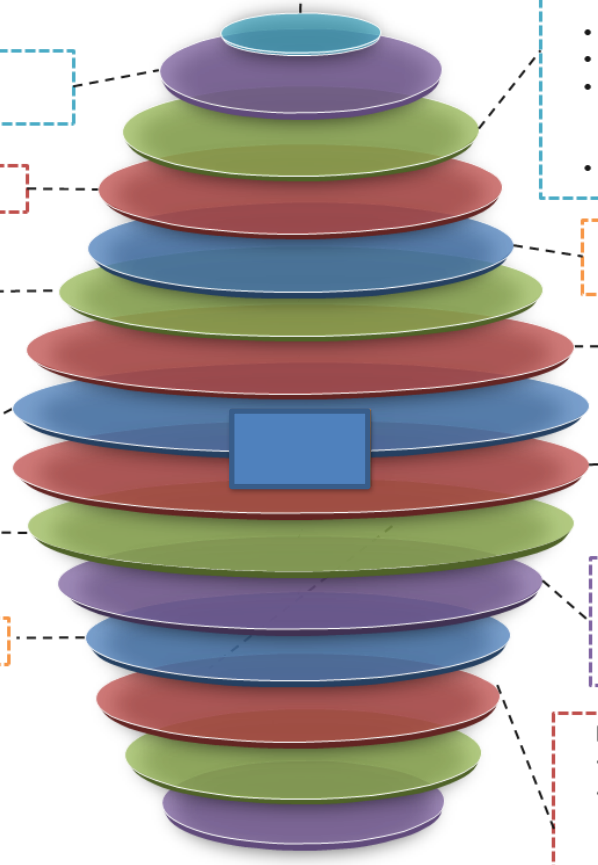
# MAPA DE STAKEHOLDERS




GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea | ECRI Ethics in Finance & Social Value | Deusto Business School Universidad de Deusto

# MAPA DE STAKEHOLDERS



FONDO SOCIAL EUROPEO

EMPRESAS ASOCIADAS

TRABAJADORA

JUNTA DIRECTIVA

ENTIDADES FINANCIERAS:
- La Caixa
- CAN

CEE

CENTTROS OCUPACIONALES

ADMINISTRACIONES PÚBLICAS:
- Servicio Navarro de Empleo
- Dpto. Economía
- Dpto. Innovación social
- Dpto. Derechos Sociales (sección inserción laboral)
- Ayuntamientos

ORGANIZACIONES SINDICALES

FAEDEI

PROVEEDORES DE SERVICIO

MEDIOS DE COMUNICACIÓN:
- Navarra Capital
- Diario de Navarra
- TV

ENTIDADES DE ECONOMÍA SOCIAL
- CEPES
- CEPES NAVARRA
  - ANEL
  - UCAN
  - FUNDACIONES NAVARRA
  - REAS

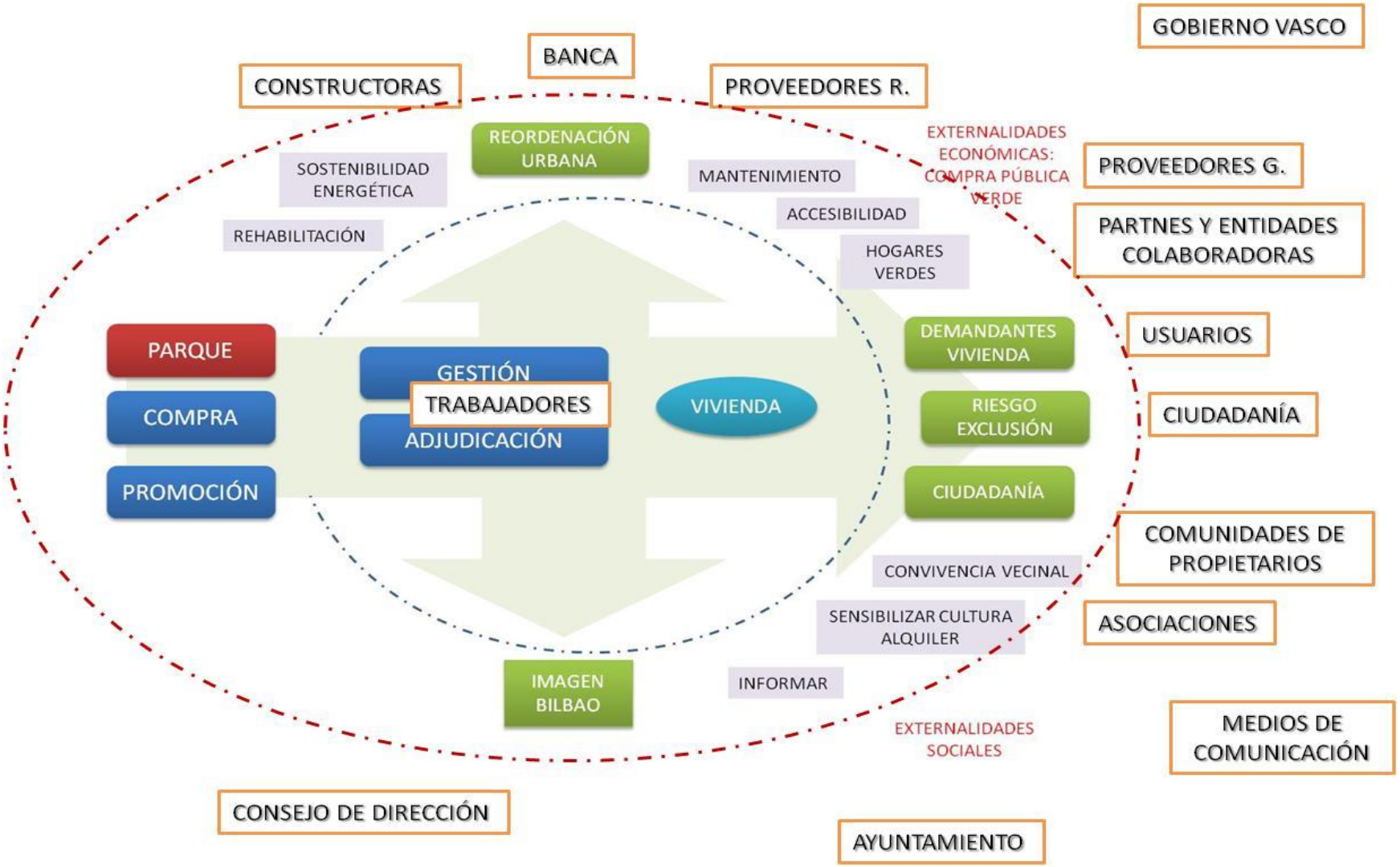
GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

