

# Contabilidad Social

## Sesión 3: El Valor Social de No Mercado (VSNM): Mapa y diálogo con Stakeholders

---



**Fortalecimiento de organizaciones - 2024**

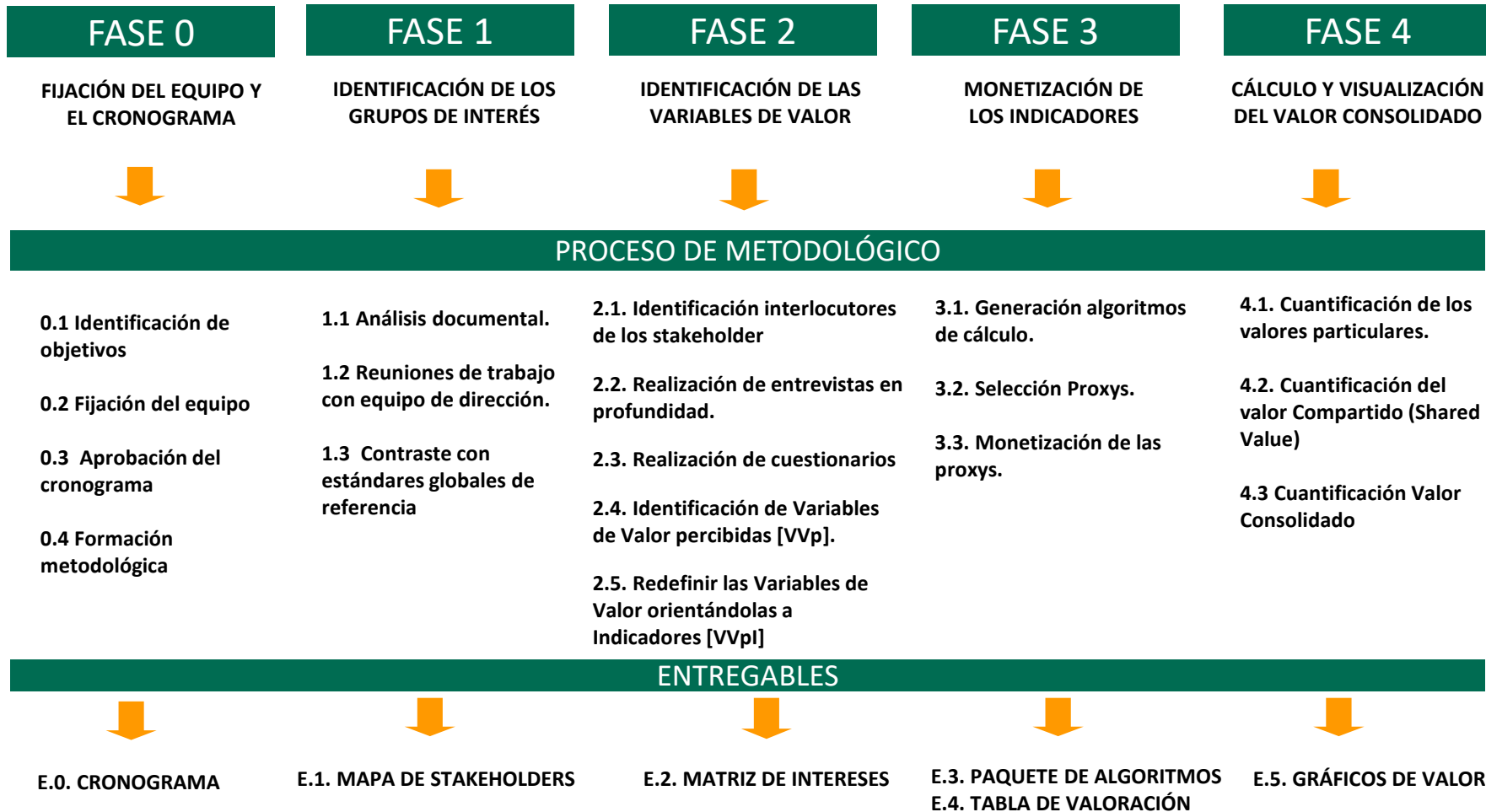
# Indice

---

0. Revisemos el itinerario...
1. La Teoría de Stakeholders como soporte.
2. Identificación de los grupos de interés
  - 2.1. Objetivo...el mapa de Stakeholders
  - 2.2. Los representantes de los Stakeholders
3. El diálogo con los Stakeholders.
  - 3.1. Mecanismos de diálogo.
  - 3.2. ¿Cómo lo hacemos?.
  - 3.3 El registro del diálogo

