

# III Research Conference

## Monetizando el valor social

Bilbao, 23 de junio de 2015

# Contabilización económica del valor social que aporta el tercer sector



**Pablo González**  
Director gerente de Gorabide



# III Research Conference: Monetizando el valor social

## Situación actual de la monetización

Bilbao, 23 de junio de 2015



# Claves del tercer sector

Contribución a un modelo social

- ▶ Modelo de servicios sociales en clave **relacional**.
- ▶ Sociedad **participativa** y calidad **democrática**.
- ▶ Servicios centrados en las **personas**.
- ▶ En fases de expansión, contribuimos al desarrollo del sistema de **protección**.
- ▶ En momentos de crisis, damos respuesta a las situaciones de **necesidad**.





# III Research Conference: Monetizando el valor social

## Situación actual de la monetización

Bilbao, 23 de junio de 2015



# Claves del tercer sector

Amplio reconocimiento social

- ▶ **Ley Vasca de Servicios Sociales.**
- ▶ **Proyecto de Ley del Tercer Sector de Euskadi.**
- ▶ **Barómetro del CIS.**
- ▶ **Euskobarometro de la UPV-EHU.**
- ▶ **Estudio sobre la percepción de la población de Bizkaia sobre el tercer sector de OTS Bizkaia.**
- ▶ **Barómetro de la Confianza de Edelman Trust.**





# III Research Conference: Monetizando el valor social

## Situación actual de la monetización

Bilbao, 23 de junio de 2015



# Claves del tercer sector

Dos cuestiones persistentes

1. Reconocimiento de nuestra alta capacidad para aportar **valores** y **principios**, pero no de nuestra capacidad de **gestión**.
2. Consideración de los servicios que prestamos como un **gasto** y no como una **inversión**.

## ¿Cómo resolverlo?







# III Research Conference: Monetizando el valor social

## Situación actual de la monetización

Bilbao, 23 de junio de 2015



## ¿Cómo resolverlo?

1. Demostramos nuestra capacidad de **gestión** superando **acreditaciones** de ese ámbito (EFQM, ISO, etc.).
2. Afrontamos la disyuntiva **gasto/inversión** reflexionando sobre la **cuantificación económica** del **valor** que aportamos a la sociedad.

Para ello, contamos con la colaboración de personas expertas del ámbito de la investigación universitaria.





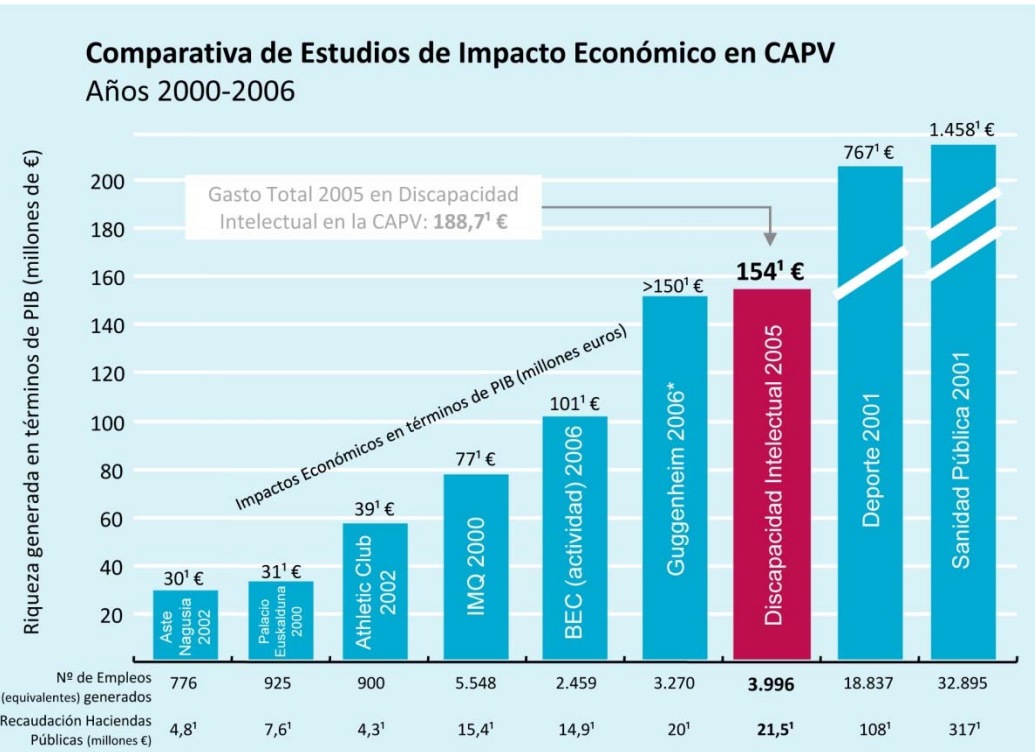
# III Research Conference: Monetizando el valor social