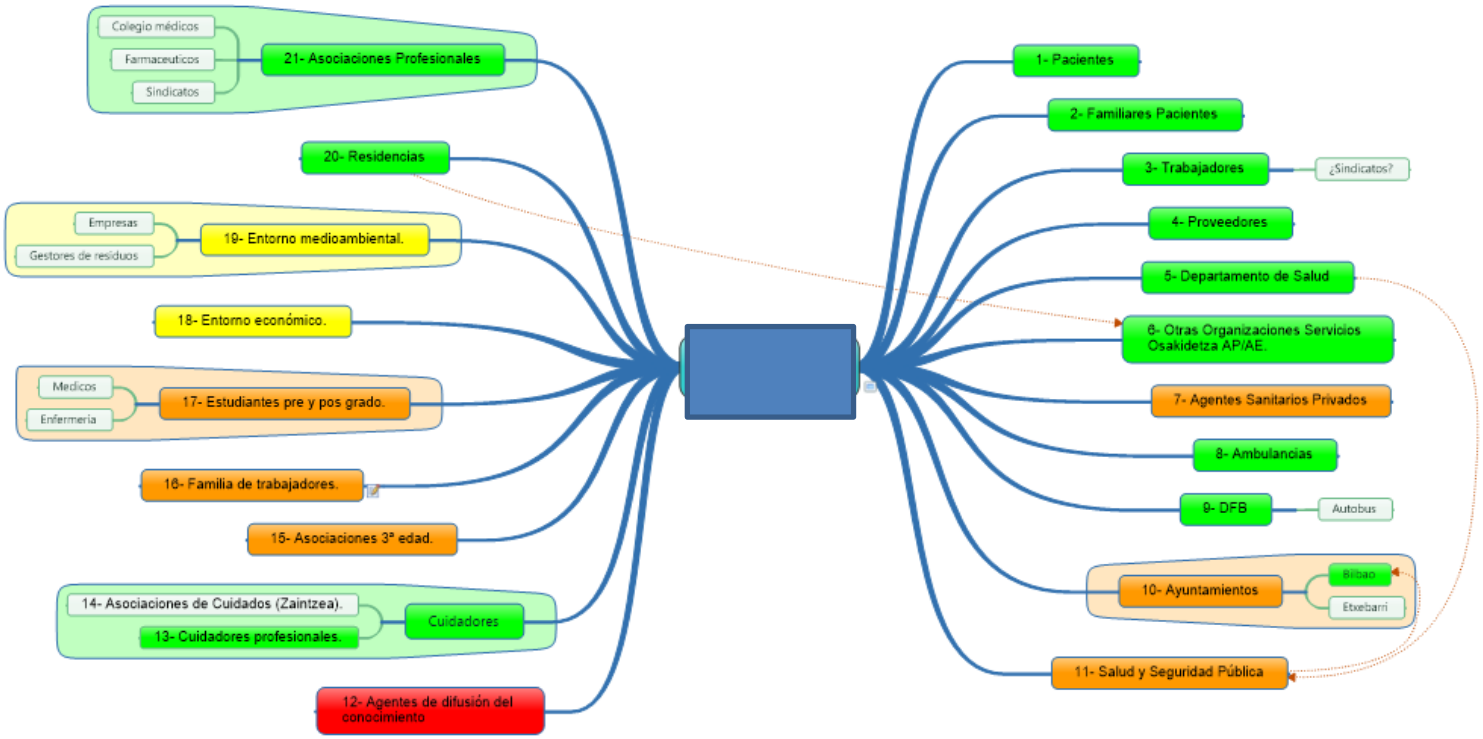
# MAPA DE STAKEHOLDERS




GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea | ECRI Ethics in Finance & Social Value | Deusto Business School Universidad de Deusto

# HOSPITAL SANTA MARINA




GEAccounting

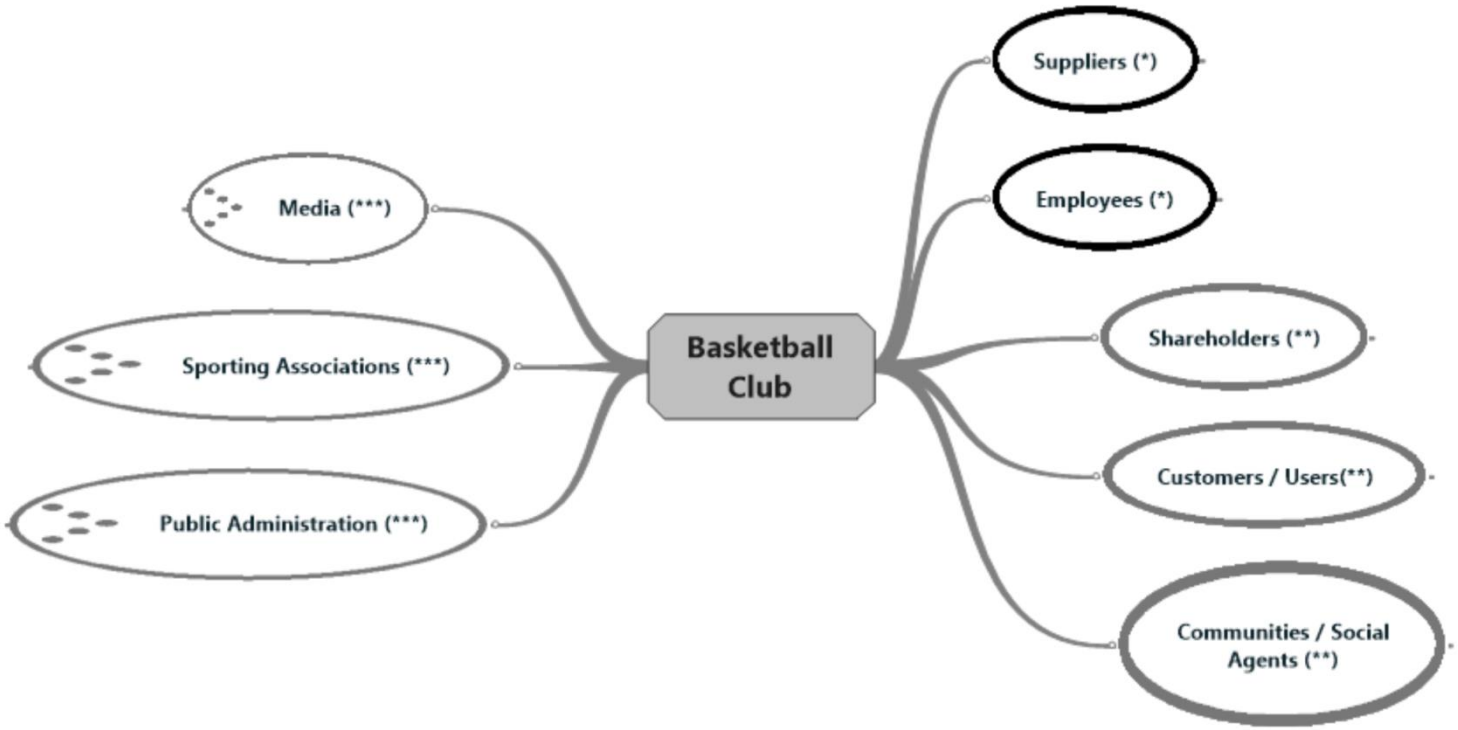
Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# MAPA DE STAKEHOLDERS

*Clubs Baloncesto 2019*




GEAccounting

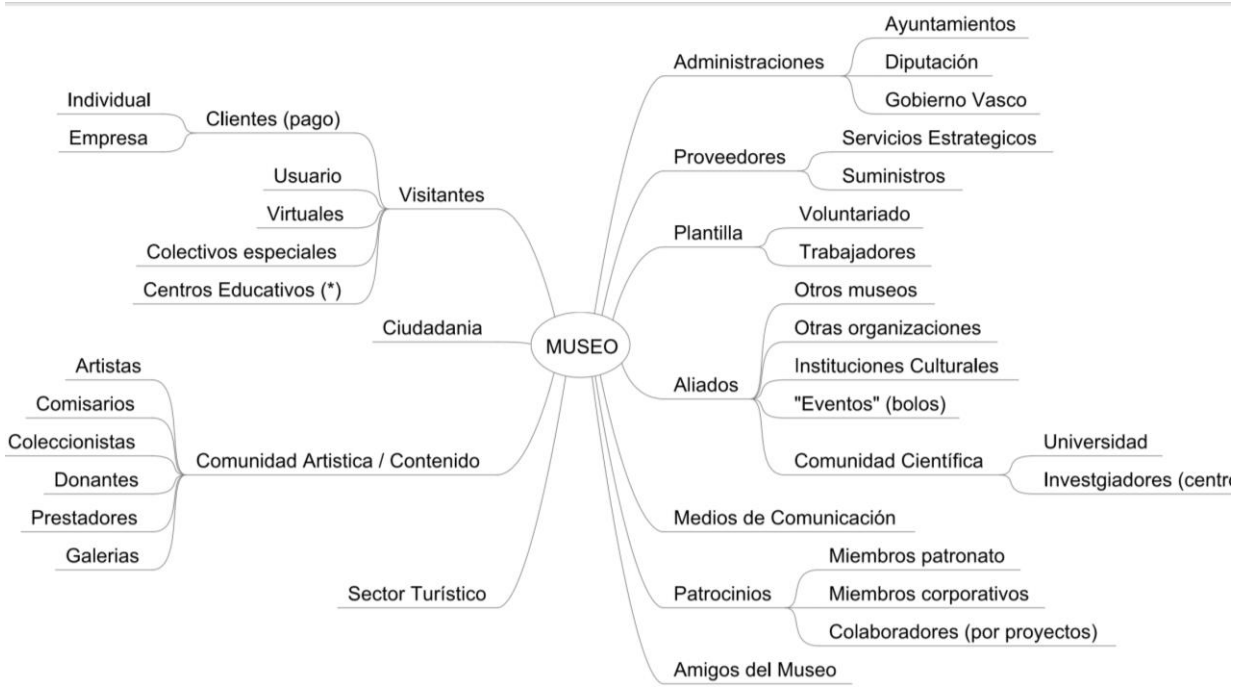
Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# MAPA DE STAKEHOLDERS