# 0. Revisemos el itinerario...

## 3.2 Metodología de monetización del valor social específico



# 1. La Teoría de los Stakeholders como soporte...

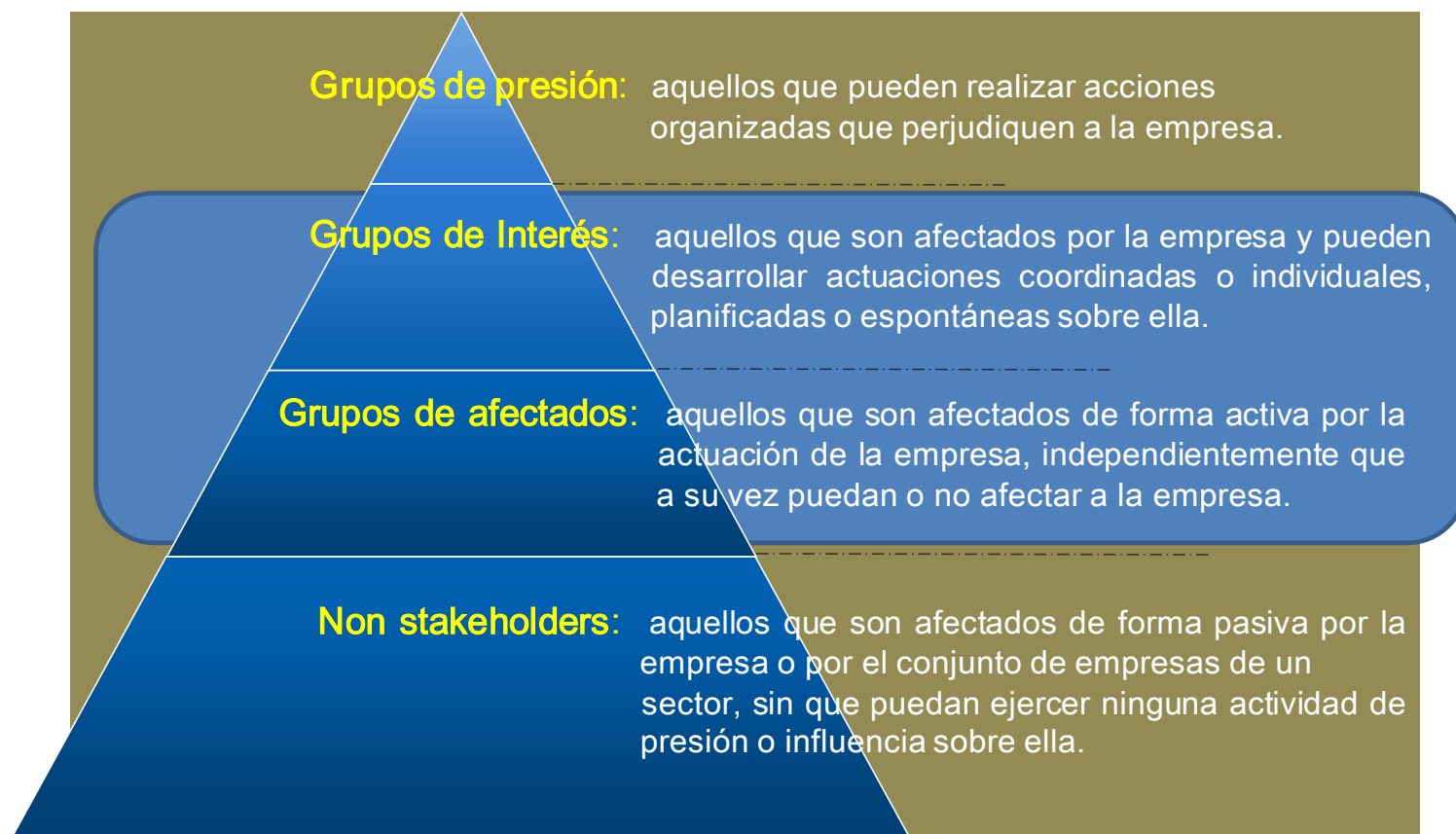
“The last 40 years have seen great changes in our understanding of business. In our lifetime, we have seen a remarkable pace of globalization. We have seen revolutionary information technology. We have seen nothing less than a fundamental shift in the story of business.”

