

BERRIKUSKETA

Unibertsitatearen inpaktu sozialaren azterketa

Larraitz Lazkano

Universidad del País Vasco (EHU/UPV). Facultad de Economía y Empresa (Gipuzkoa),
Departamento de Economía Financiera II, Donostia/San Sebastian, Gipuzkoa, Spain

Ana Beraza

Universidad del País Vasco (EHU/UPV). Facultad de Economía y Empresa (Gipuzkoa),
Departamento de Economía Financiera II, Donostia/San Sebastian, Gipuzkoa, Spain

Leire San-Jose

Universidad del País Vasco (EHU/UPV). Facultad de Economía y Empresa (Gipuzkoa),
Departamento de Economía Financiera II, Donostia/San Sebastian, Gipuzkoa, Spain



EHU-ren esperientzian oinarrituta, unibertsitateek gizartean duten inpaktua neurtzeko prozesu eta emaitzak jasotzen dituen «Análisis del impacto social de la universidad» liburua argitaratu berri da editoreak Leire San-Jose (EHU) eta José Luis Retolaza (DEUSTO) izanik eta partehartzaileak bietaz gain, Ramón Bernal (Lantegi Batuak), Jon Barrutia (EHU), Silvia Ayuso (Pompeu Fabra Unibertsitatea), Sara Urionabarrenetxea (EHU), Maite Ruiz-Roqueñi (EHU), Ana Beraza (EHU), Larraitz Lazkano (EHU), Sara Gabriela Trazancos-Tirado (EHU), Jorge Gutierrez-Goiria (EHU), Iratxe Amiano Bonaetxea (EHU), Nerea San Martín (EHU), Andrés Araujo (EHU), Javier Mendoza Jiménez (Universidad de la Laguna) eta Alfonso Etxanobe (LKSNext).

Unibertsitateek gizartean duten eragina gaur eguneko gaia da (Benneworth eta Jongbloed, 2010). EHUK konpromiso handia du ingurune lokalean, kulturaren eta euskaren sustapenarekin, baita ja-sangarritasunaren eta beste hainbat alorren inguruan ere (Sáez de Cámara *et al.*, 2021). Unibertsita-teek ez dute soilik irakaskuntza eta ikerketa helburu, baizik eta balio soziala sortu eta transferitu ere egiten dute, informazio-sistemen bidez (Ayuso *et al.*, 2020).

Kontabilitate sozialak (Freeman *et al.*, 2020) balioaren neurketa egiten du, eta horrela gizarteko tal-deek jasotako balioa zehazten du. Balio hori monetizatzen da, eta unibertsitateek egindako ekintzak unitate monetarioetan islatzen dira; honek EHUren kasuan gizartearen beharrei erantzuteko balio soziala sustatzen laguntzen du.

Liburu honek unibertsitatearen gizarte-eragina eta balio sozialaren neurria aztertzen du, eta EHUren esperientzian oinarritzen da (Freeman *et al.*, 2020). Liburuak bi helburu nagusi ditu: batetik, kontabilitate sozialaren bidez EHUren eragina neurtzea eta, bestetik, gizarteari balio soziala sortzeko estrategia unibertsitarioak sustatzea.

1. PROPOSAMEN METODOLOGIKOA EHUKO ERAGINAREN AZTERKETARAKO

Unibertsitateek funtsezko rola dute gizarte eta ekonomiaren garapenean, baina haien eragina neurtzea erronka bat da (Benneworth eta Jongbloed, 2010). Horretarako, kontabilitate sozial moneterarioa proposatzen da, unibertsitateek sortzen duten balore soziala eta ekonomikoa modu integralean ebaluatzeko (Retolaza eta San-Jose, 2022).

Unibertsitateek gizarteari balore handia transferitzen diote, baina eraginkortasuna neurtzea zaila da. Tradizionalki, ekonomia-indikadoreak erabiltzen dira, baina horrek ezin du eraginkortasuna adierazi; hori konpontzeko, *Stakeholder Accounting* edo kontabilitate soziala proposatzen da (Retolaza eta San-Jose, 2022). Kontabilitate sozialak bi ikuspegi nagusitan oinarritzen da: ikuspegi tradizionala eta *stakeholder* teorian errotua (Freeman, 1984).

Eredu honek merkatuaren balioa eta merkatuaren kanpoko transferentziak barne hartzen ditu. Hainbat fase ditu: *stakeholder*-ak identifikatzea, haiekin elkarrikeria egitea, balore-aldagaien identifikazioa, balore arrazoitua kalkulatzeko eta balorearen analisia egiteko matrizea egitea (Retolaza *et al.*, 2016). UP-Fren (Universitat Pompeu Fabra) esperientziak metodologiaren balio praktikoa erakusten du (Ayuso *et al.*, 2020).

2. IRAUNKORTASUNETIK ABIATUTAKO GOI-MAILAKO IRAKASKUNTZAREN ERAKUNDE-ESPARRUA: PROPOSAMEN SINTETIKOA

Kontabilitate sozialak EHUri gardentasuna hobetzen lagunduko lioke, eta estrategia kudeatzaileetan onura handiak ekar ditzake. Gainera, OCB (*Organizational Citizenship Behavior*) prozesuen bidez, *stakeholder*-ekin lotura emozionala sendotzen du (Retolaza, Aguado eta San-Jose, 2020). Hala ere, aplikazioaren erronkei dagokionez, datuen bilketa eta informazioaren normalizazioak zailtasunak ekarri ditu, eta etorkizunean prozesu hau sistematizatu beharko litzateke (Ayuso *et al.*, 2020).

Kontabilitate sozialak unibertsitateen kudeaketa estrategikoan aldaketa handia ekar dezake, eta EHU da aldaketa hori lideratzeko prest dagoen erakundea. Goi-mailako hezkuntzaren marko instituzionala aztertzean, iraunkortasunaren ikuspegitik, hezkuntza unibertsitarioaren izaera publikoari eta gizarte-funtzioari buruzko hausnarketa egiten da, unibertsitatea gizartearentzat onura publikotzat jotzen den heinean (Marginson eta Yang, 2025). Horrela, unibertsitatearen zeregina ez da soilik ezagutza sortu eta zabaltzea, baizik eta garapen jasangarria sustatzea ere, bai bere kudeaketa barnekoan (ikuspegi endogenoa), bai politiken eta arau-sistemen bidez (ikuspegi exogenoa) (Findler *et al.*, 2019).

Unibertsitateen marko instituzionala politikaren bidez egituratzen da, gobernu zentralek eta tokiko administrazioek esku hartuz. Eredu desberdinak sor daitezke (eskaintza publiko/privatua, finantzaketa mistoa, merkatu edo kuasi-merkatu sistemak eta abar) eta politika horien bidez iraunkortasuna bultzatzen da, batez ere Nazio Batuen 2030 Agendaren eta Garapen Jasangarrirako Helburuen (GJH) bitartez (United Nations, 2015; UNESCO IESALC, 2024).

Bestalde, unibertsitateek bere baitan ere (ikuspegi endogenoa) konpromiso aktiboa hartu behar dute jasangarritasunarekin, beren jardueretan (eraikuntza, energia, kudeaketa...) eta balioetan (etika, gizarte-erantzukizuna). Hezkuntza, ikerketa eta ezagutzaren transferentzia dira funtsezko tresnak GJHen helburuak lortzeko (Ramos *et al.*, 2015; Galán-Muros, 2023).

BERRIKUSKETA. Unibertsitatearen inpaktu sozialaren azterketa*Leire San-Jose*

Hezkuntza unibertsitarioaren izaera publikoak eta bere funtzio sozialak politika publikoetan esku-hartzea justifikatzen dute. Alabaina, jasangarritasunerako trantsizioa oraindik erabat garatu gabe dago eta arriskuak (*greenwashing*) eta erronkak (kostuen eta onuren banaketa) agerian uzten dira (Lachapelle *et al.*, 2024; Noor, 2024). Horregatik, marko instituzionalak hobekuntzak behar ditu benetako aldaketa sozial eta ekonomikoa bultzatzeko.

