

HACIA UNA NUEVA TEORÍA DE LA FIRMA. CONCEPTUALIZACIÓN Y MEDIDA (MONETIZACIÓN)

**Ricardo Aguado, Leire Alcañiz y José Luis Retolaza
Universidad de Deusto. Deusto Business School**

***III RESEARCH CONFERENCE MONETIZANDO EL VALOR SOCIAL
Bilbao, 23-24 Junio 2015***

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN
2. DE LA MAXIMIZACIÓN DEL BENEFICIO A LA DIGNIDAD DE LA PERSONA
3. MODELOS DE MEDICIÓN Y REPORTE A NIVEL DE EMPRESA
4. MONETIZACIÓN DEL VALOR SOCIAL
5. CÓMO APROXIMAR A LA EMPRESA HACIA EL VALOR SOCIAL (MONETIZADO)
6. CONCLUSIONES

1. INTRODUCCIÓN

- Desarrollo paralelo economía y administración de empresas (*management*)
- Principal motor económico, **egoísmo** (Smith)
- A nivel de empresa, **maximización del beneficio a corto plazo**
- Pérdida de legitimidad: gap creciente entre el interés de la empresa y el interés social
- Propositiones:
 - *stakeholder approach*
 - Dignidad de la persona y bienestar social

2. DE LA MAXIMIZACIÓN DEL BENEFICIO A LA DIGNIDAD DE LA PERSONA

- A nivel macro, maximización del PIB *per capita*
- Críticas:
 - Valor medio
 - Daño medioambiental
 - Falta de un criterio ético
- Nuevas medidas:
 - Competitividad sostenible (WEF)
 - Índice de Desarrollo Humano (UN)
 - Better Life Index (OECD)
- **Nuevo Objetivo: mayores estándares de dignidad humana para el mayor número posible de personas**

2. DE LA MAXIMIZACIÓN DEL BENEFICIO A LA DIGNIDAD DE LA PERSONA

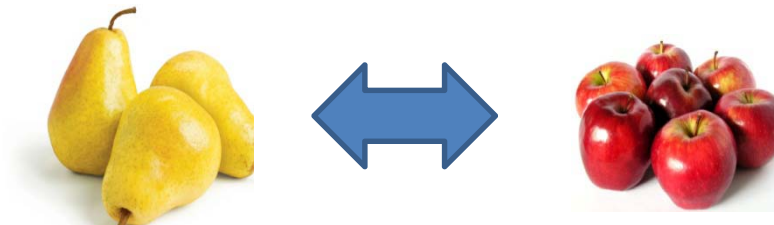
- A nivel microeconómico, maximización del beneficio a CP a nivel de empresa
 - Ciencia amoral : no hay sitio para premisas éticas
 - Las personas son medios para conseguir el fin: máximo beneficio
- Críticas:
 - Stakeholder approach
 - Dignidad de la persona y bienestar social

2. DE LA MAXIMIZACIÓN DEL BENEFICIO A LA DIGNIDAD DE LA PERSONA

- **Dignidad de la persona:**
 - **Tradición Kantiana:** cada persona tiene un valor intrínseco que no puede ser objeto de intercambio, ni vendido ni comprado por otros
- **Naciones Unidas:** PNUD (macro), Global Compact (micro)
- **Tradición humanista en *Management studies*:** maximización del beneficio vs dignidad de la persona y bienestar social

3. MODELOS DE MEDICIÓN Y REPORTE A NIVEL DE EMPRESA

- Evolución de la medición contable del valor generado por la empresa en la sociedad :
 - 50s: quality management (TQM)
 - 80s: de la calidad al *stakeholder approach* (largo plazo)
 - 80s: UN, sostenibilidad al nivel de la empresa
 - 90s: Triple bottom line: people, planet and profit
 - Presente : Global Reporting Initiative, Global Compact, Sustainable Dow Jones, FTSE4Good
 - Organizaciones Internacionales: ILO, OECD, EU, ISO
- Problema de estos modelos: compartimentalizan las diferentes dimensiones de la empresa



4. MONETIZACIÓN DEL VALOR SOCIAL

GENERAL:

Objetivar y monetizar el Valor Social generado por una organización.

ESPECÍFICOS:

1. Dinamizar la orientación de la organización hacia el Valor Social generado.
[Action Research]
2. Elaborar el Mapa de stakeholders de la organización.
[Teoría de los Grupos de Interés / Stakeholders]
3. Identificar las variables de valor percibidas por los stakeholders.
[Valor percibido / Perspectiva Fenomenológica]
4. Identificar proxys que permitan cuantificar económicamente las variables de valor.
[Valor Razonable]
5. Cuantificar económicamente el Valor Social Generado.
[Modelo Poliédrico]
6. Visualizar el Valor Global generado (Financiero, social y medioambiental).

5. CÓMO APROXIMAR LAS EMPRESAS AL VALOR SOCIAL (MONETIZADO)

- Deseo de los stakeholders de incrementar la implicación de la empresa con la gestión (competitividad) sostenible y la dignidad de la persona.
- 3 vías posibles de progreso:
 - **Obligación legal**: legislación
 - **Obligación desde los consumidores**: demanda
 - **Obligación desde la propia empresa (estrategia competitiva)**: diseño basado en la persona (valores humanistas)

6. CONCLUSIONES

- **Evolución conceptual (ya realizada):**
 - A nivel macro, los economistas hemos evolucionado desde la maximización del PIB hacia nuevas medidas que integran los derechos humanos, la dignidad de la persona y el bienestar social
 - A nivel de la empresa: de la maximización del beneficio a corto plazo hacia el *stakeholder approach* y el bienestar social
- **Evolución en la medición-monetización del valor social (en marcha):**
 - Las métricas han evolucionado desde el criterio financiero hacia la monetización del valor social
 - Maximización del beneficio, valor compartido, bienestar social y dignidad de la persona
 - Las métricas son necesarias para informar a la sociedad, *stakeholders* y accionistas sobre el desempeño de la empresa, considerando la totalidad de los impactos económicos, sociales y medioambientales
 - Los agentes económicos pueden empezar a priorizar la relación con empresas sostenibles y que integran el valor social en su estrategia competitiva