

**INFORME DEL VALOR SOCIAL
DE LA SAT FAST - 2017**

*Cándido Román Cervantes,
Beatriz Guzmán Pérez, Javier Mendoza Jiménez y M^a Victoria Pérez Monteverde*

Abril, 2019

ÍNDICE DE CONTENIDOS

	Página
Introducción.....	1
Síntesis de resultados.....	1
Cálculo del valor social de la SAT FAST.....	3
1. Valor Social de Mercado.....	4
1.1. Valor Socio-Económico Directo.....	4
1.2. Valor Socio-Económico Indirecto.....	4
2. Valor Social Específico.....	6
2.1. Identificación de los stakeholders.....	6
2.2. Análisis de los intereses de los stakeholders.....	9
2.3. Valoración monetaria de las variables de valor y valor social específico.....	12
3. Valor Emocional.....	20
4. Valor Social Integrado y Valor Socio-Emocional.....	22
5. Conclusiones.....	25
Bibliografía.....	27

ÍNDICE DE TABLAS

	Página
Tabla 1. Ecosistemas del Valor Social: principales componentes.....	2
Tabla 2. Distribución del valor social de la FAST.....	3
Tabla 3. Valor Socio-Económico Directo.....	4
Tabla 4. Análisis de la cartera de proveedores.....	5
Tabla 5. Índices de dependencia de proveedores.....	5
Tabla 6. Índices de repercusión.....	5
Tabla 7. Valor Socio-Económico Indirecto.....	6
Tabla 8. Variables de valor de los <i>stakeholders</i>	10
Tabla 9. Matriz de intereses de los <i>stakeholders</i>	11
Tabla 10. Tabla de valoración.....	13
Tabla 11. Valor Social Específico.....	20
Tabla 12. Amplitud del rango.....	20
Tabla 13. Resultados del cuestionario para la determinación del factor corrector.....	21
Tabla 14. Valor Emocional.....	22
Tabla 15. Valor Social Integrado y Valor Socio-Emocional.....	22
Tabla 16. Distribución del valor social de la FAST a sus <i>stakeholders</i>	24

ÍNDICE DE FIGURAS

	Página
Figura 1. Mapa de <i>stakeholders</i> de la FAST.....	8
Figura 2. Ecosistemas de Valor Social de la FAST.....	23
Figura 3. Modelo poliédrico de análisis del valor social de la FAST.....	25

INTRODUCCIÓN

Para la determinación del valor social generado por la SAT FAST (en adelante, FAST) se ha seguido la Contabilidad Social (Retolaza et al., 2014, 2015, 2016), un sistema de información ampliado que permite expresar en términos monetarios el valor económico y social generado por una organización y percibido por sus grupos de interés o *stakeholders*, en una única medida.

Desde la perspectiva de este sistema contable, el valor social está integrado por tres tipologías o ecosistemas de valor, el valor social de mercado -derivado de la actividad económico-productiva de la entidad-, el valor social específico -un valor transferido sin contrapartida de precio de mercado-, y el valor emocional -satisfacción experimentada por los grupos de interés-.

En el siguiente apartado se ofrece una síntesis de los principales resultados obtenidos. Posteriormente se describe el proceso llevado a cabo para la cuantificación de cada uno de los componentes del valor social -el valor social de mercado, el valor social específico y el valor emocional-, y cómo de su conjunción resultan el valor social integrado y el valor socio-emocional de la FAST.

Este informe cierra con un apartado a modo de conclusión, en el que se analizan los resultados alcanzados y se plantean una serie de recomendaciones o sugerencias a la FAST.

SÍNTESIS DE RESULTADOS

Los principales resultados obtenidos en el análisis del valor social de la FAST en 2017 se resumen a continuación. En primer lugar, en la Tabla 1 se muestran los ecosistemas del valor social de la entidad y sus principales componentes. La Tabla 2 ofrece una visión de la distribución del valor social de la FAST a sus grupos de interés.

Tabla 1. Ecosistemas del Valor Social: principales componentes.

1. Valor Social de Mercado	13.637.160,61 €
1.1. Valor Socio-Económico Directo	5.504.760,06 €
Valor Añadido y Distribuido	2.832.842,74 €
<i>Salarios netos</i>	1.858.016,91 €
<i>Dividendos</i>	0,00 €
<i>Seguridad Social</i>	642.471,22 €
<i>IRPF</i>	191.376,77 €
<i>Impuestos varios</i>	13.318,63 €
<i>Impuestos sobre beneficios</i>	121.642,72 €
<i>Proveedores financieros</i>	6.016,49 €
Valor Añadido y Retenido	1.131.847,70 €
<i>Reservas</i>	
<i>Resultado sin distribuir</i>	824.723,43 €
<i>Amortizaciones</i>	307.124,27 €
Valor Movilizado y Retenido	1.540.069,62 €
<i>Fondos propios no utilizados</i>	1.296.985,32 €
<i>Materias primas y suministros</i>	243.084,30 €
1.2. Valor Socio-Económico Indirecto	8.132.400,55 €
<i>Salarios netos</i>	3.256.107,95 €
<i>Seguridad Social</i>	2.020.950,33 €
<i>IRPF</i>	666.913,68 €
<i>Impuestos</i>	226.434,88 €
<i>IGIC</i>	869.400,29 €
<i>Resultado del ejercicio</i>	1.092.593,22 €
2. Valor Social Específico	1.055.885,04 €
<i>Respuesta social</i>	170.672,33 €
<i>Divulgación</i>	6.399,00 €
<i>Asesoramiento</i>	24.007,95 €
<i>Empleabilidad</i>	20.520,00 €
<i>Seguridad económica</i>	137.902,61 €
<i>Ampliación de oportunidades económicas</i>	748,89 €
<i>Sostenibilidad</i>	47.466,68 €
<i>Reputación y ampliación del mercado</i>	10.530,00 €
<i>Fomento de redes informales y de colaboración</i>	60.870,00 €
<i>Confianza y fluidez de comunicación</i>	30.460,37 €
<i>Reconocimiento del trabajo</i>	8.600,00 €
<i>Formación</i>	20.203,20 €
<i>Flexibilidad</i>	81.900,00 €
<i>Poder de decisión</i>	26.400,00 €
<i>Igualdad de género</i>	300.000,00 €
<i>Espíritu cooperativo y solidaridad interna</i>	88.844,76 €
<i>Elección ética de proveedores</i>	6.359,25 €
<i>Proactividad e innovación</i>	14.000,00 €
3. Valor Emocional	389.463,30 €
VALOR SOCIAL INTEGRADO	14.693.045,65 €
VALOR SOCIO-EMOCIONAL	15.082.508,95 €

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 2. Distribución del valor social de la FAST.

Stakeholders	VSI^(*)	VSEM^(†)
<i>Trabajadores</i>	5.424.315,74 €	5.538.729,67 €
<i>Inversores</i>	3.764.510,54 €	3.764.510,54 €
<i>Proveedores financieros</i>	6.016,49 €	6.016,49 €
<i>Administración Pública</i>	5.192.804,71 €	5.355.207,92 €
<i>Tercer Sector de Acción Social</i>	50.264,90 €	68.805,12 €
<i>Entidades Sin Ánimo de Lucro</i>	5.934,91 €	8.124,00 €
<i>Asociaciones Profesionales</i>	12.105,78 €	16.571,00 €
<i>Centros y Asociaciones Deportivas</i>	14.186,23 €	19.418,82 €
<i>Ganaderos</i>	18.651,95 €	25.531,72 €
<i>Proveedores / Acreedores</i>	31.754,63 €	43.467,32 €
<i>Asociados</i>	111.445,49 €	152.552,16 €
<i>Externalización de servicios</i>	31.754,63 €	43.467,32 €
<i>Clientes</i>	16.288,73 €	22.296,83 €
<i>Centros Educativos</i>	13.010,94 €	17.810,03 €
TOTAL	14.693.045,65 €	15.082.508,95 €

(*): VSI: Valor Social Integrado.

(†): VSEM: Valor Socio-Emocional.

Fuente: *Elaboración propia.*

CÁLCULO DEL VALOR SOCIAL DE LA FAST

De acuerdo con el modelo de Contabilidad Social de Retolaza et al. (2014, 2015, 2016), para obtener el valor social generado por la FAST y percibido por sus grupos de interés es preciso determinar los distintos ecosistemas que lo componen, el valor social de mercado, el valor social específico y el valor emocional. A continuación, se muestra la cuantificación de cada una de estas tipologías de valor para la entidad en 2017, explicando el proceso seguido para ello.

1. Valor Social de Mercado:

Este valor, denominado también valor socio-económico, representa el impacto económico generado por la actividad económico-productiva de la organización en el territorio, tanto el derivado de forma directa de su actividad –*valor socio-económico directo*–, como el indirecto o inducido, por el efecto que sus compras a proveedores generan en la comunidad local. Este valor tiene la particularidad de que es transferido como contrapartida de un precio real de mercado, recogido en la contabilidad de la entidad.