-Ed Freeman



“El propósito de la empresa es la satisfacción equilibrada y en el tiempo de la totalidad de los grupos de interés”

# 1. La Teoría de los Stakeholders como soporte...



## ¿Qué Stakeholders?



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

# 2. Identificación de los grupos de interés

Objetivo...el mapa de Stakeholders



¿Cómo lo elaboramos?



# 2. Identificación de los grupos de interés

## Objetivo...el mapa de Stakeholders

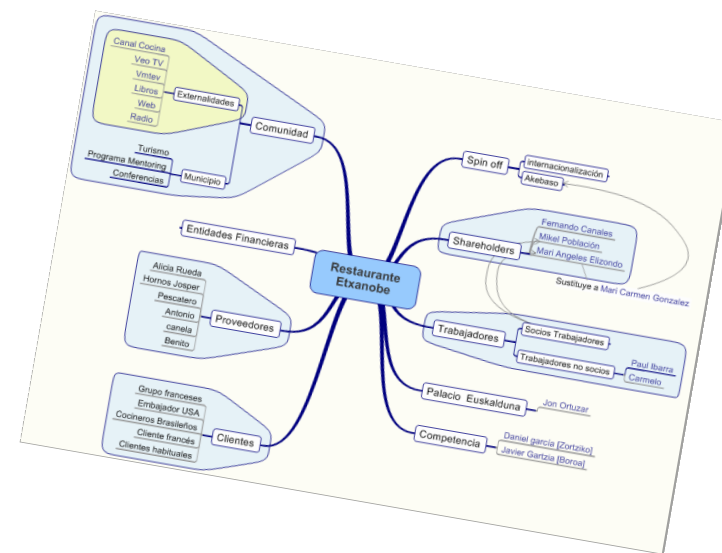
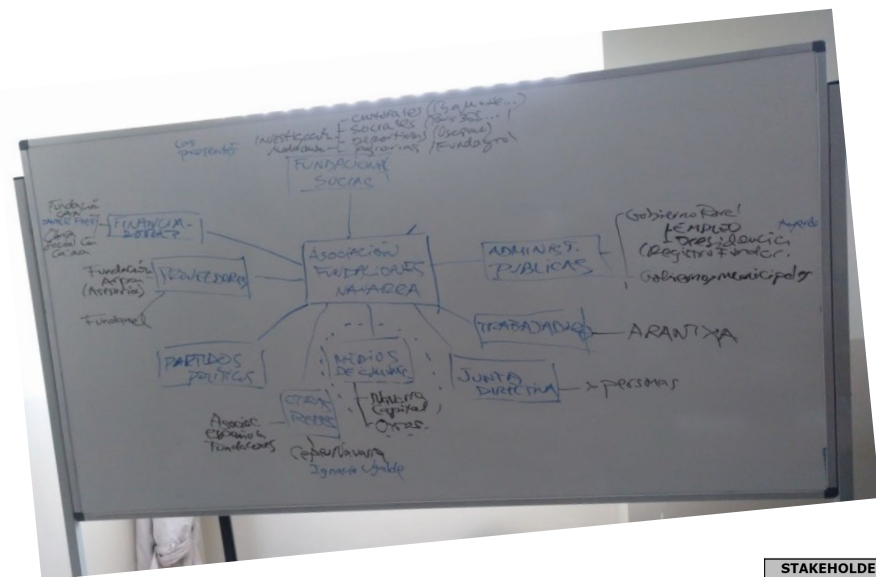
### Algunas preguntas de apoyo..

- ✓ ¿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?
- ✓ ....

# 2. Identificación de los grupos de interés

## Objetivo...el mapa de Stakeholders

Y podremos utilizar diferentes soportes para construirlo..



STAKEHOLDERS (Categorías)	ORGANIZACIONES O ENTIDADES	PERSONAS DE CONTACTO



## 2. Identificación de los grupos de interés

### Los representantes de los Stakeholders

De cada categoría de Stakeholders identificaremos a los representantes mas significativos para poder iniciar el proceso de diálogo con ellos.