*Mapa Stakeholders tipo: Museos Borrador 7.11.2019*




GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# *CONTENIDOS*

*REVISIÓN CONCEPTOS Y DUDAS*

1. STAKEHOLDERS. CONCEPTO
2. ELABORACIÓN DEL MAPA DE STAKEHOLDERS. IDENTIFICACIÓN Y PRINCIPIOS
3. EJEMPLOS
4. ELABORACIÓN DEL PANEL DE STAKEHOLDERS
5. ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA
6. CÓMO ESTRUCTURAR LA RECOGIDA INFORMACIÓN

# 4. ELABORACIÓN DEL PANEL DE STAKEHOLDERS

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

SELECCIONAR PERSONAS

**SELECCIÓN PERSONAS**

1.El 80% de los intereses nos lo va a dar el **20% DE LAS PERSONAS.**

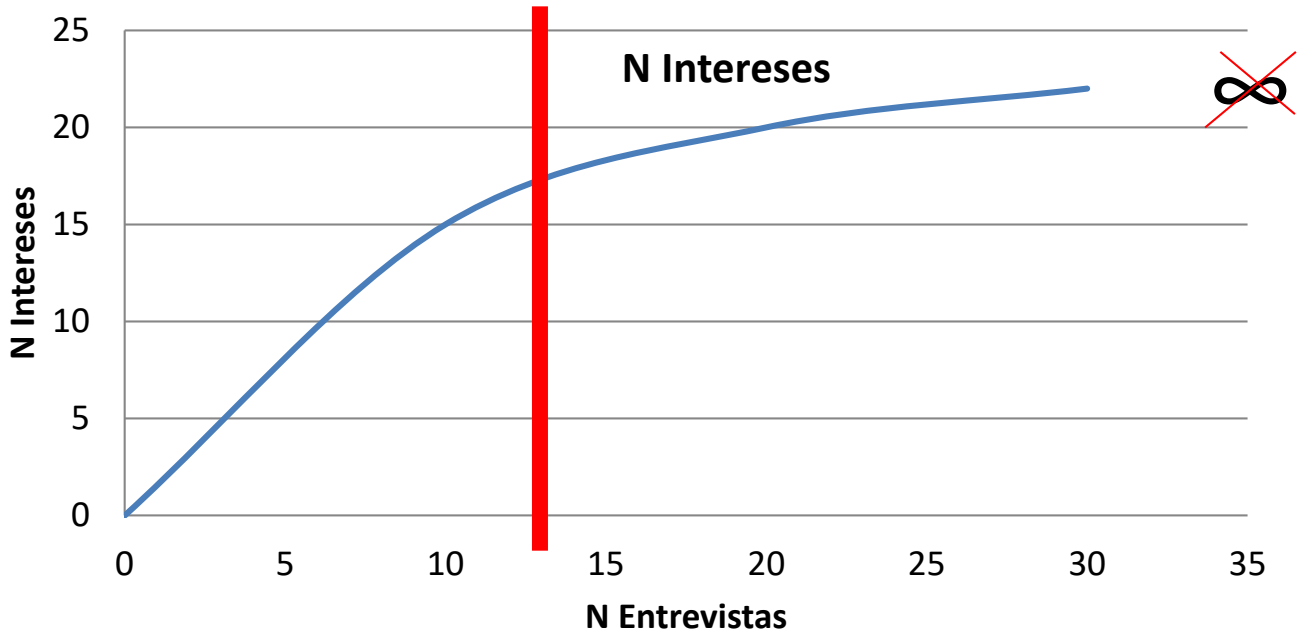
**2.NO ES NECESARIO PREGUNTAR A TODAS**.

3. Debemos intentar **seleccionar** al menos uno de cada tipologia para que esten representados.

**4.Más no es Más**: la curva no es incremental hacia el infinito.

5.Se pueden hacer cuantas queramos con objeto de **Comunicar**, pero para determinar los Intererese podrían distorsionar.

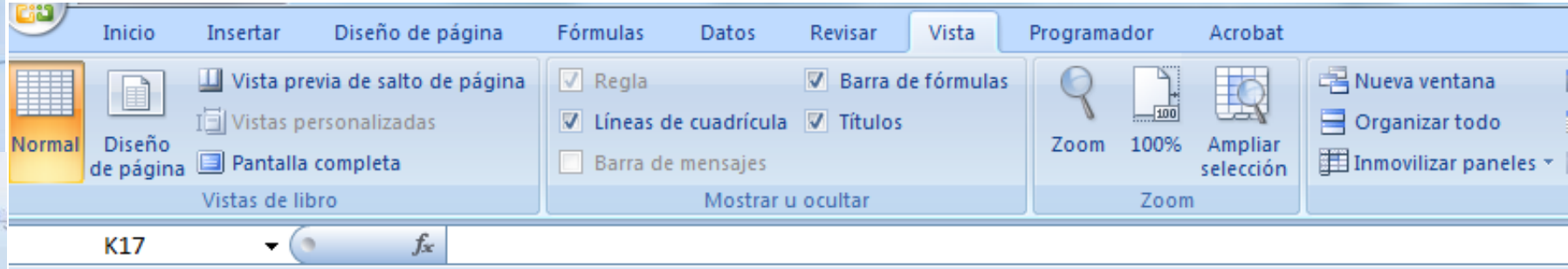
## Optimo: coste-resultado




GEAccounting

Universidad del País Vasco · Euskal Herriko Unibertsitatea · ECRI Ethics in Finance & Social Value · Deusto Business School Universidad de Deusto