1.1. Valor Socio-Económico Directo

El valor socio-económico directo, obtenido según Retolaza et al. (2016), asciende a 5.504.760,06 euros (Tabla 3). Una parte de este valor es distribuido en forma de salarios a los trabajadores (1.858.016,91 €), cotizaciones a la Seguridad Social (642.471,22 €), retención del IRPF (191.376,77 €), e impuestos (134.961,35 €), a la Administración Pública, y resultado financiero (6.016,49 €) a los proveedores financieros. La parte del valor retenido en la organización es de 2.671.917,32 €.

Tabla 3. Valor Socio-Económico Directo.

Valor Socio-Económico Directo	5.504.760,06€
Valor Añadido y Distribuido	2.832.842,74 €
<i>Salarios netos</i>	1.858.016,91 €
<i>Dividendos</i>	0,00 €
<i>Seguridad Social</i>	642.471,22 €
<i>IRPF</i>	191.376,77 €
<i>Impuestos varios</i>	13.318,63 €
<i>Impuestos sobre beneficios</i>	121.642,72 €
<i>Proveedores financieros</i>	6.016,49 €
Valor Añadido y Retenido	1.131.847,70 €
<i>Reservas</i>	
<i>Resultado sin distribuir</i>	824.723,43 €
<i>Amortizaciones</i>	307.124,27 €
Valor Movilizado y Retenido	1.540.069,62 €
<i>Fondos propios no utilizados</i>	1.296.985,32 €
<i>Materias primas y suministros</i>	243.084,30 €

Fuente: Elaboración propia.

1.2. Valor Socio-Económico Indirecto

El impacto social de la actividad económica indirecto representa la contribución de la SAT FAST al valor añadido de los proveedores locales. Para la cuantificación de este valor, es preciso, en primer lugar, analizar la cartera de proveedores de la entidad. Se comprueba que el 94,4% de las compras las realiza a organizaciones de ámbito regional

(Tabla 4) y, tras definir el *índice de dependencia* del proveedor como el peso de la facturación a la FAST en las ventas totales¹, se constata que el 15% de los proveedores regionales de la FAST que figuran en la base de datos de la central de balances ibéricos (SABI) tienen un índice de dependencia superior al 30% (Tabla 5).

Tabla 4. Análisis de la cartera de proveedores.

	Regionales		No regionales	Total
	SA, SL	Otros		
Número	95	361	40	496
Valor	10.166.605,87 €	9.566.874,34 €	1.172.184,72 €	20.905.664,93 €

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 5. Índices de dependencia de proveedores.

	Índice de Dependencia del Proveedor (ID)					Total
	ID > 99,8%	75% < ID < 99,8%	30% < ID < 75%	10% < ID < 30%	ID < 10%	
Nº proveedores	7	4	2	5	77	95

Fuente: Elaboración propia.

Posteriormente, se realiza un análisis de la estructura de la distribución de valor de los proveedores locales de la entidad a través de datos mercantiles², obteniéndose unos índices de repercusión (Tabla 6) que sirven de *proxy* para estimar la distribución de valor de los proveedores. Por ejemplo, teniendo en cuenta que la facturación total de proveedores locales en el año 2017 representó el 94,4% de las compras totales de SAT FAST, se estima que el sumatorio de sueldos brutos correspondientes a esta facturación es de 5.056.731,21 €, que proviene de multiplicar la facturación de proveedores por 25,6%, el índice de repercusión que expresa la media de gastos de personal de los proveedores de SAT FAST.

Tabla 6. Índices de repercusión.

Índices de repercusión	
Facturación proveedores	100,00%
Gastos de personal	30,12%
Valor añadido	62,94%
Resultado del ejercicio	5,54%
Impuestos	1,15%

Fuente: Elaboración propia.

Como se muestra en la Tabla 7, el valor socio-económico indirecto en 2017 de la entidad fue de 7.551.369,66 €. De este valor, 3.833.453,04 € constituyen un retorno a las Administraciones Públicas en forma de cotizaciones a la Seguridad Social, retenciones del IRPF, impuestos, y el Impuesto General Indirecto Canario (IGIC).

¹ Utilizando datos mercantiles de la base de datos central de balances ibéricos (SABI).

² Extraídos de la base de datos de la central de balances ibéricos (SABI).

Tabla 7. Valor Socio-Económico Indirecto.

Valor Socio-Económico Indirecto	8.132.400,55 €
<i>Salarios netos</i>	3.256.107,95 €
<i>Seguridad Social</i>	2.020.950,33 €
<i>IRPF</i>	666.913,68 €
<i>Impuestos</i>	226.434,88 €
<i>IGIC</i>	869.400,29 €
<i>Resultado del ejercicio</i>	1.092.593,22 €

Fuente: Elaboración propia.

2. Valor Social Específico

El valor social específico generado por la SAT FAST y percibido por sus grupos de interés ha sido cuantificado siguiendo el proceso descrito en Retolaza et al. (2016:47), conformado por las cuatro etapas siguientes. En primer lugar, se han identificado y consensado con la dirección de la SAT FAST los grupos de interés de la organización, y se han representado en un mapa. En una segunda fase, se han entrevistado a los representantes de los distintos grupos o colectivos, con el objeto de determinar sus intereses y especificar las variables de valor. Posteriormente, se han establecido los indicadores y *proxys* que, mediante un proceso similar al que se utiliza en contabilidad para calcular el valor razonable, han permitido determinar el valor social específico o de no mercado generado por la organización y percibido por sus grupos de interés. A continuación, se describen los resultados obtenidos en las distintas etapas de dicho proceso.

2.1. Identificación de los stakeholders:

El análisis de los documentos estratégicos de la SAT FAST y las reuniones con su equipo directivo, han posibilitado delimitar a los grupos de interés de la organización³. Tales colectivos, representados en el mapa de *stakeholders* de la Figura 1, son los siguientes:

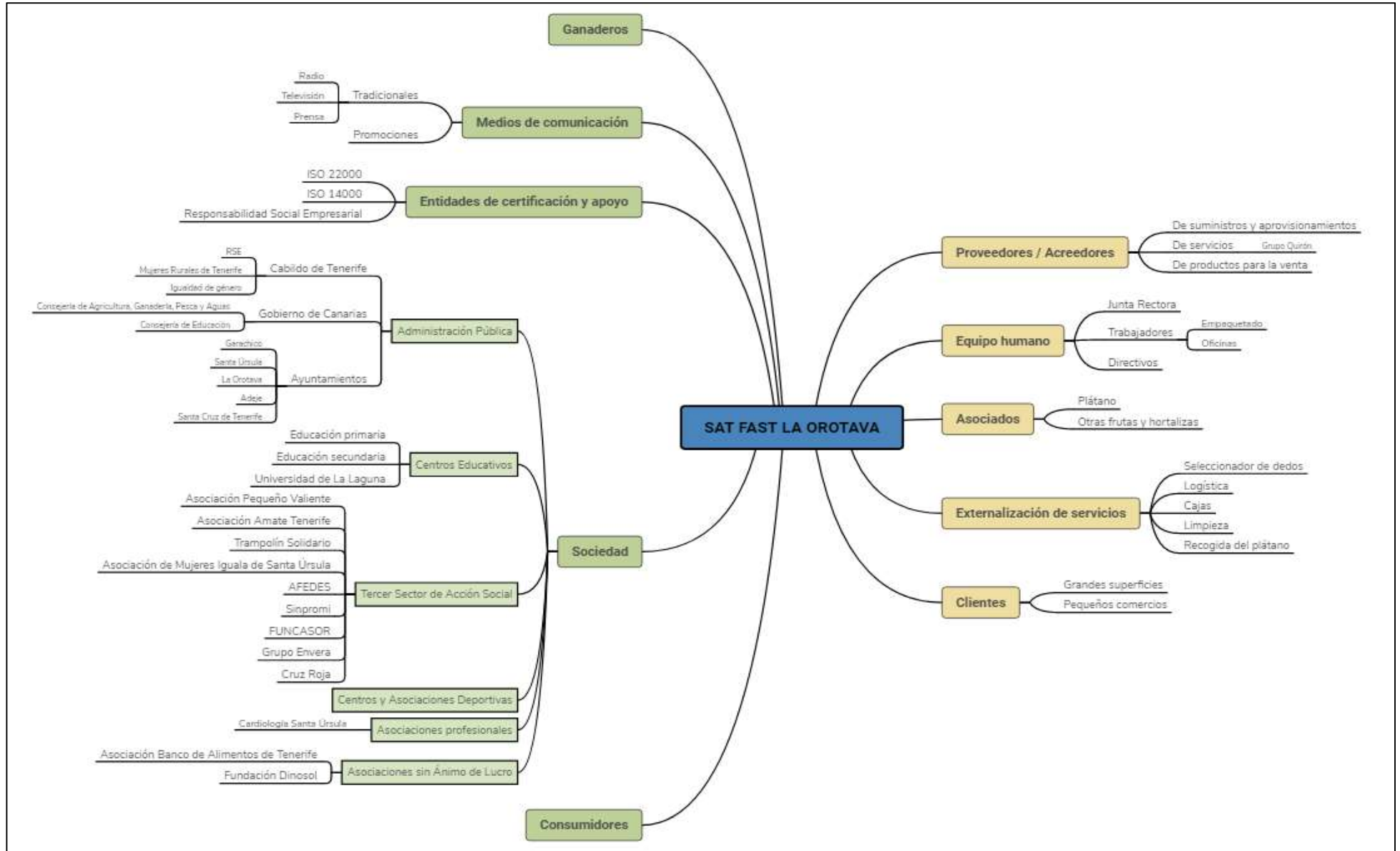
- *Asociados*. FAST cuenta con un total de 279 socios, productores de plátano, otras frutas y hortalizas, y de los que un 60%, aproximadamente, son de pequeño y mediano tamaño. La entidad facilita la comercialización y distribución de la producción agrícola que obtienen, y presta el servicio de recolección y transporte hasta sus dependencias para quienes lo requieren y solicitan.
- *Equipo humano*. Este grupo está integrado por la Junta Rectora de la entidad -órgano decisorio superior de planificación estratégica-, su equipo directivo -gerente y 3 directores funcionales-, y los trabajadores de las dependencias de Las Arenas y

