

# VIII ANNUAL CONGRESS OF GLOBAL ECONOMIC ACCOUNTING

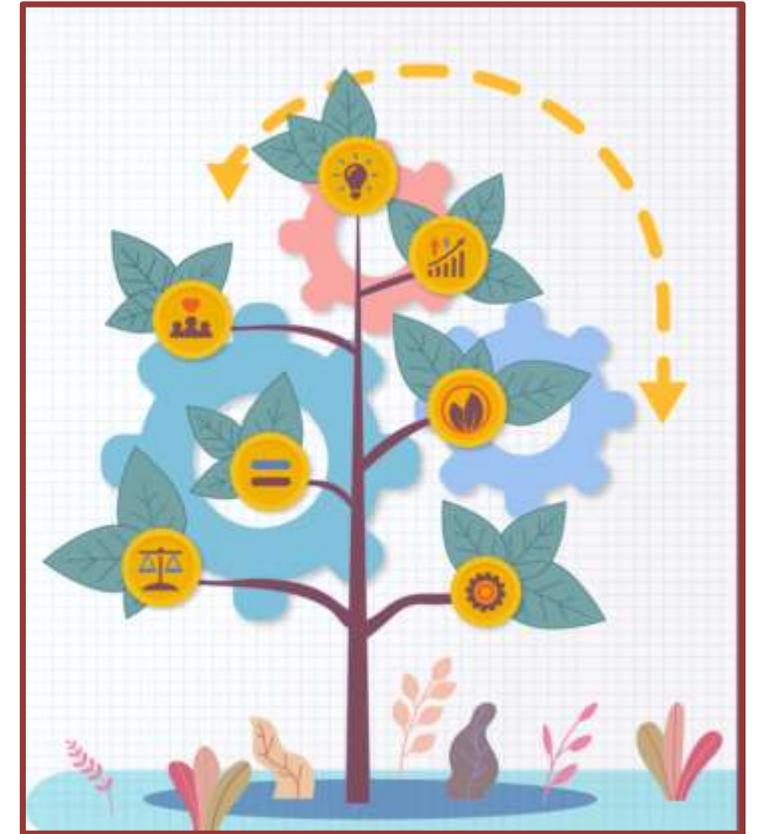
‘VALOR SOCIAL E DESENVOLVEMENTO SOSTIBLE’  
‘VALOR SOCIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE’