3. UNIBERTSITATEEI APLIKATUTAKO GIZARTE-BALIO INTEGRATUAREN AURREKARIAK

Kataluniako Unibertsitate Publikoen Elkarte (ACUP) 2002an sortu zen, Kataluniako zortzi unibertsitate publikoren ekimenez, haien artean Universitat Pompeu Fabra (UPF), Universitat de Barcelona (UB) edo Universitat Autònoma de Barcelona (UAB) barne. Bere helburu nagusia unibertsitate publikoen sistema hobetzea eta gizarte, kultura eta ekonomiaren garapena sustatzea da (ACUP, 2020).

2018an, Erantzukizun Sozialaren Batzordeak gizarte balio integratua kalkulatzeko metodologia aplikatzea erabaki zuen, UPFren esperientzian oinarrituta, unibertsitateek gizartean duten balioa modu kuantitatiboan eta integratuan neurtzeko (Retolaza, San-Jose & Ruíz-Roqueñi, 2016; ACUP, 2020).

Horretarako, ikertzaile akademikoak eta unibertsitate bakoitzeko gizarte-gaietako arduradunak bildu ziren. Azterketak 2017ko datuak hartu zituen oinarri, unibertsitateen eta beraien fundazioen jarduerak kontuan hartuta. Interes-talde nagusiak identifikatu ziren (ikasleak eta familiak, alumniak, langileak, administrazio publikoak, enpresak eta gizartea), eta horien balio-aldagai nagusiak zehaztu ziren (Retolaza *et al.*, 2015).

Inkesta (182 erantzun jasorik) eta elkarriketa bidez (35 elkarriketa), balio sozialeko 23 aldagai definitu ziren, unibertsitatearen lau funtzioetan sailkatuta: hezkuntza, ikerketa, kudeaketa/gobernantza eta lidergo soziala. Aldi berean, aldagai hauek Garapen Jasangarriko Helburuekin (GJH) lotu ziren (ACUP, 2020; United Nations, 2015).

Gizarte balio integratuaren emaitza nagusiak honako hauek izan ziren: balio sozial ez-merkatukoa 2.302 M€; balio ekonomikoa 1.282 M€; eta administrazio publikoei egindako ekarpena 409 M€. Gizarte balio integratu bateratua 3.583 M€ izan zen. Gastatutako euro bakoitzeko 2,44 € balio sozial sortu zen (ACUP, 2020).

Azkenik, analisi honek erakutsi zuen unibertsitateek beren helburu sozialetan duten eraginkortasuna, eta benchmarking tresna baliagarria bihurtu da, batez ere balio sozial gehigarriko indizearen bidez. Balio hori ikasle eta langile bakoitzeko neurtzea gomendatzen da etorkizuneko hobekuntzak egiteko (Retolaza *et al.*, 2016).

4. STAKEHOLDER-EN MAPA, GIZARTE-BALIOA SORTZEKO IKUSPEGITIK: EHUREN KASUA

Balio soziala edo eragin soziala gizartean eta ingurunean gertatzen den aldaketa positiboa da, erakunde batek edo ekimen batek jarduerak, zerbitzuak edo proiektuak burutzeagatik (Freeman, 1984; Retolaza, San-Jose & Ruiz-Roqueñi, 2016). Balio soziala sortzeak esan nahi du jarduera horiek gizartearen ongizatea hobetzen dutela, eta, aldi berean, ingurumenaren iraunkortasuna sustatzen dutela (UN Global Compact, 2014).

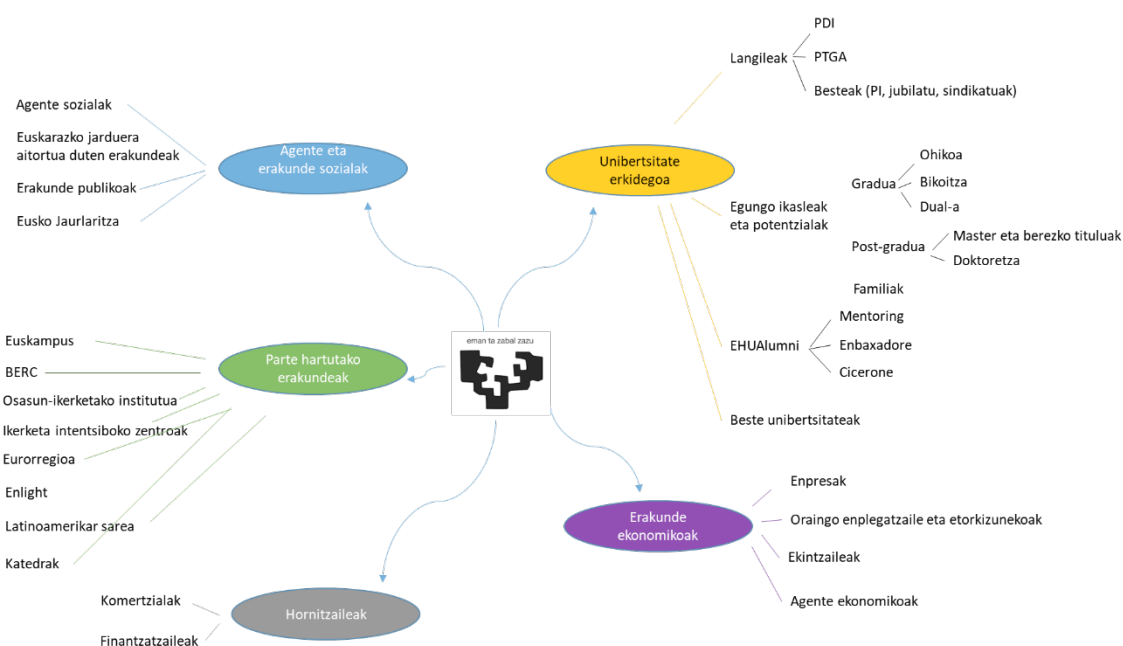
Eragin positibo horiek hainbat arlotan ager daitezke, hala nola osasunean, hezkuntzan, enpleguan, gizarteratzean, ingurumenaren babesean, kultura sustapenean eta komunitatearen garapenean (Nicholls *et al.*, 2012). Balio soziala sortzen duten erakundeek gizarteari ekarpen zuzena egiten diote, eta askotan horrek haien irudia eta gizartearekiko konpromisoa indartzen ditu (Mulgan, 2010). Hala ere, balio soziala zehazteko eta neurtzeko ikuspegiak eta metodologiak desberdinak izan daitezke erakunde bakoitzaren helburu eta jardueren arabera (Retolaza *et al.*, 2015).

EHUren plan estrategikoak bost ardatz nagusi ditu, eta horien bidez unibertsitatearen balio sozialaren hartzaile diren *stakeholder*-ak identifikatu dira (EHU, 2022). Ikerketa eta transferentzia ardatzean, ikerketa-taldeak, Euskampus, enpresak, ekintzaileak eta gizarte nabarmentzen dira. Kultura eta gizarte ardatzean, gizarte, unibertsitate-komunitatea, erakunde publikoak, ingurune sozioekonomikoa eta EHUalumni dira eragile nagusiak. Pertsonen ardatzean, PDIa, PTGAsa, ikasleak, ikasle potentzialak eta kolektibo zaugarriak aipatzen dira. Gobernantza eta baliabideen ardatzean, komunitate unibertsitarioa, gizarte, enpresak, Eusko Jaurlaritza eta emakumezko langileak dira protagonista. Bestalde, aurreko azterketetatik hornitzaileak, beste unibertsitateak, sindikatuak, erretirodun irakasleak eta ikasleen familiak gehitu dira (Retolaza *et al.*, 2020).