³ Se tienen en cuenta a dos tipos de *stakeholders*: los grupos de interés (aquellos que son afectados por la organización y pueden desarrollar actuaciones coordinadas o individuales, planificadas o espontáneas sobre ella), y los grupos de afectados (aquellos que son afectados de forma activa por la actuación de la organización, independientemente de que a su vez puedan o no afectarla).

Armeñime -112 en media anual-, con actividad laboral en las plantas de empaquetado y las oficinas. Las prácticas de recursos humanos de la FAST tratan de impulsar un empleo de calidad, promover la diversidad, la igualdad y la conciliación de su vida laboral, familiar y personal, contribuir a la formación continua y al desarrollo personal en igualdad de oportunidades, y cuidar de la salud y seguridad de los trabajadores.

- *Proveedores y acreedores.* Dentro de este colectivo, conformado por entidades que permiten el desarrollo de la actividad económico-productiva a la FAST, se ha distinguido las que proporcionan suministros y aprovisionamientos, servicios - personal temporal, fundamentalmente- y, por último, a las que abastecen de otras frutas y hortalizas para la venta al cliente. La política de compras de la entidad se caracteriza por la elección preferente de organizaciones de ámbito regional -el 95% de los recursos los adquiere a empresas y autónomos del archipiélago-, y con gestión empresarial responsable.
- *Externalización de servicios.* La FAST contrata a terceros la prestación de los servicios de recogida del plátano en las fincas de los socios, transporte de fruta y hortalizas, limpieza de las naves de producción, montaje de las cajas de fruta en las plantas de empaquetado, y selección de los plátanos sueltos o dedos. La elección de entidades para el ejercicio de estas actividades se orienta, fundamentalmente, por los criterios de localización comarcal y gestión empresarial responsable.
- *Clientes.* Las frutas y hortalizas adquiridas por la FAST a sus asociados o a otras entidades, tras su empaquetado, son vendidas por la organización a grandes superficies y a pequeños comercios minoristas.
- *Ganaderos.* La entidad deposita la fruta sobrante, e inservible para el consumo humano, en emplazamientos a los que tienen acceso los propietarios de ganado, para su libre disposición como alimento para sus animales.
- *Entidades de certificación y apoyo.* La FAST posee las certificaciones en seguridad alimentaria, ISO 22.000, y en gestión medioambiental, ISO 14001. La implantación de los sistemas de gestión y de trabajo que estas normas internacionales conllevan es facilitada por entidades especializadas.
- *Medios de comunicación.* La entidad colabora de manera frecuente y fluida con prensa, radio y televisión, e informa diariamente de sus actividades y proyectos en Facebook, Twitter, Instagram, LinkedIn y YouTube.
- *Sociedad.* La organización coopera de manera intensa con entidades de naturaleza pública y del tercer sector, apoyando las causas sociales de los siguientes grupos de interés:
 - *Administración Pública.* La FAST colabora con instituciones públicas de distinto ámbito -local, insular y regional-, realizando donaciones de fruta -adecuada a las necesidades a cubrir-, participando activamente en el desarrollo de proyectos sociales - igualdad de género y responsabilidad social empresarial, entre otros-, o participando activamente en ferias y exposiciones de temática social.

Figura 1. Mapa de stakeholders de la FAST.



Fuente: Elaboración propia.

- *Centros educativos.* La FAST apoya las actividades que desarrollan estas instituciones a través de donaciones de fruta, adecuadas al fin perseguido, e impartiendo charlas formativas en las dependencias de la entidad o en las fincas de los socios.
- *Entidades del Tercer Sector de Acción Social.* La organización coopera de forma continuada y permanente con entidades de economía social, facilitando el desarrollo de su actividad a través de donaciones, aportaciones de recursos financieros, personal o promocionando desinteresadamente su actividad. Asimismo, hace posible la formación profesional, las prácticas formativas y la inserción laboral de colectivos en riesgo de exclusión social.
- *Centros y Asociaciones Deportivas, Asociaciones Profesionales y Asociaciones Sin Ánimo de Lucro.* La FAST responde a las necesidades de distintas organizaciones con un propósito social -deportivo, sanitario o atención de grupos económicamente desfavorecidos-, realizando donaciones de fruta adecuadas a la actividad a desarrollar o colectivo receptor.
- *Consumidores.* Si bien la SAT FAST no tiene un trato directo con los consumidores de sus productos, sus operaciones están directamente enfocadas a cubrir las expectativas de este grupo de interés.

2.2. Análisis de los intereses de los stakeholders

El análisis de los intereses de los diferentes grupos de interés se ha realizado mediante 36 entrevistas en profundidad a representantes de los distintos colectivos prioritarios, según el listado propuesto por el equipo directivo de la FAST. En cada una de estas entrevistas se identificaron las variables de valor que los *stakeholders* atribuyen a la actuación de la entidad en cuestión (Tabla 8). A continuación, se describe cada una de ellas:

- La *respuesta social* se refiere a la aportación continuada y permanente de recursos tangibles e intangibles a las entidades del tercer sector de acción social y sin ánimo de lucro, Administraciones Públicas, centros educativos, asociaciones deportivas, y asociaciones profesionales, facilitando que lleven a cabo su misión.
- *Divulgación* muestra el beneficio que a los organismos de la Administración Pública, asociaciones profesionales y entidades del tercer sector de acción social les reporta la participación de FAST en sus iniciativas y proyectos, concretado en una mayor difusión y repercusión social del evento o campaña celebrada.
- El *asesoramiento* refleja el valor que las entidades de inserción del tercer sector de acción social y los asociados otorgan a la orientación desinteresada que la FAST les proporciona, bien de aspectos laborales o de índole técnico-agrícola, respectivamente.
- La variable *empleabilidad* recoge la utilidad que supone para las entidades del tercer sector de acción social y organismos de la Administración Pública la contribución realizada por la FAST a la inserción laboral de personas con discapacidades.

Tabla 8. Variables de valor de los stakeholders.

Variables de Valor

Respuesta social
Divulgación
Asesoramiento
Empleabilidad
Seguridad económica
Ampliación de oportunidades económicas
Sostenibilidad
Reputación y ampliación del mercado
Fomento de redes informales y de colaboración
Confianza y fluidez de comunicación
Reconocimiento del trabajo
Formación
Flexibilidad
Poder de decisión
Igualdad de género
Espíritu cooperativo y solidaridad interna
Elección ética de proveedores
Proactividad e innovación

Fuente: Elaboración propia.

- *Seguridad económica* se refiere a la certidumbre económica que la organización proporciona a los diferentes colectivos con los que se relaciona: a los trabajadores, a través del empleo de calidad y la promoción interna; asociados, por asegurar la recogida y venta de la producción agrícola a buen precio; y entidades del tercer sector de acción social y centros educativos, por dar respuesta a las necesidades que le planteen.
- *Ampliación de oportunidades económicas* muestra el valor que las entidades del tercer sector de acción social conceden a las actividades de la FAST que hacen posible que familias con menor poder adquisitivo puedan acceder al consumo de un alimento sano.
- *Sostenibilidad* hace referencia al reconocimiento, por parte de los clientes, centros educativos, entidades del tercer sector de acción social, centros deportivos y asociaciones profesionales, del efecto positivo ejercido por las acciones de la FAST en las diferentes dimensiones de la sostenibilidad.
- *Reputación y ampliación del mercado* expresa el beneficio que supone para los proveedores y entidades de externalización de servicios tener a la FAST en su cartera de clientes, concretado en una mejora de su imagen y, en última instancia, el establecimiento de relaciones comerciales con otros agentes.
- El *fomento de redes informales y de colaboración* recoge el valor para los proveedores y acreedores, las entidades de externalización de servicios y los trabajadores de las acciones llevadas a cabo por la FAST que favorecen la aparición de redes informales entre ellos.