---

21 E 22 DE NOVIEMBRE  
CEGADI / SANTIAGO DE COMPOSTELA

Iniciativas innovadoras  
en el ámbito de la Economía Social

Beatriz Guzmán Pérez



**Enero 2017**

# **Investigación, formación y transferencia del conocimiento en materia de Economía Social y Cooperativa**



Cátedra Cajasiete de  
Economía Social y Cooperativa  
Universidad de La Laguna

**Enero 2017**

# **Investigación, formación y transferencia del conocimiento en materia de Economía Social y Cooperativa**

## **Equipo de Contabilidad Social**

**Enero 2018**

# Investigación, formación y transferencia del conocimiento en materia de Economía Social y Cooperativa

**Enero 2017**

**Cándido Román Cervantes**



## Equipo de Contabilidad Social

**Enero 2018**

**M<sup>a</sup> Victoria Pérez-Monteverde**



**Beatriz V. Guzmán Pérez**



**Javier Mendoza Jiménez**



# Investigación, formación y transferencia del conocimiento en materia de Economía Social y Cooperativa

**Enero 2017**

**Cándido Román Cervantes**



## Equipo de Contabilidad Social

**Enero 2018**

**M<sup>a</sup> Victoria Pérez-Monteverde**



**Beatriz V. Guzmán Pérez**



**Javier Mendoza Jiménez**



**VISIÓN EXTERNA**



# Transferencia del *Know-How*

**Cofradía de Pescadores**  
Ntra. Sra. de las Mercedes



**SAT**  
FAST La Orotava



**Hotel**  
Tigaiga



**No EES**

# Transferencia del *Know-How*

**Cofradía de Pescadores**  
Ntra. Sra. de las Mercedes



**SAT**  
FAST La Orotava



**Hotel**  
Tigaiga



**Cooperativa**  
COARCO



**Cooperativa**  
Mercado Ntra. Sra. de África



**No EES**

## Transferencia del *Know-How*

## Elementos distintivos

Familia de EES

Sector

**Cofradía de Pescadores**  
Ntra. Sra. de las Mercedes



**SAT**  
FAST La Orotava



**Hotel**  
Tigaiga



**No EES**



**Cooperativa**  
COARCO



**Cooperativa**  
Mercado Ntra. Sra. de África



## Transferencia del *Know-How*

## Elementos distintivos

Familia de EES

Sector

**Cofradía de Pescadores**  
Ntra. Sra. de las Mercedes



**SAT**  
FAST La Orotava



**Hotel**  
Tigaiga



No EES



**Cooperativa**  
COARCO



**Cooperativa**  
Mercado Ntra. Sra. de África



**Iniciativa MVS:  
CESCO**



**Agentes claves para  
la sostenibilidad**



- Economía Social**
- Crecimiento Azul**



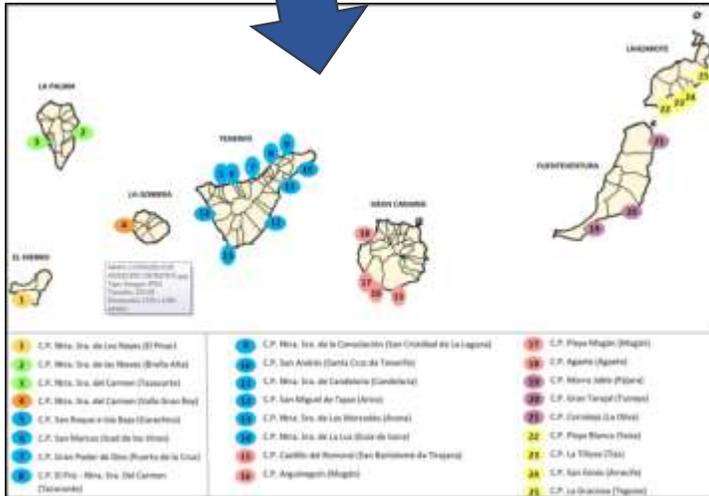
# Iniciativa MVS: CESCO



# Agentes claves para la sostenibilidad



- Economía Social
- Crecimiento Azul



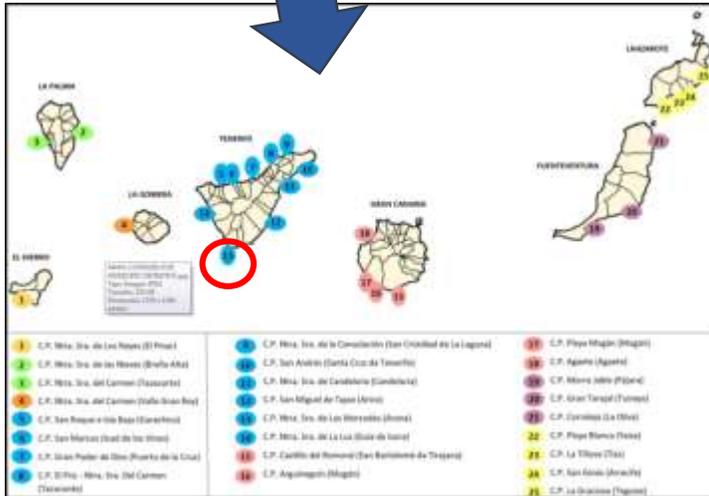
# Iniciativa MVS: CESCO



## Agentes claves para la sostenibilidad



- Economía Social
- Crecimiento Azul



## Cofradía de Pescadores Ntra. Sra. de las Mercedes



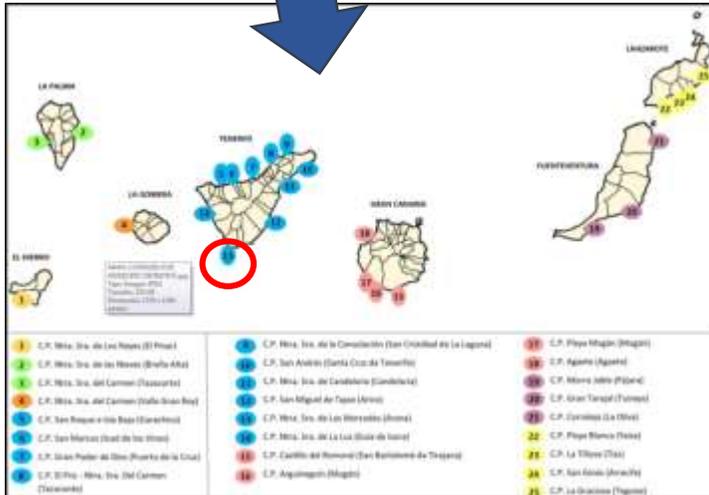
**Iniciativa MVS:  
CESCO**



**Agentes claves para  
la sostenibilidad**



**- Economía Social  
- Crecimiento Azul**



**Cofradía de Pescadores Ntra. Sra. de las Mercedes**

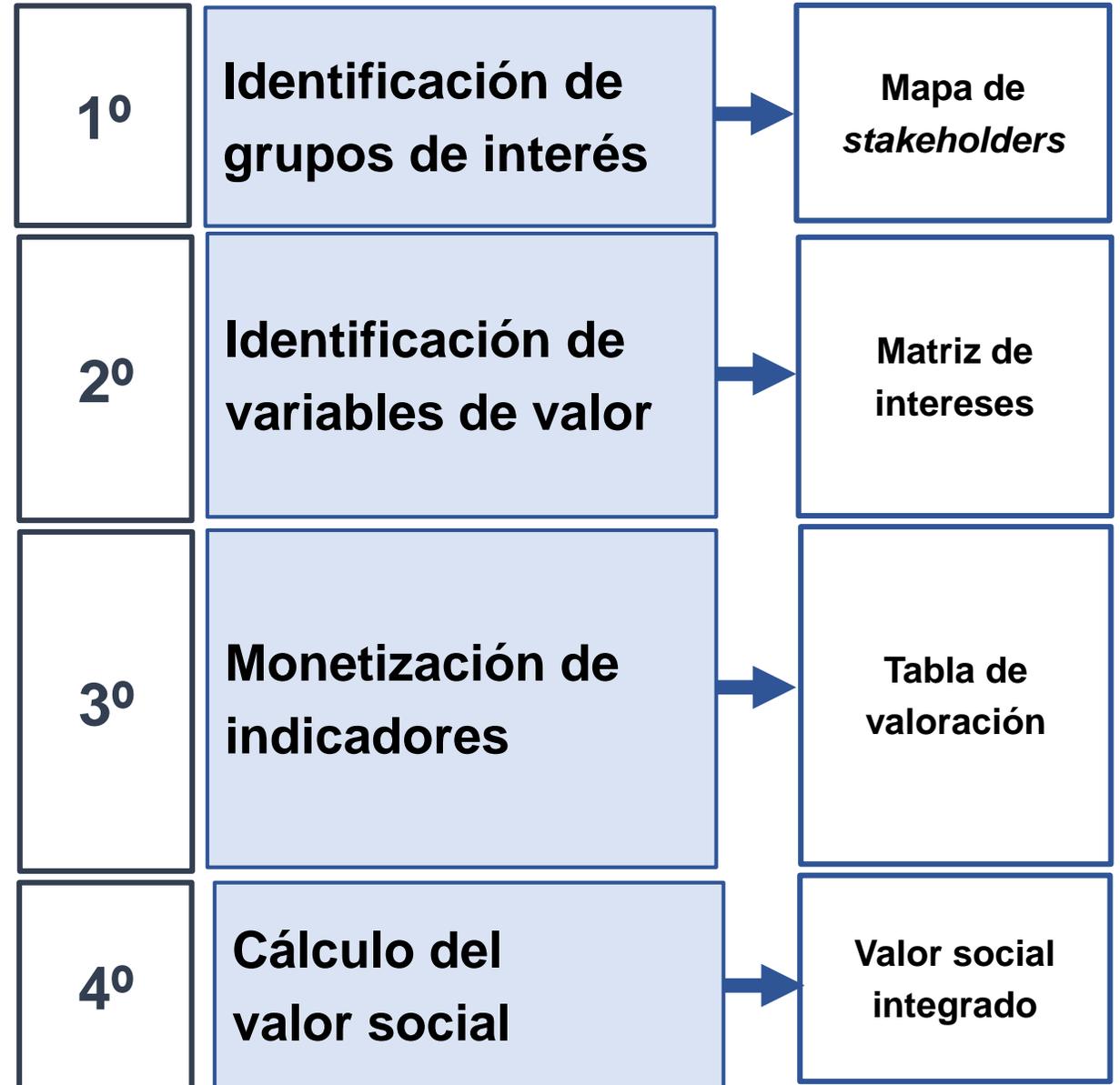


**Pérdidas desde hace 9 años (desahucio)**



**Visibilizar su aportación a la sociedad**

# Monetización del Valor Social



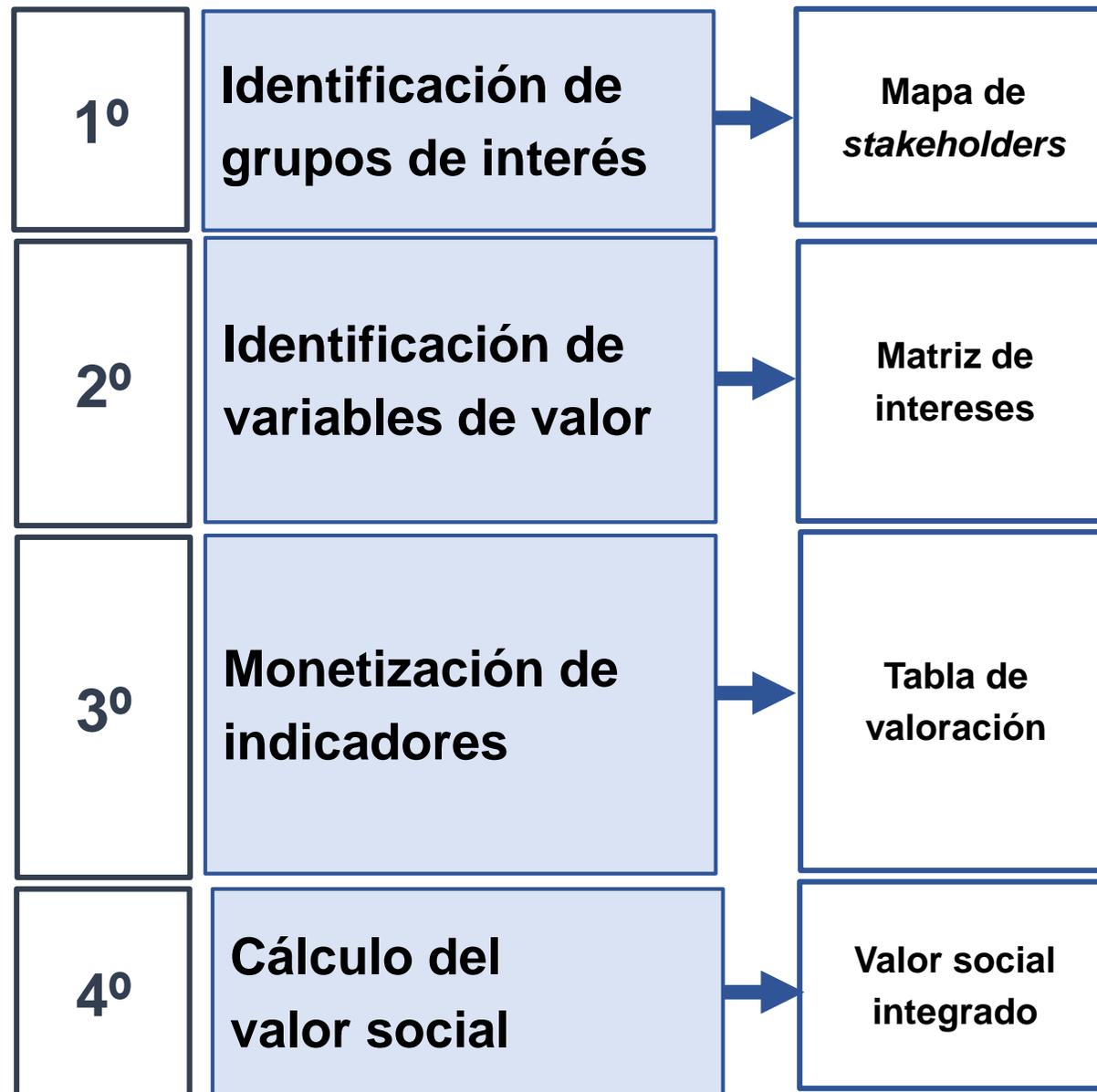
**Fuente:** Ayuso, S. (2018). Modelos de transferencia del Know-How. Curso de Verano *Medición del Valor Social para la Sostenibilidad*, Universidad del País Vasco, Bilbao, Julio.

## Información



Fuente: Retolaza, J.L., San-José, L., & Ruíz-Roqueñi, M. (2016). *Social Accounting for Sustainability. Monetizing the Social Value*. Springer. p. 20.

## Monetización del Valor Social



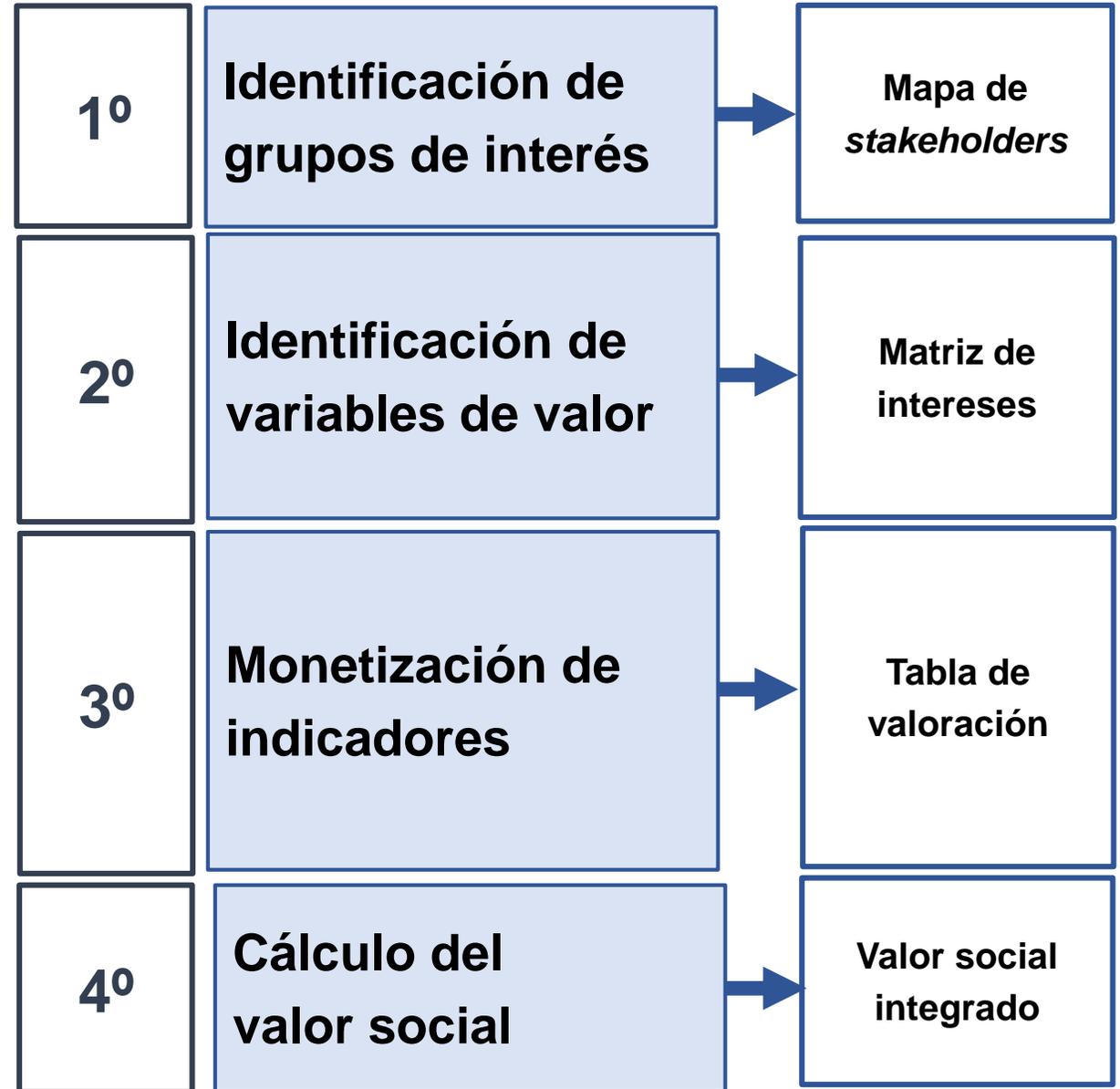
Fuente: Ayuso, S. (2018). Modelos de transferencia del Know-How. Curso de Verano *Medición del Valor Social para la Sostenibilidad*, Universidad del País Vasco, Bilbao, Julio.

# Información



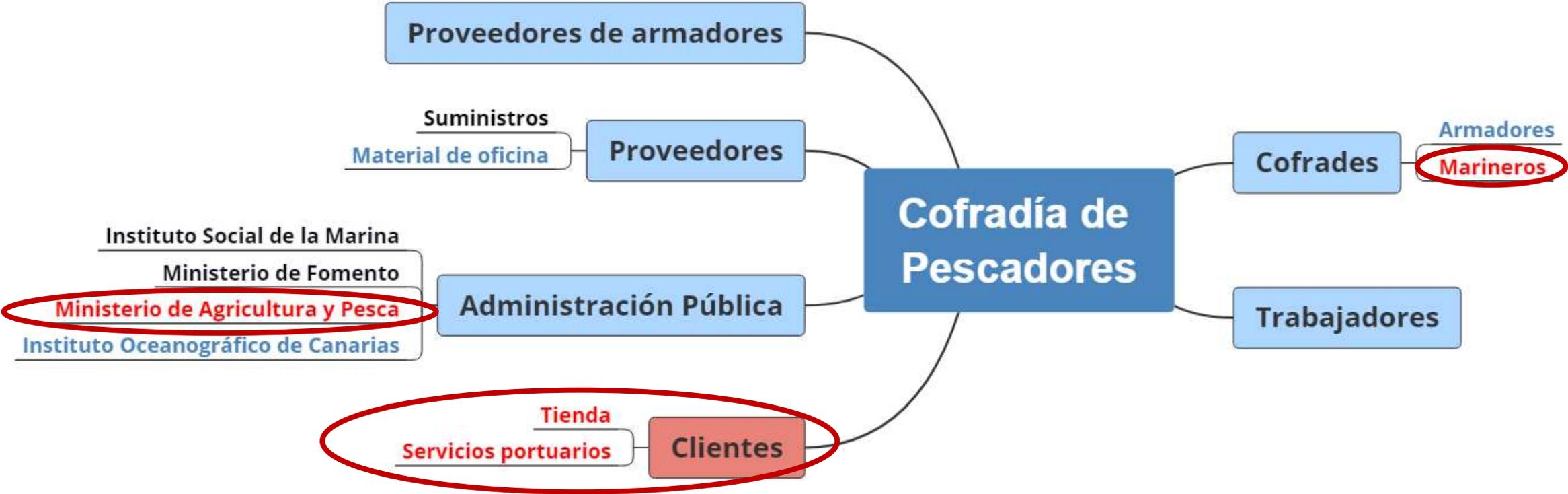
Fuente: Retolaza, J.L., San-José, L., & Ruíz-Roqueñi, M. (2016). *Social Accounting for Sustainability. Monetizing the Social Value*. Springer. p. 20.