Ikasleek eta gizarteak ardatz guztietan dute eragina, eta gainerako *stakeholder*-ak ardatz batzuetan soilik ageri dira, haien eginkizun espezifikoaren arabera. EHUK gizartearen garapenean duen ekarpena azpimarratzen da, bereziki hezkuntza, ikerketa eta transferentzia arloetan. Bere estrategia planak lau ardatz zeharkako (nazioartekotzea, GJHak, eraldaketa digitala, komunikazioa) eta bost estrategiko (hezkuntza, ikerketa eta transferentzia, kultura eta gizarte, pertsonak, gobernantza eta baliabideak) ezartzen ditu (EHU, 2022).

Barneko *stakeholder* nagusia ikasleak dira, eta kanpokoak gizarte osatzen duten eragile ekonomiko, instituzional eta sozialak. EHUK arreta berezia eskaintzen die kolektibo ahulei, hala nola emakumeei eta dibertsitate funtzionala dutenei, eta euskararen eta euskal kulturaren sustapena nabarmentzen da bere berezitasun gisa (EHU, 2022; Retolaza *et al.*, 2020).

1. irudia. EHU-ren *stakeholder* mapa



Iturria: «Unibertsitatearen inpaktu sozialaren azterketa» liburutik (88.orr) norberak egokitua.

5. UNIBERTSITATEAREN GIZARTE-ERAGINAREN AZTERKETA: ESKALAGARRITASUNERAKO EREDUA: *STAKEHOLDER*-EKIN HITZ EGINEZ

EHUren kontabilitate sozialaren helburua unibertsitateak bere interes-taldee (stakeholders) sortzen dien balioa kuantifikatzea da. Horretarako, ezinbestekoa da interes-taldeekin elkarriketa eta komunikazio prozesua ezartzea (Freeman, 1984; Retolaza *et al.*, 2015). Aurretik egindako *stakeholder*-en maparen diseinua abiapuntu hartuta, interes-taldeen esperientziak eta pertzepzioak jasotzeko prozesua garatu da, hauen bidez balio soziala identifikatzeko eta neurtzeko (Retolaza, San-Jose & Ruiz-Roqueñi, 2016).

Metodo fenomenologikoa erabili da eta elkarriketak izan dira datuak biltzeko tresna nagusia, ikerketa kualitatiboaren testuinguruan (Giorgi, 2009; Creswell, 2013). Elkarriketek informazio aberatsa eskaintzen dute eta aukera ematen dute erantzunak argitzeko eta elkarriketatuen ikuspegia sakonago ezagutzeko. Prozesuak hainbat fase izan ditu: lehenik, parte-hartzaileen hautaketa; ondoren, elkarriketak egitea; eta, azkenik, jasotako esperientzien azterketa eta balioaren funtsa identifikatzea (ECRI, 2020).

EHUk honela lortu du bere interes-taldeen esperientziei eta pertzepzioei buruzko ezagutza sakona, bere balioaren pertzepzioa hobetuz. Fase honek funtsezko papera betetzen du balio sozialaren kuantifikazio prozesuan, izan ere, hemen identifikatzen baitira geroago adierazle bihurtuko diren balio-aldagai generikoak (Retolaza *et al.*, 2015). Balio hau unitateetan neurtzeko moduan zehaztu ondoren, unitate horiei balio ekonomikoa esleituko zaie, eta, horrela, unibertsitateak interes-talde bakoitzari sortzen dion balio soziala dirutan adierazi ahal izango da. Ondorioz, kontabilitate sozialaren prozesuak erakusten du balioa ez dela soilik sortzen, baizik eta hartzaileek horrela hautematen dutenean bakarrik existitzen dela (Freeman, 1984; Retolaza *et al.*, 2016).

Ikerketa honetan metodo fenomenologikoa erabili da, unibertsitateak bere interes-taldee sortzen dien balioa identifikatzeko. Horretarako, elkarriketa zuzena izan da teknika nagusia, online elkarriketekin osatua. Prozesua metodologikoki integratua izan da datuen bilketa eta azterketa fase bakar eta bateratuan (Giorgi, 2009). Elkarriketatzaileak ECRI ikerketa taldeko kideak izan dira, prestakuntza espezifikorik gabe, baina fenomeno ulertzeko beharrezko kontzientzia hartuz (ECRI, 2020). Elkarriketatuen hautaketa esperientzia pertsonalaren arabera izan da, balioaren aldagai orokorrak identifikatzeko gaitasuna bermatzeko. 43 elkarriketa egin dira, horietatik 6 online eta 1 taldekoa. Elkarriketak konfiantzazko giroan egin dira, esperientzia zehatzen deskribapena eskatzeko. Informazioa transkribatu, kodetu eta balio aldagaiak identifikatu dira Giorgi-ren metodologiaren arabera (Giorgi, 2009).

Ondorioz, EHUk eskaintzen duen balioa hainbat dimentsiotan identifikatu da: ikasleen prestakuntza akademiko kalitatezkoa, ikerketarako sareak eta lankidetzak aukerak, langileen garapen profesionala eta inguruko enpresentzat enplegu aukerak. Prozesuak interes-talde pertzepzio sakona lortu du eta unibertsitateak sortzen duen balio sozialaren neurketa eta monetizazioa egiteko oinarriak ezarri ditu (Retolaza *et al.*, 2020).

1.taula. Egindako elkarriketa kopurua

IKASLEGOA (6 + TALDEKO 1)	Potentziala
	Alumni
	Gradua (dual-a)
	Posgradua
	Bolondresak
	Gidariak
	Behar bereziak
	Familiak
INGURUKO ENTITATEAK (14)	Entitate ekonomikoak
	Sare eta partzuergoak
	Euskarazko komunikabideak
	Entitate sozio-kulturalak
	Agente sozialak
	Euskarazko jarduera entitateak
	Insituzio publikoak
	Eusko Jaurlaritza
	Formakuntza beste zentro batzuk
	Beste unibertsitateak
	3.sektorea
LANGILEAK (5)	PDI
	PAS
	PI
	Sindikatuak
PARTEHARTUTAKO ENTIDATEAK (11)	Euskampus
	Ikerketa intentsiboko zentroak
	BERC
	Osasun ikerketa institutoa
	Euroregioa
	Enlight
	Sare latinoamerikarra
	Katedrak
	SG-IKER
SHAPEHOLDER-AK (2)	Genero, ingurumen, garapen eta inklusio taldeak
HORNITZAILEAK (1)	Komertzialak
	Finantzatzaileak

Iturria: «Unibertsitatearen inpaktu sozialaren azterketa» liburutik (98.orr) norberak egokitua.

6. ADIERAZLEETARA BIDERATUTAKO BALIO-ALDAGAIK: PRINTZIPIOAK, PROZESUA ETA EMAITZA EHUN

Prozesu honetan ikuspegi etiko eta metodologikoak jarraitu dira: etikaren, inklusioaren, zorroztasunaren, gardentasunaren eta zuhurtziaren printzipioak betez, EHUren balio sozialaren aldagaien zerrenda identifikatu, egiaztatu eta balioztatzeko (Retolaza, San-Jose & Ruiz-Roqueñi, 2015; ECRI, 2020). Halaber, metodologia zorrotza aplikatu da, social accounting ikuspegitik funtsezkoak diren irizpideekin: triangulazioa, materialtasuna, garrantzia, konparagarritasuna eta objektibotasuna (Gray, 2001; Retolaza *et al.*, 2016).

Balio-aldagaiak zehazteko, *stakeholder*-ekin egindako elkarriketetatik pertzepzioak jaso dira, unibertsitatearen ekintzek sortzen duten balio sozialari buruz. Elkarriketa horien bidez lortutako narrazioetatik abiatuta aldagaien lehen zerrenda osatu da, eta hori egiaztatu da, alde batetik, unibertsitateko adituen iritziarekin eta, bestetik, adimen artifizialaren bidez —ChatGPT teknologian oinarritutako Social Accounting Chatbot tresnarekin— (ECRI, 2023).

Informazioa triangulatu da EHUko dokumentuak (Txosten Orokorrak, Kalitate Txostenak, Plan Estrategikoa) eta elkarriketa transkripzioak erabiliz. Triangulazio metodologikoak datu-iturri anitz uztartzen ditu, interpretazio fidagarriago eta egiaztagarriagoak lortzeko (Denzin, 1978; Flick, 2018).