Tabla 9. Matriz de intereses de los stakeholders.

Variables de valor	Stakeholders (*)															
	CL	EH	AS	EX	PA	MC	CA	AP	CE	TS	CD	PR	SL	CO	GN	
<i>Respuesta social</i>								✓	✓	✓	✓	✓	✓			
<i>Divulgación</i>								✓		✓		✓				
<i>Asesoramiento</i>			✓							✓						
<i>Empleabilidad</i>								✓		✓						
<i>Seguridad económica</i>	✓	✓						✓	✓	✓						
<i>Ampliación de oportunidades económicas</i>										✓						
<i>Sostenibilidad</i>	✓								✓	✓	✓	✓			✓	
<i>Reputación y ampliación del mercado</i>			✓	✓	✓											
<i>Fomento de redes informales internas y externas</i>		✓		✓	✓											
<i>Confianza y fluidez de comunicación</i>		✓		✓	✓			✓		✓						
<i>Reconocimiento del trabajo</i>		✓														
<i>Formación</i>		✓														
<i>Flexibilidad</i>		✓														
<i>Poder de decisión</i>		✓														
<i>Igualdad de género</i>								✓								
<i>Espíritu cooperativo y solidaridad interna</i>		✓	✓							✓	✓					
<i>Elección ética de proveedores</i>			✓	✓												
<i>Proactividad e innovación</i>	✓									✓	✓	✓				

(*) **CL:** Clientes - **EH:** Equipo humano - **AS:** Asociados - **EX:** Externalización de Servicios - **PA:** Proveedores/Acreedores - **MC:** Medios de Comunicación - **CA:** Entidades de Certificación y Apoyo - **AP:** Administración Pública - **CE:** Centros Educativos - **TS:** Tercer Sector de Acción Social - **CD:** Centros y Asociaciones Deportivas - **PR:** Asociaciones Profesionales - **SL:** Asociaciones Sin Ánimo de Lucro - **CO:** Consumidores - **GN:** Ganaderos.
Fuente: *Elaboración propia.*

- La *confianza y fluidez de comunicación* muestra el beneficio que la agilidad, la cooperación y la cercanía de trato que caracterizan a la FAST supone para los organismos de la Administración Pública, los proveedores y acreedores, entidades de externalización de servicios, del tercer sector de acción social y los trabajadores.
- La variable *reconocimiento del trabajo* refleja la satisfacción para el equipo humano de FAST por la distinción por la dirección de la entidad del trabajo bien hecho.
- *Formación* se refiere al valor que las acciones de desarrollo formativo y profesional de la plantilla conlleva para los trabajadores.
- La *flexibilidad* refleja el beneficio que supone para el equipo humano que la entidad haga posible la conciliación de la vida familiar, personal y profesional.
- El *poder de decisión* recoge el bienestar para los trabajadores de disponer de relativa autonomía en la toma de decisiones.
- *Igualdad de género* expresa el valor para los organismos de la Administración Pública de la implicación permanente de la FAST en el impulso de la equiparación de género, en su propia plantilla y en la sociedad canaria.
- *Espíritu cooperativo y solidaridad interna* muestra el valor de la apuesta por el equilibrio distributivo, la priorización de los valores sociales y el cooperativismo como principio de comportamiento de esta SAT para sus asociados, trabajadores, centros y asociaciones deportivas y entidades del tercer sector de acción social.
- La variable *elección ética de proveedores* hace referencia al reconocimiento por los proveedores y acreedores y entidades de externalización de servicios de que la respuesta social es una forma de actuar compartida, que incide positivamente en la confianza.
- *Proactividad e innovación* recoge el beneficio que el emprendimiento y la mejora continua de la FAST tiene para los clientes, entidades del tercer sector de acción social y centros y asociaciones deportivas.

Esta descripción de variables de valor e intereses de los distintos colectivos se sintetiza en la matriz de intereses de la Tabla 9. Esta matriz permite visualizar la relación entre los intereses identificados por cada uno de los *stakeholders*.

El diálogo con los grupos de interés permitió precisar ciertos aspectos que permitirían incrementar el valor percibido por algunos colectivos, como la institucionalización de la colaboración con la FAST o la mejora en las zonas de carga y descarga para evitar tiempos de espera.

2.3. Valoración monetaria de las variables de valor y valor social específico

Para la monetización de las variables de valor, se proponen las unidades de medida y de valor recogidas en la Tabla 10. El valor social específico generado por la SAT FAST y percibido por sus grupos de interés se obtiene agregando el valor monetario de cada una de ellas, 1.055.885,04 € (Tabla 11).

Tabla 10. Tabla de valoración.

Variable de valor	Stakeholder	Indicador	Valor indicador	Proxy	Rango proxy	Valor atribuido	Fuente	Valor monetario⁽¹⁾
Respuesta social	Tercer Sector de Acción Social, Administración Pública, Entidades Sin Ánimo de Lucro, Centros y Asociaciones Deportivas, Asociaciones Profesionales, Centros Educativos	- Kg plátanos	13.256	Precio kg plátanos	1,69 €/kg – 2,69 €/kg	2,19 €/kg	Comercios insulares	29.030,64 €
		- Nº piñas de plátanos	2	Precio piña de plátano	40 €	40 €	Comercios insulares	80,00 €
		- Kg frutas varias	10	Precio kg fruta	5 €	5 €	Comercios insulares	50,00 €
		- Kg naranjas	795	Precio kg naranja	0,75 €/kg – 1,45 €/kg €	1,10 €/kg	Comercios insulares	874,50 €
		- Kg papayas	660 l	Precio kg papaya	1,69 €/kg – 3,95 €/kg	2,82 €/kg	Comercios insulares	1.861,20 €
		- Kg hortalizas variadas	9	Precio kg hortaliza variada	0,46 €/Kg – 3,38 €/Kg	1,74 €/Kg	Comercios insulares	36,63 €
	Tercer Sector de Acción Socia	- Material escolar	1	Precio material escolar	150 €	150 €	FAST	150,00 €
		- Recursos financieros	1	Importe monetario recibido	1.100 €	1.100 €	FAST	1.100 €
		- Juguetes	1	Precio mercado de segunda mano	600 €	600 €	FAST	600,00 €
		- Material infantil	1	Precio mercado de segunda mano	800 €	800,00 €	FAST	800,00 €
		- Kg fruta variada donada	84	Precio kg fruta	1,69 €/kg – 4,34 €/kg	2,60 €/kg	Comercios insulares	218,46 €
		- Nº h. charla formativa	5	Salario/h. docente	48,43 €/h – 115,32 €/h	67,77 €/h	STEC Intersindical Canaria. Retribuciones profesores primer ciclo ESO Canarias	388,85 €
		- Nº h. personal apoyo	5	Salario/h. azafato de congresos	7,94 €/h	7,94 €/h	Indeed	39,70 €
		- Nº h. curso formación	4	Salario/h. docente	56,01 €/h – 123,46 €/h	71,84 €/h	STEC Intersindical Canaria. Retribuciones profesores secundaria en Canarias.	359,20 €

Variable de valor	Stakeholder	Indicador	Valor indicador	Proxy	Rango proxy	Valor atribuido	Fuente	Valor monetario ⁽¹⁾
		- Nº h. curso formación	120	Salario/h. docente	56,01 €/h – 123,46 €/h	71,84 €/h	STEC Intersindical Canaria. Retribuciones profesores secundaria en Canarias.	8.620,80 €
		- Recursos financieros	1	Importe monetario recibido	500 €	500 €	FAST	500 €
	Asociaciones Profesionales	- Nº h. curso formación	5	Salario/h. docente	56,01 €/h – 123,46 €/h	71,84 €/h	Retribuciones profesores secundaria en Canarias. STEC Intersindical Canaria	359,20 €
	Administración Pública	- Nº h. trabajo exposiciones	1.680	Salario/h director comercio alimentación	9,97 €/h	9,97 €/h	Convenio Colectivo comercio de alimentación provincia de SCTF. BOP SCTF núm 66, 02-06-17	16.749,60 €
		- Kg fruta variada	30.000	Precio kg fruta variada	1,69 €/kg -12 €/kg	5,69 €/kg	Comercios insulares	170.672,33 €
Divulgación	Asociaciones Profesionales	- Nº actos	12	Precio anuncio patrocinado en Facebook	27 €	27 €	Facebook. 10 días, 4.000 seguidores	324,00 €
	Tercer Sector de Acción Social	- Nº actos	5	Precio anuncio patrocinado en Facebook	27 €	27 €	Facebook. 10 días, 4.000 seguidores	135,00 €
	Administración Pública	- Nº actos	220	Precio anuncio patrocinado en Facebook	27 €	27 €	Facebook. 10 días, 4.000 seguidores	5.940,00 €
Asesoramiento	Tercer Sector de Acción Social	- Asesoramiento Laboral	12	Cuota mensual de asesoría laboral	14,95 € - 50 €	32,475 €	Asesorías laborales insulares	389,70 €

