

ONTOLOGICAL STAKEHOLDER VIEW AND SOCIAL VALUE MEASURE
PERSPECTIVA ONTOLÓGICA DE LOS STAKEHOLDERS Y MEDIDA DEL VALOR SOCIAL

Jose Luis Retolaza

Senior Research

Instituto de Economía Aplicada a la Empresa. [UPV/EHU]

FESIDE. Fundación Emilio Soldevilla

AURKILAN Institute for Business Ethics Research. Spain

Email joseluis.retolaza@ehu.es

Leire San-Jose*

Profesora Titular de la Universidad del País Vasco UPV/EHU. Bilbao. Spain

ECRI Ethics in Finance & Governance. Stakeholders' Responsibility

Visiting Research Fellow at University of Huddersfield. United Kingdom

Email leire.sanjose@ehu.es

This work is part of the research group ECRI Ethics in Finance and Governance. Stakeholders' Responsibility, with financial support from the UPV / EHU and research groups (EHUA 12/04-GIU12/58).



ONTOLOGICAL STAKEHOLDER VIEW AND SOCIAL VALUE MEASURE

PERSPECTIVA ONTOLÓGICA DE LOS STAKEHOLDERS Y MEDIDA DEL VALOR SOCIAL

Abstract

In this time of crisis quantifying the social value becomes relevant. Generating social value is important because it allows the achievement of the common good, but its quantification will show not only their magnitude but also, the measure and control in order to be aware of how we move forward on this line. In this work using the methodology based on case analysis, tries to fill the gap in the literature regarding the contribution of studies demonstrating the ability to quantify the social value in organizations. The results reveal important implications for business valuation; may complete and integrate the contribution that organizations make not only regarding economic but also social value. Thus, and from stakeholder theory in order to create incremental value in the company, and in the interests rather than in the role of the stakeholders to which offers information, we develop a model that determines the social value of a social organization. Furthermore, this model allows to jointly analyzing the comparative efficiency of different entities, regardless of their type. The systematization of the social value will lead to future integration of this value in GDP.

KeyWords: Stakeholder Theory, Theory of the firm, Social Value, Social Economy.

Resumen

En esta época de crisis la cuantificación del valor social adquiere relevancia. Generar valor social es importante porque permite el logro del bien común; pero su cuantificación permitirá no solo conocer cuál es su magnitud sino medirla y controlarla con objeto de poder ser consciente de cómo avanzamos en esta línea. En este trabajo utilizando como base la metodología del Análisis de Caso, trata de llenar el vacío en la literatura en cuanto a la aportación de estudios que demuestren la posibilidad de cuantificar el valor social en las organizaciones. Los resultados revelan importantes implicaciones sobre valoración de empresas; pudiendo completar e integrar la aportación que las organizaciones realizan no solo en materia económica sino también social. Así, y desde la teoría de stakeholder con objeto de la creación incremental de valor en la empresa; y en función del interés en vez de en el rol del stakeholder al que se le ofrece la información, se desarrolla un modelo que determina el valor social de una organización social. Asimismo, dicho modelo permite analizar de forma conjunta la eficiencia comparada de distintas entidades, independientemente de su tipo. La sistematización de este valor social conllevará a futuro la integración de este valor en el PIB.

Palabras Clave: Teoría de Stakeholder, Teoría de Firma, Valor Social, Economía Social.

INTRODUCCIÓN

Desde el comienzo de la era industrial se ha visto a la compañía como una entidad generadora de valor económico (Groth et al., 1996), olvidando su función social, o relegando a un segundo plano de efectos indeterminados (Fernandes et al. 2011). Por lo tanto se nos ha facilitado, con unos sistemas de contabilidad cada vez más sofisticados para tratar de identificar y expresar la imagen fiel de la empresa en su función económica (Gassenheimer et al., 1998). En las últimas décadas se reclama, con cierto éxito, el papel de las empresas como un generador, no sólo económico, sino también social (Chaves y Monzón, 2001; Jensen, 2001, 2008) en el que la Teoría de stakeholder como base para el desarrollo del Bien Común ocupa un lugar importante (Argandoña, 2011).

Así, el objetivo de este trabajo¹ es demostrar, cómo la teoría del stakeholder puede ser utilizada como base para el desarrollo del Bien Común mediante la creación de valor social, utilizando un caso, la empresa social LantegiBatua que es representativa y significativa en España tanto por su dimensión como por su visión y valores sociales.

El análisis del valor económico y el valor social generados por una empresa, se encuentran separados (Freeman et al., 2004), generando problemas, tanto sociales como de gestión interna. Resulta necesario avanzar hacia una integración del valor económico y social generado por las organizaciones, para lo que resultan necesarias dos premisas. En primer lugar, objetivar qué se entiende por valor social, o al menos cuál va a ser la metodología utilizada para identificar el valor social que crea una entidad. En segundo lugar resulta necesario utilizar un indicador conjunto de valor para ambas realidades, que no parece posible que sea otro que el que hace uso de unidades monetarias, por lo que resulta necesario traducir los indicadores de valor social a parámetros económico-financieros (Vancaly & Esteves, 2011). Esta línea de investigación es incipiente, por lo que la contribución de esta investigación y las aportaciones que se exponen en este trabajo son totalmente novedosas y enriquecedoras tanto científicamente como para la sociedad en general.

Precisamente éstas serán las principales aportaciones que se realizarán. Por un lado, argumentar la importancia que tiene el determinar qué es el valor social en el contexto del bien común mediante la utilización de la teoría de stakeholder como nexo explicativo. Por otro lado, exponer una forma de medir el valor social que esté integrada y sea equiparable a la actual forma de demostrar cuál es el valor de las organizaciones (el económico principalmente), para así establecer una integración total entre ambas formas. Por último, se aporta valor a toda la sociedad ya que esta medición permitirá establecer similitudes y diferencias entre las organizaciones fundamentadas en algo más que el valor económico para así poder conocer cuál es la contribución que cada organización realiza a la sociedad en su conjunto (económico-social).