Azken emaitza gisa, EHUK sortzen duen balio sozialaren arloen mapa eta aldagaien matrize bat osatu dira, zeinak transferentzia-prozesua adierazten duen merkatuaren logikatik harago (Retolaza *et al.*, 2016). Matriz horrek non-market value transfer mechanisms izenekoak identifikatzen ditu, gizartearen ongizaterako zuzenean eragiten duten ekintzak balioan jartzeko.

Bestalde, Espainiako eta Kataluniako beste unibertsitate batzuetako adituekin egindako konparazioan ikusi da antzekotasun handiak daudela ikerketa, ezagutza-transferentzia, nazioartekotze eta enplegarritasun arloetan (ACUP, 2020; ASEPUC, 2023). Gainera, adituek unibertsitateek gizarteari eskaintzen dioten balioaren inguruko galdeketa eta eztabaidak egin dituzte ASEPUC jardunaldietan, non transferentzia, ikerketa eta prestakuntza aipamen nagusiak izan diren.

Aldagai horien sistematizaziotik sortu zen balio-aldagaien matrize hau, merkatutik kanpoko balio-transferentziaren mekanismoak identifikatzen dituena, eta gizartearen garapenean unibertsitateek duten ekarpenari ikusgarritasuna emateko balio duena (Retolaza *et al.*, 2020).

2.taula. Balio-aldagaien matrizea

BLOKE ESTRATEGI-KOAK	BALIO-ARLOAK	BALIO-TRANSFERENTZIEN ALDAGAIK	IKASLEAK	LANGILEAK	INGURUKO ENTITATEAK	PARTEHARTUTAKO ENTITATEAK	ADMINISTRAZIO PUBLIKOA	HORNITZAILEAK	BESTELAKOAK
FORMAKUNTZA	PRESTAKUNTZA AKADEMIKOA ETA PROFESIONALA	13. Ezagutzaren transferentzia							
		26. Ikasleen finantzaketa							
		39. Praktikak							
		47. Titulazioak							
	ORIENTAZIO ETA ENPLEGAGARRITA- SUN ZERBITZUA	1. Mentoring							
		5. Tokiko ingurunera egokitzeko laguntza							
		6. Aholkularitza eta laguntza							
		7. Coaching							
		14/21. Kontratuak/enplegarritasuna							
		45. Lan-orientazioko zerbitzua							
	EZAGUTZAREN HEDAPENA	17. Ikastaro osagarriak							
		18. Ezagutza zabaltzea							
		37. Komunikabideetan parte hartzea							
IKERKETA	IKERKETA ETA BERRIKUNTZA SUSTATZEA	20. Doctoretzak							
		28. Ikerketa							
		29. Aplikatutako ikerketa							
		34. Kongresuen antolaketa eta antzekoak							
		38. Kongresuetan partehartzea eta antzekoak							
		42. Publikazioak							
TRANSFERENTZIA	PROIEKTU ESPEZIFIKOETAKO LANKIDETZA	9. Tesiak kanpoko profesionalekin batera zuzentzea							
		22. Lan-espazioak lagatzea							
		24/25. Finantzaketa							
		27. Azpiegitura							
		31. Lankidetzeta-masterra							
		35. Erakunde mistoetako partaidetza							
		41. Proiektuak							
		48. Liburutegiaren erabilera							

BERRIKUSKETA. Unibertsitatearen inpaktu sozialaren azterketa

Leire San-Jose

BLOKE ESTRATEGI-KOAK	BALIO-ARLOAK	BALIO-TRANSFERENTZIEN ALDAGAIK	IKASLEAK	LANGILEAK	INGURUKO ENTITATEAK	PARTEHARTUTAKO ENTITATEAK	ADMINISTRATZIO PUBLIKOA	HORNITZAILEAK	BESTELAKOAK
TRANSFERENTZIA	EKINTZAILETZA ETA TOKIKO EKONOMIA SUSTATZEA	46. Start up eta spin off							
KULTURA / INGURUNEA	SAREAK ETA KONEXIOAK	30. Posta elektronikoa eta hodeiko espazioa							
		43. Sare sozialak							
	GENERO BERDINTASUNA	4. Genero-gaiei laguntzea							
	UNIBERTSITATEEN ARTEKO LANKIDETZA ETA OSAGARRIA	12. Beste unibertsitate batzuekiko lankidetza							
		23. CRUEri eta beste erakunde batzuei datuak ematea							
		33. Nazioarteko mugikortasuna							
	LAN- ETA GIZARTE INGURUNEAREKIKO LOTURA	1. Ikasleentzako sarbidea							
		10. Enpresekiko lankidetza							
		15. Hitzarmen praktikoak							
	ERAGIN SOZIALA ETA LURRALDE ERALDAKETA	11. Erakunde publikoekiko lankidetza							
		18. Lurralde-garapena							
		40. Euskara sustatzeko ekarpena							
		49. Boluntariotza							
	ONGIZATEARI ETA GIZARTE GARAPENARI EGINDAKO EKARPENA	2. Kirol jarduerak							
		3/16. Kultur jarduerak							
	IRAUNKORTASU-NARI ETA TEKNOLOGIARI LAGUNTZEA	36. Ekitaldi publikoetan parte hartzea							

Iturria: «Unibertsitatearen inpaktu sozialaren azterketa» liburutik (139.orr) norberak egokitua.

7. ARRAZOIZKO BALIOA GIZARTE-BALIOAREN KALKULUAREN ESPARRUAN: EUSKAL HERRIKO UNIBERTSITATEAREN KASUA

Balio soziala sortzea garrantzitsua da edozein erakunderentzat, baina bereziki unibertsitate publikoarentzat. Balio hori neurtzea, berriz, zaila izan daiteke preziorik ez duten jardueren kasuan. Horretarako, balio soziala termino monetarioetara itzultzeko «balio arrazionala» (fair value) kontzeptua erabiltzea proposatzen da (IA SB, 2024).

Kontzeptu hau ez da berria finantza-informazioaren esparruan: IASB eta FASB erakundeek estandarizatu zuten Norwalk-eko Akordioaren ondoren (2002), eta 2021ean Espainiako kontabilitate-araue-tan egokitu zen, Real Decreto 1/2021 bidez, Plan Orokor Kontablean balio arrazionalaren definizio berria txertatuta (ICAC, 2021).

Balio arrazionalari buruzko literaturan eztabaida biziak egon dira, definizioa, osagaiak, modelizazioa eta egonkortasuna direla eta (Laux & Leuz, 2009). NIIF 13-k hiru balorazio-metodo onartzen ditu: merkatu-ikuspegia, kostu-ikuspegia eta errendimendu edo diru-sarrerak deskontatzeko ikuspegia, eta gainera datuen objektibotasunaren arabera hiru mailako hierarkia ezartzen du (IFRS 13, §B5–B11).

EHUren kasuan, balio arrazionala aplikatzeko protokoloa garatu da:

- Balio-unitatea definitzea (adib., ECTS kredituak).
- Metodo egokia aukeratzea (merkatu-prezioa, kostua edo errendimendua).
- Kalkulu-arrazoibidea dokumentatzea.

Balio arrazionala zehaztea eta fidagarritasun-ebaluazioa egitea (hierarkia 1-3). Protokolo hau ECTS-en adibidean probatu da, Deusto eta Mondragón unibertsitate pribatuetakoko prezioak merkaturako benchmark gisa hartuz; balio arrazionala bi prezioen batezbesteko aritmetiko kontserbadorea izan da.

Azkenik, balio arrazionalaren aplikazioak erakusten du unibertsitate publiko batek preziorik gabeko jarduetarako balio sozialari ekuibalente ekonomikoa esleitzeko aukera duela, balio sozialaren monetizazioa erraztuz eta gardentasuna hobetsiz (NIIF 13, §61-66).