## Situación actual de la monetización

Bilbao, 23 de junio de 2015



# Estudio de impacto económico





# III Research Conference: Monetizando el valor social

## Situación actual de la monetización

Bilbao, 23 de junio de 2015



# Herramienta de monetización

## Proceso de construcción

- ▶ Definición del mapa de los **grupos de interés** a los que les aportamos valor. ▶
- ▶ Identificación de la **aportación de valor** que realizamos a cada agente. ▶
- ▶ Agrupación y validación de las **variables de valor**. ▶
- ▶ Asignación de **indicadores cuantitativos** a cada variable de valor.





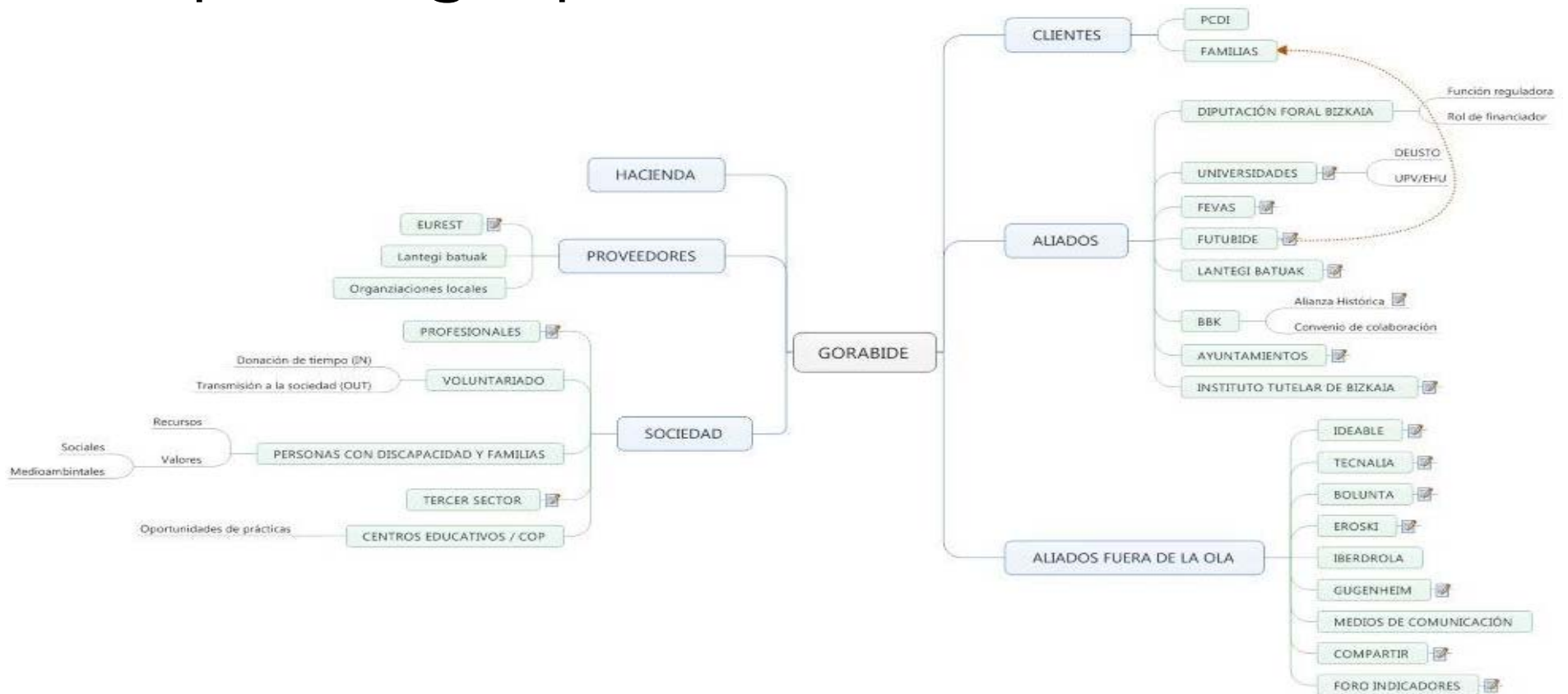
# III Research Conference: Monetizando el valor social