Variable de valor	Stakeholder	Indicador	Valor indicador	Proxy	Rango proxy	Valor atribuido	Fuente	Valor monetario ⁽¹⁾
	Asociados	– Asesoramiento técnico-agrícola	1	Salario bruto anual técnico-agrícola	23.618,25 €	23.618,25 €	Convenio colectivo sector empresas y oficinas de estudios técnicos. BOE núm.15, 18-01-17. Grupo I, Licenciados	23.618,25 €
Empleabilidad	Tercer Sector de Acción Social	– N° trabajadores insertados	3	Subvención recibida	15.000 €	15.000 €	Tercer Sector de Acción Social	15.000,00 €
		– N° horas prácticas formativas	2.400	€/h Curso FGULL	1 €/h – 3,6 €/h	2,3 €/h	FGULL. Cursos prácticos presenciales	5.520,00 €
Seguridad económica	Tercer Sector de Acción Social	– N° trabajadores insertados	39	Salario anual trabajador * Tipo de interés medio crédito al consumo a corto plazo	1.083,70 €	1.083,70 €	Convenio colectivo FAST. Banco de España	42.264,45 €
	Trabajadores	– N° trabajadores temporales	60	Salario anual trabajador * Tipo de interés medio crédito al consumo a corto plazo	1.083,70 €	1.083,70 €	Convenio colectivo FAST. Banco de España	65.022,23 €
		– N° trabajadores fijos	75	Diferencial salario anual respecto Coplaca * Tipo de interés medio crédito al consumo a corto plazo	13,88 €	13,88 €	Convenio colectivo FAST. Banco de España	1.040,64 €
	Asociados	– N° socios pequeños - medianos	167	Precio anual seguro agrario	150 €	150 €	Asociados FAST	25.110,00 €
	Asociaciones Profesionales	– Valor monetario colaboración y apoyo	26.802,09	Tipo de interés préstamo interbancario a entidades	2,346 %	2,346 %	ICO. TAE máxima a empresas y emprendedores 2019.	628,78 €

Variable de valor	Stakeholder	Indicador	Valor indicador	Proxy	Rango proxy	Valor atribuido	Fuente	Valor monetario⁽¹⁾
	Tercer Sector de Acción Social	- Valor monetario colaboración y apoyo	55.108,40	Tipo de interés préstamo interbancario a entidades	2,346 %	2,346 %	ICO. TAE máxima emprendedores 2019.	1.292,84 €
	Administración Pública	- Valor monetario colaboración y apoyo	26.118,89	Tipo de interés préstamo interbancario a entidades	2,346 %	2,346 %	ICO. TAE máxima emprendedores 2019.	612,75 €
	Centros y Asociaciones Deportivas	- Valor monetario colaboración y apoyo	26.118,89	Tipo de interés préstamo interbancario a entidades	2,346 %	2,346 %	ICO. TAE máxima emprendedores 2019.	612,75 €
	Centros Educativos	- Valor monetario colaboración y apoyo	30.068,89	Tipo de interés préstamo interbancario a entidades	2,346 %	2,346 %	ICO. TAE máxima emprendedores 2019.	705,42 €
	Entidades Sin Ánimo de Lucro	- Valor monetario colaboración y apoyo	26.118,89	Tipo de interés préstamo interbancario a entidades	2,346 %	2,346 %	ICO. TAE máxima emprendedores 2019.	612,75 €
Ampliación de oportunidades económicas	Tercer Sector de Acción Social	- Kg plátanos sueltos recolectados	599,11	Diferencial precio Kg plátano (dedo - manilla)	1,25 €/kg	1,25 €/kg	Comercio insular, mercadillo del agricultor.	748,89 €
Sostenibilidad	Centros y Asociaciones Deportivas, Clientes	- Kg plátanos donados + Kg de plátanos vendidos	11.490	Diferencial precio Kg plátano (ecológico - normal)	1,19 €/kg	1,19 €/kg	Comercio insular	13.673,10 €
	Centros y Asociaciones Deportivas, Tercer Sector de Acción Social, Profesionales	- Nº <i>stakeholders</i> que lo valoran	3	Precio anuncio patrocinado en Facebook	27	27	Facebook. 10 días, 4.000 seguidores	81,00 €
	Clientes	- Kg plástico reemplazados * Ahorro CO ₂ ⁽²⁾	10.000 kg * 0,6 CO ₂ /kg	Coste social del carbono ⁽³⁾ (\$/Ton) * Tipo de cambio (€/S)	31,33 €/Ton – 169,35 €/Ton	31,33 €/Ton	Agencia de Protección Medioambiental de EE.UU. W.D. Nordhaus (2011). Banco de España.	187,98 €

Variable de valor	Stakeholder	Indicador	Valor indicador	Proxy	Rango proxy	Valor atribuido	Fuente	Valor monetario ⁽¹⁾
	Cientes, Centros y Asociaciones Deportivas	– Kg plátanos producidos * Ahorro CO ₂ por producción local ⁽⁴⁾	23.964,421 kg * 0,683 CO ₂ /Kg	Coste social del carbono ⁽³⁾ (\$/Ton) * Tipo de cambio (€/S)	31,33 €/Ton – 169,35 €/Ton	31,33 €/Ton	Agencia de Protección Medioambiental de EE.UU. – W.D. Nordhaus (2011). Banco de España.	512,79 €
	Cientes	– Peso FAST en producción agrícola Canarias	0,56%	Importe Subvención Plan de Desarrollo Rural para Canarias fomento del Desarrollo Rural	1.852.941,16 €	1.852.941,16 €	PDR para Canarias. Medida 2.	10.399,72 €
	Centros Educativos	– Nº de visitas recibidas * Ahorro Kg CO ₂ transporte ⁽⁵⁾	10 * 17,2 Kg CO ₂	Coste social del carbono ⁽³⁾ (\$/Ton) * Tipo de cambio (€/S)	31,33 €/Ton – 169,35 €/Ton	31,33 €/Ton	Agencia de Protección Medioambiental de EE.UU. – W.D. Nordhaus (2011). Banco de España.	5,39 €
		– Nº h. charlas * Nº niños	10 h * 25 niños	€/h Curso FGULL	1 €/h – 3,6 €/h	2,3 €/h	FGULL. Cursos prácticos presenciales	575,00 €
		– Nº visitas * Nº niños	10 visitas * 25 niños	Precio entrada parque temático local	13,50 €	13,50 €	Precio entrada niño, residente	3.375,00 €
	Tercer Sector de Acción Social	– Kg dedos recolectados * Ahorro Kg CO ₂ producción ⁽⁴⁾	599,11 kg * 0,25 kg CO ₂	Coste social del carbono ⁽³⁾ (\$/Ton) * Tipo de cambio (€/S)	31,33 €/Ton – 169,35 €/Ton	31,33 €/Ton	Agencia de Protección Medioambiental de EE.UU. – W.D. Nordhaus (2011). Banco de España.	4,76 €
	Ganaderos	– Kg depositados * Ahorro CO ₂ forraje ⁽⁶⁾	3.150.000 kg * 0,189 kg CO ₂	Coste social del carbono ⁽³⁾ (\$/Ton) * Tipo de cambio (€/S)	31,33 €/Ton – 169,35 €/Ton	31,33 €/Ton	Agencia de Protección Medioambiental de EE.UU. – W.D. Nordhaus (2011). Banco de España.	18.651,95 €

Variable de valor	Stakeholder	Indicador	Valor indicador	Proxy	Rango proxy	Valor atribuido	Fuente	Valor monetario⁽¹⁾
Reputación y ampliación del mercado	Proveedores, Externalización de Servicios	– Nº proveedores y entidades de externalización	390	Precio anuncio patrocinado en Facebook	27	27	Facebook. 10 días, 4.000 seguidores	10.530,00 €
Fomento de redes informales y de colaboración	Proveedores, Externalización de Servicios	– Nº proveedores y entidades de externalización	390	Cuota anual asociación profesional	108 € - 576 €	108 €	Consulta asociaciones profesionales insulares	42.120,00 €
	Trabajadores	– Nº trabajadores nivel operativo	150	Cuota anual Club Deportivo Tenerife	125 €	125 €	Club Deportivo Tenerife	18.750,00 €
Confianza y fluidez de comunicación	Administración Pública, Centros Educativos, Tercer Sector de Acción Social, Proveedores, Asociados, Externalización de Servicios	– Nº <i>stakeholders</i> que lo valoran	15	Salario Mínimo Interprofesional mensual	900 €	900 €	RD 1462/2018, 21-12-18	13.500,00 €
	Trabajadores	– % trabajadores	48	Cuota anual seguro médico	287,40 € - 419,40 €	353,40 €	Aseguradoras médicas	16.960,37 €
Reconocimiento del trabajo	Trabajadores	– Nº trabajadores empaquetado	86	Valor cesta Navidad	10 € - 400 €	100 €	Consulta empresas insulares	8.600,00 €
Formación	Trabajadores	– Nº h formación recibida	8.784	€/h Curso FGULL	1 €/h – 3,6 €/h	2,3 €/h	FGULL. Cursos prácticos presenciales	20.203,20 €
Flexibilidad	Trabajadores	– Nº trabajadores	26	Salario anual bruto, 2 h diarias apoyo	3.150 €	3.150 €	RD 1462/2018, 21-12-18	81.900,00 €
Poder de decisión	Trabajadores	– Nº mandos intermedios - directivos	8	Cuota anual autónomo	3.300 €	3.300 €	Correspondiente a base mínima, 919,80 €.	26.400,00 €
Igualdad de género	Administración Pública	– Valor implicación y sensibilización	1	Valor para el <i>stakeholder</i>	300.000 €	300.000 €	<i>Stakeholder</i>	300.000,00 €