# PANEL DE STAKEHOLDERS Y CONTROL DE ENTREVISTAS




Panel Stakeholders - Contabilidad Social (2019)

| Número de la Dimensión(*) | Descripción de la Dimensión (*) | Organización (*) | Explicación | Contacto (NOMBRE Y APELLIDOS) (* | Cargo | QUIEN AVISA | Tlf. Móvil (*) | Tlf. 2 | Email |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Territorialidad EH / Mundu | Periodicox | Acción Exterior GV | | Secretaría Acción Exterior | J. G. | | | |
| 2 | Eurkera / Territorialidad EH / | Eurkararen Erakunde Publikoa | Director | | | J. G. | | | |
| 2 | Eurkera | Administrazio Kontrailua | Eurkaltzaindia | | Consejera | J. G. | | | |
| 2 | Eurkera | KULTUR ERAKUNDEA | Eurkal Herriko Bortxazale Elkartea | | Presidente | A.A. | | | |
| 2 | Eurkera | KULTUR ERAKUNDEA | Eurkalkarkuntza | | Presidente | A.A. | | | |
| 3 | Ciudadanía | Patronato - Kirola | Exporta Deporte | | | A.A. | | | |
| 3 | Ciudadanía | Patronato - Kirola | Exporta Deporte | | | A.A. | | | |

| RESPUESTA - NOTAS | Fecha Entrevista | Tiempo (minutos ) | Grabación (si o no) | Transcripción (si o no) | Persona(s) que han realizado la Entrevista: |
|---|---|---|---|---|---|
| OK, dispuesta para PRESENCIAL. Espera que le contacten. | 11/10/2019 | | | | JL |
| Ok. Acordar con ella la forma de realizar la entrevista: skype... | 28/10/2019 | 27' | SI | SI | LEIRE |
| Ok, disponible. | 21/10/2019 | 31' | SI | SI | LEIRE |
| OK, está disponible POR TELÉFONO | 28/09/2019 | | | | JL |
| OK, dispuesta. Mejor PRESENCIAL. Preferente de Deusto | 29/10/2019 | | | | JL |
| Ok, disponible. | 21/10/2019 | | NO | SI | LEIRE |
| Ok, disponible. | 21/09/2019 | | SI | SI | LEIRE |

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

Listado Stakeholders a entrevistar.xlsx - Microsoft Excel

C15 | Representante sindical

| | A | B | C | D | E |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | ORGANIZACIÓN | PERSONA REFERENTE | CARGO | TELEFONO | QUIEN INFORMA |
| 2 | Departamento de Salud | [redacted] | Responsable de Aseguramiento y Contratación | 9,4E+08 | Directora Gerente ( |
| 3 | Osakidetza | | Responsable Corporativa de Comunicación | 9,5E+08 | Directora Gerente ( |
| 4 | Osakidetza | | Subdirectora Asesora de Enfermería | 9,5E+08 | Directora Gerente ( |
| 5 | OOSS | | Directora Integración Asistencial | 9,4E+08 | Directora Gerente ( |
| 6 | OSI Bilbao Basurto | | Subdirectora Médico | 9,4E+08 | Directora Gerente ( |
| 7 | Residencias. Birjinetxe | | Gerente | 9,5E+08 | Directora Gerente ( |
| 8 | Diputación Foral de Bizkaia | | Jefa Servicio Valoración y Orientación Acción Social | 9,4E+08 | Directora Gerente ( |
| 9 | Cuidadores profesionales | | Cuidadora | 6,3E+08 | Directora de Enfern |
| 10 | Familia de pacientes | | Cuidadora paciente familiar | 6,2E+08 | Directora de Enfern |
| 11 | Escuela de Enfermería | | Vicedecana de la Facultad de Medicina y Enfermería | 6,3E+08 | Directora de Enfern |
| 12 | Entorno medioambiental/Ayuntamiento de Bilbao | | Responsable de la UTE que gestiona los residuos | | Director Económico |
| 13 | Entorno mediambiental/Gestor de residuos | | Directora General de Elirecon | 9,4E+08 | Director Económico |
| 14 | Organización Médica Colegial Bizkaia | | Presidente Colegio de Médicos | 6,4E+08 | Directora de Person |
| 15 | Sindicato CCOO | | Representante sindical | 6,4E+08 | Directora de Person |
| 16 | | | | | |

*Museo de la Minería del País Vasco 2015*

| | ENTIDAD | PERSONA | CARGO | MAIL | TELÉFON |
|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Usuarios Triano | [redacted] | | [redacted] | 94-636.93 |
| 2 | KIMA BERDEA | | | | #### |
| 3 | Ciencias Aranzadi | | Secretario | s | 943-46.61 |
| 4 | Voluntarios | | | | 605.72.27 |
| 5 | Historiadores e investigadores | | | | 943-20.24 |
| 6 | | | | | 943-19.91 |
| 7 | Ayto Muskiz | | | | 94-670.60 |
| 8 | Ayto. Trapaga. | | Alcalde | a.org | 94-492.18 |
| 9 | Ayto. Galdames | | Concejal YA | ejaliacultura@g | 946 10 44 |
| 10 | Ayto Portugalete | | Alcalde | | 94-47 la |
| 11 | JJGG (PP) | | | ya2@pp.es | 94-439.92 |
| 12 | Artistas | | | | 94-635.31 |
| 13 | | | | | 600 81 la |

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# PANEL DE STAKEHOLDERS Y CONTROL DE ENTREVISTAS

ARGUMENTARIO PARA SOLICITAR TELEFÓNICAMENTE EL Vº Bº PARA LA ENTREVISTA

1. *[QUIEN]* Soy…

2. *[PARA QUË]* Hemos iniciado un proceso para Cuantificar el Valor Social que genera X ORGANIZACIÓN; para lo cual contamos con la colaboración del Grupo de Investigación ECRI, compuesto por profesores de la UPV/EHU y la Universidad de Deusto.

3. Esta metodología desarrollada por las universidades consiste en:
   1. Determinar los stakeholders o grupos de interés de la organización
   2. Preguntar a los interesados qué valor social les genera la organización (en este caso X)
   3. Trasladar el valor social a indicadores monetarios.
   4. Calcular el valor social generado.

4. *[A QUIEN]* Desde la Dirección se ha realizado un análisis y Ud. ha sido seleccionado/a como miembro de un grupo de interés significativo.

5. *[SOLICITUD]* Por ese motivo, y siendo su opinión imprescindible, nos gustaría que accediera a mantener una entrevista.

6. *[OPCIONES]* 1ª Personal 20´

   2ª Telefónica 10´

   3ª Online 5´

7. *[CUANDO]* ¿Qué fecha le vendría bien?, sería interesante hacerlo cuanto antes. ¿podría el día 28, 29, 30 o 31 de Diciembre?
   1. [si] Día y hora
   2. [no] ¿Otras fecha? ¿hora?

8. *[MÓVIL Y MAIL]*
   1. Solicitar (confirmar) móvil y mail de contacto.
   2. Indicar que se le llamará desde alguno de los siguientes tlf.: 606053883 o 630300299143808; y que si el contacto es por

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea — ECRI Ethics in Finance & Social Value — Deusto Business School Universidad de Deusto

# CONTENIDOS

*REVISIÓN CONCEPTOS Y DUDAS*

1. STAKEHOLDERS. CONCEPTO
2. ELABORACIÓN DEL MAPA DE STAKEHOLDERS. IDENTIFICACIÓN Y PRINCIPIOS
3. EJEMPLOS
4. ELABORACIÓN DEL PANEL DE STAKEHOLDERS
5. ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA
6. CÓMO ESTRUCTURAR LA RECOGIDA INFORMACIÓN

# 5. ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

## QUÉ PREGUNTAR

1.La entrevista es **semiestructurada (GUION)**; lo que significa que se deben tener las preguntas preparadas y pensadas; pero hay margen de realizar otras si el guion así lo requiere.

2.El objetivo es CLARÍSIMO: conocer **QUE VALOR SOCIAL LE GENERA LA ENTIDAD A LA PERSONA**

3. Se deben dedicar unos 20 minutos a la entrevista (bien en persona o bien telefónica)

# CUESTIONES PARA LA ENTREVISTA

1. Categoría: ¿qué relación tiene con X MUSEO?
2. ¿Podría indicar cuál o cuáles son los principales ASPECTOS en los que siente que **X MUSEO le genera valor**? [NECESARIO RESPODNER]
3. Ponga un **ejemplo**, por favor
4. ¿Podría identificar algunas **características** que incrementarán el valor aportado por X MUSEO?
5. ¿Se le ocurre **ALGÚN INDICADOR QUE PUDIERA UTILIZARSE** para identificar el valor generado por el X MUSEO?
6. ¿Le gustaría **añadir algún otro comentario** o idea en relación con el valor social genera?