3. taula. EHU-ko 2024/25eko Graduoko prezio publikoak (€)

Indize esperimentalak	Lehen matrikularen prezioa	Bigarren matrikularen prezioa	Hirugarren matrikularen prezioa	Laugarren matrikularen prezioa
1	18,92	28,60	44,01	60,86
2	18,29	27,63	42,53	58,87
3	13,72	21,03	32,37	44,14
4	13,42	20,48	31,51	43,19
Batazbestekoa	16,0875	24,4350	37,6050	51,7650

Iturria: «Unibertsitatearen inpaktu sozialaren azterketa» liburutik (162.orr) norberak egokitua.

Atal honetan EHUren gradu mailako ECTS kredituen balio arrazoitsua kalkulatzeko hainbat metodologia aztertzen dira, NIIF 13ren jarraibideen arabera (IASB, 2024). Lehenik eta behin, merkatu-ikus-

BERRIKUSKETA. Unibertsitatearen inpaktu sozialaren azterketa*Leire San-Jose*

pegian oinarritutako estimazioa egiten da, Deustuko Unibertsitatearen prezio ofizialetan oinarrituta; kasu honetan, datuak 1. mailakoak direla jotzen da (NIIF 13, §72), eta A1 fidagarritasun indizea esleitzen zaio.

Ondoren, etxe-gastuen ikuspegia erabiltzen da, INEk egindako «Encuesta de Presupuestos Familiares» (INE, 2023) inkestan oinarrituta; ikuspegi honek 2. mailako datuak erabiltzen ditu eta A2 indizea jasotzen du, ez delako merkatu-prezio zuzena, baina iturri fidagarri publikoa baita.

Hirugarrenik, kostu-ikuspegia aurkezten da, Pompeu Fabra Unibertsitateak Espainiako unibertsitateetan ikasketen batez besteko kostuei buruz egindako ikerketan oinarrituta (Calero *et al.*, 2019); metodo honek 3. mailako datuak erabiltzen ditu eta A3 fidagarritasun maila jasotzen du, ez baitira prezio errealak, baizik eta kostu historikoen estimazioak.

Aipatzen da metodologia bakoitzak bere mugak dituela eta emaitzak ez direla berdinak: merkatuaren ikuspegia da gomendatutakoena balio arrazoitsua zehazteko, kontabilitate araudiaren arabera (IFRS 13, §61-66). Hala ere, unibertsitate publikoetan prezioak ez daudenez merkatuaren baldintzen menpe, kostuetan oinarritutako ikuspegiak ere kontuan hartu behar dira. Azkenik, balio arrazoitsuen kalkuluan informazio eskuragarriaren kalitatea eta eskuratzearen kostua kontuan hartu behar direla azpimarratzen da (Laux & Leuz, 2009).

8. MERKATUKO BALIOA KONTABILIZATUZ

EHUren balio sozialaren kalkulua egiteko SPOLY metodologia erabiltzen da, faktore kuantitatibo eta kualitatiboak kontuan hartuz, ikuspegi kontabilitate sozialetik abiatuta (Retolaza *et al.*, 2016). Unibertsitate publikoek ez dute merkatu perfektu batean jarduten, eta haien ekarpen nagusia ez da merkataritzakoa, baizik eta ezagutza sortzea, transmititzea eta zabaltzea, funtzio sozial eta publiko gisa (Boni *et al.*, 2022).

Balio sozialaren kalkuluan balio zuzena (balio erantsia eta BEZ diferentziala) eta balio zeharkakoa (beste enpresei egindako erosketek sortutakoa) kontuan hartzen dira (Retolaza *et al.*, 2015). Hala ere, unibertsitate publikoen diru-sarrera nagusiak finantzaketa publikotik datoz, eta ez dute beti islatzen erakunde horiek sortzen duten balioa, gizartearen garapenari egindako ekarpena kontuan hartuta (Zelaia *et al.*, 2023).

EHUK sortzen duen balio sozialaren banaketa nagusiki bi *stakeholder* nagusiren artean egiten da: langileak eta Administrazio Publikoa. Lehenengoen aurrekontuaren %61,2 jasotzen dute zuzenean soldatetan, eta Administrazio Publikoak ia balio agregatuaren heren bat jasotzen du zergen eta gizarte-kargen bidez (EHU, 2023a). EHUK ez du Sozietate Zergarik ordaintzen, baina bere langileek PFEZ atxikipenak eta Gizarte Segurantzako kotizazioak egiten dituzte, eta unibertsitateak zerga zeharkakoak ere ordaintzen ditu (Retolaza *et al.*, 2021).

Ikasleak, komunitate *stakeholder* taldeko kide gisa, onuradunak dira hainbat mekanismoren bidez, hala nola Erasmus eta mugikortasun laguntzak (%2,3). Kapitalaren ekarleei dagokionez, EHU ez da sozietate pribatua, eta ez dago akziodunik; finantza-zorra duten kreditu-hartzaileei bakarrik ordaintzen zaie, %0,1eko zenbatekoarekin (EHU, 2023b).

Balio sozial zeharkakoari dagokionez, beste enpresengan duen eragin ekonomikoa kalkulatu da hornitzaileen kontuak erabiliz, sartuz lan-sariak, gizarte-kargak, finantza-gastuak eta BEZa, nahiz eta informazio osoa ez dagoenez, batez besteko ponderatua aplikatu den (Retolaza *et al.*, 2020). Ondorioz, EHUK sortzen duen balioaren %95 zuzena da, kanpoko erosketen bolumen mugatua dela eta.

Azken batean, EHUK bere balio sozialaren gehiena langileen soldatetan eta zergetan banatzen du. Administrazio Publikoak diruz laguntzen badu ere, zerga-bilketa bidez jasotzen duen itzulketa nabarmena da. Horrek erakusten du unibertsitateak bere burua zati batean finantzatzeko gaitasuna duela, publikoaren menpekotasun handia mantentzen badu ere (Zelaia et al., 2023).

9. GIZARTE-INPAKTUA, DIRUZKO GIZARTE-KONTABILITATEA APLIKATUZ UNIBERTSITATEAN

Azken fasea EHUren inpaktu sozialaren azken emaitzak aurkeztea da, Kontabilitate Sozial Moneta-rioaren (*Stakeholder Accounting*) bidez kalkulaturakoak. Eredu honek aukera ematen du erakundeen gizarte-balioa kuantifikatzeko, *stakeholder* guztien ikuspegitik, ikuspegi sistematiko eta zientifiko batetik (Retolaza et al., 2015; Zelaia et al., 2023). Aurreko kapituluetan ereduaren berezitasunak azaldu ondoren, orain lortutako emaitzak aztertzen dira, unibertsitateen kasuan merkataritzaz kanpoko balioak nabarmenak baitira (Retolaza et al., 2020).

Prozesuak *stakeholder*-en mapaketa sistematikoa eskatzen du, baita balio-aldagaiak identifikatzea ere, adituen iritzia eta dokumentazio fidagarria erabiliz egiaztatuak. Aldagai hauek adierazle bihurtzen dira, ekintzak neurtu eta monetizatzeko tresna gisa (Retolaza et al., 2016).

Hurrengo atalean, balio-aldagai horiek eta neurtzeko unitateak jasotzen dira: doktoretza-ikaske-tak, artikulu zientifikoak, beken zenbatekoa, OTRI kontratuak, praktikak, irakaskuntza-orduak, etab. (EHU, 2023a). Balio emozionalak edo pertsonalak ez dira beti neurgarriak, baina monetizazioak onura anitz eskaintzen ditu: emaitzen eta ekintzen arteko lotura indartzen du, gardentasuna areago-tzen du eta erabakiak hartzeko prozesua errazten du (Boni et al., 2022).

Azkenik, inpaktu sozial integratua aurkezten da, bai merkataritzako bai merkataritzaz kanpoko ba-lioekin, datu fidagarriak eta kontraste zorrotzak erabilita. Kasu batzuetan, gutxieneko estimazioak hartu dira fidagarritasuna bermatzeko (Retolaza et al., 2021). Etorkizunean, datuen kalitatea eta egu-neraketa hobetzea aurreikusten da.