La estructura del trabajo tendrá el siguiente orden. En primer lugar, se demuestra que con el tiempo, todas las teorías económicas relevantes: la economía planificada, la economía

¹ Este trabajo forma parte del grupo de investigación ECRI Ética en Finanzas y Gobierno. Responsabilidad de los participantes, con el apoyo financiero de la UPV / EHU y grupos de investigación (EHUA 12/04-GIU12/58).

neoliberal, la economía social, entre otras; han tratado de dirigir la economía hacia el bien común. Éstas no difieren en su objetivo, sino en la comprensión de los mecanismos que pueden conducir a la consecución de ese bien común. Después vamos a defender en nuestro trabajo la necesidad de que cada teoría económica deba discutir en relación con el bien común ciertos aspectos. Por un lado, cada teoría tiene que explicar el concepto común que defienden, o lo que es lo mismo, que entienden por bien común, y también la forma en la que el bien común defendido es generalizado. Por otro lado, cada teoría tiene que explicar los mecanismos económicos que pueden conducir a una aplicación práctica de la teoría defendida. Desde esta perspectiva se analizan las deficiencias en la fundación de lo que está ocurriendo en la llamada Economía del Bien Común. También se discutirán posteriormente los diferentes puntos de vista de la teoría del stakeholder; y concretamente desde tres perspectivas: Instrumental-finalista, positivo-normativo y práctica-filosófico. Junto con esto se identificarán las principales contribuciones y déficits del enfoque que resulta de los fundamentos de una teoría de la Economía del Bien Común. Finalmente y mediante la utilización de un caso se abordará la medición del valor social en las organizaciones y se realizará una propuesta de medida que si bien se expondrá mediante esta empresa social podría ser generalizado a otras empresas tanto sociales como no sociales.

REVISIÓN DE LA LITERATURA

ECONOMÍA EGOÍSTA VERSUS ECONOMÍA DEL BIEN COMÚN

Existe una creencia popular de que la economía, o al menos la economía capitalista o de mercado, busca el bien individual a costa del bien común; no obstante, debemos señalar que todos los grandes pensadores e investigadores en el ámbito de las ciencias económicas se han planteado como objetivo la búsqueda del bien común. Desde Adam Smith a cualquier pensador contemporáneo (Kuhn entre otros), todos los autores han propuesto el bien común como objetivo de la economía. En lo que sin duda se han diferenciado, ha sido en sus presupuestos antropológicos, -orientación hacia el egoísmo o la cooperación-; y en las propuestas normativas sobre la forma de alcanzar ese “bien común”.

Siguiendo a Argandoña (2011: p. 3), “el bien común es el bien de la sociedad y de sus miembros; por ser común no puede ser el bien de algunos, ni siquiera de la mayoría, sino el bien de todos y de cada uno de ellos, al mismo tiempo y por el mismo concepto: el bien en que todos participan precisamente por ser miembros de la misma sociedad...”. Ahora bien, es muy improbable que todos los miembros de una comunidad diversificada tengan la misma concepción de lo que es su bien común.

En occidente, el concepto de “Bien Común” ha tenido diversa fortuna; ocupó un lugar destacado en la obra de Aristóteles y, posteriormente, en la de Tomás de Aquino; a partir de la tendencia al individualismo de la ilustración, el concepto pierde actualidad, y prácticamente desaparece como concepto unitario en las corrientes relativistas y multiculturales del siglo

pasado; o en el mejor de los caos queda relegado al ámbito de la teología (Moltmann, 1968; 1976).

El *modelo comunitario* que ha tenido un amplio desarrollo en siglos anteriores, considera que la comunidad es mucho más que un agregado de individuos, y se convierte en un espacio moral donde las cosas tienen valor en la medida en que la cultura vigente les da sentido. Se trata, pues, del bien de la comunidad, no del bien de las personas en cuanto miembros de la comunidad individual. El problema fundamental de este modelo radica en la fácil deriva hacia planteamientos totalitaristas, como los desarrollados en el pasado siglo: nazismo, comunismo, fascismo...

En lo que respecta a la *aproximación utilitarista*, el bien común se identifica con el interés general, y se determina por consenso como la suma de los bienes privados elegidos por cada ciudadano a partir de su función de utilidad. Se trata de una ética con base hedonista “el mayor bien para el mayor número de personas” (Sinnott- Armstrong 2012). Este planteamiento se encuentra fuertemente vinculado con la perspectiva neoliberal de la economía (Harrison, 2013), y de forma más general, con el concepto político filosófico del liberalismo (Nozick, 1988). La idea-valor clave viene dada por el paradójico binomio libertad / leyes de mercado

Un desarrollo de este planteamiento viene dado por el *liberalismo bienestarista* (welfare liberalism); el cual parte de los supuestos individualistas del liberalismo, pero hacen notar que las personas, al tratar de llevar a la práctica su proyecto de vida en el ámbito del libre mercado, se encuentra ante posiciones de partida muy distintas. Es tarea del Estado (éticamente neutral, como en el liberalismo filosófico) garantizar esa igualdad, asegurando y distribuyendo equitativamente las libertades y los recursos que los individuos necesitan para llevar las vidas que libremente hayan elegido. En este modelo se introduce el valor “justicia” como un mecanismo compensador de los desequilibrios generados por las desigualdades iniciales y los fallos coyunturales o estructurales de las leyes de mercado (Rawls, 1971).

La centralidad del valor justicia, llega a originar un modelo alternativo, donde el “bien común” se identifica con el conjunto de recursos necesarios para desplegar la vida humana en todo su potencial, entendidos éstos como derechos humanos. Y da lugar a modelos como el Enfoque de las capacidades (Sen, 1999) o el modelo Deontológico (Nussbaum, 1992). Estos modelos contraponen el valor justicia, al valor libertad, y aunque se inscriben en la Economía de Mercado, interpretan de forma significativamente diferente los fundamentos de la misma.

A nuestro entender, el problema fundamental de todos estos modelos en relación con el bien común, es que, o son incapaces de identificar un “bien común”, o el supuesto “bien común” propuesto no es comúnmente aceptado por la totalidad de los sujetos. Nuestra propuesta pasa por explorar un espacio alternativo en la concepción del bien común que en lugar de referirse a la Sociedad o a la economía viene definido por la organización, o la empresa.

Teniendo en cuenta que el elemento fundamental de la organización socio-económica son las organizaciones, y que en mayor o menos medida, la infraestructura económica influye, o

cuanto menos interactúa con las ideologías, resulta interesante plantearse si puede ser posible plantar el “bien común” desde las organizaciones. Desde esta perspectiva resulta sumamente interesante el potencial de la teoría de stakeholder como teoría de firma.