# Monetización del Valor Social



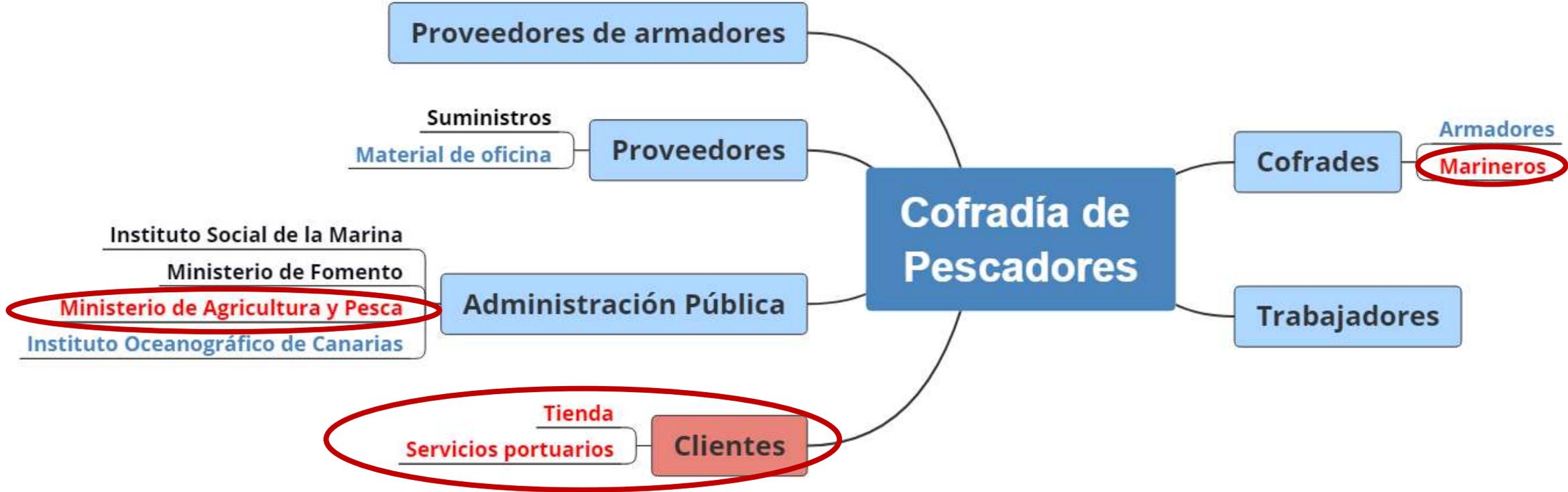
Fuente: Ayuso, S. (2018). Modelos de transferencia del Know-How. Curso de Verano *Medición del Valor Social para la Sostenibilidad*, Universidad del País Vasco, Bilbao, Julio.

# Fase de entrevistas



# Fase de entrevistas

*Perspectiva externa*

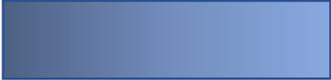


*Perspectiva interna*

**Matriz de intereses**

	Intereses	MR	AR	PA	TR	CL	CP	OC
1	Servicio							
2	Ventaja de precio							
3	Informa de la realidad del sector							
4	Ahorro de recursos							
5	Conocimiento ecológico y del sector							
6	Fuerza de marca							
7	Valor emocional							

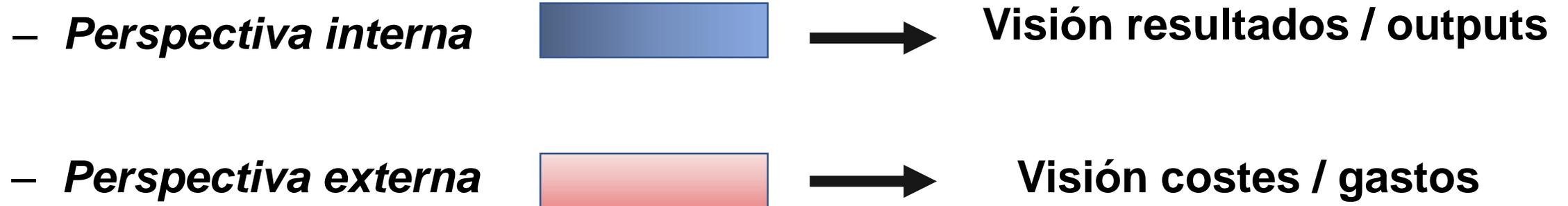
MR: Marineros - AR: Armadores - PA: Proveedores de Armadores -TR: Trabajadores - CL: Clientes - CP: Consejería de Pesca - OC: Instituto Oceanográfico de Canarias

– *Perspectiva interna*  → **Visión resultados / outputs**

**Matriz de intereses**

	Intereses	MR	AR	PA	TR	CL	CP	OC
1	Servicio							
2	Ventaja de precio							
3	Informa de la realidad del sector							
4	Ahorro de recursos							
5	Conocimiento ecológico y del sector							
6	Fuerza de marca							
7	Valor emocional							

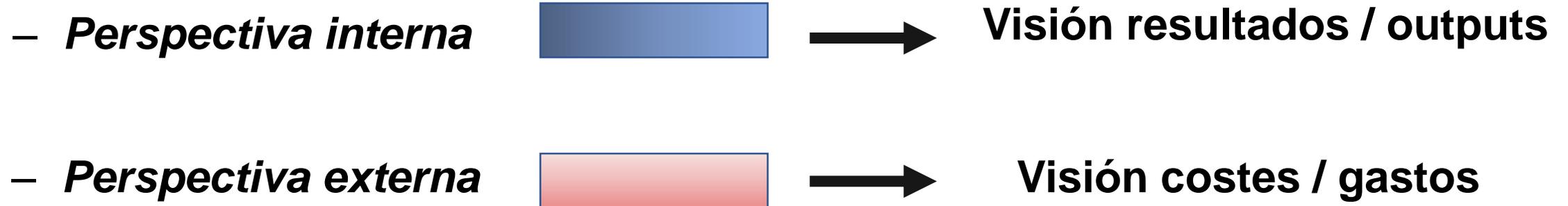
MR: Marineros - AR: Armadores - PA: Proveedores de Armadores -TR: Trabajadores - CL: Clientes - CP: Consejería de Pesca - OC: Instituto Oceanográfico de Canarias



**Matriz de intereses**

	Intereses	MR	AR	PA	TR	CL	CP	OC
1	Servicio							
2	Ventaja de precio							
3	Informa de la realidad del sector							
4	Ahorro de recursos							
5	Conocimiento ecológico y del sector							
6	Fuerza de marca							
7	Valor emocional							

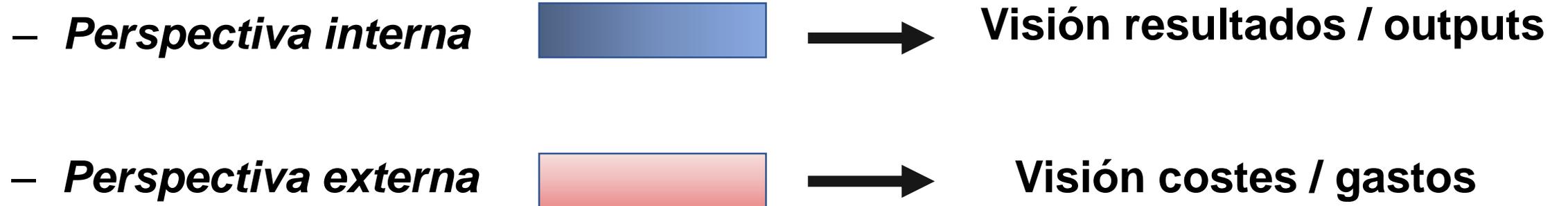
MR: Marineros - AR: Armadores - PA: Proveedores de Armadores -TR: Trabajadores - CL: Clientes - CP: Consejería de Pesca - OC: Instituto Oceanográfico de Canarias



**Matriz de intereses**

	Intereses	MR	AR	PA	TR	CL	CP	OC
1	Servicio							
2	Ventaja de precio							
3	Informa de la realidad del sector							
4	Ahorro de recursos							
5	Conocimiento ecológico y del sector							
6	Fuerza de marca							
7	Valor emocional							

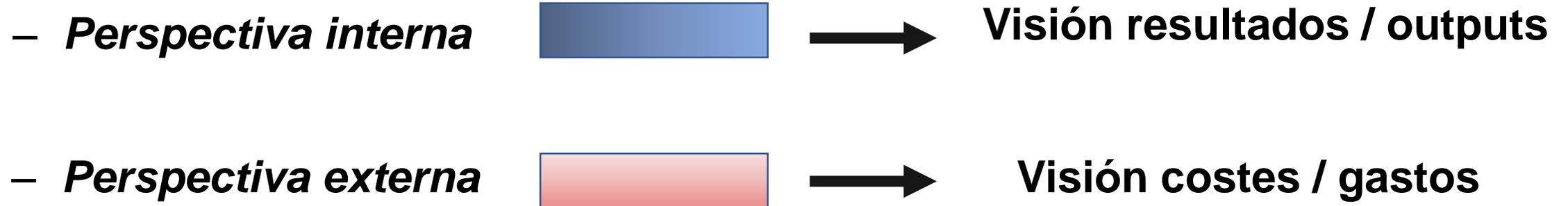
MR: Marineros - AR: Armadores - PA: Proveedores de Armadores -TR: Trabajadores - CL: Clientes - CP: Consejería de Pesca - OC: Instituto Oceanográfico de Canarias

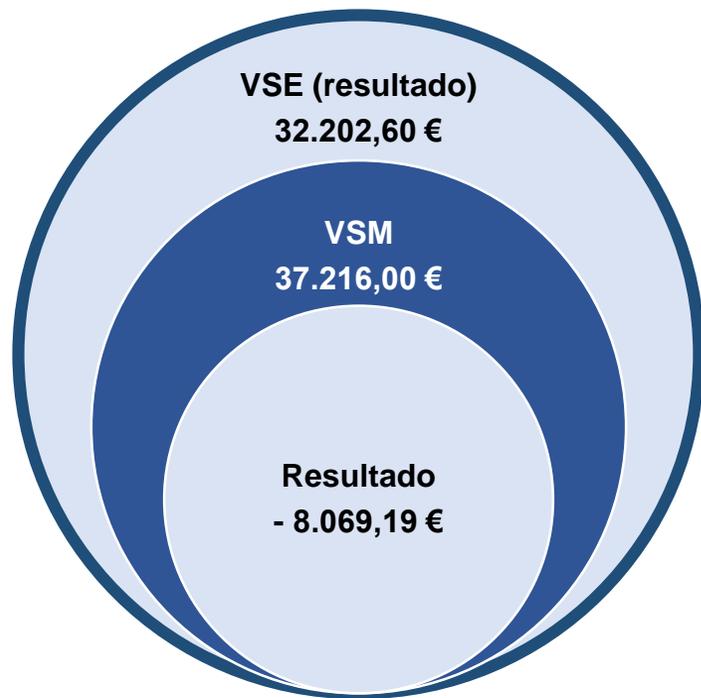


**Matriz de intereses**

	Intereses	MR	AR	PA	TR	CL	CP	OC
1	Servicio							
2	Ventaja de precio							
3	Informa de la realidad del sector							
4	Ahorro de recursos							
5	Conocimiento ecológico y del sector							
6	Fuerza de marca							
7	Valor emocional							

