

**HACIA LA DEFINICIÓN DEL VALOR AÑADIDO POR LAS
ORGANIZACIONES DEL TERCER SECTOR DE INTERVENCIÓN SOCIAL**

BREVE RESEÑA DEL PROYECTO DE INVESTIGACIÓN

INDICE

1. Origen del proyecto y contextualización	3
2. Fundamentación	4
3. Objetivos y productos	8
4. Proceso de trabajo	9

1 Origen del proyecto y contextualización

El proyecto persigue posibilitar que las organizaciones del Tercer Sector de intervención social identifiquen, de manera operativa, y puedan comunicar su valor añadido, en un contexto caracterizado, entre otros aspectos, por:

- La importancia creciente de la prestación de servicios de responsabilidad pública, entre las funciones desempeñadas por las organizaciones del tercer sector de acción social y la presencia, cada vez más frecuente, de las empresas en la prestación de servicios sociales, particularmente en aquellos ámbitos en los que existen mayores oportunidades de obtener márgenes directos o indirectos.
- Los cambios en la percepción social de las organizaciones como consecuencia, entre otros factores, de la propia ampliación de la responsabilidad pública (ya no son tan necesarias) y de la evolución y las prácticas de las organizaciones (visión de las organizaciones como “empresas” o meras gestoras de recursos públicos), malas prácticas de algunas organizaciones que afectan a todas (dobles figuras jurídicas, prácticas ajenas a los códigos éticos).
- El incremento de la intersección entre sectores como consecuencia del desarrollo de estrategias de responsabilidad social, voluntariado corporativa, gobernanza, administración abierta... en el marco de una sociedad relacional que implica también que los límites entre actores se desdibujen.
- Las dificultades de las organizaciones para desempeñar funciones ajenas a la prestación de servicios de responsabilidad pública y desarrollar su “agenda propia”, mantener o ampliar su base social... Y la necesidad de implicar a nuevas personas, organizaciones, instituciones... en su proyecto, para reforzarlo.

En el contexto estatal y europeo se han desarrollado ya proyectos orientados a identificar el valor añadido de las organizaciones, particularmente por lo que respecta a la prestación de servicios de responsabilidad pública.

Las propias organizaciones y redes del Tercer Sector han promovido también la codificación de sus buenas prácticas, estableciendo códigos de conducta, la evaluación del cumplimiento de su misión, diseñando instrumentos a tal efecto, el establecimiento de mecanismos de transparencia y rendición de cuentas, etc.

Desde el punto de vista normativo, existe ya un cierto acerbo de cláusulas sociales, requisitos de acceso y medidas de discriminación positiva que afectan a las organizaciones del tercer sector de acción social o a su actividad a través de empresas de inserción, centros especiales de empleo...

Todas estas iniciativas han de tenerse en cuenta a la hora de establecer una batería de indicadores que permitan operativizar la contribución social (valor total de las organizaciones) y para la identificación del valor añadido a la prestación de servicios, sean o no de responsabilidad pública.

En este contexto, parece necesario:

- Reflexionar sobre la contribución social de las organizaciones (“valor total”), considerando el desempeño del conjunto de funciones sociales que caracterizan o han caracterizado históricamente al Tercer Sector, y clarificar los aspectos que diferencian su contribución de la de otros sectores y agentes así como los espacios de intersección entre los mismos.
- Dar a conocer la contribución social y el valor añadido de las organizaciones a sus diferentes grupos de interés: personas socias, destinatarias, voluntariado y profesionales personas e instituciones colaboradoras, etc.

2 Fundamentación

Nos interesa reflexionar sobre el conjunto del valor generado por las organizaciones, desde su vida interna, su acción, su colaboración con otros actores..., determinando, por tanto, su “valor total” y también, concretamente, el valor que añaden a la prestación de servicios y, particularmente, a la prestación de servicios de responsabilidad pública.