Variable de valor	Stakeholder	Indicador	Valor indicador	Proxy	Rango proxy	Valor atribuido	Fuente	Valor monetario ⁽¹⁾
Espíritu cooperativo y solidaridad interna	Socios	– Nº socios pequeños - medianos	167,4	Cuota anual seguro médico	287,40 € - 419,40 €	353,40 €	Aseguradoras médicas	59.159,16 €
	Socios, Tercer Sector de Acción Social	– Nº <i>stakeholders</i> que lo valoran	3	Cuota anual seguro médico	287,40 € - 419,40 €	353,40 €	Aseguradoras médicas	1.060,20 €
	Centros y Asociaciones Deportivas	– Nº <i>stakeholders</i> que lo valoran	1	Cuota anual seguro médico	287,40 € - 419,40 €	353,40 €	Aseguradoras médicas	353,40 €
	Trabajadores	– % trabajadores	80	Cuota anual seguro médico	287,40 € - 419,40 €	353,40 €	Aseguradoras médicas	28.272,00 €
Elección ética de proveedores	Proveedores, Externalización de Servicios	– Memoria RSC	1	Precio elaboración memoria RSC	6.359,25 €	6.359,25 €	AENOR. Convenio colectivo estatal acción e intervención social 2015-2017, BOE núm. 158, 03-07-201. Convenio colectivo estatal artes gráficas. BOE núm. 17, 19-01-18.	6.359,25 €
Proactividad e innovación	Cientes, Administración Pública, Tercer Sector de Acción Social	– Nº <i>stakeholders</i> que lo valoran	3	Subvención concedida por emprender	70% coste de proyecto, máximo 20.000 €	14.000 €	Agencia Canaria de Investigación Innovación y Sociedad de la Información. Innobonos.	14.000 €

(1) El algoritmo de esta columna es indicador * proxy. El valor monetario resulta de multiplicar las columnas "valor indicador" y "valor proxy".

(2) Berners-Lee (2010) estima que la huella de carbono de 1kg de plástico es de 3,5 kg y la de 1kg de plástico reciclado, 1,7 kg. Según el Instituto Sueco de Investigación Ambiental, la huella de carbono de 1kg de cartón es de 0,964 kg.

(3) Para estimar el coste social del carbono se ha tenido en cuenta: (1) el precio del CO₂ en el mercado de derechos de emisión (5,83 €/Ton en 2017, 15,88 €/Ton en 2018); (2) la estimación de la Agencia de Protección Medioambiental de los Estados Unidos (37 \$/Ton); y (3) la estimación de W. Nordhaus, economista de la universidad de Yale, teórico de la economía del cambio climático y autor de *Managing the Global Commons: The Economics of Climate Change* (1994), *Warming the World: Economic Models of Global Warming* (2000, con J. Boyer), *A Question of Balance: Weighing the Options on Global Warming Policies* (2008), y *Estimates of the social cost of carbon: background and results from the rice-2011* (2011) (Nobel en 2018 por estos estudios), entre 100\$ y 200\$ por tonelada de contaminación por CO₂, y sube alrededor de 10\$ por año.

(4) Se estima tomando como referencia el estudio de Lescot (2012).

(5) Huella de carbono del transporte estimada con calculadora CEROCO2.org.

(6) Se estima tomando como referencia el estudio de Lescot Salcedo (2016).

Fuente: *Elaboración propia*.

Tabla 11. Valor social específico.

Variables de valor	Valor monetario
<i>Respuesta social</i>	170.672,33 €
<i>Divulgación</i>	6.399,00 €
<i>Asesoramiento</i>	24.007,95 €
<i>Empleabilidad</i>	20.520,00 €
<i>Seguridad económica</i>	137.902,61 €
<i>Ampliación de oportunidades económicas</i>	748,89 €
<i>Sostenibilidad</i>	47.466,68 €
<i>Reputación y ampliación del mercado</i>	10.530,00 €
<i>Fomento de redes informales y de colaboración</i>	60.870,00 €
<i>Confianza y fluidez de comunicación</i>	30.460,37 €
<i>Reconocimiento del trabajo</i>	8.600,00 €
<i>Formación</i>	20.203,20 €
<i>Flexibilidad</i>	81.900,00 €
<i>Poder de decisión</i>	26.400,00 €
<i>Igualdad de género</i>	300.000,00 €
<i>Espíritu cooperativo y solidaridad interna</i>	88.844,76 €
<i>Elección ética de proveedores</i>	6.359,25 €
<i>Proactividad e innovación</i>	14.000,00 €
Valor Social Específico	1.055.885,04 €

Fuente: Elaboración propia.

3. Valor Emocional

El valor emocional refleja la satisfacción que una entidad genera a sus grupos de interés, cuantificándose de acuerdo con Ruiz-Roqueñi (2018). En primer lugar, se obtiene la amplitud del rango, o porcentaje máximo del valor social específico que puede corregirse -al alza o a la baja- como consecuencia del grado de satisfacción de los *stakeholders*. Para establecer dicha amplitud se ha tomado como referencia el peso en el valor social específico de las variables de valor que, en mayor medida, suponen una fuente de complacencia o de satisfacción (Herzberg, 1996; Maslow, 1954). La Tabla 12 muestra las variables a tal efecto tenidas en cuenta, determinando conjuntamente un rango de 40,98%.

Tabla 12. Amplitud del rango.

Variables de valor	Valor monetario
<i>Seguridad económica</i>	137.902,61 €
<i>Fomento de redes informales y de colaboración</i>	60.870,00 €
<i>Confianza y fluidez de comunicación</i>	30.460,37 €
<i>Reconocimiento del trabajo</i>	8.600,00 €
<i>Flexibilidad</i>	81.900,00 €
<i>Poder de decisión</i>	26.400,00 €
<i>Espíritu cooperativo y solidaridad interna</i>	88.844,76 €
Total	432.737,00 €
Valor Social Específico	1.055.885,04 €
Rango	40,98 %

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 13. Resultados del cuestionario para la determinación del factor corrector.

Stakeholder (*)	Fiabilidad	Capacidad de respuesta	Seguridad	Empatía	Elementos tangibles
TS1	10	10	10	10	8
TS2	10	10	10	10	10
TS3	10	10	10	10	10
TS4	10	10	10	10	9
TS5	9	10	10	10	10
EH1	8	9	9	8	9
EH2	8	9	10	10	10
EH3	7	9	9	9	9
EH4	10	10	10	10	10
EH5	8	10	9	8	9
EH6	10	10	10	10	8
EH7	8	9	8	9	8
MC1	9	7	8	8	8
MC2	8	7	7	8	7
MC3	5	5	7	4	6
EX1	8	10	9	9	8
EX2	8	10	8	9	9
EX3	8	10	8	9	9
EX4	8	8	8	9	8
EX5	10	10	10	10	10
EX6	8	10	9	9	8
PA1	10	10	10	10	10
PA2	8	8	8	8	10
AS1	8	10	8	9	9
AS2	8	10	9	9	8
AS3	9	9	9	9	8
AS4	7	10	10	10	9
AS5	7	7	8	7	8
AS6	10	10	10	10	9
AS7	9	9	10	9	10
PR1	10	10	10	10	10
AP1	10	10	10	10	10
AP2	10	10	10	10	10
CD1	8	8	9	8	9
CE1	10	10	10	10	10
Media	8,69	9,26	9,14	9,09	8,94
Ponderación	0,32	0,22	0,19	0,16	0,11
Resultado	8,99				

(*) **TS:** Tercer Sector de Acción Social - **EH:** Equipo humano - **MC:** Medios de Comunicación - **EX:** Externalización de Servicios - **PA:** Proveedores/Acreedores - **AS:** Asociados - **PR:** Asociaciones Profesionales - **AP:** Administración Pública - **CD:** Centros y Asociaciones Deportivas - **CE:** Centros Educativos.

Fuente: *Elaboración propia.*

Posteriormente, se calcula el factor corrector, o porcentaje en que efectivamente el valor social específico será corregido. Dicho factor se determina utilizando un cuestionario, diseñado conforme al modelo SERVQUAL sobre calidad del servicio (Parasuraman, Zeithaml & Berry 1988, 1991), cumplimentado por los interlocutores de los grupos de interés entrevistados. La Tabla 13 sintetiza los resultados obtenidos en esta fase. La aplicación del promedio de las encuestas -8,99 sobre 10-, a la amplitud del rango (40,98%) permite establecer un factor corrector de 36,89%, y, por tanto, cuantificar el valor emocional en 389.463,30 € (Tabla 14).