MECANISMOS DE DIÁLOGO E IDENTIFICACIÓN CONCRETA DEL ENTREVISTADO

CATEG. STAKEHOLDER	ENTIDAD	NOMBRE	PUESTO	MAIL	TELÉFONO	FECHA DE CONTACTO	ENTREVISTADOR	FECHA DIÁLOGO	MECANISMO

# 3. El diálogo con los Stakeholders

## Mecanismos de diálogo

**Entrevistas  
presenciales**

**Cuestionarios**

**Grupos de trabajo**

**Entrevistas telefónicas o  
por videoconferencia**

# 3. El diálogo con los Stakeholders

## Mecanismos de diálogo



Entrevistas  
presenciales

- Relación directa
- Se centra mejor el tema
- Reformulación de preguntas más natural que por otros medios
- Buenos resultados
- Consume tiempo (cada persona en un lugar...)-> Costes (tiempo) de desplazamiento
- En caso de muchas personas con las que dialogar, combinar con otros mecanismos

# 3. El diálogo con los Stakeholders

## Mecanismos de diálogo



- Permite obtener la información de muchas personas, ampliando la participación

- Requiere un procesado específico de la información
- Extraer las variables de valor resulta más complicado
- No permite reformular preguntas
- Se puede perder la parte cualitativa

# 3. El diálogo con los Stakeholders

## Mecanismos de diálogo



Grupos de trabajo

- La opinión de las personas se enriquece por las aportaciones de todas
  - Adecuado para equipos ya formalmente establecidos, en los que se quiere que participen todas las personas
  - Concentra en un espacio de tiempo limitado lo que por medio de entrevistas exigiría un esfuerzo superior
  - Posibilita alcanzar visiones compartidas
- Riesgo de que el peso de la opinión de algunas personas sea mayor
  - Riesgo de dispersión de opiniones

# 3. El diálogo con los Stakeholders

## Mecanismos de diálogo



Entrevistas  
telefónicas o por  
videoconferencia

- Adecuada para personas con agendas complicadas con las que sólo cabe buscar un “hueco corto”
- Permite la entrevista en el caso de personas que residen o trabajan lejos de la ubicación natural donde se desarrolla el proyecto
- No supone costes de desplazamiento
- Permite más entrevistas en menos tiempo
- Normalmente en contexto de limitación de tiempo -> En algunos casos, la entrevista resulta más precipitada
- (Por teléfono) No hay contacto visual
- Más complicado extraer información complementaria

# 3. El diálogo con los Stakeholders

## Cómo lo hacemos?

### ¿Quién establece el diálogo?



- Personas de la organización
- Personas externas (universidad, consultoría...)

### ¿Qué se debe valorar?

- Exigencias del proceso – Tiempo y trabajo
- Disponibilidad de personas internas con posibilidad de liberar tiempo y trabajo y con formación adecuada
- Disponibilidad de recursos económicos para contrataciones externas
- Imagen a transmitir a los grupos de interés
- Necesidad de que la persona que establezca el diálogo escuche sin prejuicios previos
- Separar las relaciones rutinarias con los grupos de interés de la especificidad de este proyecto

# 3. El diálogo con los Stakeholders

## ¿Cómo lo registramos?

### En las entrevistas y grupos focales....



**ACTA DIALOGO CON...**

Fecha:	
Formato:	
Hora Inicio:	
Hora Finalización:	

**1. Descripción (Identificación, puesto y relación con la entidad).**  
En este apartado se recogen los datos principales del entrevistado y de la entidad a la que representa.

**2. Principales aspectos en los que la entidad le genera valor al Stakeholder (en la entrevista se utilizan ejemplos, situación...)**  
En este apartado se intenta recoger los principales aspectos de valor sobre los que poder identificar las variables de valor.

**3. Características que pueden hacer que el valor generado se incremente o que aparezcan nuevos aspectos de valor**  
En este punto incidiremos en los aspectos de valor y como poder mejorarlos e incluso alcanzar otros elementos de valor no futuro.

**4. Variables que identifiquen ese valor y cuantificación**  
Se trataría de avanzar desde una posible variable de valor identificada cara a su indicador e incluso un proxy.

**5. Comentarios finales**  
A modo de resumen de la entrevista se recogen los elementos destacados.

- Con el acta de la reunión.
- Recogiendo las características principales del entrevistado.
- Los aspectos de valor surgidos durante la entrevista.
- Aquellos aspectos de valor que podría aportar o mejorar la entidad y que han destacado los Stakeholders.
- Posibles variables que identifiquen los aspectos de valor detectados.
- Conclusiones finales de la reunión

### En los cuestionarios....

- A través de los registros en Excel proporcionados.
- Recogiendo los aspectos anteriores identificados en las actas de las entrevistas.





[www.plenainclusion.org](http://www.plenainclusion.org)

[info@plenainclusion.org](mailto:info@plenainclusion.org)