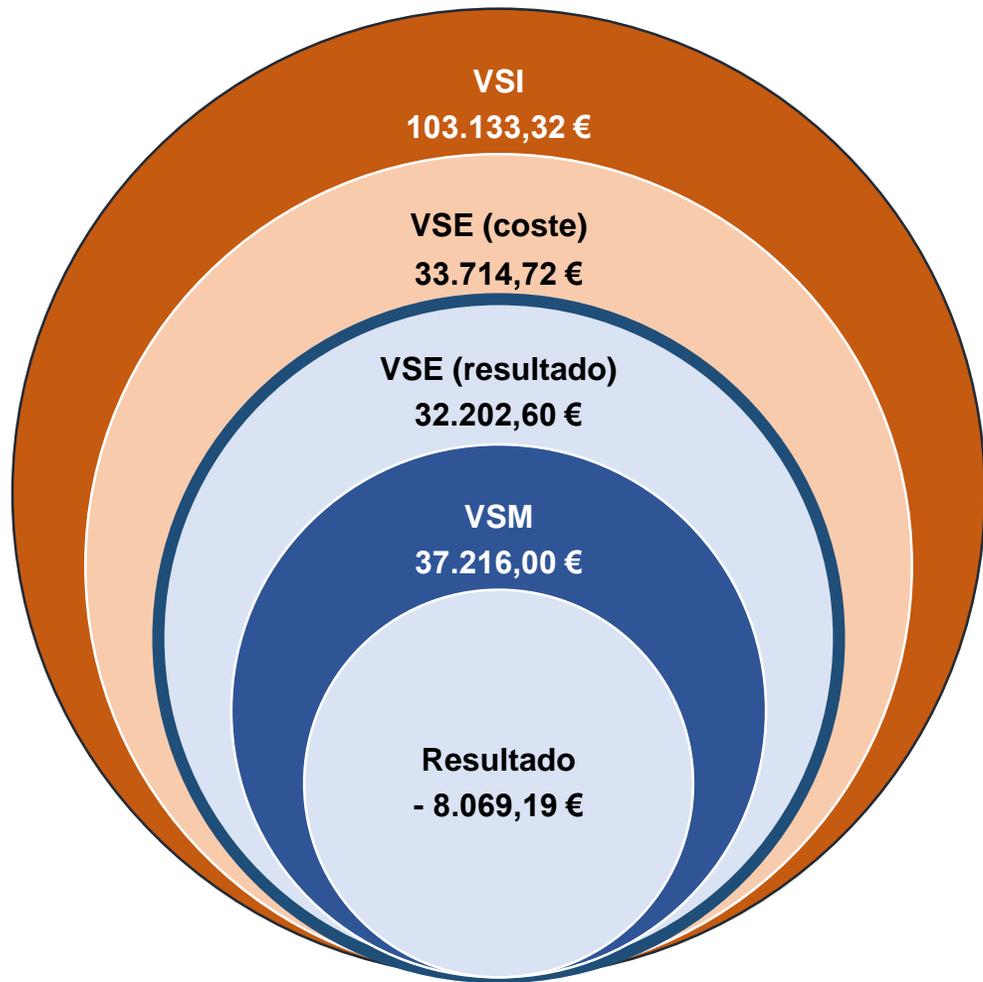
MR: Marineros - AR: Armadores - PA: Proveedores de Armadores -TR: Trabajadores - CL: Clientes - CP: Consejería de Pesca - OC: Instituto Oceanográfico de Canarias





## Utilidades

- **Visibilizar parcialmente el valor social percibido.**
- **Pasar de pérdida económico-financiera a valor social positivo.**



## Utilidades

- **Visibilizar parcialmente el valor social percibido.**
- **Pasar de pérdida económico-financiera a valor social positivo.**

## Limitaciones

- **Parcialmente, perspectiva de coste y no de resultado.**
- **Necesidad de realizar las entrevistas y comprobar.**

## **Sociedades**

### **Agrarias de Transformación**

**Fórmula específica del ordenamiento jurídico español**

**Elementos comunes a cooperativas y sociedades mercantiles**

## Sociedades

### Agrarias de Transformación

Fórmula específica del ordenamiento jurídico español

Elementos comunes a cooperativas y sociedades mercantiles



<b>Año de fundación</b>	1914
<b>Nº socios</b>	279
<b>Objeto social</b>	Comercialización

## Sociedades

### Agrarias de Transformación

## Fórmula específica del ordenamiento jurídico español

### Elementos comunes a cooperativas y sociedades mercantiles



<b>Año de fundación</b>	1914
<b>Nº socios</b>	279
<b>Objeto social</b>	Comercialización
<b>Nº trabajadores</b>	112
<b>Certificaciones</b>	ISO 22.000:05, ISO 14001
<b>Informes de RSC</b>	Desde 2017

## Sociedades

### Agrarias de Transformación

## Fórmula específica del ordenamiento jurídico español

### Elementos comunes a cooperativas y sociedades mercantiles



<b>Año de fundación</b>	1914
<b>Nº socios</b>	279
<b>Objeto social</b>	Comercialización
<b>Nº trabajadores</b>	112
<b>Certificaciones</b>	ISO 22.000:05, ISO 14001
<b>Informes de RSC</b>	Desde 2017

– Conocieron la CS a través de **CESCO**.

– Asistieron a una charla de **José Luis Retolaza** y de **Leire San-José** en ULL.



- Conocieron la CS a través de **CESCO**.
- Asistieron a una charla de **José Luis Retolaza** y de **Leire San-José** en ULL.

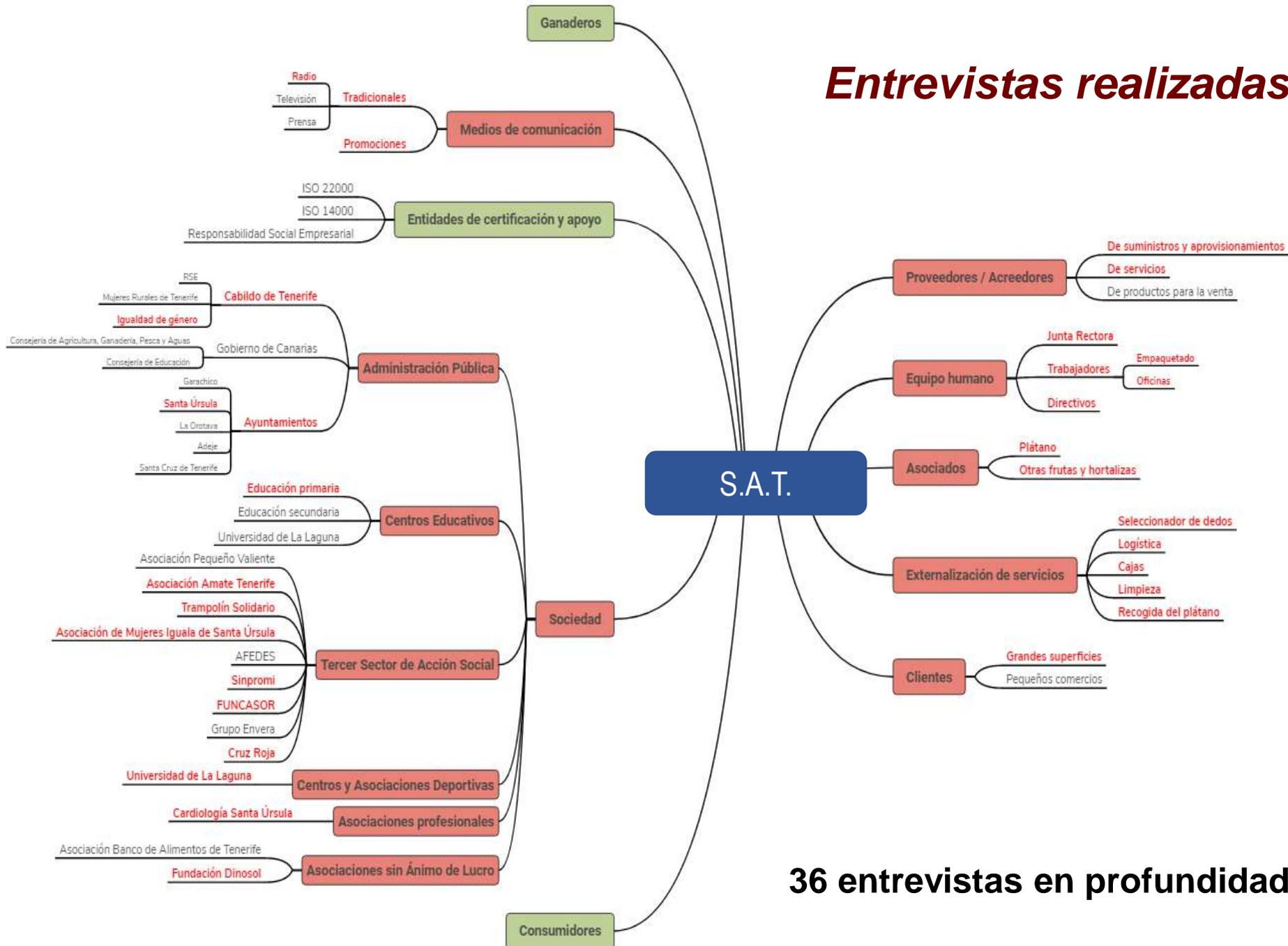
**... y entonces...**



**¿Por qué querían monetizar el valor social?**

- Para conocer el **IMPACTO SOCIAL** de su actividad.
- Estaban convencidos de que **LA MVS ES EL CAMINO A LA SOSTENIBILIDAD**.

# Entrevistas realizadas



36 entrevistas en profundidad

# Variables de valor orientadas a indicadores

- 1 Respuesta social**
- 2 Divulgación**
- 3 Asesoramiento**
- 4 Empleabilidad**
- 5 Seguridad económica**
- 6 Ampliación de oportunidades económicas**
- 7 Sostenibilidad**
- 8 Reputación y ampliación del mercado**
- 9 Fomento de redes informales y de colaboración**
- 10 Confianza y fluidez de información**
- 11 Reconocimiento del trabajo**
- 12 Formación**
- 13 Flexibilidad**
- 14 Poder de decisión**
- 15 Igualdad de género**
- 16 Espíritu cooperativo y solidaridad interna**
- 17 Elección ética de proveedores**
- 18 Proactividad e innovación**

# Similitudes con Variables de Valor de UCAN



- 1 Respuesta social
- 2 Divulgación
- 3 Asesoramiento
- 4 Empleabilidad
- 5 Seguridad económica
- 6 Ampliación de oportunidades económicas
- 7 Sostenibilidad
- 8 Reputación y ampliación del mercado
- 9 Fomento de redes informales y de colaboración
- 10 Confianza y fluidez de información
- 11 Reconocimiento del trabajo
- 12 Formación
- 13 Flexibilidad
- 14 Poder de decisión
- 15 Igualdad de género
- 16 Espíritu cooperativo y solidaridad interna
- 17 Elección ética de proveedores
- 18 Proactividad e innovación



**Verteban medio rural y territorio**  
**Frenan despoblamiento**  
**Aportan eficiencia al sector agrario**  
**Visibilizan al agroalimentador**  
**Generan empleo**  
**Distribución más social de la riqueza**  
**Mejoran la profesionalidad**  
**Soporte para jubilados**  
**Introducen innovación**  
**Comparten riesgos de ensayo/error**  
**Catalizan la transformación digital**  
**Ordenan y orientan la producción hacia el mercado**  
**Estabilizan precios en productos, insumos y servicios**  
**Frenan abandono de tierras**  
**Ofrecen puntos de recogida y reciclaje**  
**Racionalizan consumo de agua**  
**Divulgan buenas prácticas medioambientales**