## Situación actual de la monetización

Bilbao, 23 de junio de 2015



## Mapa de grupos de interés







# III Research Conference: Monetizando el valor social

## Situación actual de la monetización

Bilbao, 23 de junio de 2015



## VARIABLES DE VALOR (1)

Nº	Interés identificado	Grupo de interés
1	Sensación de aportar valor	PCDI
2	Recurso al que recurrir si me siento discriminado	PCDI
3	Gente de confianza que me apoya para llevar la mejor vida posible	PCDI
4	Juntarse con otras familias para defender intereses comunes	FAMILIAS
5	Facilidad para comprender mi problema en base a lo que les ocurre a los otros	FAMILIAS
6	Sentido de pertenencia y participación en la toma de decisiones	FAMILIAS
7	Interlocución global (territorio y síndromes/5.000 ciudadanos)	DFV
8	Conocimiento técnico y estabilidad en la gestión de los servicios	DFV
9	Innovación social, experimentación y evitación errores	DFV
10	Soporte investigaciones (volumen muestreo)	UNIV
11	Representación (masa crítica)	FEVAS
12	Conocimiento técnico	FEVAS
13	Capacidad tractora	FEVAS
14	Validación social	FUTUBIDE
15	Sinergias representación	FUTUBIDE
16	Integración e integralidad de servicios (usuarios compartidos)	FUTUBIDE
17	Validación social	LB
18	Sinergias representación	LB
19	Integración e integralidad de servicios (usuarios compartidos)	LB
20	Conocimiento técnico y estabilidad en la gestión de los servicios	FUNDACIÓN BBK
21	Historia compartida (la Ola)	FUNDACIÓN BBK
22	Contribución, imagen, reputación	FUNDACIÓN BBK
23	Reducción costes estructurales	FUNDACIÓN BBK
24	Generación de negocio	FUNDACIÓN BBK
25	Interlocución global (territorio y síndromes/5.000 ciudadanos)	FUNDACIÓN BBK
26	Innovación social, experimentación y evitación errores	FUNDACIÓN BBK
27	Referencia por parte de los servicios sociales de base.	AYUNTAMIENTOS
28	Asesor especializado a coste 0	AYUNTAMIENTOS
29	Resolución problemas municipales	AYUNTAMIENTOS
30	Dinamización y participación en actos culturales	AYUNTAMIENTOS
31	Impacto económico en los ayuntamiento en los que hay centros	AYUNTAMIENTOS
32	Prestación de servicios (sustituyen a los que les tendrían que prestar ellos)	INSTITUTO TUTELAR BIZKAIA
33	Valor Sistémico, va más allá de la rentabilidad de cada unidad productiva	INSTITUTO TUTELAR BIZKAIA
34	Confianza jurídica y de sostenibilidad.	INSTITUTO TUTELAR BIZKAIA





# III Research Conference: Monetizando el valor social

## Situación actual de la monetización

Bilbao, 23 de junio de 2015



## VARIABLES DE VALOR (2)

Nº	Interés identificado	Grupo de interés
35	Necesitan aliados que aporten volumen de representación, capacidad operativa de despliegue. Encuest.	IDEABLE
36	Test de usabilidad.	IDEABLE
37	Soporte investigación (usabilidad)	TECNALIA
38	Prestigio (reconocimiento en gestión de voluntariado)	BOLUNTA
39	Trasmisión social de valores (nunca se ha renunciado al voluntariado)	BOLUNTA
40	Oportunidad voluntariado	EROSKI/IBERDROLA
41	Valor relación plantilla con personas con discapacidad	EROSKI/IBERDROLA
42	Colaboración en Proyectos de Innovación (capacidad técnica / Imagen social) (Museo para todos)	GUGGENHEIM
43	Compartir conocimiento	COMPARTIR/FORO INDIC
44	Prestigio social	COMPARTIR/FORO INDIC
45	Ingresos	AAPP
46	Ahorro	AAPP
47	Compra local	PROVEEDORES
48	Efecto impulsor otras entidades	PROVEEDORES
49	Puesto trabajo	TRABAJADORES
50	Trasmisión de valores a la sociedad a través de voluntarios	VOLUNTARIADO SOCIAL
51	Da su tiempo y recibe una experiencia (se recibe mucho más que lo que se da)	VOLUNTARIADO SOCIAL
52	Referente, entidad tractora	OTRAS PDCI
53	Generación de puestos en prácticas	CENTROS EDUC Y COP
54	Aliado experimentado, representativo y valorado socialmente	TERCER SECTOR
55	Sensibilización	MEDIO AMBIENTE
56	Reducción impacto medioambiental (huella ecológica)	MEDIO AMBIENTE