Medio Ambiente. Convenio europeo del Paisaje.

[redacted]

CATEGORIA

Colaborador

ASPECTOS QUE TE GENERA VALOR

El valor que más siento es que ha recogido la memoria de un pasado de nuestro país y trata de conservarlo. También actividades y trabajo de las personas que son en gran parte nuestro país es debido a la minería a la gente que trabajó de esa forma. Minas y entorno se lo debemos, somos lo que somos en parte

EJEMPLO

Minería actividad económica, sin ello no industria.

QUE ME APORTA A MI EN CONCRETO?

Información, pero lo que aprecio que recoge eso y lo transmite a los que vienen des pues.

Ha recogido, conserva y transmite todo ese conocimiento, actividad económica, formas de vida etc. Son la base de la actividad económica de este país. Nos permite ser cómo somos.

CÓMO MEJORAR EL VALOR

El museo se ha centrado en recoger elementos y la memoria que estaba desapareciendo a grandes marchas. Hubiera desaparecido sin ellos. Ahora, que ya hay una gran cantidad de elementos materiales e información deben clasificarlo y ordenarlo de forma que haya un discurso coherente. Ahora es un almacén de cosas, ahora hay que seleccionarlo mejor, darle forma, hay que sacar una tesis de cómo ha sido y cómo eso ha influido en el país, en la economía.

Se debe conservar los elementos materiales del museo.

Hacerle llegar al interesado toda esta información.

INDICADORES

Número de visitantes corrientes

Número de visitantes interesados en temas y consultas

Es indicador del servicio que presta.

Pero, lo principal es que se han dedicado a recoger y tenerlas; ahora hay que poner más orden, más selección, mejores criterios de mantener, discurso de la minería global.

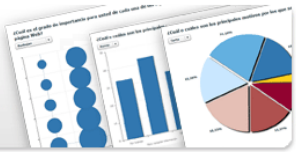
.....Salto de página.....

encuesta online - Valorización del Museo de la Mineria del País Vasco - Windows Internet Explorer

https://www.encuestafacil.com/RespWeb/Cuestionarios.aspx?EID=1961790&MT=X#Inicio

Vista previa de la encuesta. Las respuestas no se alr

Tu también puedes lanzar encuestas como esta
Gestiona GRATIS tus propias encuestas online



## Valorización del Museo de la Mineria del País Vasco

Abandonar->

### 1.- ¿Por qué se le ha enviado este cuestionario?

El Museo de la Minería del País Vasco está cuantificando el Valor Social de la Entidad, para lo cual ha encargado un estudio a la Universidad del País Vasco (UPV/EHU) y a la Universidad de Deusto.

Creemos que esto permitirá una mejor comprensión del papel del Museo en el entorno, así como mejorar la gestión y optimizar el valor social generado.

Usted ha sido seleccionado para que nos transmita su opinión. El objetivo del cuestionario consiste únicamente en conocer dicha opinión en relación con el Valor que general el Museo para usted. No buscamos una respuesta compleja y elaborada, sino que de forma espontanea y sencilla nos indique si el MUSEO le aporta algún tipo de Valor, y cual sería ese Valor.

Este cuestionario lo podrá realizar en pocos minutos y su contribución resulta fundamental para mejorar el funcionamiento del MUSEO.

Resulta necesario que responda a las dos primeras preguntas. Le agradeceríamos si además fuera capaz de responder a alguna de las restantes.

Gracias de antemano por su estimado tiempo y dedicación.

***1. Señale la categoria que refleje mejor su relación con el Museo.**

☐ Usuario ☐ Voluntario ☐ Proveedor ☐ Prescriptor ☐ Otro (Por favor especifique)

Señale nombre y apellido y organización

Siguiente->

33%

Encuesta lanzada gracias al "Programa de colaboración de Encuestafacil.com y Universia".

Para uso exclusivo con fines educativos.

THE LEADING ONLINE SURVEY IN EUROPE AND LATIN AMERICA

encuestafacil.com | easygoingsurvey.com | enquetefacile.com | enquetefacil.com | ingueritofacil.com | sondaggiofacile.com | einfacheumfrage.de | prostopros.ru

uni>ersia

Con la tecnología de: encuestafacil.com

**https://www.encuestafacil.com/MiArea/Cuadro_Control_Mis_Encuestas.aspx**

ES 16:57 03/11/2016

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

encuesta online - Valorización del Museo de la Mineria del País Vasco - Windows Internet Explorer

https://www.encuestafacil.com/RespWeb/Cuestionarios.aspx?EID=1961790&PGND=2&MT=X&MSJ=NO#Inicio

## Valorización del Museo de la Mineria del País Vasco

Abandonar->

### 2.- Valorando el MUSEO (NECESARIO RESPONDER LA PREGUNTA Nº2)

***2. ¿Podría indicar cual o cuáles son los principales ASPECTOS en los que siente que el MUSEO le genera valor?**

**3. Ponga un ejemplo, por favor:**

**4. ¿Podría identificar algunas características que incrementaran el valor aportado por el MUSEO?**

**5. ¿Se le ocurre algún indicador que pudiera utilizarse para identificar el valor generado por el MUSEO?**

**6. ¿Le gustaría añadir algún otro comentario o idea en relación con el valor social generado, o dejado de generar por el MUSEO?**

<-Anterior Siguiente->

67%

Encuesta lanzada gracias al "Programa de colaboración de Encuestafacil.com y Universia".

Para uso exclusivo con fines educativos.

THE LEADING ONLINE SURVEY IN EUROPE AND LATIN AMERICA

encuestafacil.com | easygoingsurvey.com | enquetefacile.com | enquetefacil.com | ingueritofacil.com | sondaggiofacile.com | einfacheumfrage.de | prostopros.ru

universia

Con la tecnología de:

ES 16:58 03/11/2016

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

encuesta online - Valorización del Museo de la Mineria del País Vasco - Windows Internet Explorer

https://www.encuestafacil.com/RespWeb/Cuestionarios.aspx?EID=1961790&PGND=3&MT=X&MSJ=NO#Inicio

**Vista previa de la encuesta. Las respuestas no se almacenan. El link definitivo se encuentra en "Links a encuesta"**

Tu también puedes lanzar encuestas como esta
Gestiona GRATIS tus propias encuestas online

## Valorización del Museo de la Mineria del País Vasco

Abandonar->

### 3.- MUCHAS GRACIAS POR SU COLABORACIÓN

Le agradecemos el tiempo dedicado. Su contribución ha sido fundamental.

Si quiere que le enviemos los resultados envienos un mail a la siguiente dirección:
joseluis.retolaza@deusto.es

<-Anterior Fin->

100%

Encuesta lanzada gracias al "Programa de colaboración de Encuestafacil.com y Universia".

Para uso exclusivo con fines educativos.