# Similitudes con Variables de Valor de UCAN



- 1 Respuesta social
- 2 Divulgación
- 3 Asesoramiento
- 4 Empleabilidad
- 5 Seguridad económica
- 6 Ampliación de oportunidades económicas
- 7 Sostenibilidad**
- 8 Reputación y ampliación del mercado
- 9 Fomento de redes informales y de colaboración
- 10 Confianza y fluidez de información
- 11 Reconocimiento del trabajo
- 12 Formación
- 13 Flexibilidad
- 14 Poder de decisión
- 15 Igualdad de género
- 16 Espíritu cooperativo y solidaridad interna
- 17 Elección ética de proveedores
- 18 Proactividad e innovación

**Verteban medio rural y territorio**

**Frenan despoblamiento**

**Aportan eficiencia al sector agrario**

**Visibilizan al agroalimentador**

**Generan empleo**

**Distribución más social de la riqueza**

**Mejoran la profesionalidad**

**Soporte para jubilados**

**Introducen innovación**

**Comparten riesgos de ensayo/error**

**Catalizan la transformación digital**

**Ordenan y orientan la producción hacia el mercado**

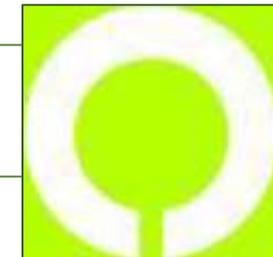
**Estabilizan precios en productos, insumos y servicios**

**Frenan abandono de tierras**

**Ofrecen puntos de recogida y reciclaje**

**Racionalizan consumo de agua**

**Divulgan buenas prácticas medioambientales**



# Similitudes con Variables de Valor de UCAN



- 1 Respuesta social
- 2 Divulgación
- 3 **Asesoramiento**
- 4 Empleabilidad
- 5 Seguridad económica
- 6 Ampliación de oportunidades económicas
- 7 **Sostenibilidad**
- 8 Reputación y ampliación del mercado
- 9 Fomento de redes informales y de colaboración
- 10 Confianza y fluidez de información
- 11 Reconocimiento del trabajo
- 12 Formación
- 13 Flexibilidad
- 14 Poder de decisión
- 15 Igualdad de género
- 16 Espíritu cooperativo y solidaridad interna
- 17 Elección ética de proveedores
- 18 Proactividad e innovación

**Verteban medio rural y territorio  
Frenan despoblamiento**

**Aportan eficiencia al sector agrario  
Visibilizan al agroalimentador**

**Generan empleo**

**Distribución más social de la riqueza**

**Mejoran la profesionalidad**

**Soporte para jubilados**

**Introducen innovación**

**Comparten riesgos de ensayo/error**

**Catalizan la transformación digital**

**Ordenan y orientan la producción hacia el mercado**

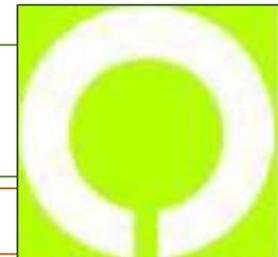
**Estabilizan precios en productos, insumos y servicios**

**Frenan abandono de tierras**

**Ofrecen puntos de recogida y reciclaje**

**Racionalizan consumo de agua**

**Divulgan buenas prácticas medioambientales**



# Similitudes con Variables de Valor de UCAN



- 1 Respuesta social
- 2 Divulgación
- 3 **Asesoramiento**
- 4 Empleabilidad
- 5 **Seguridad económica**
- 6 Ampliación de oportunidades económicas
- 7 **Sostenibilidad**
- 8 Reputación y ampliación del mercado
- 9 Fomento de redes informales y de colaboración
- 10 Confianza y fluidez de información
- 11 Reconocimiento del trabajo
- 12 Formación
- 13 Flexibilidad
- 14 Poder de decisión
- 15 Igualdad de género
- 16 Espíritu cooperativo y solidaridad interna
- 17 Elección ética de proveedores
- 18 **Proactividad e innovación**

**Verteban medio rural y territorio  
Frenan despoblamiento**

**Aportan eficiencia al sector agrario  
Visibilizan al agroalimentador**

**Generan empleo**

**Distribución más social de la riqueza**

**Mejoran la profesionalidad**

**Soporte para jubilados**

**Introducen innovación**

**Comparten riesgos de ensayo/error**

**Catalizan la transformación digital**

**Ordenan y orientan la producción hacia el mercado**

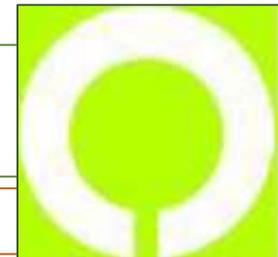
**Estabilizan precios en productos, insumos y servicios**

**Frenan abandono de tierras**

**Ofrecen puntos de recogida y reciclaje**

**Racionalizan consumo de agua**

**Divulgan buenas prácticas medioambientales**



# Similitudes con Variables de Valor de UCAN



- 1 Respuesta social
- 2 Divulgación
- 3 **Asesoramiento**
- 4 Empleabilidad
- 5 **Seguridad económica**
- 6 Ampliación de oportunidades económicas
- 7 **Sostenibilidad**
- 8 Reputación y ampliación del mercado
- 9 Fomento de redes informales y de colaboración
- 10 Confianza y fluidez de información
- 11 Reconocimiento del trabajo
- 12 Formación
- 13 Flexibilidad
- 14 Poder de decisión
- 15 Igualdad de género
- 16 Espíritu cooperativo y solidaridad interna
- 17 Elección ética de proveedores
- 18 **Proactividad e innovación**

**Vertebran medio rural y territorio  
Frenan despoblamiento**

**Aportan eficiencia al sector agrario  
Visibilizan al agroalimentador**

**Generan empleo**

**Distribución más social de la riqueza  
Mejoran la profesionalidad  
Soporte para jubilados**

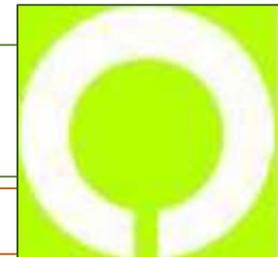
**Introducen innovación**

**Comparten riesgos de ensayo/error  
Catalizan la transformación digital**

**Ordenan y orientan la producción hacia el mercado  
Estabilizan precios en productos, insumos y servicios**

**Frenan abandono de tierras  
Ofrecen puntos de recogida y reciclaje  
Racionalizan consumo de agua**

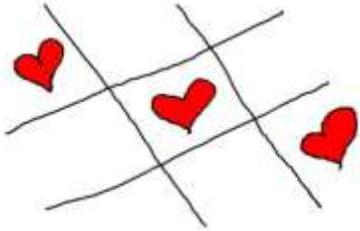
**Divulgan buenas prácticas medioambientales**



# VALOR EMOCIONAL

**Ruíz-Roqueñi, M. (2018).** El Valor Emocional. Curso de Verano *Medición del Valor Social para la Sostenibilidad*, Universidad del País Vasco, Bilbao, Julio.

## VALOR EMOCIONAL



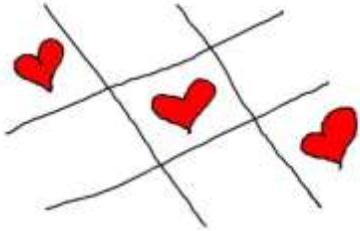
Maite Ruíz-Roqueñi  
maite.ruiz@ehu.es



# VALOR EMOCIONAL

Ruíz-Roqueñi, M. (2018). El Valor Emocional. Curso de Verano *Medición del Valor Social para la Sostenibilidad*, Universidad del País Vasco, Bilbao, Julio.

## VALOR EMOCIONAL



Maite Ruíz-Roqueñi  
maite.ruiz@ehu.es



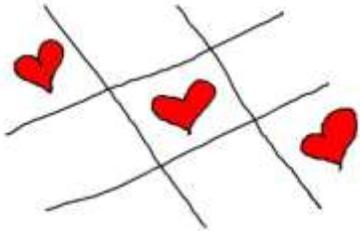
## 1º Amplitud del rango

Variables de valor	Valor monetario
• Seguridad económica	137.902,61 €
• Fomento de redes informales y de colaboración	60.870,00 €
• Confianza y fluidez de información	30.460,37 €
• Reconocimiento del trabajo	8.600,00 €
• Formación	20.203,20 €
• Flexibilidad	81.900,00 €
• Espíritu cooperativo y solidaridad interna	88.844,76 €
<b>Total</b>	<b>432.737,00 €</b>
<b>Valor Social Específico</b>	<b>1.055.885,04 €</b>
<b>Rango</b>	<b>40,98 %</b>

# VALOR EMOCIONAL

Ruíz-Roqueñi, M. (2018). El Valor Emocional. Curso de Verano *Medición del Valor Social para la Sostenibilidad*, Universidad del País Vasco, Bilbao, Julio.

## VALOR EMOCIONAL



Maite Ruíz-Roqueñi  
maite.ruiz@ehu.es



## 1º Amplitud del rango

Variables de valor	Valor monetario
• Seguridad económica	137.902,61 €
• Fomento de redes informales y de colaboración	60.870,00 €
• Confianza y fluidez de información	30.460,37 €
• Reconocimiento del trabajo	8.600,00 €
• Formación	20.203,20 €
• Flexibilidad	81.900,00 €
• Espíritu cooperativo y solidaridad interna	88.844,76 €
<b>Total</b>	<b>432.737,00 €</b>
<b>Valor Social Específico</b>	<b>1.055.885,04 €</b>
<b>Rango</b>	<b>40,98 %</b>

## 2º Factor corrector

N = 36	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía	Elementos tangibles
<b>Ponderación</b>	0,32	0,22	0,19	0,16	0,11
<b>Media</b>	<b>8,69</b>	<b>9,26</b>	<b>9,14</b>	<b>9,09</b>	<b>8,94</b>
<b>Resultado</b>					<b>8,99</b>
<b>Factor corrector</b>					<b>36,89%</b>

# VALOR EMOCIONAL

Ruíz-Roqueñi, M. (2018). El Valor Emocional. Curso de Verano *Medición del Valor Social para la Sostenibilidad*, Universidad del País Vasco, Bilbao, Julio.