EHUK hainbat jardura eta emaitza baloratu ditu *Stakeholder Accounting* bidez, balio sozial integra-tua neurtzeko. Horrela, hasieran formazioaren esparruan sailkatutako jardura batzuk —adibidez, ikastaro osagarriak edo jardunaldiak— ikerketa eremura lekualdatu dira, beren funtzio zientifikoa kontuan hartuta (Zelaia et al., 2023).

Taulan jasotako balioek erakusten dute EHUK zer-nolako ahalegina egiten duen bere *stakeholder*-ak hobetzeko, nahiz eta zenbait datu gutxieneko estimazio gisa bildu diren. Beste alde batetik, oraindik ez dira behar bezala neurtu jardura batzuk, hala nola aholkularitza edo boluntarioritza, informazio faltagatik.

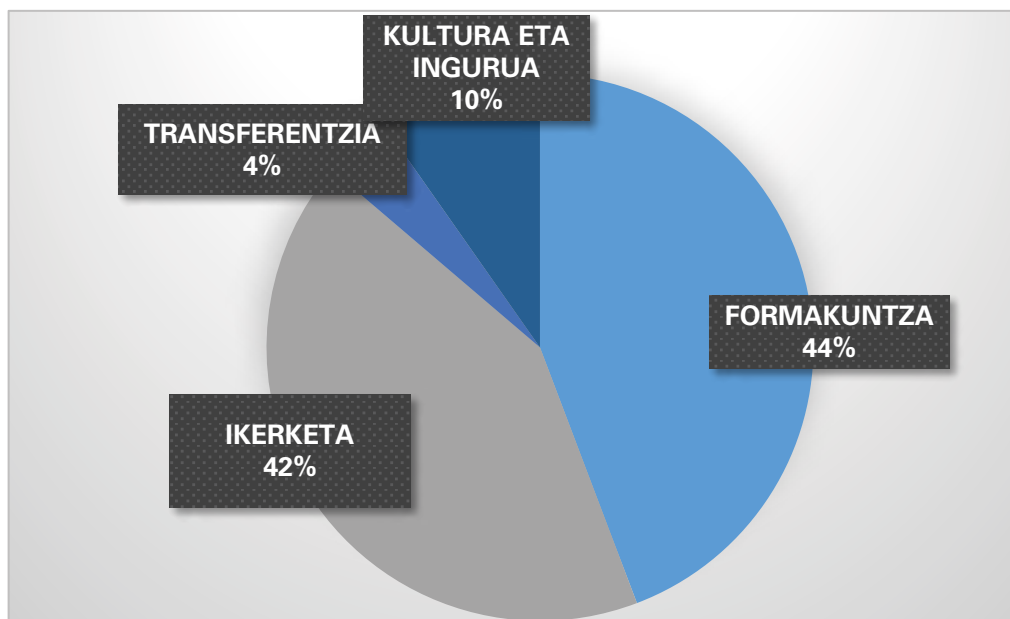
Arlo estrategikoen arabera, formazioa eta ikerketa dira inpaktu handiena duten eremuak; hala ere, transferentzia eta kultura-ingurunea ere gero eta garrantzitsuagoak dira, bereziki euskararen erabile-ran, genero berdintasun politikan eta jasangarritasunean (EHU, 2023b). EHUK sortzen duen inpaktu soziala ez da soilik merkatu-transakzioetan neurtzen: balio ez-merkataritza 500.000 €-tik gorakoa da, erakutsiz ekintza sozial eta komunitarioen garrantzia (Retolaza et al., 2020). Etorkizunean, balio emozionala ere kontuan hartzea gomendatzen da.

Aurkeztutako grafikoaren bidez, unibertsitateak sortzen duen balio soziala modu bisualean irudikatu da. Unibertsitateen helburu nagusia ez da balio ekonomikoa sortzea; izan ere, nahiz eta urteroko kontuak aurkeztu behar dituzten, hauek ez dute erakusten benetan sortzen duten balioa. Izan ere, balio hori alderdi finantzario hutsetatik haratago doa, eta askotan balantzetik kanpo geratzen da.

BERRIKUSKETA. Unibertsitatearen inpaktu sozialaren azterketa

Leire San-Jose

2.irudia. Ez-merkatuko balioaren banaketa unibertsitatearen arlo estrategikoetan



Iturria: «Unibertsitatearen inpaktu sozialaren azterketa» liburutik (205.orr) norberak egokitua.

Unibertsitateek merkatu-transakzioetan oinarritutako jarduerak burutzen dituzte, baina horrez gain, gizartearentzako balio sozial ez-transakzionatua ere sortzen dute. Balio horren adibide dira ongizatearen hobekuntza, prestakuntza, kohesio soziala eta bestelako onura ukiezinak. Aztertutako kasuan, balio ez-transakzionatua erdi milioi eurotik gorakoa da.

Aurrekontu erdia pasatxoko inbertsioarekin, unibertsitateak beste hainbeste sortzen du bai merkatu bidezko balioan, bai ez-merkatu bidezko balioan, biak batu eta gizartearentzako eragin integrala bikoiztuz.

Amaitzeko, azpimarratzekoa da balio emozionala ere kontuan hartu beharko litzatekeela, unibertsitateek komunitatean sortzen duten motibazio, atxikimendu eta ongizatearen isla baita (Ayuso et al., 2022).

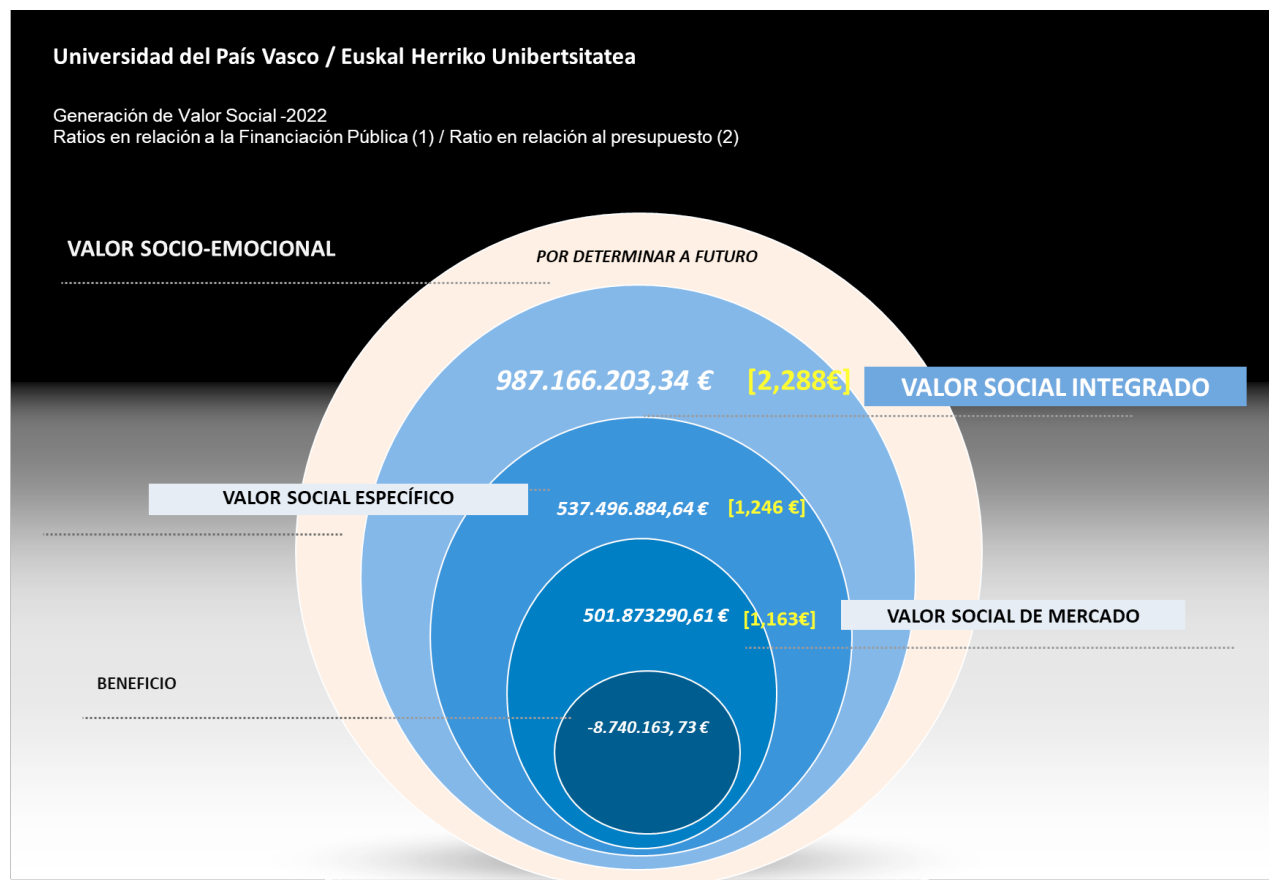
EHUren inpaktu sozialaren analisiak erakusten du unibertsitateak gizartean, ekonomian eta kulturen duen eragin zabala, ohiko transakzio ekonomikoetatik harago (Retolaza et al., 2023). Eredu honek finantzaketa publikoaren erabilera eraginkorra berresten du eta erakusten du inbertitutako euro bakoitzeko 2,288 euroko balio sozial integratua sortzen dela (UPV/EHU, 2023).