THE LEADING ONLINE SURVEY IN EUROPE AND LATIN AMERICA

encuestafacil.com | easygoingsurvey.com | enquetefacile.com | enquetefacil.com | inqueritofacil.com | sondaggiofacile.com | einfacheumfrage.de | prostopros.ru

uni>ersia

Con la tecnología de:
encuestafacil.com

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# *ROLL-PLAYING*

# SELECCIÓN DE MEDIO USADO PARA DIALOGO STAKEHOLDERS

Del 1 al 5, siendo 1 el que MÁS y 5 el que MENOS

| CRITERIO SELECCIÓN | EN PERSONA VIS A VIS | POR TELÉFONO | ENCUESTA ONLINE INDIVIDUAL | ENCUESTA ONLINE MASIVA (*encuestfacil / Google Forms*) | ENTREVISTA EN PERSONA PERO GRUPAL |
|---|---|---|---|---|---|
| FIABILIDAD INFORMACIÓN | 1 | 2 | 3 | 3 | 2 |
| NIVEL DE COMUNICACIÓN | 1 | 3 | 4 | 5 | 2 |
| NIVEL DE REFLEXIÓN | 1 | 4 | 3 | 3 | 1 |
| DIFICULTAD DE ACCESO | 1 | 4 | 5 | 5 | 2 |
| COSTE (TIEMPO) | 1 | 5 | 5 | 5 | 2 |
| COACCIÓN / INFLUENCIA DEL GRUPO | 5 | 5 | 3 | 3 | 1 |

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea | ECRI Ethics in Finance & Social Value | Deusto Business School Universidad de Deusto

# *CONTENIDOS*

*REVISIÓN CONCEPTOS Y DUDAS*

1. **STAKEHOLDERS. CONCEPTO**
2. **ELABORACIÓN DEL MAPA DE STAKEHOLDERS. IDENTIFICACIÓN Y PRINCIPIOS**
3. **EJEMPLOS**
4. **ELABORACIÓN DEL PANEL DE STAKEHOLDERS**
5. **ENTREVISTA SEMI-ESTRUCTURADA**
6. **CÓMO ESTRUCTURAR LA RECOGIDA INFORMACIÓN**

# STAKEHOLDERS UNIFICADOS: ¿ENTREVISTAS COMUNES?

GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# 6. CÓMO ESTRUCTURAR LA RECOGIDA INFORMACIÓN

GEAccounting

Universidad del País Vasco · Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

## CÓMO DOCUMENTARLO

1.Es necesario que las **IDEAS SEAN RECOGIDAS** de alguna forma: Grabadas, Transcritas o Apuntadas.
2.Siendo rigurosos y **EXACTOS** no se pierde la esencia y así se pueden realizar análisis posteriores en grupo para tomar decisiones sobre qué variables son relevantes en cada organización.
3. Agrupar todas las ideas sobre el VALOR conjuntamente. Realizamos un análisis semántico en función de la experiencia y la parte relacional.
4.Pueden utilizarse Software; por ejemplo NVIVO.

**CÓMO DOCUMENTARLO**

# EJEMPLO TRANSCRIPCIÓN

•Cliente importante De la X ORGANIZACIÓN, colaboramos tanto en la parte de hacer anuncios. También viendo espacios de colaboración en el que ambas empresas tengan interesas.

•VALOR DE X ORGANIZACIÓN.

Hay una parte directa en lo que tiene que ver con anuncios, con cuota de mercado.

Indirecta: representar X ORGANIZACIÓN para los ciudadanos, arraigo con entorno local, concepto de empresa cercana, del entorno, con su versión en euskera que es muy importante.

Otros medios a todos, pero X ORGANIZACIÓN a algunos específicos.

Posicionamiento concreto.

•EJEMPLOS

Posicionamiento a nivel general; audiencia. Hay una parte de la audiencia que además de contenidos es por vinculación emocional con la marca.

Tratamiento más cercano a noticias de aquí, también tratamiento más cercano con empresas cercanas.

Entorno.

Vinculación.

Defensa de lo local.

Proveedores, Lengua defensa.

Alineados en intereses. A nivel general empresas importantes que pueden tienen valores similares y pueden trabajar conjuntamente. Y ORGANIZACIÓN defender el entorno con proveedores, parece que eso puede ser muy interesante hacerlo con otras empresas de aquí.

Y ORGANIZACIÓN tiene 4 idiomas oficiales. Eso que representa? Colaborar con el euskera.

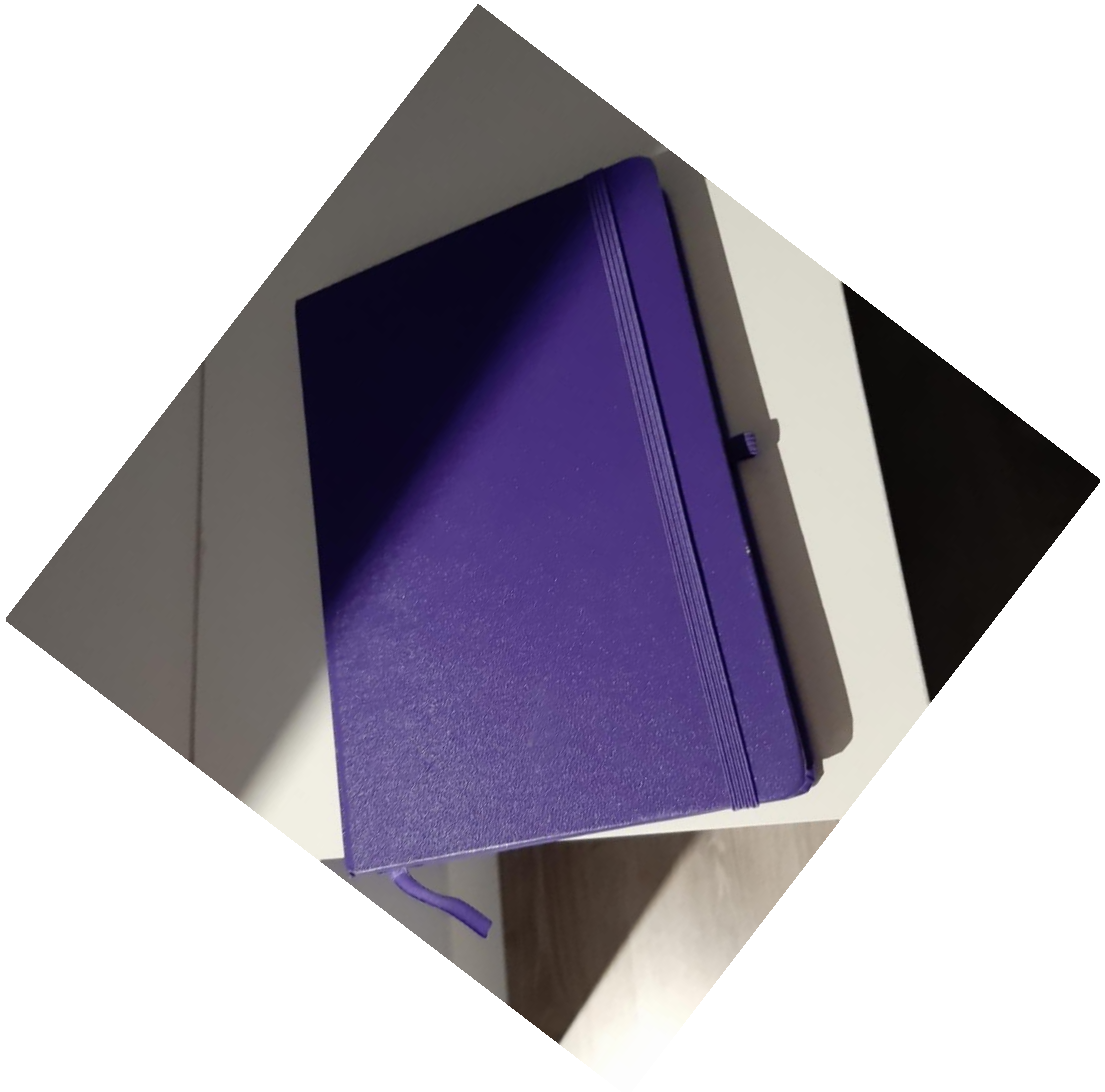
Y ORGANIZACIÓN: educación infantil, hábitos saludables de los niños. Otras empresas podrían colaborar también. Interesante para la sociedad, genera interés y X ORGANIZACIÓN puede entrar también.