## VALOR EMOCIONAL



Maite Ruíz-Roqueñi  
maite.ruiz@ehu.es



## 2º Factor corrector

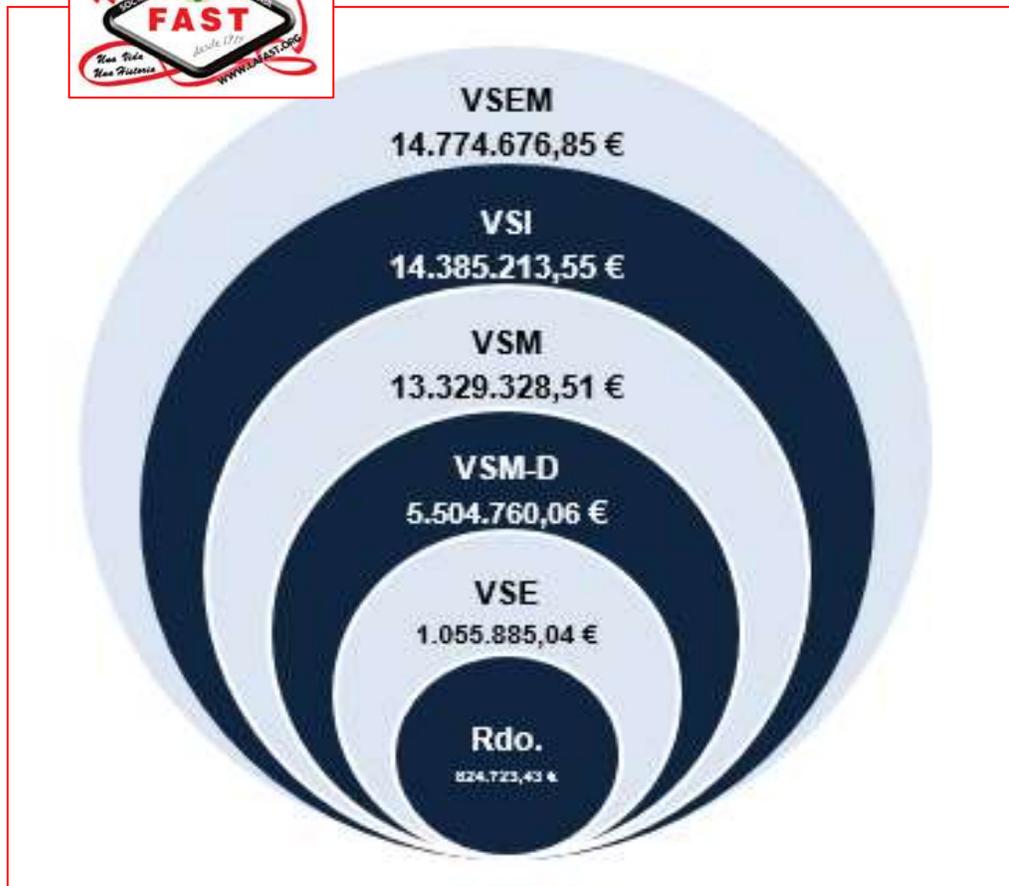
N = 36	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía	Elementos tangibles
Ponderación	0,32	0,22	0,19	0,16	0,11
Media	8,69	9,26	9,14	9,09	8,94
Resultado					8,99
Factor corrector					36,89%

## 1º Amplitud del rango

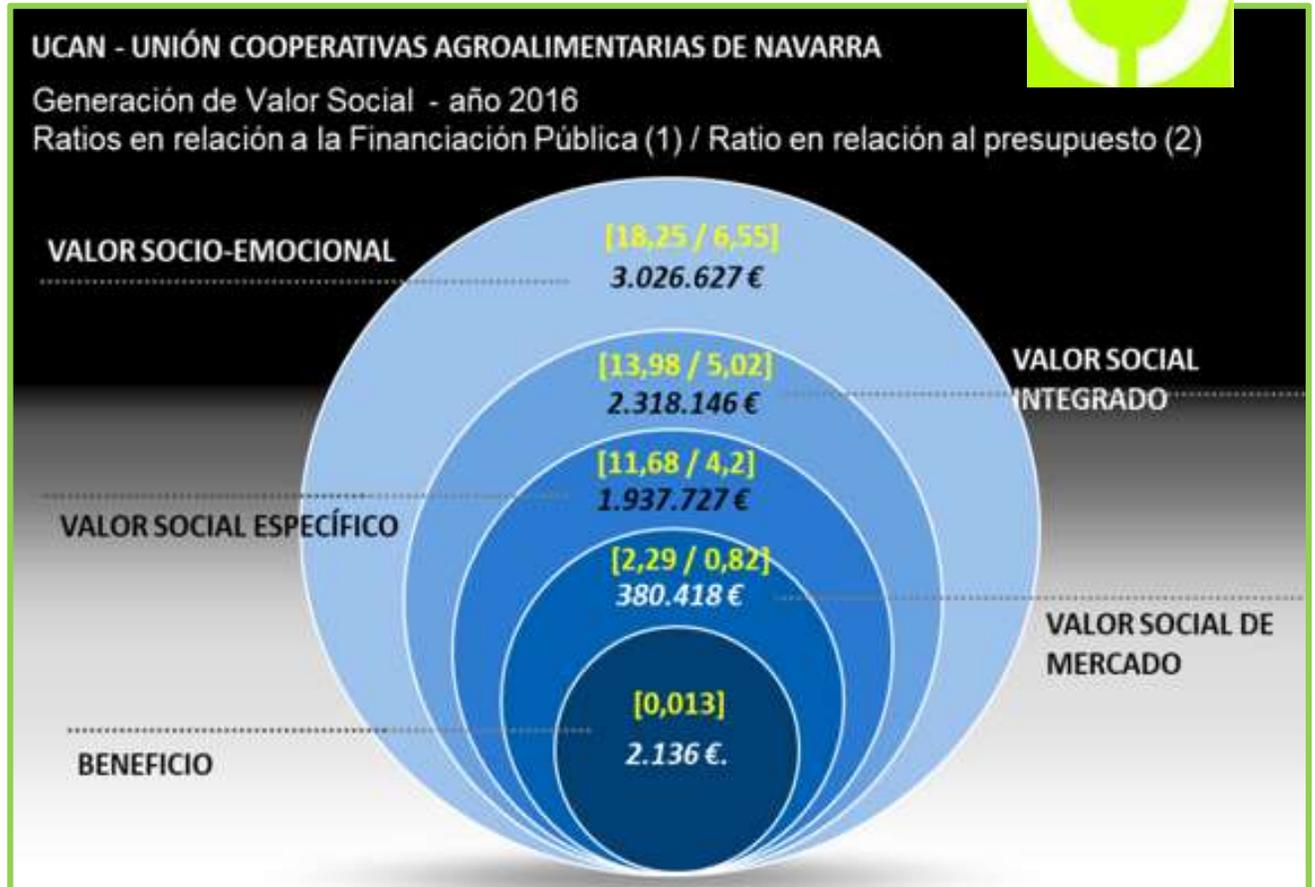
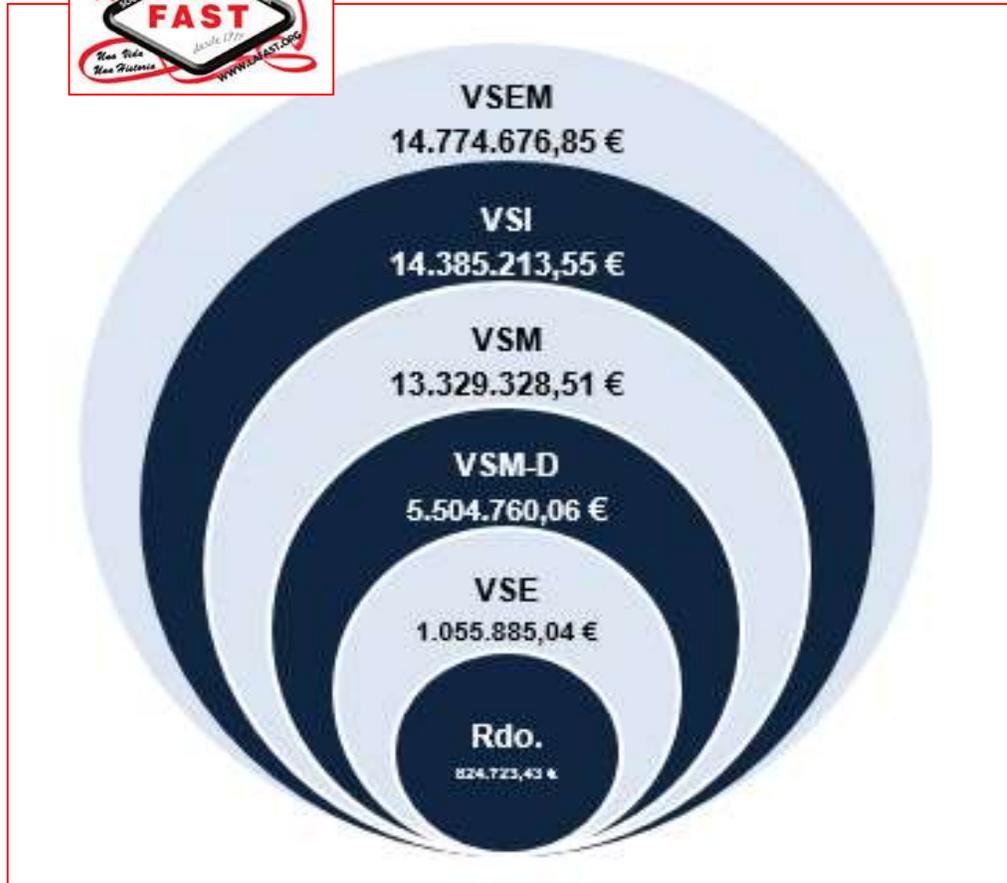
Variables de valor	Valor monetario
• Seguridad económica	137.902,61 €
• Fomento de redes informales y de colaboración	60.870,00 €
• Confianza y fluidez de información	30.460,37 €
• Reconocimiento del trabajo	8.600,00 €
• Formación	20.203,20 €
• Flexibilidad	81.900,00 €
• Espíritu cooperativo y solidaridad interna	88.844,76 €
<b>Total</b>	<b>432.737,00 €</b>
<b>Valor Social Específico</b>	<b>1.055.885,04 €</b>
<b>Rango</b>	<b>40,98 %</b>

<b>Valor Social Específico</b>	<b>1.055.885,04 €</b>
<b>Factor corrector</b>	<b>36,89%</b>
<b>Valor Emocional</b>	<b>389.463,30 €</b>