PERSPECTIVA ONTOLÓGICA DE LA TEORÍA DE STAKEHOLDER

La teoría de stakeholder tradicionalmente se ha opuesto a la perspectiva de los accionistas (Freeman, 1984), la creación de una oposición entre los derechos de los accionistas de una empresa y los derechos de las otras partes interesadas. Desde esta perspectiva, surge un conflicto entre los accionistas y otras partes interesadas sobre la aplicación del resultado (Freeman, 1984), que se puede resolver de dos maneras posibles: instrumental y normativo (Donaldson y Preston, 1995). En la solución fundamental de la apropiación de las ganancias por los stakeholders como resultado una mejora en la percepción de ingresos por los accionistas. En la solución normativa, los derechos de todos los stakeholders son inherentes a los propios interesados (es decir, son derechos inherentes, adquiridos por el mero hecho de ser partes interesadas), y deben ser respetados independientemente de los beneficios o perjuicios que pudieran ocasionarse a la accionistas.

A riesgo de simplificar, la primera podría ser vista como una perspectiva de marketing, mientras que el segundo tiene mayor orientación ética. Siguiendo a Donaldson y Preston (1995) otros autores también distinguen al menos dos enfoques diferentes para la teoría del stakeholder (Berman et al., 1999). Por un lado, la teoría de stakeholder como un "enfoque instrumental", cuyo alcance está en la dirección, la posición inicial de la obra de Freeman (1984), y por otro lado como "el compromiso intrínseco", que hace referencia a una auténtica teoría de la empresa (Asher et al., 2005).

En este segundo enfoque, que hemos adoptado en este artículo, la teoría de los stakeholder se refiere a la naturaleza de la empresa, teniendo en cuenta que la Academia de Aristóteles en la que Ontología se designa como la ciencia que estudia la naturaleza de las cosas, parece apropiado llamar a la perspectiva que proponemos aquí perspectiva Ontológica de los stakeholders, ya que explica bien la naturaleza de la empresa. Esta forma de entender la empresa ha modificado, no sólo la naturaleza social de la empresa, sino también la comprensión fundamental de las relaciones entre sus componentes.

En resumen este trabajo se basa en la teoría de los stakeholders Ontológico (Retolaza y San-José, 2011) en el que la empresa es una realidad diferente, con un grupo de participantes que crea y distribuye el valor, pero no sólo de carácter económico sino también social y emocional. Hace posible la perspectiva del bien común.

METODOLOGÍA, PROPUESTA Y ESTUDIO DEL CASO

METODOLOGÍA

La mayoría de las metodologías se basan en el análisis coste-beneficio o coste eficiencia, según se consideren los outputs monetarizables o no monetarizables. Posteriormente, las metodologías se subdividen en función de si el operador utilizado es una división o una resta.

En el primero nos encontramos con metodología SROI, consistente en dividir el VAN (u otra medida similar) entre la inversión requerida; en el segundo nos encontramos con los análisis de diferencial de valor entre el coste y el beneficio obtenido, normalmente denominados análisis coste-beneficio; donde al beneficio obtenido se le resta el coste ocasionado. Las metodologías SROI se ajustan a periodos largos de tiempo en el retorno (inversiones), mientras que la metodología coste-beneficio se ajusta al análisis del gasto corriente.

Así pues, aunque la metodología basada en el SROI nos parece consistente para analizar la pertinencia de una inversión, en paralelismo con la utilidad del ROI; no nos parece adecuada para analizar el valor generado por un proyecto en activo que no requiere de inversiones adicionales. Los intentos de aplicar una metodología soportada en el SROI al análisis de la generación de valor (Narrillos, 2010) generan un indicador de dudoso valor y de escasa utilidad (Javits, 2008).

En la mayoría de los proyectos, ya en funcionamiento, el análisis de la rentabilidad de la inversión, sea social o económica, carece de sentido, por cuanto que el interés no se centra en una toma de decisión sobre una posible inversión; lo que en realidad nos estamos planteando es la cuantificación del valor neto social que la organización genera en un determinado periodo de tiempo. Lo cual puede servir de base a decisiones relacionadas con subvenciones o financiación complementaria a la explotación, que difícilmente podrá ser conceptualizada como inversión. Consecuentemente, para este tipo de análisis parecen más adecuadas las metodologías basadas en un análisis coste-beneficio (Mill, 2006), como las que mayoritariamente propone Tuan (2008); entendiendo que el Valor Social o Socio-económico se obtiene fundamentalmente, al igual que el valor financiero en una empresa, de la diferencia entre los inputs y outputs generados en un determinado periodo de tiempo, generalmente un año; y que la mejor forma de reflejarlo pueden ser sistemas de información dinámicos [Social MIS] que recojan dichos datos (Emerson 2001).

No obstante, la Cadena de Creación de Impacto, recogida en Olsen y Galimidi (2008) nos parece un marco de referencia adecuado para acercarse al análisis de la cadena de generación de valor social; facilitando la objetivación en la identificación de los inputs y outputs a considerar, uno de los mayores problemas, junto con la cuantificación monetaria, en el análisis coste-beneficio relacionado con el Valor Social.

Los principales elementos que recoge esta cadena de creación de impacto son: 1) inputs o insumos: entendidos como los recursos necesarios para desarrollar la actividad, dichos recursos pueden ser directamente monetarios, pero en el caso de las entidades sociales, pueden ser recursos en especie, generados por su capital social; no obstante será necesario monetarizarlos para poder realizar un análisis cuantitativo. 2) Las actividades, que lleva a cabo la organización para cumplir sus objetivos, equivalentes al proceso de transformación en una

empresa ordinaria. 3) outputs, o resultados: los productos de la actividad que tienen que ver con sus objetivos, necesariamente tienen que ser medibles, bien directamente o a través de proxies, y monetarizables. 4) Outcomes, entendidos como cambios producidos en los sistemas sociales, atribuibles o no a la organización objeto de estudio. 5) Impacts: entendidos como los Outcomes atribuidos a la actuación de la organización objeto de análisis. 6) Goal alignment, consistente en reajustar los objetivos de la organización para obtener el impacto deseado. Como podemos ver, nos encontramos ante un proceso cíclico de actuación, análisis y reajuste; donde la ejecución (práctica) y la evaluación (investigación) se interrelacionan en un proceso de *action research* (Lewin, 1958; Reason & Bradbury, 2001).