Local. Salud. Gastronomía. Euskera

Ámbitos de Colaboración clarísimos

Programas de Audiencia interesantes y hacer forma diferentes a otros: información y tratamiento diferente

# EJEMPLO APUNTE IDEAS IMPORTANTES



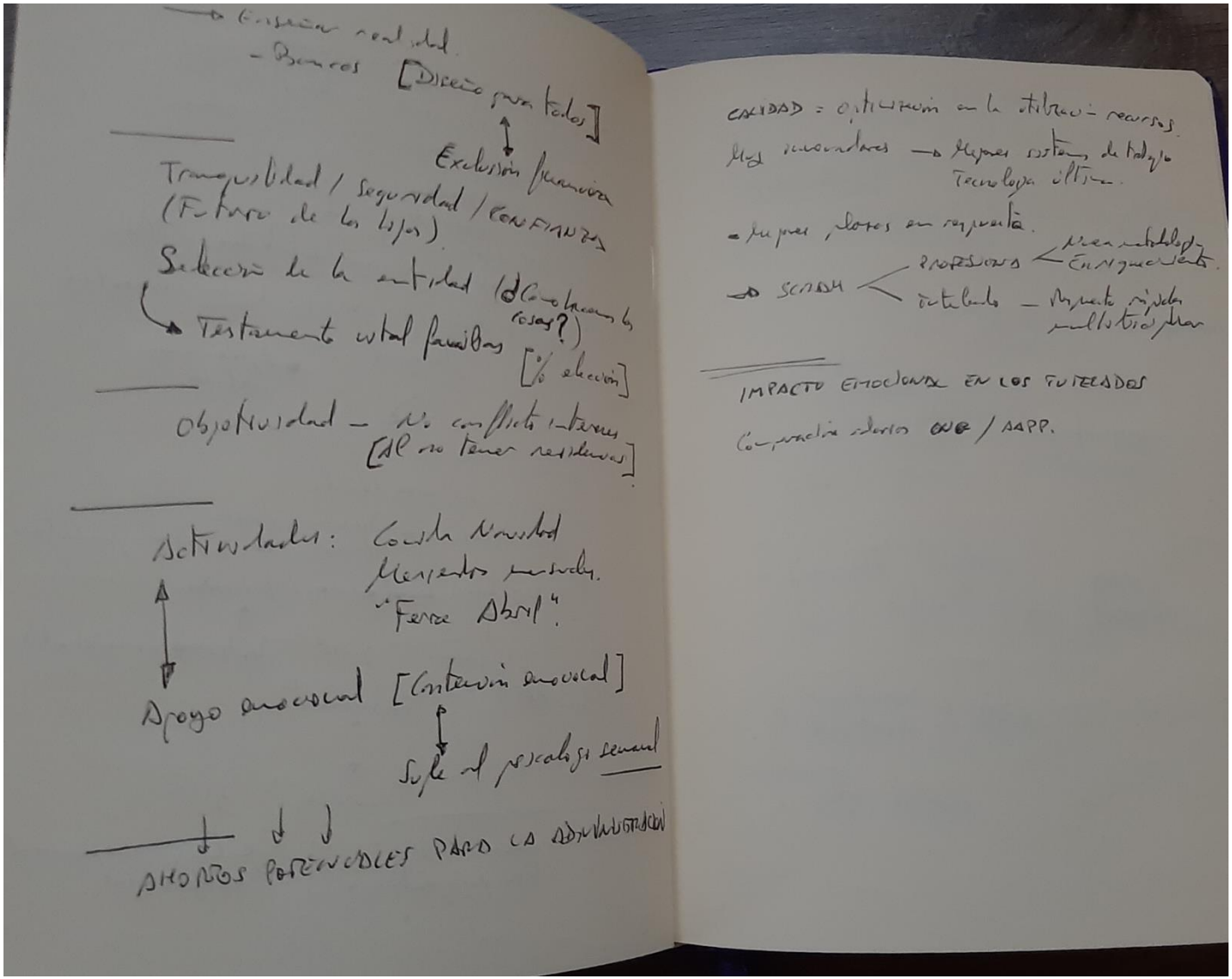
GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# EJEMPLO APUNTE IDEAS IMPORTANTES




GEAccounting

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

# EJEMPLO REVISIÓN VALOR EN DOCUMENTOS

**Objective**

1

- To [illegible]ing social change among children through soccer in communities around Siemens Gamesa Operations in India.

2

- [redacted]mployees on social issues and motivate involvement.
- Position Siemens Gamesa as a responsible corporate among its stakeholders.

**Expected Result**

- Siemens Gamesa Soccer League (SGSL) is successfully implemented for the past 4 years impacting 1570 youth near 12 wind farm locations across the country

3

- SGSL season [illegible] will impact 3000 youth from remote villages located near 18 wind farms across five states in India.
- The 12 months outreach programme of SGSL consists of three major parts
- o Soccer and Life Skill Training - on alternative days the youth will be trained on Soccer skills and life skills through trained community coaches.

4

5

- Sunday league - Ev[illegible] month on first Sunday, the participants will be attendin[illegible] workshop on Life skills / Social issues and post Lun[illegible] soccer session will be conducted to develop their soccer skills

6

- Annual Soccer League and Workshop - once in a year a grand event for four days will be organized at a majar metro, where the youth will be glven opportunity to exhibit their soccer skills. During the grand event specialized workshops on life skills, gender equality and environment awareness will be organized to educate the children.
- SGSL was shortlisted for Beyond Sports Award, London during 2016; under 'Corporate Citizenship Campaign of the Year' category.
- SGSL has a potential to be a global outreach initiative, which can be replicated in other developing countries.

# EJEMPLO UN PROYECTO

| Nº | VALUE VARIABLE | GUIDED TO INDICATORS | DATE OUTPUT | PROXY | VALUE | % VALUE |
|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Bring social change among children | ¿? | | | | |
| 2 | Sensitize Siemens Gamesa employees on social issues and motivate involvement | Nº employees involved<br>Nº average number of hours dedicated per employee | 60<br>25 | | | |
| 3 | Will impact youth | Nº youth participants<br>Nº hours per participant in a year | 1800<br>240 | | | |
| 4 | Workshop on Life skills / Social issues | Nº workshops<br>Nº average participant in each workshop | 480<br>30 | | | |
| 5 | Soccer session | Nº of annual Soccer session<br>Nº average participant in each Soccer session | 1440<br>75 | | | |
| 6 | Annual Soccer League and Workshop | Nº days<br>Nº participants | 5<br>400 | | | |

Total cost = 12.500 €.
ORGANIZACIÓN = 11.200 €.

No Poverty

Good Health and Well-Being

Gender Equality

Quality Education

| *VARIABLES* | | POTENCIALES INDICADORES |
|---|---|---|
| *Hospitalización patologías crónicos* | 1 | |
| *Hospitalización Descompensaciones agudas* | 2 | |
| *Hospitalización Cuidados paliativos* | 3 | |
| *Atención urgencias* | 4 | |
| *Atención Unidad de día* | 5 | |
| *Liberar camas en otros hospitales* | 6 | |
| *Reducción costes intermediación* | 7 | |
| *Acceso unidad día, sin ingreso* | 8 | |
| *Proveedor de medicamentos a terceros* | 9 | |
| *Prácticas reales para alumnos* | 10 | |
| *Parking gratuito* | 11 | |
| *Liberación cuidador / coste residencia* | 12 | |
| *Respuesta inmediata* | 13 | |
| *Cercanía física* | 14 | |
| *Solución rápida de conflictos laborales* | 15 | |
| *Apoyo a las residencias* | 16 | |
| *Instalaciones excelentes* | 16 | |
| *Limpieza* | 17 | |
| *Disponibilidad de capilla* | 18 | |
| *Relaciones fluidas con trabajadores* | 19 | |
| *Confianza y comunicación* | 20 | EMOCIONAL? |
| *Satisfacción con atención recibida* | 21 | EMOCIONAL? |
| *Equipo directivo comprometido* | 22 | EMOCIONAL? |
| *Trato personalizado y cercano* | 23 | EMOCIONAL? |
| *Acompañamiento a la muerte* | 24 | EMOCIONAL? |