Gainera, merkatu- eta ez-merkatu-balioen arteko oreka lortzen da, hezkuntza eta ikerketa arloek balio gehien sortuz (Ayuso et al., 2022). Inpaktu ekonomiko zuzenaz gain, ongizatea, enplegua eta jasangarritasuna bezalako alderdiak ere indartzen dira (Muñoz & Retolaza, 2021).

Erabilitako metodologiak —Kontabilitate Sozial Monetarioa (*Stakeholder Accounting*)— fidagarritasuna eta gardentasuna bermatzen ditu, eta egindako azterketek erakusten dute baliabide publikoak balio sozial bihurtzeko gaitasun handia duela unibertsitateak (Retolaza, San-José & Álvarez, 2016; CIRIEC, 2019).

Etorkizunerako, balio emozionala, genero-ikuspegia eta Garapen Jasangarriko Helburuak (GJH/ODS) integratzea proposatzen da, baita adimen artifizialaren erabilera ere, *stakeholder*-en pertzepzioak hobeto neurtzeko eta estrategiak egokitzeko (Retolaza et al., 2023; ASEPUC, 2023).

3. irudia. EHUren gizarte-inpaktua, onura ekonomikotik gizarte-balio integraturaino



Iturria: «Unibertsitatearen inpaktu sozialaren azterketa» liburutik (207.orr) norberak egokitua.

Unibertsitatearen eta enpresen arteko lankidetzaren funtsezko eragileak dira etorkizuneko eragin soziala sendotzeko, ezagutza-transferentziaren eta berrikuntza sozialaren bidez (Cañavate *et al.*, 2020; Ayuso *et al.*, 2022).

10. EZAGUTZA ETA KOMUNIKAZIOA UNIBERTSITATETIK GIZARTERA TRANSFERITZEA

Unibertsitateek funtsezko eginkizuna dute berrikuntza-sistemetan, ezagutza sortu, transferitu eta zabaltzeko (Etzkowitz & Leydesdorff, 2000; Retolaza *et al.*, 2023). Humboldt-en eredutik hasi eta gaur arte, ikerketa eta transferentzia ekonomiko eta soziala funtzio nagusi bihurtu dira (Gibbons *et al.*, 1994).

Ezagutza transferitzeko mekanismoak eztabaidagai izan dira, baina patenteak eta spin-off-ek aplikagarritasuna eta merkataritza balioa sendotu dute (OECD, 2021). EHU bezalako unibertsitateek ikerketa-talde ugariekin eta BERC zein CIC zentroekin elkarlanean dihardute, ezagutza eta teknologia industria txiki eta ertainetara hedatuz (UPV/EHU, 2023a). Gainera, ekintzailatza sustatzeko neurriak hartu dituzte, hala nola enpresa-haztegiak sortzea, Zitek, Inizia edo Entreprenari bezalako programen bidez (UPV/EHU, 2023b).

Spin-off unibertsitarioak enpresa berriak dira, unibertsitatearen baitan sortuak, ikertzaile, irakasle edo ikasleen ekimenez, eta ezagutza teknologikoan oinarrituta merkatura iristea dute helburu (Gue-

BERRIKUSKETA. Unibertsitatearen inpaktu sozialaren azterketa

Leire San-Jose

rrero *et al.*, 2016). EHUK spin-offen sorkuntzan garrantzi handia eman du, eta enpresa-inkubagai-luak baliatu ditu horretarako (UPV/EHU, 2022).

Patenteak berrikuntza-gaitasunaren adierazle dira, eta EHUK hainbat patente nazional eta nazioarteko ditu, baita enpresa eta zentro teknologikoekin elkarlanean sortutakoak ere (OEPM, 2022). Doctorado industrial programak unibertsitatearen eta enpresen arteko lankidetzak sustatzen du, ikerketa aplikatua eta teknologia transferentzia bultzatuz (Ministerio de Ciencia, 2023).

Laburbilduz, EHUK bere ezagutzaren eta berrikuntzaren transferentzia sustatzen du, balio soziala sortuz eta eskualdeko garapena bultzatuz (Retolaza *et al.*, 2023).

Euskal Herriko Unibertsitatearen Komunikazio Planek unibertsitatearen Estrategia Planekin bat egingen dute, helburu eta ekintza koherenteak definituz (UPV/EHU, 2023c). 2012tik 2026ra hiru plan garatu dituzte, gizartearekiko hurbiltasuna eta barne kohesioa sustatzeko asmoz.

Planek komunikazioaren estrategia, estiloa eta mezua zehazten dituzte, bai eta jarduketak esparruak eta ekintzak ere, batez ere kanal digitalen erabileran arreta jarritz (UPV/EHU, 2023c). EHU-k balio soziala sortzen du ikerketa, irakaskuntza eta transferentziaren bidez, eta komunikazio-plana estrategikoa da balio hori gizarteratzeko (Retolaza *et al.*, 2023). Horrela, unibertsitateak bere balioa eta ekarpena modu eraginkorrean zabaltzea bilatzen du.

BIBLIOGRAFIA

- ACUP – Associació Catalana d'Universitats Públiques (2020). Informe de valor social de las universidades públicas catalanas 2017. Barcelona: ACUP.
- ASEPUC (2023). Jornadas ASEPUC 2023: Contabilidad Social y Valor Público en las Universidades. Asociación Española de Profesores Universitarios de Contabilidad.
- Ayuso, S., Sánchez, P., Retolaza, J. L., & Figueras, M. (2020). Social value analysis: The case of Pompeu Fabra University. *Sustainability Accounting, Management and Policy Journal*, 11(1), 233-252.
- Ayuso, S., Retolaza, J. L., & Sánchez, L. (2022). La contabilidad del valor social en las universidades. CIRIEC-España.
- Benneworth, P., & Jongbloed, B. W. (2010). Who matters to universities? A stakeholder perspective on humanities, arts and social sciences valorisation. *Higher Education*, 59(5), 567-588.
- Boni, A., Fernández, J. G., & Lozano, J. F. (2022). La universidad pública y su compromiso social. Editorial UOC.
- Calero, J., Choi, Á., & Escardíbul, J. O. (2019). Coste y financiación de las universidades públicas en España. Universitat Pompeu Fabra – Instituto de Economía de Barcelona (IEB).
- Cañavate, C., Zubizarreta, E., & Retolaza, J. L. (2020). La universidad como generadora de valor social: Una propuesta de sistematización. *CIRIEC-España*.
- CIRIEC. (2019). Guía práctica para la medición y gestión del valor social. CIRIEC-España.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Sage Publications.
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods*. McGraw-Hill.