Tabla 14. Valor Emocional.

Valor Social Específico	1.055.885,04 €
Rango	40,98 %
Factor corrector	36,89 %
Valor Emocional	389.463,30 €

Fuente: Elaboración propia.

4. Valor Social Integrado y Valor Socio-Emocional

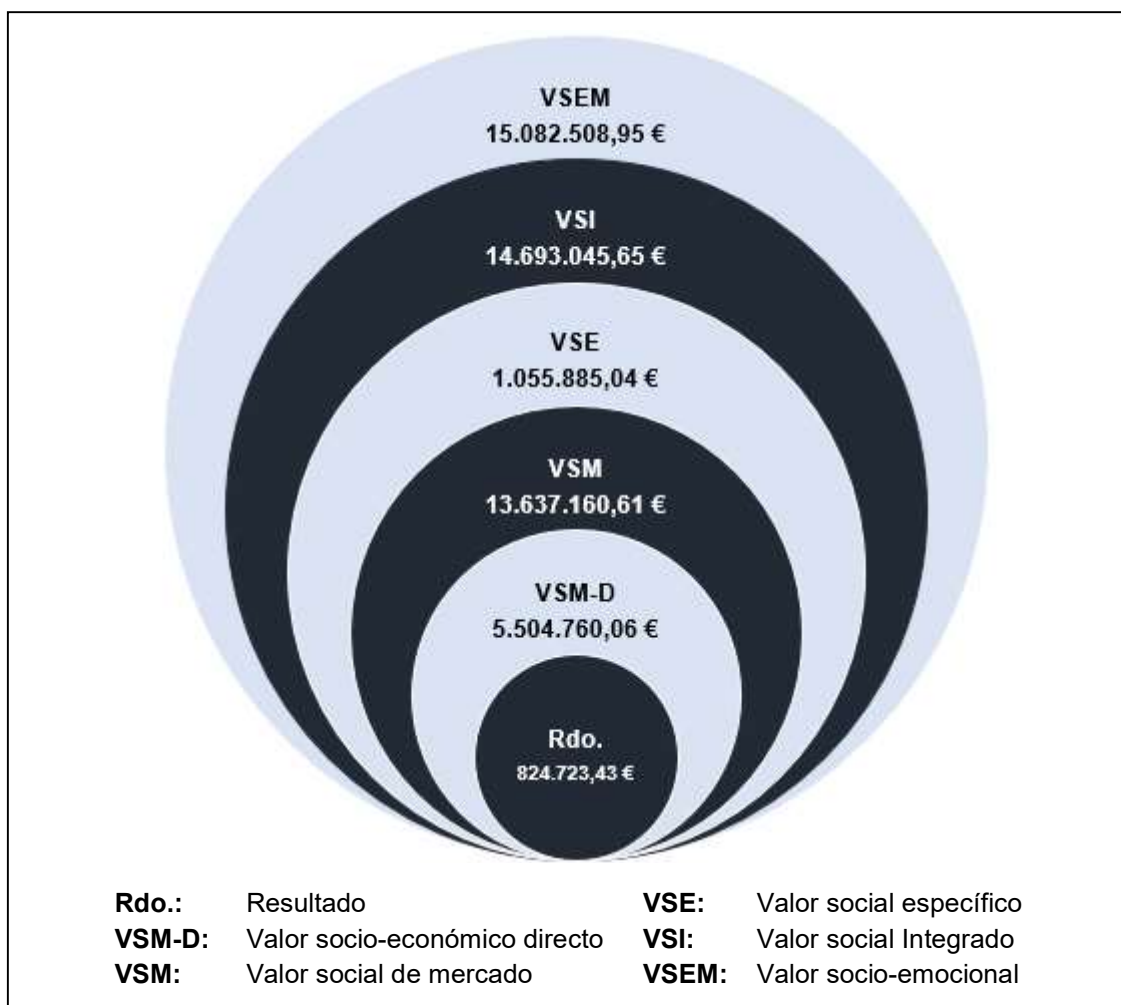
El valor social integrado se obtiene al agregar dos ecosistemas de valor, el valor social de mercado y el valor social específico (Retolaza et al., 2016). Por su parte, el valor socio-emocional resulta al incorporar el valor emocional al anterior (Ruiz-Roqueñi, 2018). La Tabla 15 muestra ambas tipologías de valor para la FAST, ascendiendo en 2017a 14.693.045,65 € y 15.082.508,95, respectivamente. La Figura 2 ofrece una representación gráfica de los distintos ecosistemas de valor, y permite visualizar la ampliación del valor social de la FAST cuando se va más allá del valor económico para los propietarios del capital.

Tabla 15. Valor Social Integrado y Valor Socio-Emocional.

Ecosistemas de Valor	Valor monetario
Valor Social de Mercado	13.637.160,61 €
<i>Valor Socio-Económico Directo</i>	5.504.760,06 €
<i>Valor Socio-Económico Indirecto</i>	8.132.400,55 €
Valor Social Específico	1.055.885,04 €
Valor Social Integrado	14.693.045,65 €
Valor Emocional	389.463,30 €
Valor Socio-Emocional	15.082.508,95 €

Fuente: Elaboración propia.

Figura 2. Ecosistemas de Valor Social de la FAST.



Fuente: Elaboración propia.

La Tabla 16 recoge la desagregación de los ecosistemas del valor social de la FAST entre sus *stakeholders*. Para la determinación del valor emocional de los grupos de interés, se ha aplicado el factor corrector obtenido para el conjunto de la entidad, 36,89%, a cada uno de ellos (Ruiz-Roqueñi, 2018). En la Figura 3 se ha representado el modelo poliédrico de análisis de valor social (Retolaza et al. 2016) para la FAST. Podría considerarse semejante a una flor, en la que cada pétalo simboliza a un *stakeholder*.

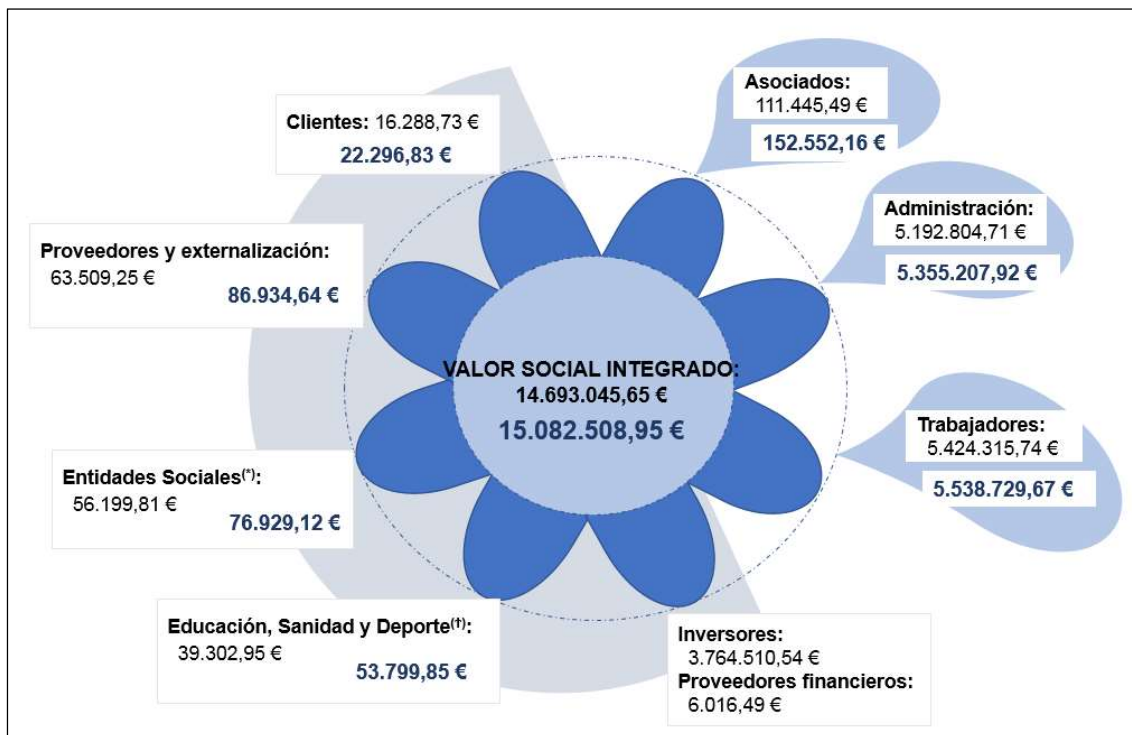
Tabla 16. Distribución del valor social de la FAST a sus stakeholders.