| Tabla 2. Variables de valor identificadas por los grupos de interés | |
|---|---|
| 1 | Creación de trabajo y ayuda a la ocupabilidad en clave de cohesión social |
| 2 | Aprendizaje oficios y formación |
| 3 | Autoestima y confianza |
| 4 | Orientación laboral |
| 5 | Incremento de renta y consumo personal |
| 6 | Posibilidad de sentirse útil y oportunidad para estar activo |
| 7 | Recompensa por prestar un servicio a la sociedad |
| 8 | Promoción y fomento del reciclaje; catalizadores de un modelo de cambio; innovación en procesos y mejora en la gestión del reciclaje textil |
| 9 | Transparencia y capacidad de adaptación. |
| 10 | Reducción de emisiones de CO2 |
| 11 | Competencia y eficacia en el cumplimiento de su misión |
| 12 | Instrumento de apoyo a la consecución de objetivos comunes |
| 13 | Iniciativa propia e innovación |
| 14 | Ahorros generados por el servicio de recogida de ropa |
| 15 | Favorecen cumplimiento con legislación vigente |
| 16 | Dignificación y servicio del comedor social |
| 17 | Canalización de cheques de servicios sociales |
| 18 | Retorno a la Obra Social |
| 19 | Rendimiento económico generado e imagen de marca |
| 20 | Formación acreditada y certificados de profesionalidad; transferencia de know-how en procesos de integración; oferta más competitiva que el mercado en formación |
| 21 | Referente y entidad tractora del sector social de empresas de inserción |
| 22 | Valor añadido en formación a colectivos específicos |
| 23 | Capacidad de lobby y capacidad de generación de negocio compartido |
| 24 | Asesoría y conocimiento en la gestión del fin del ciclo de vida del producto textil y su reutilización. |
| 25 | Apoyo a las políticas de RSC; valor comunicativo y divulgativo |
| 26 | Producto de calidad y profesionalidad como proveedor; asesoramiento para puesta en marcha tiendas de 2ª mano |
| 27 | Intercambio proyectos y experiencias; refuerzo de valores |

# MATRIZ DE VARIABLES DE VALOR [Formació i Traball]

| VARIABLES DE VALOR | INDICADORES | Usuarios - Inserción | Usuarios - Formación | Otros usuarios | Trabajadores estructura | Voluntarios | Administración | ONGs | Entidades asociadas de segundo grado | Empresas donantes y colaboradoras | Cliente institucional | Cliente final | Universidades y centros formación |
|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|---|
| **Acceso al empleo para personas en riesgo de exclusión** | nº puestos de trabajo de inserción (cierre año) | ■ | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | | | |
| | nº puestos de trabajo conseguidos en empresas ordinarias | ■ | | | | | ■ | ■ | | ■ | | | |
| **Desarrollo de procesos de formación** | nº certificaciones de profesionalidad emitidas | | ■ | | | | ■ | ■ | | ■ | | | |
| | nº horas de docencia de formación no certificada | | ■ | | | | ■ | ■ | | ■ | | | |
| **Desarrollo competencias de empleabilidad** | nº de horas de formación pre-empleabilidad (pre-laboral) | | ■ | | | | ■ | ■ | | | | | |
| **Mejora poder adquisitivo** | Complemento salarial sobre ingresos previos (renta básica) | ■ | | | | | ■ | | | | | | |
| **Ahorro en prestaciones** | Ahorro en prestaciones sociales para la Administración | | | | | | ■ | | | | | | |
| **Generación de empleo estable** | nº puestos de trabajo estables (estructura) | | | | ■ | | | | | | | | |
| **Participación de voluntariado** | nº horas voluntariado | | | | | ■ | | ■ | | ■ | | | |
| **Entrega social** | Valor monetario de la entrega social | | | ■ | | | ■ | ■ | | ■ | | | |
| **Aprovechamiento residuo textil** | nº tm reutilización (A + B) | | | | | | ■ | | | ■ | | | |
| | nº tm recicladas (C + D) | | | | | | ■ | | | ■ | | | |
| | nº tm rechazadas | | | | | | ■ | | | ■ | | | |
| **Sensibilización sobre aprovechamiento residuo textil** | nº campañas y acciones de sensibilización | | | | | | ■ | | ■ | ■ | | | |
| **Ahorro en costes de residuos (empresas textiles)** | Volumen en Tm * coste residuo industrial // Bos fiscales por deducciones | | | | | | | | | ■ | | | |
| **Aprovechamiento de otros residuos** | nº tm reutilización | | | | | | ■ | | | ■ | | | |
| | nº tm recicladas (C + D) | | | | | | ■ | | | ■ | | | |
| | nº tm rechazadas | | | | | | ■ | | | ■ | | | |
| **Ahorro en coste de reciclaje (Ahorro para la Administración)** | Tasa media de coste de reciclaje de los municipios * nº tm | | | | | | ■ | | | | | | |
| **Potenciación de mercados de segunda mano** | Ventas tiendas de segunda mano | | | ■ | | | ■ | | ■ | ■ | | ■ | |
| **Generación de soluciones innovadoras** | Proyectos específicos (Innovación) | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | ■ |
| **Confianza y transparencia** | nº contenedores * euros pagados (competencia) //locales privados y espacios públicos cedidos | | | | | | ■ | | ■ | | ■ | | |
| **Servicios adicionales a la administración** | Proyectos en los que se ofrecen recursos complementarios | | | | | | ■ | ■ | ■ | | ■ | | |
| **Generación de negocio compartido** | Volumen económico de los planes compartidos | | | | | | | ■ | ■ | | | | |
| | % royaltis (franquicias similares) | | | | | | | ■ | | | | | |
| | 30% Valor generado por Franquicias | | | | | | | ■ | | | | | |
| **Transferencia de Know-How** | nº de horas de dedicación a proyectos de colaboración externa | | | | | | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | | ■ |

# MATRIZ DE VARIABLES DE VALOR [Lantegi Batuak]

| N° | INTERESES CONJUNTO STAKEHOLDERS | SC | A | F | C | TE | S |
|---|---|---|---|---|---|---|---|
| 1 | Creación de puestos de trabajo para personas con discapacidades | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 2 | Anticipación proactiva al desarrollo normativo | ■ | ■ | ■ | ■ | | |
| 3 | Externalidades positivas | ■ | ■ | ■ | | ■ | |
| 4 | Paz social | | ■ | | ■ | | ■ |
| 5 | Transparencia | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ | ■ |
| 6 | Beneficio socio-económico (Ahorro contributivo) | ■ | ■ | | | | ■ |
| 7 | Incremento ingresos familiares | ■ | ■ | | | | ■ |
| 8 | Efecto tractor sobre entidades del sector | ■ | ■ | ■ | | ■ | |
| 9 | Servicio + Valor social (cliente) = reinversión en su colectivo | ■ | ■ | ■ | | | |
| 10 | Ejemplo transformador (otro tipo de empresas es posible) | ■ | | ■ | | ■ | |
| 11 | Generar valor agregado en proveedores y clientes | | ■ | | ■ | ■ | |
| 12 | Incremento autonomía : Reducción de la dependencia de cuidadores | ■ | ■ | | | | |
| 13 | Valor emocional : autoestima, tranquilidad, satisfacción social | ■ | ■ | ■ | | | |

# ESKERRIK ASKO
# MUCHAS GRACIAS

leire.sanjose@ehu.eus

Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea

ECRI Ethics in Finance & Social Value

Deusto Business School Universidad de Deusto

www.ehu.eus/ecri