PROPUESTA: UN ACERCAMIENTO FENOMENOLÓGICO

El tercer problema señalado, posiblemente, el más importante, hace referencia a la calificación como valor social de un determinado output. Tal y como hemos señalado, a los diferentes outputs de una organización se les puede atribuir valor social, o no, en función de quien sea el evaluador y cuales sean sus intereses. A la pregunta sobre si ¿genera valor social la producción de armamento?, distintas personas darán respuestas diferentes en función de cuál sea su perspectiva antropológica y social; así mismo, las respuestas pueden variar considerablemente en relación a si la pregunta se realizara en un tiempo de paz o de guerra; y también en función de la amplitud del ámbito de análisis: nacional o global. El intentar buscar una respuesta única referenciada al bien común se antoja harto difícil, por lo que hemos optado por acercarnos al fenómeno desde la perspectiva de los stakeholder en línea con la propuesta de Argandoña (1998). Si bien es cierto, que en ocasiones, el interés de los stakeholders puede ser egoísta y disfuncional, e incluso excluyente, relegando a la categoría de non stakeholders a los stakeholders con menos poder (Melé 2002, 2009; San-Jose y Retolaza, 2012), lo cierto es que estas dificultades se podrían superar creando niveles superiores a la unidad empresarial para la integración de los intereses de los stakeholders –sector, estado, comunidad global-, o delegando la representación de los mismos en otros stakeholders –estado, ONGs -

A pesar de las limitaciones señaladas, consideramos que la perspectiva de los stakeholders genera un paradigma de gran potencial para identificar el valor social generado. Dicho valor no viene definido de antemano de una forma universal, sino que hace referencia a la valoración que los grupos de interés, o más concretamente de las personas con intereses en una empresa u organización, hacen de los outputs generados por la misma (Retolaza y San-Jose, 2011). Esta perspectiva es consistente con los trabajos de Freeman (1984) y Freeman et al. (2010) y con la propia teoría de agencia, en la medida en que dicha relación se amplía al conjunto de stakeholders (Jensen y Meckling, 1976; Harris y Raviv, 1978; Eisenhardt, 1989).

No obstante, la principal característica de esta perspectiva estriba en la dificultad de generar un valor único, ya que dependiendo del prisma –grupo de interés- desde el que se realice la valoración unos determinados outputs pueden ser considerados o no como valor social para ese determinado grupo. Lo cual genera que un mismo proyecto, empresa u organización pueda

generar un valor social distinto en función de que stakeholder realice el análisis. Desde una perspectiva clásica, en la que se supone que existe un valor único y objetivo, la determinación del valor no es sencilla; desde una perspectiva borrosa (Zadeh, 1965), que a nuestro entender respondería mejor a la realidad, podríamos señalar el conjunto de valor social creado para los diferentes stakeholders, sin que en ningún caso pudiera suponerse que existe un valor real sumatorio del conjunto de valores. Al modelo resultante de este planteamiento que aúna la teoría de stakeholder con la perspectiva fenomenológica y la de conjuntos borrosos, a la que hemos denominado Modelo Poliédrico.

Este planteamiento centrado en los stakeholders soluciona el problema habitual de los análisis de impacto socio-económico, los cuales sólo suelen tomar en consideración los costes tangibles, ignorando otro tipo de impactos relacionados con los diversos grupos de interés [Special Interest Group] o stakeholders (Emerson et al. 2000). No obstante, si se quisiera aplicar el modelo a partir del planteamiento habitual de la Stakeholder theory (Freeman, 1984; Freeman et al., 2010) deberíamos presuponer que existe una relación biunívoca entre los grupos de interés y los intereses; en la práctica, esto no suele ocurrir en el seno del mismo grupo de interés convergen intereses diversos e incluso contrapuestos; así mismo, diversos grupos de interés comparten intereses (Retolaza & San-Jose, 2011). Incluso, como hemos podido constatar en las entrevistas en profundidad, el mismo agente puede tener intereses diversos, e incluso divergentes, en función de la perspectiva en que se sitúe. Esto lleva a que en la práctica, el modelo deba redefinirse, no desde los stakeholders entendidos como rol, sino desde las diversas perspectivas de interés en la que los diferentes stakeholders valoran los outputs generados.

En el caso de Lantegi Batuak sólo se han tenido en cuenta los stakeholder identificados por la entidad como stakeholders prioritarios: Sociedad civil, Administración, Clientes, Financiadores, Tejido empresarial y Sindicatos.

ESTUDO DEL CASO: UNA EMPRESA DE ECONOMIA SOCIAL EXCELENTE – LANTEGIBATUAK-

La propuesta teórica específica se muestra a través del análisis del valor social, con el modelo propuesto de Lantegi Batuak, una empresa social que emplea a más de 2.500 trabajadores. En la siguiente tabla (**Tabla 1**) se exponen los principales datos de esta empresa Social Español.

Tabla 1: Ficha Técnica Lantegibatuak.

LANTEGI BATUAK	
NIF	G48945166
Sector:: NACE Rev.2	8899 Organización sin fines de lucro que crea oportunidades de empleo, más normalizados posible, a fin de lograr que el máximo desarrollo

	de las personas con discapacidad intelectual y de preferencia de Bizkaia.
Director	Jose Maria Franco Barroso
Año de Constitución	1964
Número de Trabajadores	2.800
Técnicas	Entrevistas Personales y Matriz Cruzada
Web	www.lantegi.com

RESULTADOS

El estudio realizado nos ha llevado a obtener un valor social monetarizado en LantegiBatua que puede perfectamente ser integrado en relación con el valor económico que se obtiene en esta empresa social. La justificación y el proceso de análisis ha sido realizado en cuatro fases consecutivas que exponemos a continuación:

- 1) Identificación de los diferentes Grupos de Interés a los que la entidad se dirige
- 2) Identificación de los intereses reales que tienen los diferentes grupos. Lo que nos va a permitir identificar el conjunto de outputs a los que se les puede atribuir valor social.
- 3) Monetarización del valor de los outputs sociales generados; así como el de los inputs utilizados. En el caso que nos ocupa, los inputs utilizados son monetarios en su totalidad, lo que simplifica el proceso de valoración.

En paralelo se identifican aquellos outputs con valor social no monetarizables, en nuestro caso, los outputs relacionados con el Valor Emocional.