- ECRI (2020). Balio sozialaren kontabilitatea EHUren kasuan: Stakeholder-en pertzepzioaren bidezko metodologia. Euskal Herriko Unibertsitatea.
- ECRI (2020). EHUko balio sozialaren kontabilitatearen txostena. Euskal Herriko Unibertsitatea.
- ECRI (2023). Aplicación del Social Accounting Chatbot en la validación de variables de valor social en la UPV/EHU. Ikerketa taldea, argitaratu gabe.
- EHU (2022). Euskal Herriko Unibertsitatearen 2022-2025 Plan Estrategikoa. <https://www.ehu.eus>
- EHU (2023a). Kontabilitate Sozialaren Txostena 2022. Euskal Herriko Unibertsitatea.
- EHU (2023a). Kontabilitate Sozialaren Txostena 2022. Euskal Herriko Unibertsitatea.
- EHU (2023b). Memoria ekonomikoa 2022. Euskal Herriko Unibertsitatea.
- Etzkowitz, H., & Leydesdorff, L. (2000). The dynamics of innovation: From National Systems and «Mode 2» to a Triple Helix of university–industry–government relations. *Research Policy*, 29(2), 109-123.
- Findler, F., Schönherr, N., Lozano, R., Reider, D., & Martinuzzi, A. (2019). The impacts of higher education institutions on sustainable development: A review and conceptualization. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 20 (1), 23-38.
- Flick, U. (2018). *An Introduction to Qualitative Research* (6th ed.). Sage Publications.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman.
- Freeman, R. E., San Jose, L., & Retolaza, J. L. (2020). *Social accounting for stakeholders* (liburua).
- Galán Muros, V. (2023). General guidelines for the implementation of sustainability in higher education institutions. UNESCO IESALC.
- Gibbons, M., Limoges, C., Nowotny, H., Schwartzman, S., Scott, P., & Trow, M. (1994). *The new production of knowledge: The dynamics of science and research in contemporary societies*. Sage.
- Giorgi, A. (2009). *The Descriptive Phenomenological Method in Psychology: A Modified Husserlian Approach*. Duquesne University Press.
- Gray, R. (2001). Social and Environmental Accountability Research: A View from the Commentary Box. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 14(3), 282-303.
- Guerrero, M., Urbano, D., Cunningham, J., & Organ, D. (2016). Entrepreneurial universities in two European regions: A case study comparison. *The Journal of Technology Transfer*, 41(1), 105-134.
- IASB & FASB. (2002). *Norwalk Agreement on International Accounting Standards Convergence*.
- IASB (2024). NIIF 13: Medición del Valor Razonable (bertsio ofiziala gaztelaniaz).
- ICAC (2021). Real Decreto 1/2021, de 12 de enero, por el que se modifica el Plan General de Contabilidad.
- IFRS Foundation. (2024). IFRS 13 – Fair Value Measurement.
- IFRS Foundation. (2025). *IFRS 13 fair value measurement* (Ingelesezko edizioa).
- Instituto Nacional de Estadística (INE). (2023). Encuesta de presupuestos familiares. <https://www.ine.es>
- International Accounting Standards Board (IASB). (2024). NIIF 13: Medición del valor razonable.
- Lachapelle, P., Belmont, P., Grasso, M., et al. (2024). Academic capture in the Anthropocene: A framework to assess climate action in higher education. *Climatic Change*, 177, 40.

- Laux, C., & Leuz, C. (2009). The crisis of fair-value accounting: Making sense of the recent debate. *Accounting, Organizations and Society*, 34(6-7), 826-834.
- Marginson, S., & Yang, L. (2025). Higher education and public good in England. *Higher Education*, 89, 183-203.
- Ministerio de Ciencia e Innovación. (2023). Doctorado Industrial: Convocatoria y normativa. Gobierno de España.
- Mulgan, G. (2010). Measuring Social Value. *Stanford Social Innovation Review*.
- Muñoz, T., & Retolaza, J. L. (2021). La universidad pública como motor de bienestar y sostenibilidad. *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*.
- Nicholls, J., Lawlor, E., Neitzert, E., & Goodspeed, T. (2012). A guide to social return on investment (SROI). Cabinet Office, UK.
- Noor, D. (2024, June 17). Stanford disappoints critics of fossil fuel donations by hiring PR firm with big oil ties. *The Guardian*.
- OECD. (2021). University-Industry Collaboration: New Trends and Best Practices. OECD Publishing.
- OEPM. (2022). Informe anual de patentes universitarias en España.
- Ramos, T. B., Caeiro, S., van Hoof, B., et al. (2015). Experiences from the implementation of sustainable development in higher education institutions. *Journal of Cleaner Production*, 106, 3-10.
- Retolaza, J. L., Aguado, R., & San Jose, L. (2020). Social accounting as an enabling tool to develop collective organizational citizenship behavior in the Diocese of Bilbao. *Frontiers in Psychology*, 11, 77.
- Retolaza, J. L., Ayuso, S., & San-Jose, L. (2023). Informe de Valor Social Integrado UPV/EHU 2022. UPV/EHU.
- Retolaza, J. L., San-Jose, L., & Freeman, R. E. (2022). ¿Cómo generan y distribuyen valor las organizaciones? Nueva narrativa empresarial y stakeholder accounting. *Boletín de Estudios Económicos*, 77(1), 9-30.
- Retolaza, J. L., San-Jose, L., & Ruiz-Roqueñi, M. (2015). Accounting for Stakeholders: Towards a Theoretical Foundation for Stakeholder Accounting. *Journal of Business Ethics*, 132(1), 183-195.
- Retolaza, J. L., San-Jose, L., & Ruiz-Roqueñi, M. (2015). Social accounting in the social economy: A case study. *Revista de Contabilidad*, 18(2), 156-165.
- Retolaza, J. L., San-Jose, L., & Ruiz-Roqueñi, M. (2016). Social Accounting for Sustainability: Monetizing the Social Value. Springer.
- Retolaza, J. L., San-Jose, L., & Zelaia, A. (2016). Contabilidad social: más allá de la RSC. Deusto Publicaciones.
- Retolaza, J. L., San-Jose, L., & Álvarez, M. J. (2016). Monetizing the social value: Theory and application to social accounting. CIRIEC-España.
- Retolaza, J. L., San-Jose, L., & Freeman, R. E. (2020). Stakeholder Engagement and Social Accounting: Enhancing Corporate Social Responsibility. Springer.
- Retolaza, J. L., San-Jose, L., & Freeman, R. E. (2020). Stakeholder Engagement and Social Accounting: Enhancing Corporate Social Responsibility. Springer.

- Retolaza, J. L., San-Jose, L., & Zelaia, A. (2020). SPOLY Methodology for Social Accounting. Universidad de Deusto – ECRI.
- Retolaza, J. L., Zelaia, A., & San-Jose, L. (2021). Social accounting for universities: A stakeholder approach. *International Journal of Sustainability in Higher Education*, 22(4), 823-840.
- Sáez de Cámara, E., Fernández, I., & Castillo Eguskitza, N. (2021). A holistic approach to integrate and evaluate sustainable development in higher education: The case study of the University of the Basque Country. *Sustainability*, 13(1), 392.
- UN Global Compact (2014). Guide to Corporate Sustainability: Shaping a Sustainable Future. United Nations.
- UNESCO IESALC. (2024). *Higher Education Sustainability Initiative (HESI) Global Forum* (komunikatua).
- United Nations (2015). Transforming our world: the 2030 Agenda for Sustainable Development. Resolution A/RES/70/1.
- Zelaia, A., Retolaza, J. L., & San-Jose, L. (2023). El valor social de las universidades públicas: medición y monetización desde el enfoque del bien común. *Cuadernos de Trabajo ECRI*, 23(1), 1-25.