Lo que aquí se presenta constituye una versión reducida de una primera aproximación al marco conceptual realizada en diálogo con los asistentes al seminario de apertura. Puede accederse a una versión más extensa del marco contrastado en el seminario de apertura, en http://www.3sbizkaia.org/adjuntos/presentacion_recogida_valor_anadido.pdf

Conceptualización

Del cumplimiento de la misión de las organizaciones, a través del desempeño de las diversas funciones sociales que pueden caracterizar su actuación y de su vida interna, se deriva su “**valor total**”.

Por ejemplo, si las organizaciones del tercer sector – más allá de adoptar una práctica no lucrativa acorde con su figura jurídica – constituyen una expresión de solidaridad organizada y participación de la sociedad civil, la evaluación de su valor total debería incluir aspectos como la participación del voluntariado en la vida y actividades de la organización o la articulación, en su seno, de iniciativas de ayuda mutua.

El valor que añadimos a la realización de una actividad o la prestación de un servicio, desde el punto de vista de un tercero, es nuestro “**valor añadido**”.

El valor añadido:

- Tiene que ver con aquello que caracteriza a las organizaciones y, a veces, las diferencia.
- Pero es aquello por lo que se les reconoce y valora.
- Significa un plus respecto a lo esperado por sus destinatarias, o quizás también, respecto a lo que se espera que aporten otros.
- Implica una aportación positiva, no un mero ahorro, en términos económicos. O no sólo.
- Tiene que ver con los resultados, pero también con la forma de hacer de las organizaciones, con los procesos.
- Implica generar “beneficios” para más de un actor.
- Tiene que ver con la calidad, pero supone ir más allá de los estándares.
- Implica transformar los recursos en servicios o actividades con significado.

A.- Resultados

La contribución social de las organizaciones

La participación y la solidaridad son, a la vez, condición de posibilidad y resultado de las organizaciones.

Algunos resultados:

- Tejen lazos y redes (generamos capital social).
- Fomentan la participación.
- Fomentan la cohesión social.
- Son promotoras de derechos.
- Tienen incidencia política como sociedad civil organizada, con voluntad transformadora.

El valor añadido a la prestación de servicios de responsabilidad pública

Las organizaciones prestan servicios que sólo con el tiempo y de manera progresiva se han configurado como servicios de responsabilidad pública.

La consolidación de la responsabilidad pública implica definir un marco nuevo de relación respecto a la prestación de servicios de responsabilidad pública que preserve determinadas características de la intervención propia de las organizaciones no lucrativas o, al menos, de algunas de ellas.

Sin perjuicio de que otro tipo de organizaciones puedan hacerlo, las organizaciones no lucrativas parecen estar añadiendo valor a la prestación de servicios de responsabilidad pública, entre otros posibles, en términos de:

- personalización e integralidad de la atención;
- acompañamiento a personas y familias a lo largo de la vida en aquellos casos en los que resulta necesario;
- reinversión de un eventual beneficio en la actividad;
- conexión de las personas en situación de exclusión, dependencia o desprotección con el tejido comunitario y las redes de apoyo informal, descentralización de la atención y proximidad;
- etcétera.

Estos aspectos – integralidad, personalización de la atención, acompañamiento, integración en el contexto comunitario y en las redes de apoyo informal – constituyen características que el sistema de servicios sociales de responsabilidad pública desea para sí mismo.

Las organizaciones añaden valor a la prestación de servicios de responsabilidad pública y realizan una contribución social más amplia porque cuentan con elementos para hacerlo.

B. – Elementos que contribuyen a añadir valor

El “capital” de las organizaciones

- Las personas y el voluntariado, como capital singular.
- La experiencia.
- Los valores.
- El capital social.
- ...

El modo de hacer de las organizaciones

- Un modo de hacer solidario, que tiene en su centro a las personas.
- Un modo de hacer participativo.
- Acompañando el crecimiento de las personas, desde la cercanía y a veces, desde su propio lugar social, compartiendo vida y proyectos.
- Gestión austera y eficiente.
- Gestión centrada en las personas.
- Trabajo en equipo.
- Gestión relacional, desde las capacidades de las personas y con otras organizaciones y agentes.
- Visión positiva de la realidad (identificación de oportunidades) y perspectiva u orientación transformadora, innovación y flexibilidad, rapidez y agilidad.
- ...