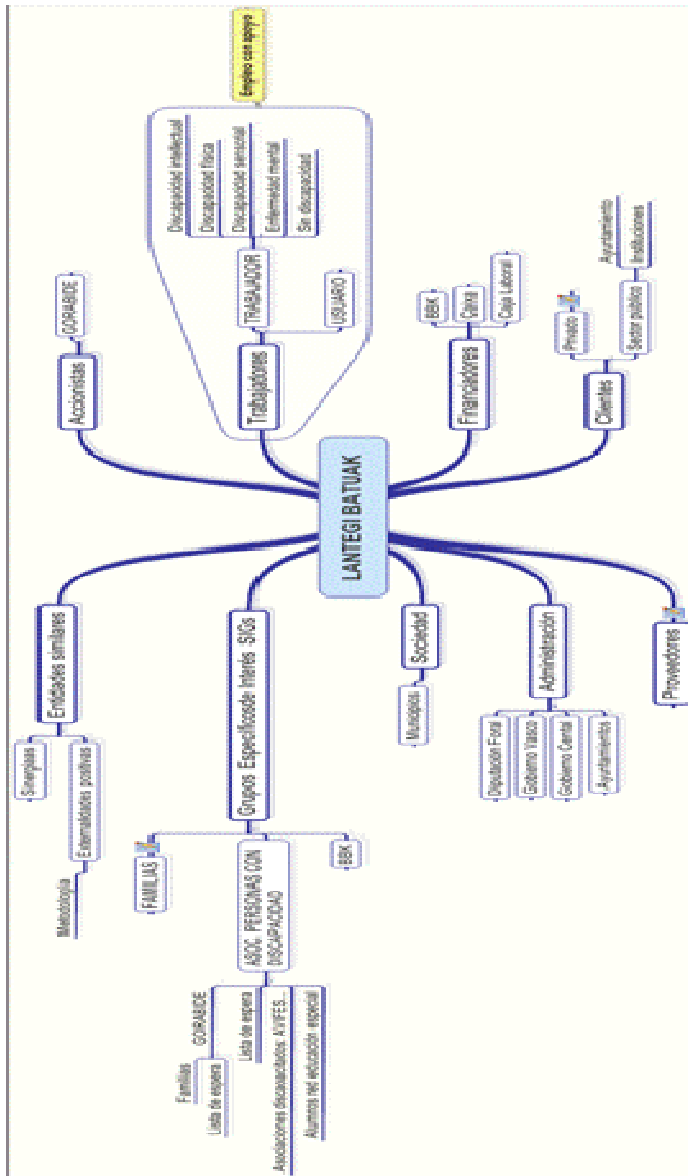
- 4) Cálculo, para un momento concreto, del Valor Social generado; obtenido mediante la sustracción del valor de los inputs (costes) al de los outputs (beneficios). Resulta necesario tener presentes los problemas de desplazamiento [Displacement] y punto muerto [Deadweight]; así como especificar las condiciones de incertidumbre utilizadas en el cálculo de los valores.

Previamente se ha de realizar una identificación de las posibilidades de ejecución del análisis, donde se verificará el interés de los interlocutores, en especial de los gestores de la entidad; la cantidad y calidad de información disponible sobre los inputs y outputs; y los stakeholders de referencia identificados, con especial atención a los relacionados con el impacto social de la entidad: destinatarios -si son distintos de los que realizan el pago-, ciudadanía –en función de su cercanía-, afectados –por acción u omisión-, y Administración pública.

1. Identificación de los Grupos de Interés prioritarios.

Se realizaron varias reuniones con la dirección de la entidad; a partir de reflexión previa realizada por la entidad sobre los grupos de interés prioritarios, la cual se encontraba plasmada en diversos documentos internos, se procedió a la elaboración conjunta del siguiente mapa (véase Figura 1).

Figura 1. Stakeholders identificados en Lantegi Batuak.



Fuente. Elaboración propia.

2. Análisis de intereses de los stakeholders:

El análisis de los intereses de los stakeholders se realizó mediante entrevistas en profundidad a diversos representantes de los distintos grupos de interés. El listado fue propuesto por la dirección de Lantegi Batuak. Hubiera sido posible ampliar el número de entrevistas realizadas, no obstante, el resultado de esta reducción sería de tipo α , por cuanto lo que hubiéramos

dejado de considerar es algún tipo de valor que otros representantes de los stakeholders nos hubieran podido comunicar; sin que en ningún caso pueda afectar a la generación de un error tipo β . En conclusión, el reducido número de entrevistas puede haber reducido el importe total del valor social generado.

Tabla 2. Entrevistas realizadas a los Stakeholders de Lantegi Batuak.

ENTREVISTAS PERSONALES	ORGANIZACIÓN	ACRÓNIMO
Jon Mancisidor	OBRA SOCIAL BILBAO BIZKAIA KUTXA	BBK
Iñigo Pombo	DIPUTACIÓN FORAL DE BIZKAIA	DIPU
Pedro Camascal	ADEMBI	ADEMBI
Itziar Ceballos	AVIFES	AVIFES
José Javier Arteche	ARTECHE	ARTETXE
Javier Portillo	AYUNTAMIENTO DE ZALLA	ZALLA
Félix Prol	AYUNTAMIENTO ERMUA	ERMUA
Ander Retolaza	OSAKIDETZA	OSAKIDETZA
Loli García	CCOO	CCOO
Mikel Arieta-Araunabeña	CAMARA DE COMERCIO	CAMARA
DURACIÓN TOTAL:		25 HORAS
ANÁLISIS:		TRANSCRIPCIÓN Y ANÁLISIS CON MACTOR DEL LIPSOR

La información recogida en las entrevistas se sistematizó mediante el programa Mactor del LIPSOR; y los intereses identificados en primera instancia fueron 27.

Tabla 3. Intereses sistematizados de los stakeholders de Lantegi Batuak.

Nº	INTERESES IDENTIFICADOS	ACRÓNIMO
1	Puestos de trabajo para personas con discapacidades	Empleos
2	Anticipación proactiva al desarrollo normativo	Prospectiv
3	Externalidades positivas	Extetal+
4	Paz social	Paz
5	Transparencia	Transpa
6	Soluciones Ergonómicas	Ergonomia
7	Ahorro contributivo	Ahorro
8	Incremento ingresos familiares	Ingresos F
9	Defensa de intereses colectivos - Representatividad	Colectivo
10	Servicio + Valor social (cliente) = reinversión en su colectivo	Reinversió
11	Ejemplo transformador (otro tipo de empresas es posible)	Ejemplo
12	incremento de la productividad de las personas	Productivi
13	Cadena de calidad social	Cadena
14	Generación de negocio económico	Negocio
15	Oportunidad "Obra Social"	Oportuniti
16	Respuesta diferencial a la crisis	Crisis
17	Visualiza en positivo el problema de las discapacidades	Positivo
18	Efecto tractor / impulsor de otras entidades	Tractor
19	Impacto positivo de las campañas de comunicación a todo el sector	Comunica
20	Posibilitar que la producción se mantenga en el País Vasco	Desloc
21	Apoyo y soporte en la transformación de Artetxe	Sporte
22	Incorporación a la sociedad	Incorp
23	Incremento de la autonomía = horas de liberación del cuidador	Liberali
24	Independencia en relación a padres y hermanos (especialmente)	Famili
25	Valor emocional generado por el círculo virtuoso entre el pueblo y el colectivo	Circulo
26	contexto de estabilización	Contexto
27	Autoestima + autonomía	Autoestima

Posteriormente, en un proceso de action resarch, se ha procedido a una reestructuración de los intereses, agrupándolos en 13 intereses de segundo orden. Además, en la tabla siguiente, se refleja la importancia de dicho interés para los 6 grupos de stakeholders seleccionados.