# Ecosistemas de Valor Social

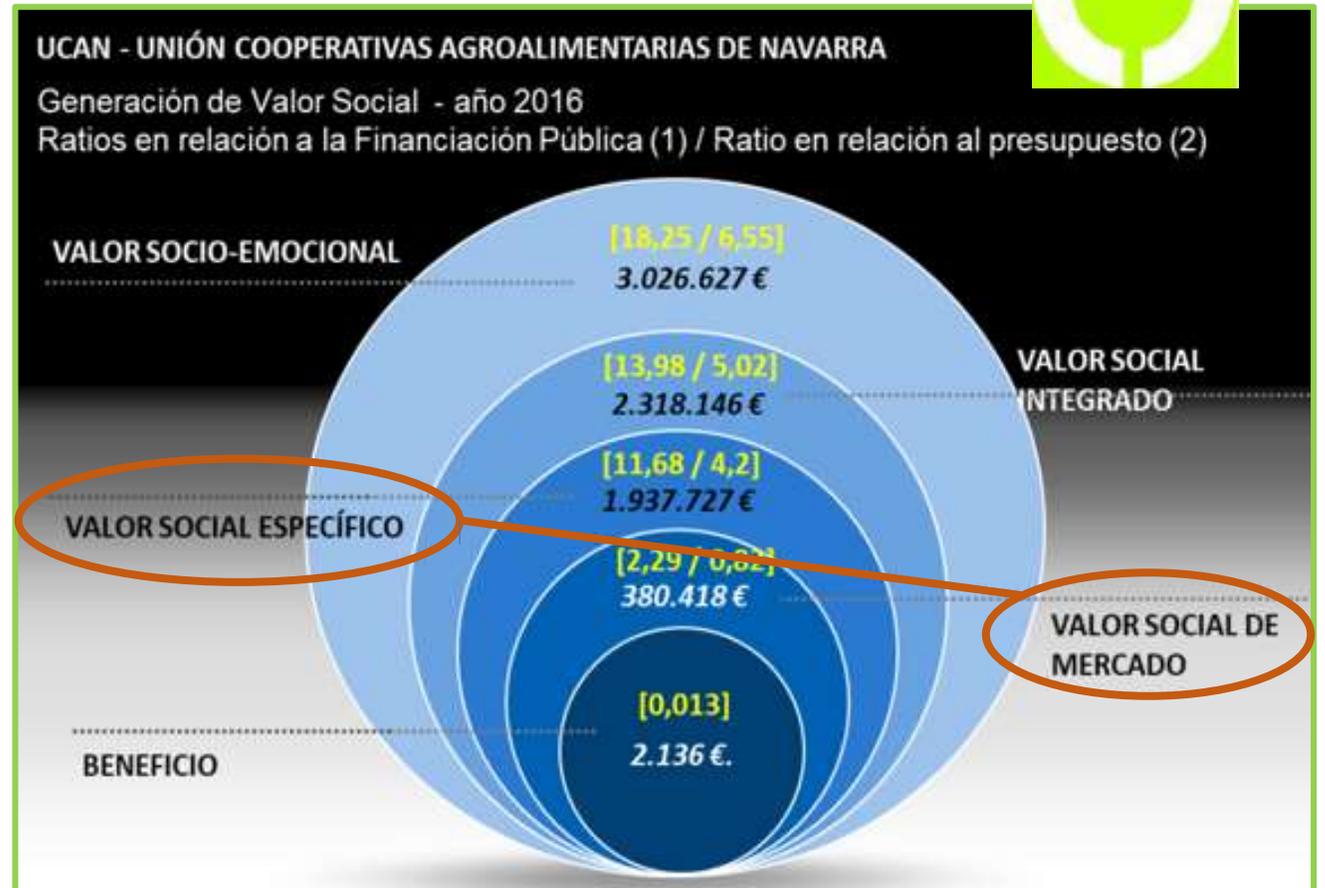
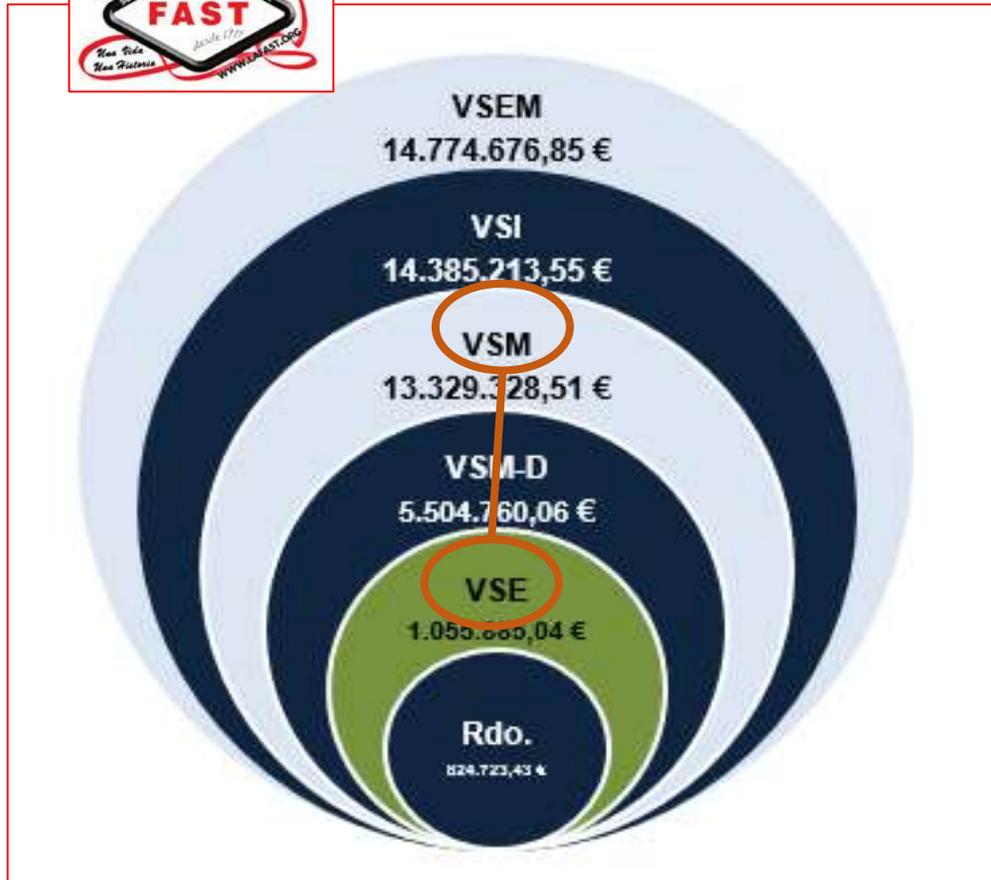


# Ecosistemas de Valor Social: Comparación con UCAN



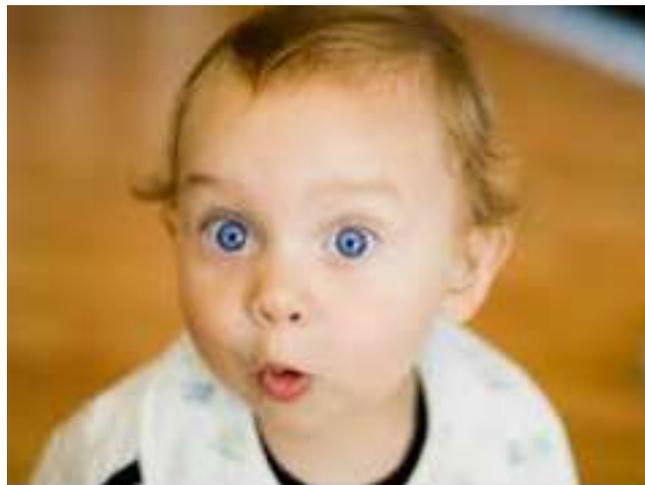
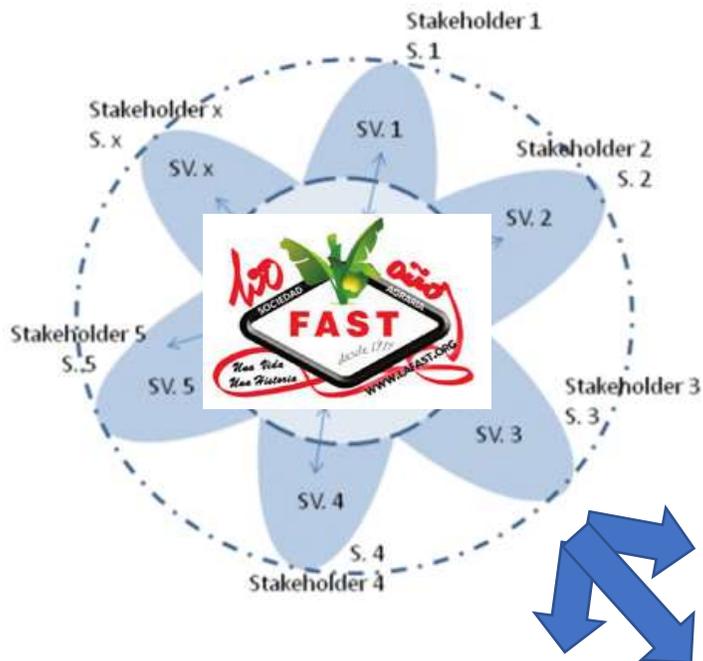
**Fuente:** Retolaza, J.L., & San-José, L. (2018). La contabilidad social en el marco de la información no Financiera. Jornadas Interdepartamentales de Contabilidad. Enero, Huesca.

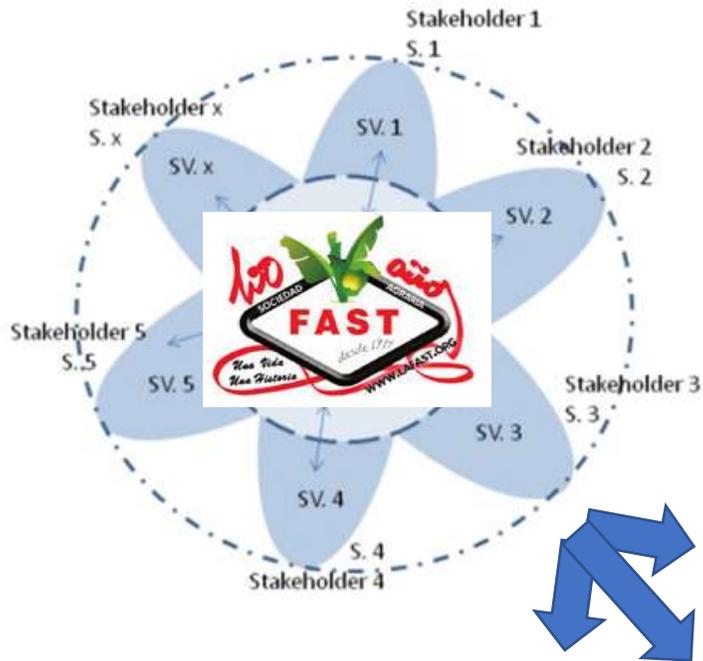
# Ecosistemas de Valor Social: Comparación con UCAN



**Fuente:** Retolaza, J.L., & San-José, L. (2018). La contabilidad social en el marco de la información no Financiera. Jornadas Interdepartamentales de Contabilidad. Enero, Huesca.

¡SORPRESA!





¡SORPRESA!