# III Research Conference: Monetizando el valor social

## Situación actual de la monetización

Bilbao, 23 de junio de 2015



## Agrupamiento de intereses

Nº	Interés identificado	CL	AL	A	P	T	SC
1	Sensación de aportar valor						
2	Sensación de apoyo y pertenencia						
3	Posibilidad de juntarse con otros						
4	Interlocución global (territorio y síndromes/5.000 ciudadanos)						
5	Conocimiento técnico y estabilidad en la gestión de los servicios						
6	Innovación social (experimentación y evitación errores/capacidad tractora)						
7	Sinergias representación						
8	Soporte investigaciones (volumen muestreo/usabilidad)						
9	Validación social/Imagen						
10	Integración e integralidad de servicios						
11	Historia compartida (la Ola)						
12	Reducción costes						
13	Generación de negocio						
14	Resolución problemas						
15	Dinamización y participación en actos culturales						
16	Valor Sistémico, va más allá de la rentabilidad de cada unidad productiva						
17	Trasmisión social de valores						
18	Oportunidad de hacer voluntariado						
19	Ingresos fiscales						
20	Puesto trabajo/Prácticas						
21	Reducción impacto medioambiental (huella ecológica)						

- CL** Clientes
- AL** Aliados
- A** AAPP
- P** Proveedores
- T** Trabajadores
- SC** Sociedad civil





# III Research Conference: Monetizando el valor social

## Situación actual de la monetización

Bilbao, 23 de junio de 2015



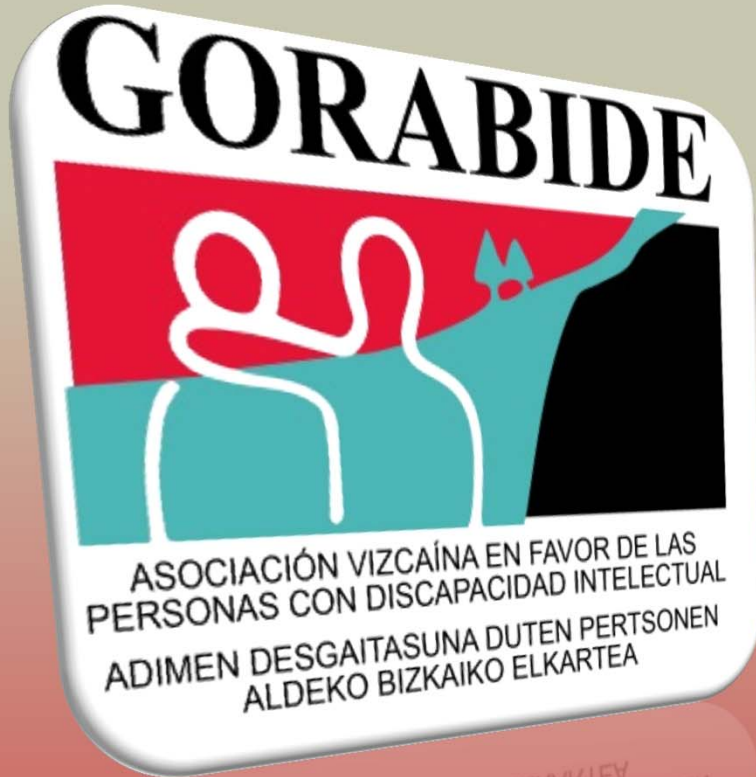
# Resultados obtenidos

AÑO 2014

	RETORNO SOCIO-ECONÓMICO	VALOR SOCIO-ECONÓMICO	VALOR SOCIAL ESPECÍFICO	VALOR SOCIAL CONSOLIDADO	
	RSE	VES	VSE	VST	
VALOR ECONÓMICO CON IMPACTO SOCIAL	8.459.746	24.783.195		24.783.195	VES
VALOR ECONÓMICO CON IMPACTO SOCIAL INDIRECTO. PROVEEDORES	2.733.752	4.413.293		4.413.293	VES-IP
VALOR SOCIAL ESPECÍFICO			23.559.677	23.559.677	VSE
AHORRO PARA LA ADMINISTRACIÓN	20.122.409			20.122.409	A-A
VALOR EMOCIONAL					V-EMO
	<b>31.315.906</b>	<b>29.196.488</b>	<b>23.559.677</b>	<b>52.756.165</b>	<b>VALOR TOTAL</b>
		60.989		60.989	Subv. Generales
	28.569.178	28.569.178		28.569.178	Subv. Objeto Soc.
	2.890	2.890	2.890	2.890	Subv. Específicas
			16.400	16.400	Subv. Privadas
	<b>28.572.068</b>	<b>28.633.057</b>	<b>19.290</b>	<b>28.649.457</b>	<b>SUBVENCIÓN</b>
	<b>2.743.838</b>	<b>563.431</b>	<b>23.540.387</b>	<b>24.106.708</b>	<b>BENEFICIO</b>
Subvenciones	1,10	1,02	1.221,32	1,84	SROI







Muchas  
gracias

[www.gorabide.com](http://www.gorabide.com)

[facebook.com/Gorabide](https://facebook.com/Gorabide)

[twitter.com/gorabide](https://twitter.com/gorabide)