Tabla 4. Intereses conjuntos y comunes con otros stakeholders.

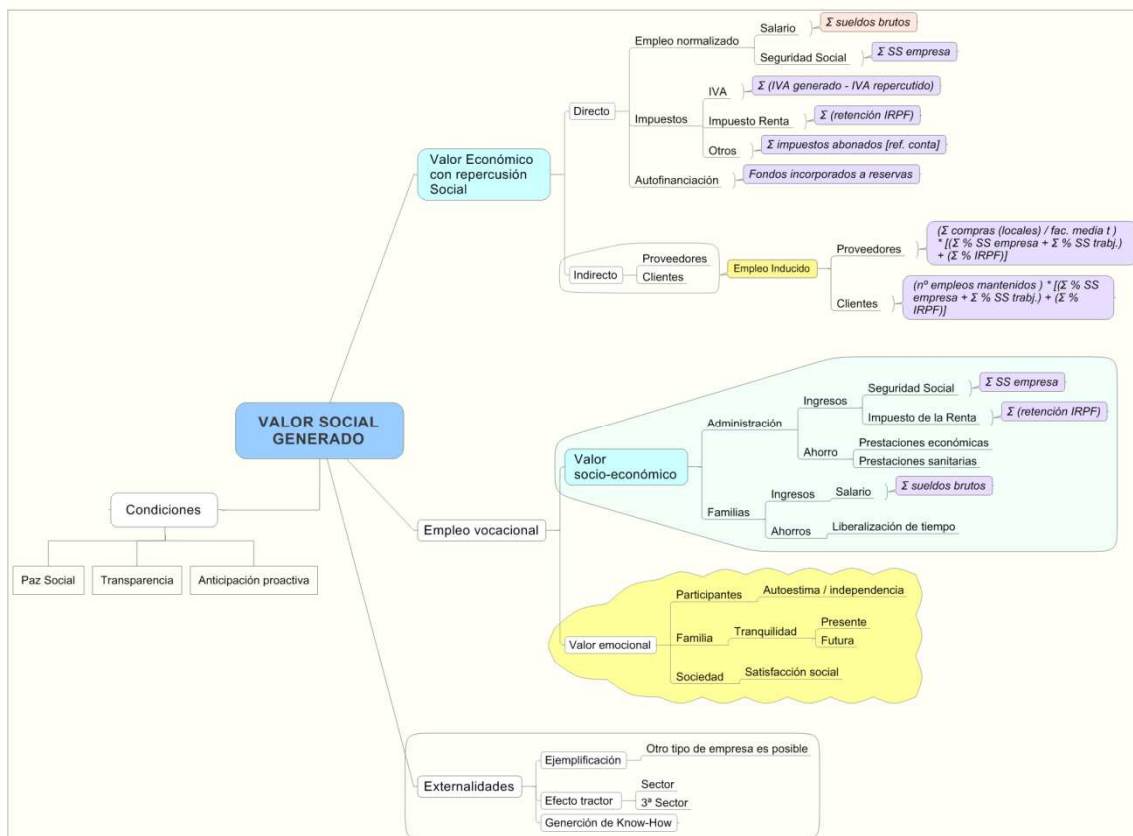
Nº	INTERESES CONJUNTOS STAKEHOLDERS	SC	A	F	C	TE	S
1	Creación de puestos de trabajo para personas con discapacidades						
2	Anticipación proactiva al desarrollo normativo						
3	Externalidades positivas						
4	Paz social						
5	Transparencia						
6	Beneficio socio-económico (Ahorro contributivo)						
7	Incremento ingresos familiares						
8	Efecto tractor sobre entidades del sector						
9	Servicio + Valor social (cliente) = reinversión en su colectivo						
0	Ejemplo transformador (otro tipo de empresas es posible)						
11	Generar valor agregado en proveedores y clientes						
12	Incremento autonomía : Reducción de la dependencia de cuidadores						
13	Valor emocional : autoestima, tranquilidad, satisfacción social						

SC: Sociedad Civil; A: Administración; F: Financiadores; C: Clientes; TE: Tejido Empresarial; S: Sindicatos.

3. Estandarización del valor social: outputs.

Posteriormente en otro proceso de Action Research, utilizando la técnica cualitativa de mapas conceptuales mediante el programa Mindjet5, se procedió a agrupar los 13 intereses en 4 ecosistemas de intereses o tipologías de interés social: económico, socio-económico, específico y emocional.

Figura 2. Valor Social Generado y sus Ecosistemas: estableciendo los Outputs.



4. Cálculo del Valor Social Generado:

En base al Modelo Poliédrico se han identificado cuatro tipos de valor y ocho ámbitos de generación de valor (véase Tabla 5).

Tabla 5. Tipos de valor Social y ámbitos de generación del valor.

TIPO DE VALOR SOCIAL	
VALOR ECONÓMICO CON REPERCUSIÓN SOCIAL	VALOR ECONÓMICO CON IMPACTO SOCIAL
VALOR SOCIO-ECONÓMICO	VALOR ECONÓMICO CON IMPACTO SOCIAL INDIRECTO. PROVEEDORES
VALOR SOCIAL ORIENTADO A LA MISIÓN	VALOR ECONÓMICO CON IMPACTO SOCIAL INDIRECTO. CLIENTES
VALOR EMOCIONAL	VALOR ECONÓMICO CON IMPACTO SOCIAL INDIRECTO. ECONOMÍA SOCIAL
	AHORRO PARA LA ADMINISTRACIÓN
	VALOR SOCIO-ECONÓMICO PARA LAS FAMILIAS
	EXTERNALIDADES POSITIVAS
	VALOR EMOCIONAL

La resultante para un determinado año toma la forma (véase Tabla 6):

Tabla 6. Resultados de Valor Social de 2011: Caso Lantegi Batuak.