Lo que nos diferencia...	contribuye a generar valor (valor total y valor añadido)
Solidaridad y participación.	Construcción de tejido social y espacios de relación y pertenencia. Impulso de comportamientos solidarios.
Austeridad y eficiencia, reinversión de un posible "beneficio" en la actividad.	Relación coste / beneficio.
Flexibilidad, rapidez e innovación.	Capacidad de respuesta, a veces inmediata.
Trabajo en equipo y gestión centrada en las personas.	Implicación de las personas en los procesos.
Gestión relacional.	Canalización de recursos y capacidades.
Cercanía con las personas y su realidad.	Visión de conjunto (más allá de un sistema o necesidad concreta). Mejor apreciación de las necesidades y de las posibilidades de intervención.
...	...

3 Objetivos

- Avanzar en la conceptualización del “valor” de las organizaciones del Tercer Sector de intervención social, desde una perspectiva amplia (valor total, valor añadido, desempeño del conjunto de funciones sociales, valor derivado de la colaboración con otros actores, etcétera).
- Identificar el valor total de las organizaciones, su contribución social deseable y real, desde el contraste con las organizaciones.
- Identificar el valor añadido en la prestación de servicios y, particularmente, en la prestación de servicios de responsabilidad pública.
- Establecer una batería de indicadores que permitan operativizar el valor total y el valor añadido y posibiliten trasladar estos aspectos a pliegos de condiciones, cláusulas, medidas de discriminación positiva, códigos de conducta, informes y memorias sobre la actividad de las organizaciones y el grado de cumplimiento de su misión, etcétera.
- Definir estrategias para dar a conocer el valor de las organizaciones del Tercer Sector de Intervención Social a los diferentes grupos de interés.
- Definir estrategias para impulsar la contribución social de las organizaciones y el desempeño del conjunto de funciones sociales que les caracterizan, con especial atención a aquellas que resultan nucleares (solidaridad organizada, participación social...).
- Definir estrategias para impulsar su valor añadido en la prestación de servicios de responsabilidad pública.

- Marco conceptual.
- Recopilación documental (bibliografía de referencia) e identificación de iniciativas de interés en marcha (enlaces).
- Batería de indicadores / valor total.
- Batería de indicadores / valor añadido.
- Definición de un listado de estrategias para impulsar la contribución social y el valor añadido de las organizaciones.
- Elaboración de un documento sencillo que permita dar a conocer la contribución social y el valor añadido de las organizaciones.
- Jornada de divulgación de resultados.
- Publicación.

4 Proceso de trabajo

1. Búsqueda y revisión documental.
2. Seminario de apertura: sobre valor añadido y equilibrio de funciones.
3. Elaboración de un marco conceptual (primera aproximación) y ampliación de la búsqueda y revisión documental.
4. Identificación de posibles indicadores por áreas (primera aproximación) y contraste del marco y de los indicadores (panel de personas expertas).
5. Elaboración de materiales para las entrevistas.
6. Realización de entrevistas con informantes clave pertenecientes a organizaciones del tercer sector y “grupos de interés”: administraciones públicas, sector cívico-social, empresas...
7. Sistematizar la información de las entrevistas: actualización del marco conceptual y del sistema de indicadores.
8. Seminario de contraste sobre valor añadido: marco conceptual, sistema de indicadores, estrategias de promoción y difusión...
9. Incorporación de aportaciones y cierre: sistematización y elaboración de productos.
10. Edición.
11. Divulgación (jornada).

Referencias bibliográficas

Es posible acceder al listado de referencias bibliográficas, a día de hoy, en http://www.3sbizkaia.org/adjuntos/Bibliografia_valor_anadido.pdf