Stakeholders	VSM	VSE	VSI	VEM^(*)	VSEM
<i>Trabajadores</i>	5.114.124,86 €	310.190,88 €	5.424.315,74 €	114.413,93 €	5.538.729,67 €
<i>Inversores</i>	3.764.510,54 €		3.764.510,54 €		3.764.510,54 €
<i>Proveedores financieros</i>	6.016,49 €		6.016,49 €		6.016,49 €
<i>Administración Pública</i>	4.752.508,72 €	440.295,98 €	5.192.804,71 €	162.403,22 €	5.355.207,92 €
<i>Tercer Sector de Acción Social</i>		50.264,90 €	50.264,90 €	18.540,21 €	68.805,12 €
<i>Entidades Sin Ánimo de Lucro</i>		5.934,91 €	5.934,91 €	2.189,09 €	8.124,00 €
<i>Asociaciones Profesionales</i>		12.105,78 €	12.105,78 €	4.465,22 €	16.571,00 €
<i>Centros y Asociaciones Deportivas</i>		14.186,23 €	14.186,23 €	5.232,59 €	19.418,82 €
<i>Ganaderos</i>		18.651,95 €	18.651,95 €	6.879,77 €	25.531,72 €
<i>Medios de Comunicación</i>					
<i>Proveedores / Acreedores</i>		31.754,63 €	31.754,63 €	11.712,70 €	43.467,32 €
<i>Asociados</i>		111.445,49 €	111.445,49 €	41.106,68 €	152.552,16 €
<i>Externalización de servicios</i>		31.754,63 €	31.754,63 €	11.712,70 €	43.467,32 €
<i>Clientes</i>		16.288,73 €	16.288,73 €	6.008,10 €	22.296,83 €
<i>Centros Educativos</i>		13.010,94 €	13.010,94 €	4.799,09 €	17.810,03 €
TOTAL	13.637.160,61 €	1.055.885,04 €	14.693.045,65 €	389.463,30 €	15.082.508,95 €

(*) Aplicando el mismo factor corrector a todos los grupos de interés.

Fuente: Elaboración propia.

Figura 3. Modelo poliédrico de análisis de valor social de la FAST(¥).



(¥) Para cada grupo de interés, el valor social integrado es la cifra en negro, y el valor socio-emocional, la cifra en azul.

(*) Tercer Sector de Acción Social y Entidades Sin Ánimo de Lucro.

(†): Centros Educativos, Asociaciones Profesionales y Centros y Asociaciones Deportivas.

Fuente: *Elaboración propia.*

5. Conclusiones:

La aplicación del sistema de información ampliado de Retolaza et al. (2014, 2015, 2016) ha permitido obtener el valor social generado por la FAST y percibido por sus grupos de interés en 2017, expresado en una única medida monetaria.

Los resultados alcanzados permiten comprobar que el valor social integrado de la FAST es 17,82 veces superior al resultado del ejercicio⁴, transfiriendo un valor social específico y emocional a sus grupos de interés, sin contrapartida de precio de mercado, del orden de 1.445.348,34 €, un 1,75 más de lo que, en su caso, percibirían los propietarios del capital.

Ha de destacarse, por su parte, la magnitud de la tracción socio-económica ejercida por la FAST a través de las compras a proveedores: el impacto indirecto de su actividad productiva representa el 55% del valor social integrado. A ello podrían añadirse las dos consideraciones siguientes. En primer lugar, el elevado número de entidades regionales favorecidas por las adquisiciones de la FAST: el volumen total de compras (19.734.495,37 €) se reparte entre el 75% de agentes (350, aproximadamente), por importes unitarios inferiores a 30.000 €. Por su su parte, los índices de dependencia

⁴ La proporción es de 16,82 veces cuando se descuenta el resultado del ejercicio del valor social integrado.

obtenidos vendrían a reflejar los efectos económicos colaterales de la no continuidad de la actividad productiva de la FAST.

Atendiendo a la distribución del valor social de la FAST entre sus grupos de interés, podría destacarse que, si bien los trabajadores constituyen el *stakeholder* que percibe mayor valor social (36,9% del valor social integrado), es la Administración Pública el principal beneficiario del valor social específico (recibe el 41,7% del mismo), alcanzando un valor 4,56 veces superior a la contribución impositiva. Debe tenerse también en cuenta que los socios reciben más del 10% del valor social específico, y la importancia de este componente para los proveedores y las entidades de economía social.

Por último, es conveniente considerar que la ampliación del registro de información interna permitiría mejorar la cuantificación del valor social específico. Este aspecto es relevante de cara a su integración en la planificación estratégica, y la toma de decisiones orientada a impulsar el valor social estratégico.

Bibliografía

- Berners -Lee, M. (2010). *How Bad Are Bananas?: The carbon footprint of everything*. London, Profile Books Ltd.
- Guzmán-Pérez, B., Mendoza-Jiménez, J., Pérez-Monteverde, M.V., & Román-Cervantes, C. (2018). El valor social de las cofradías de pescadores de Canarias. *Revista AECA*, 174, 18-21.
- Guzmán-Pérez, B., Mendoza-Jiménez, J., Pérez-Monteverde, M.V., & Jara-Rodríguez, R. (2018). La monetización del valor social de las cofradías de pescadores de Canarias. *Actas del XVII Congreso Internacional de Investigadores de Economía Social*. CIRIEC España, 4 – 5 de octubre, Toledo.
- Guzmán-Pérez, B., Mendoza-Jiménez, J., Pérez-Monteverde, M.V., & Román-Cervantes, C (2018). La monetización del valor social de las cofradías de pescadores de Canarias: una primera aproximación. *Actas del XVIII Encuentro Internacional de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, septiembre, Lisboa.
- Guzmán-Pérez, B., Mendoza-Jiménez, J., Pérez-Monteverde, M.V., & Román-Cervantes, C (2018). Measuring the social value of tourism: the case of Hotel Tigaiga. *Conference Proceedings III Spring Symposium on Challenges in Tourism Development*, Instituto Universitario de Turismo y Desarrollo Sostenible. Universidad de Las Palmas de Gran Canaria, 7-8 de junio, Maspalomas.
- Guzmán-Pérez, B., Mendoza-Jiménez, J., Pérez-Monteverde, M.V., & Román-Cervantes, C (2018). Una propuesta de indicadores sociales para medir la sostenibilidad de un alojamiento hotelero de Canarias. *XXVII Congreso Nacional European Business Ethics Network*. Universidad de Málaga, 31 de mayo y 1 de junio, Málaga.
- Herzberg, F. (1996). *Work and Nature of the Man*. Nueva York, Crowell.
- Lescot, T. (2012). Huella de Carbono y Ciclo de Vida en la producción de plátano. *II Jornadas de Transferencia de I+D+i para una producción sostenible del plátano en las RUPs*. ICIA – 2 a 5 octubre, Tenerife, Islas Canarias.
- Maslow, A.H. (1954). *Motivation and personality*. Nueva York, Harper.
- Nordhaus, W.D. (2011). Estimates of the social cost of carbon: background and results from the rice – 2011 model. *NBER Working Paper* 17540.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, V.A. (1988). SERVQUAL: A Multiple-Item Scale for Measuring Customer Perceptions of Service Quality. *Journal of Retailing*, 64(1), 12-40.
- Parasuraman, A., Berry, L.L., & Zeithaml, V.A. (1991). Refinement and Reassessment of the SERVQUAL Scale. *Journal of Retailing*, 67(4), 420-450.
- Retolaza, J.L, Ruiz-Roqueñi, M., San-José, L., & Barrutia, J. (2014). .Cuantificación del valor social: propuesta metodológica y aplicación al caso de Lantegi Batuak. *Revista de servicios sociales*, 55, 17-33.
- Retolaza, J.L, Sánchez, P., Tarifa, P., Ruiz-Roqueñi, M., San-José, L., & Ayuso, S. (2015). Análisis del valor social de la Fundación Formació i Trebal: Una aproximación monetaria al cálculo del valor social. *Cátedra Mango*. Documento de trabajo 22, Barcelona.

- Retolaza, J.L., San-José, L., & Ruiz-Roqueñi, M. (2016). *Social Accounting for Sustainability: Monetizing the Social Value*. Springer Briefs in Business, Springer.
- Román-Cervantes, C., Guzmán-Pérez, B., Mendoza-Jiménez, J., & Pérez-Monteverde, M.V. (2019). La contribución a la sostenibilidad de las Sociedades Agrarias de Transformación: Canarias. *Congreso de Economía Social: La Economía Social ante sus retos: emprendimiento, transformación digital, género, y desarrollo sostenible*, Escuela de Estudios Cooperativos de la UCM y Cátedra Cajasieta de Economía Social y Cooperativa de la ULL, 25 y 26 de abril, Universidad de La Laguna.
- Ruiz-Roqueñi, M. (2018). Valor emocional. Medición del Valor Social para la Sostenibilidad, Curso de Verano de la Universidad del País Vasco, 5 – 6 de julio, Universidad del País Vasco.
- Salcedo, G. (2016). La huella de carbono en los forrajes de Cantabria (España). *Conference Paper Innovación Sostenible en Pastos: hacia una Agricultura de Respuesta al Cambio Climático*, 159-165.