2011		VALOR SOCIO-ECONÓMICO	RETORNO SOCIO-ECONÓMICO	VALOR SOCIAL ESPECÍFICO	
		SEV	SER	SSV	
VALOR ECONÓMICO CON IMPACTO SOCIAL		34.897.750 €	16.214.182 €		EVSI
VALOR ECONÓMICO CON IMPACTO SOCIAL INDIRECTO. PROVEEDORES		1.521.581 €	643.422 €		EVISI-P
VALOR ECONÓMICO CON IMPACTO SOCIAL INDIRECTO. CLIENTES		20.835.488 €	11.237.225 €		EVISI-C
VALOR ECONÓMICO CON IMPACTO SOCIAL INDIRECTO. ECONOMÍA SOCIAL				131.523 €	EVISI-SE
AHORRO PARA LA ADMINISTRACIÓN		10.762.999 €	10.762.999 €		SERA
VALOR SOCIO-ECONÓMICO PARA LAS FAMILIAS			4.350.883 €	32.195.630 €	SEVF
EXTERNALIDADES POSITIVAS				917.848 €	PEX
VALOR EMOCIONAL					EMVA
		68.017.818 €	43.208.711 €	33.245.000 €	VALOR TOTAL
		15.314.104 €	14.482.252 €	721.574 €	SUBVENCIÓN
		52.703.714 €	28.726.419 €	32.523.427 €	BENEFICIO
Subvenciones		4,44	2,98	46,07	SROI
Ventas	51.000.000 €	1,33	0,85	0,65	SRO\$
Activo Fijo	41.534.304	1,64	1,04	0,80	SROFA
Fondos prep	50.627.579	1,34	0,85	0,66	SROE
Pasivo total	73.192.341	0,93	0,59	0,45	SROA

Resultados Cuantitativos:

La siguiente tabla (véase Tabla 7) sintetiza los resultados cuantitativos obtenidos; en los último cinco años, Lantegi Batuak ha generado un valor total de más de 440 millones de euros, de los cuales 184 millones se han ingresado en la Administración; superando en más de 120.000 e. lo que el conjunto de las Administraciones públicas ha aportado a Lantegi Batuak. Mención especial merecen los casi de 150.000 millones de euros de valor neto social específico orientado a las familias y al ámbito de la minusvalía.

Tabla 7. Resultados de Valor Social identificados en Lantegi Batuak.

SÍNTESIS RESULTADOS

		2011	2010	2009	2008	2007	TOTAL
VALOR SOCIO-ECONÓMICO	BRUTO	68.017.818 €	62.771.231 €	51.701.576 €	55.470.253 €	57.806.040 €	295.767.818 €
	NETO	52.703.714 €	47.522.309 €	37.996.923 €	43.628.892 €	46.680.859 €	228.532.697 €
RETORNO SOCIO-ECONÓMICO	BRUTO	43.208.711 €	38.583.638 €	34.316.356 €	31.075.896 €	37.424.437 €	184.609.038 €
	NETO	28.726.419 €	24.238.537 €	21.901.363 €	20.292.826 €	27.291.345 €	122.450.490 €
VALOR ESPECÍFICO SOCIAL	BRUTO	33.245.000 €	30.531.426 €	29.086.577 €	28.645.589 €	27.411.594 €	148.950.187 €
	NETO	32.523.427 €	30.053.482 €	28.451.015 €	28.082.649 €	27.178.552 €	146.289.124 €
VALOR TOTAL	BRUTO	101.131.295	93.191.287	80.882.090	83.927.310	85.049.000	443.980.945 €
	NETO	85.095.618	77.464.422	66.341.834	71.523.009	73.659.880	374.084.762 €
SROI		6,42	5,88	5,67	6,83	7,57	6,40

*Por falta de espacio no se han añadido los datos utilizados para realizar esta tabla; pero si alguien está interesado se pueden suministrar todos los datos intermedios.

Por su parte, el resultado cualitativo obtenido ha sido la verificación de las hipótesis posibilísticas planteadas, así como el desarrollo de una propuesta metodológica que hace posible una identificación objetivable del valor social, y su traslación a parámetros económicos. Esta consecuencia resulta especialmente relevante, no sólo porque permite homogeneizar; y por tanto contrastar objetivamente el valor social generado por muy diferentes tipos de organizaciones con actividades económicas diversas ayudando a la Administración en la toma de decisiones basadas en coste-beneficio social; sino, principalmente, porque abre la posibilidad de integrar los resultados económicos y sociales en un único concepto integral de generación de valor, superando la tesis de la separación.

Como línea futura de investigación de inusitado interés señalaríamos que a lo largo del trabajo se ha evidenciado la creación de un tipo de valor; principalmente emocional, de gran importancia para muchos stakeholders participantes en una organización. Sistematizar su identificación y valoración, e integrar este tipo de valor de forma conjunta con el valor económico y el valor social es, sin duda, un reto apasionante para el futuro.

CONCLUSIONES

Actualmente existe una preocupación creciente por la generación de valor social en las organizaciones, tanto de la economía social como mercantil. El avanzar en esta dirección, tal y como se propone la Unión Europea, exige, por una parte, ser capaz de objetivar y ponderar el valor social; de otra, exige el integrar este tipo de valor con los resultados económicos, de forma que se pueda dar una visualización completa del valor [blended value] generado por las entidades. El concepto de “valor social contrastado”, promocionado por la Unión Europea; y el Integrated Reporting, propuesto por GRI, ahondan en esta línea de trabajo.

Sin embargo, se necesita un paradigma capaz de soportar la conceptualización y medición del valor social; los dos paradigmas dominantes, el neoliberal y el del bien común, presentan problemas difíciles de solventar. La combinación de un acercamiento fenomenológico con la Stakeholder Theory, permite fundamentar un proceso de objetivación y ponderación del valor social creado por las organizaciones. A partir de este planteamiento teórico, un posterior

desarrollo del mismo mediante la teoría de conjuntos borrosos, genera el Modelo Poliédrico; el cual permite identificar los inputs y outputs que deben tenerse en consideración para realizar una valoración cuantitativo-cualitativa del valor generado.

