

Herramientas facilitadoras para implicar a los *stakeholders* en la contabilidad social

La mayoría de las metodologías de medición del impacto o valor social requieren la implicación de los grupos de interés o *stakeholders* en el proceso de análisis. La participación de estos grupos en el proceso de medición puede facilitar tareas como la determinación de los impactos o elementos de valor relevantes, la propuesta de indicadores apropiados para su cuantificación, la valoración (monetaria) de los mismos, el contraste de los resultados y la propuesta de actividades de mejora.

Existen diferentes técnicas para recoger la percepción sobre el impacto o valor generado por una organización, proyecto o intervención para sus *stakeholders*. Básicamente, podemos distinguir entre las siguientes tres formas de recoger la información de carácter cualitativo:

- Entrevista individual (presencial, telefónica o por videoconferencia)
- Entrevista grupal (presencial, telefónica o por videollamada)
- Encuesta (en formato papel u *online*)

Estas tres técnicas difieren en los recursos requeridos para su planificación, su desarrollo y el análisis posterior de la información recogida. La tabla en la siguiente página muestra los aspectos importantes a tener en cuenta para cada una de las técnicas, sus puntos fuertes y sus puntos débiles.

En una primera fase exploratoria del análisis del valor social (¿qué valor es percibido por los *stakeholders*?), es importante que se planteen preguntas abiertas para poder captar la percepción del interlocutor y no preguntas cerradas que condicionen las respuestas. Una recomendación práctica es intentar aprovechar canales de diálogo existentes o planificados con los grupos de interés para integrar las preguntas relativas al valor social.

También existe la posibilidad de contrastar con los *stakeholders* algunas cuestiones en fases más avanzadas del análisis del valor social. En este sentido, puede resultar interesante “validar” aspectos como las variables de valor identificadas, los indicadores/proxies utilizados o los porcentajes de atribución estimados.

Nota: Esta recopilación se basa en el taller realizado en el marco del IX CONGRESO ANUAL DE GEACCOUNTING celebrado en Tenerife el 25-26 de noviembre de 2021 y coordinado por Silvia Ayuso y Beatriz Guzmán. Las coordinadoras agradecen a todas las personas participantes en el taller sus aportaciones al debate.

Técnica	¿Qué es importante tener en cuenta?	Puntos fuertes	Puntos débiles
Entrevista individual	<ul style="list-style-type: none"> • La organización analizada debe intermediar para acceder a los interlocutores de los grupos de interés • Asegurar la formación adecuada de la(s) persona(s) entrevistadora(s), en entrevista grupal es recomendable que sean mínimo dos entrevistadores/as 	<ul style="list-style-type: none"> • Entrevistador/a puede adaptarse al perfil de la persona entrevistada • Persona entrevistada responde sin estar condicionada por otras personas 	<ul style="list-style-type: none"> • Posible sesgo del entrevistador/a • Respuestas dependen de la predisposición de la persona entrevistada • Alta dedicación de recursos (tiempo del entrevistador/a) • Dificultad de registrar la información generada en la entrevista (pros y contras de grabación, limitación de notas tomadas)
Entrevista grupal	<ul style="list-style-type: none"> • Contextualización, proporcionar información a las personas entrevistada • Adaptar el lenguaje a los individuos/colectivos a los que se entrevista, disposición a reformular las preguntas • Prever cómo se registra la información 	<ul style="list-style-type: none"> • Ahorro de recursos en comparación con entrevista individual (tiempo de los/as entrevistadore/as) • Riqueza de ideas: surgen nuevas ideas y cuestiones impulsadas por la interacción de las personas entrevistadas 	<ul style="list-style-type: none"> • Dificultad de convocar a varias personas a la vez (agendar fechas) • En caso de entrevista presencial, necesidad de un espacio adecuado • Posible sesgo del entrevistador/a, dinamización de un grupo es más complejo que una entrevista individual • Interacción entre personas entrevistadas influye en las respuestas, posible sesgo de deseabilidad social • Dificultad de registrar la información generada en la entrevista (pros y contras de grabación, limitación de notas tomadas)
Encuesta	<ul style="list-style-type: none"> • Decidir cómo distribuir la encuesta • Adaptar el lenguaje a los individuos/colectivos encuestados • Realizar un pre-test para comprobar la comprensión de las preguntas 	<ul style="list-style-type: none"> • Acceso a un mayor número de personas con menos recursos que las entrevistas • Registro automático de la información 	<ul style="list-style-type: none"> • No es posible clarificar las preguntas en caso de dudas o problemas de comprensión por parte de los encuestados/as • Limitación de la información escrita (respuestas breves, miedo a confidencialidad)