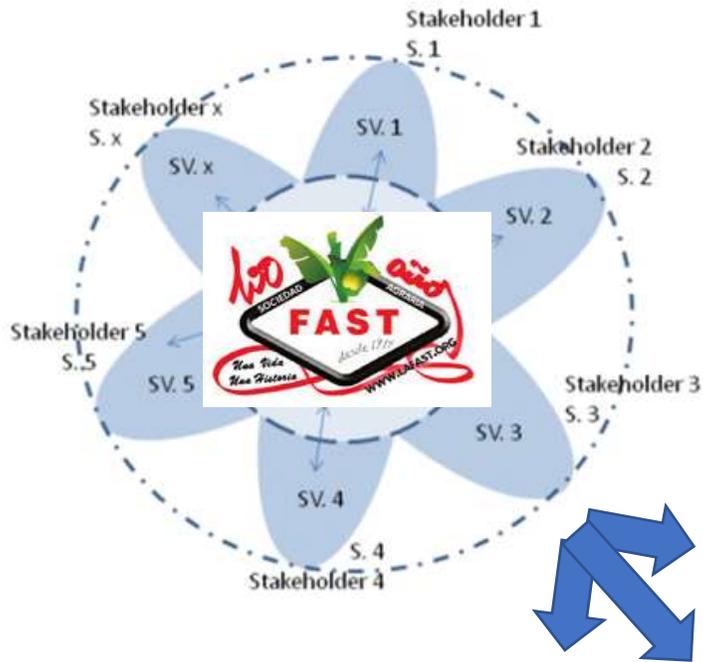
RIGOR

1ª MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL

365 DÍAS  
SOCIALMENTE RESPONSABLES

SAT FAST 2017





**RIGOR**

**¡SORPRESA!**



**VALOR A LOS GRUPOS DE INTERÉS**

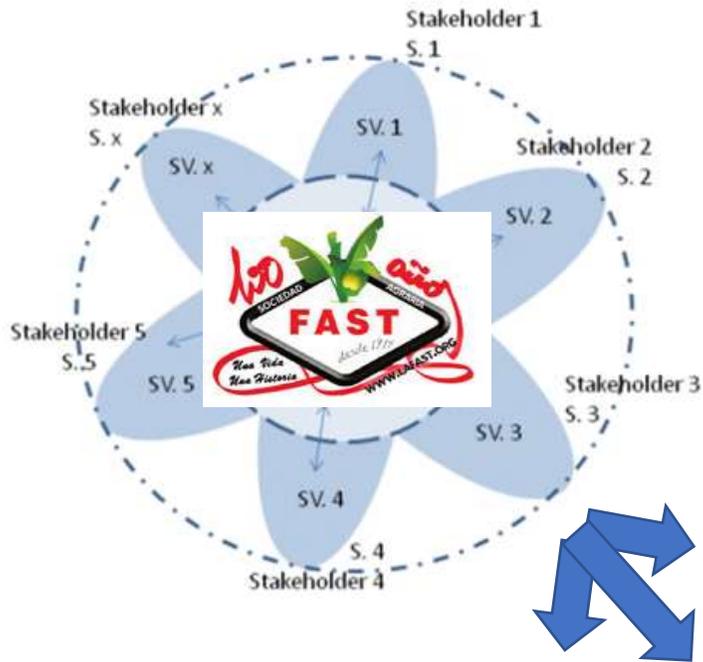


**1ª MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

**365 DÍAS SOCIALMENTE RESPONSABLES**

**SAT FAST 2017**





**RIGOR**

**¡SORPRESA!**



**VALOR A LOS GRUPOS DE INTERÉS**



**1ª MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

**365 DÍAS**

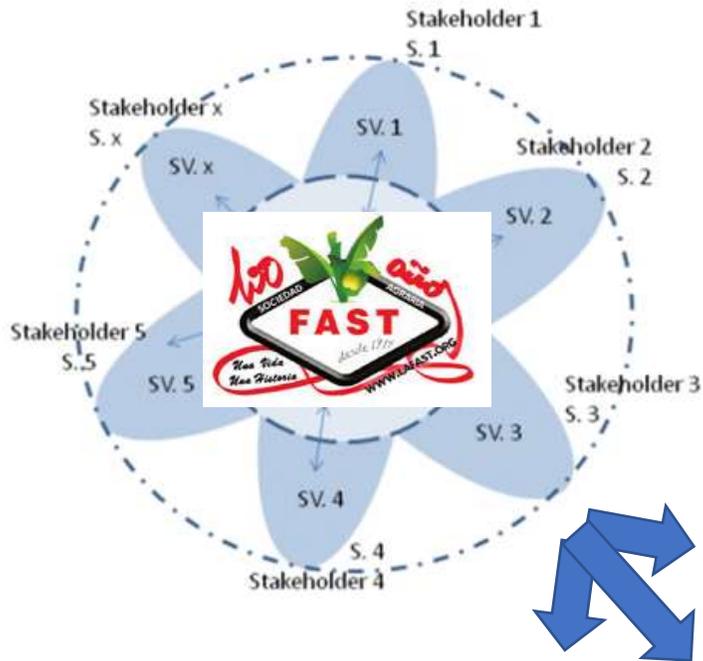
**SOCIALMENTE RESPONSABLES**

**SAT FAST 2017**



**CONOCER EL IMPACTO DE LO QUE HAN HECHO**





**RIGOR**

**¡SORPRESA!**



**VALOR A LOS GRUPOS DE INTERÉS**



**1ª MEMORIA DE RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL**

**365 DÍAS**

**SOCIALMENTE RESPONSABLES**

**SAT FAST 2017**



**CONOCER EL IMPACTO DE LO QUE HAN HECHO**



**SABER QUÉ HACER**





## 1<sup>er</sup> punto turístico en Canarias (s. XIX)



**Empresa familiar  
(3<sup>a</sup> generación)**

<b>Año de fundación</b>	1959
-------------------------	------

<b>Nº habitaciones</b>	79
------------------------	----

<b>Nº trabajadores</b>	58
------------------------	----



## 1<sup>er</sup> punto turístico en Canarias (s. XIX)



**Empresa familiar  
(3<sup>a</sup> generación)**

**Año de fundación** 1959

**Nº habitaciones** 79

**Nº trabajadores** 58

**Certificaciones** ISO 9001, ISO 14001, EMAS

**Informes de RSC** ...

**Desde 1995**



– Conocieron la CS a través de **CESCO**.



– Conocieron la CS a través de **CESCO**.

**¿Por qué querían monetizar el valor social?**



**Para conocer, en términos cuantitativos,  
en qué empleaban el tiempo y los recursos.**

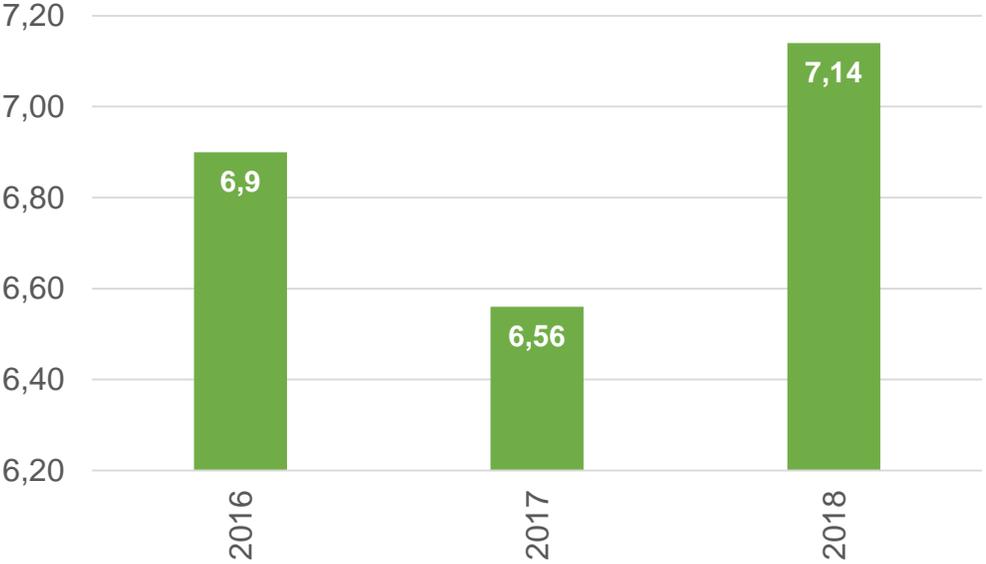
1	<b>Servicio al cliente</b>	Cordialidad y amabilidad
2	<b>Sentimiento de valía</b>	Capacidad de iniciativa, toma de decisiones
3	<b>Formación</b>	Desarrollo profesional <i>bottom-up</i>
4	<b>Cuidado de la salud de los trabajadores</b>	Proactividad en el cuidado de la salud de trabajadores
5	<b>Revalorización del currículum</b>	Valor de la experiencia laboral
6	<b>Confianza</b>	Tranquilidad, sin amenazas jerárquicas
7	<b>Know - How</b>	Aprendizaje adquirido a través de prácticas laborales
8	<b>Puertas abiertas</b>	Visitas internas al hotel
9	<b>Reputación del destino turístico</b>	Mejora el posicionamiento del destino turístico
10	<b>Divulgación</b>	Difusión de iniciativas y proyectos
11	<b>Tracción de entidades</b>	Facilita la participación e involucración otras organizaciones
12	<b>Colaboración</b>	Participación y cooperación
13	<b>Innovación</b>	Proactivos, emprendedores, en continuo cambio
14	<b>Asesoramiento</b>	Información interna y externa, asesoramiento
15	<b>Prestigio</b>	Facilita nuevas relaciones comerciales
16	<b>Donación de recursos</b>	Aporte desinteresado y continuado de recursos
17	<b>Seguridad económica</b>	Certidumbre y garantía económica
18	<b>Ahorro de gastos de alquiler</b>	Ahorro económico
19	<b>Jardines del hotel</b>	Valor del entorno ambiental del hotel
20	<b>Mejora y embellecimiento del entorno</b>	Mejoran espacios degradados del vecindario
21	<b>Sostenibilidad medioambiental</b>	Entidad referente en gestión medioambiental

## SÍNTESIS DE RESULTADOS 2016 - 2018

<b>ECOSISTEMAS DE VALOR SOCIAL</b>	<b>2016</b>	<b>2017</b>	<b>2018</b>
<b>Valor Social de Mercado</b>	<b>3.152.846,80 €</b>	<b>4.248.271,78 €</b>	<b>4.382.290,77 €</b>
Valor Socio-Económico Directo	2.859.519,02 €	3.733.606,81 €	4.033.065,71 €
Valor Socio-Económico Indirecto	293.327,78 €	514.664,97 €	349.225,06 €
<b>Valor Social de No Mercado</b>	<b>2.270.619,16 €</b>	<b>2.333.554,39 €</b>	<b>2.245.146,87 €</b>
<b>Valor Social Integrado</b>	<b>5.423.465,96 €</b>	<b>6.581.826,17 €</b>	<b>6.627.449,03 €</b>
<b>Valor Emocional</b>	<b>105.241,30 €</b>	<b>116.014,90 €</b>	<b>117.228,56 €</b>
<b>Valor Socio-Emocional</b>	<b>5.528.707,26 €</b>	<b>6.697.841,08 €</b>	<b>6.744.677,60 €</b>

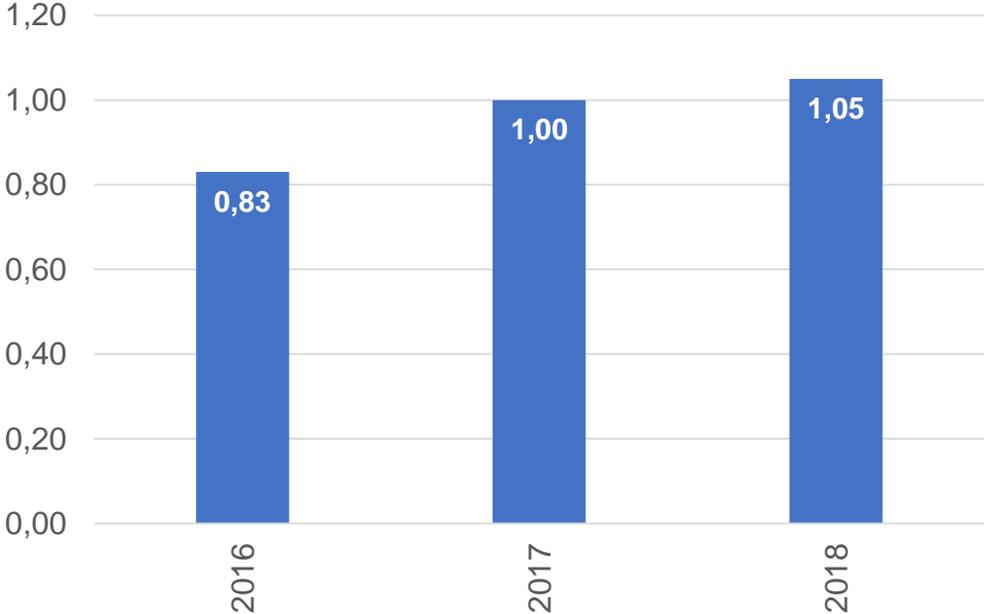
# Ratio de generación - Ratio de eficiencia: 2016 a 2018

### R. Generación VSI



$$\text{Ratio Generación} = \frac{(VSI - \text{Resultado})}{\text{Resultado}}$$

### Ratio de eficiencia



$$\text{Ratio Eficiencia} = \frac{VSI}{\text{Facturación}}$$

# ¿Qué les ha aportado la Contabilidad Social?



- **Orientar la toma de decisiones, saber dónde concentrar esfuerzos.**
- **Comunicación: redes sociales, ODS, foros RSC, touroperadores.**

# ¿Qué les ha aportado la Contabilidad Social?



- **Orientar la toma de decisiones, saber dónde concentrar esfuerzos.**
- **Comunicación: redes sociales, ODS, foros RSC, touroperadores.**

## ¿Qué desarrollos de la Contabilidad Social considera necesarios para que le reporte más utilidad?

- **Automatización de procesos.**
- **Dependencia del equipo CESCO (¿cómo identificar variables de valor?)**

# VIII ANNUAL CONGRESS OF GLOBAL ECONOMIC ACCOUNTING

‘VALOR SOCIAL E DESENVOLVEMENTO SOSTIBLE’  
‘VALOR SOCIAL Y DESARROLLO SOSTENIBLE’

---

21 E 22 DE NOVIEMBRE  
CEGADI / SANTIAGO DE COMPOSTELA

**¡Muchas gracias por su atención!**

Beatriz Guzmán Pérez  
bguzmanp@ull.es