Los trabajos existentes sobre objetivación del valor social generado son escasos, y casi todos en el ámbito de la intervención; sin embargo, las técnicas utilizadas son muy diversas aunque cuentan con un escaso marco teórico. El Modelo Poliédrico permite justificar el conjunto de inputs y outputs seleccionados; a partir de los cuales, es posible utilizar una metodología de análisis coste-beneficio, donde se monetarizan los outputs y los inputs sociales, utilizando tres mecanismos que se corresponden con los utilizados contablemente para la obtención del valor razonables: en primer lugar, precio de mercado, en segundo lugar, precios sombra, y en tercer lugar, indicadores plausibles de valor.

El resultado obtenido, el cual se ejemplifica a partir de un caso único relevante, consiste en la objetivación, desde una determinada perspectiva, de la cuantificación del valor generado. Por perspectiva se entiende la orientación desde un interés dominante, compartido por un conjunto de stakeholders, y no la orientación desde los intereses de un determinado grupo de rol. Así, en esta línea se propone un nuevo enfoque al concepto de valor social y su medición, como hemos demostrado con el estudio de caso LantegiBatua, una Sociedad de Economía Social española. Llegamos a la conclusión de que el valor social se define por la valoración que cada una de las diferentes partes interesadas hizo. Esto hace cambiar la perspectiva de un modelo de valor única para un modelo de múltiples valores enmarcados en la teoría de conjuntos difusos. El modelo puede resolver la contradicción entre valor económico y valor social mediante la integración de la primera a la segunda.

Este valor obtenido permite, de una parte, integrar en un mismo tipo de unidad el valor económico y una gran parte del valor social, lo que permite una mejor visión del valor global [blended value] generado por una entidad; facilitando integrar en la gestión objetivos económicos y objetivos sociales. Así mismo permite un análisis comparativo, no sólo del valor social, sino también del valor global, generado por diferentes entidades, y en consecuencia permite analizar de forma conjunta la eficiencia comparada de distintas entidades, independientemente de que su carácter mercantil, social, público o non profit.

Esta contribución es relevante para las mediciones de la economía social.

Por último, una sistematización y generalización en la ponderación del valor social generado, permitiría su integración en el PIB, o en algún indicador análogo de carácter más inclusivo, dando lugar a una visualización mucho más completa del valor real generado por un determinado País.

La principal limitación de este trabajo viene dada por el hecho de que para que sea efectiva, al igual que el sistema contable, la objetivación y ponderación del valor social necesita de unas normas reconocidas internacionalmente. En este sentido, este trabajo es sólo un ladrillo en la construcción de un sistema normativo de ese tipo. Llevamos más de dos siglos mejorando el

sistema contable aplicado a capturar y plasmar el valor económico de una organización, y así y todo se sigue avanzando en las normas contables. Esperamos que el progreso de las normas de valoración social pueda ser más rápido, pero así y todo necesita de un amplio abanico de investigadores y gestores colaborando en red, y de bastante tiempo para avanzar en una combinación de contraste de hipótesis con el ensayo-error.

Esta necesaria contribución al desarrollo de la contabilidad social es, sin duda, la principal línea de investigación que se abre. Sería deseable, ampliar el número de casos valorados, así como ir estandarizando los modelos y técnicas más adecuadas para dicha valoración.

REFERENCIAS

- Argandoña, A. (1998). 'The stakeholder theory and the common good'. *Journal of Business Ethics*, 17, 1.093-1.102.
- Argandoña, A. (2011). *El Bien Común*, Working Paper DI-837, IESE.
- Asher, C.C., J.M. Mahoney and Mahoney, J.T. (2005). 'Towards a property rights foundation for a stakeholder theory of the firm', *Journal of Management and Governance*, 9, 5-32.
- Berman, S. L., Wicks, A. C., Kotha, S. and Jones, T. M. (1999). 'Does Stakeholder Orientation Matter? The Relationship between Stakeholder Management Models and Firm Financial Performance'. *Academy of Management Journal*, 42(5), 488–506.
- Cháves, R. and Monzón, J.L. (2001). 'Economía Social y Sector no lucrativo: Actualidad científica y Perspectivas'. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 37, 7-33.
- Donaldson, T. and Preston, L.E. (1995). 'The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications'. *Academy of Management Review*, 20(1), 65–91.
- Eisenhardt, K.M. (1989). 'Agency Theory: An Assessment and Review'. *The Academy of Management Review*, 14(1), 57-74.
- Emerson, J., Wachowitz, J. and Chun, S. (2000). 'Social Return On Investment : Exploring aspects of value creation in the nonprofit sector'. *The Robert Enterprise Development Fund, Working Paper*, Disponible en <http://www.redf.com>. (Consulta : 01 Noviembre 2006)
- Fernandes, P.; Rocha, J. and Rodrigues, F. (2011). 'The complete ethics chain of value: from social and ethical principles to the role of the official auditing and accounting revision entities'. *International Journal of Management and Enterprise Development*, 10(2), 216-231.
- Freeman, Ed.; Wicks, A. and Parmar, B. (2004). 'Stakeholder Theory and "The Corporate Objective Revisited"', *Organization Science*, 15(3), 364–369.
- Freeman, R. E., Harrison, J. S., Wicks, A. C., Parmar, B. L., and De Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*. Cambridge. Cambridge: Cambridge University Press.
- Freeman, R.E. (1984). *Strategic management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pistman.
- Gassenheimer, J.B.; Houston, F.S. and Davis, J.C. (1998). 'The Role of Economic Value, Social Value, and Perceptions of Fairness in Interorganizational Relationship Retention Decisions'. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 26: 322-337.
- Groth, J.C.; Byers, S.S. and Bogert, J.C. (1996). 'Capital, economic returns and the creation of value'. *Management Decision*, 24(6), 21-30.

- Harris, M. and Raviv, A. (1978). 'Some Results on Incentive Contracts with Applications to Education and Employment, Health Insurance, and Law Enforcement'. *American Economic Review*, 68(1), 20-30.
- Harrison, K. (2013). 'Ontological Commitments of Ethics and Economics'. *Economic Thought* 2(1), 1-19.
- Javits, C. (2008). 'Redf's current approach to SROI'. REDF, Working Paper, Disponible en <http://www.redf.org/learn-from-redf/publications/119> (Consulta: 8 de Diciembre de 2012).
- Jensen, M. and Meckling, W. (1976). 'Theory of the firm: Managerial behaviour, agency costs, and ownership structure'. *Journal of Financial Economics*, 3: 305-360.
- Jensen, M. C. (2001). 'Value Maximization, Stakeholder Theory, and the Corporate Objective Function'. *European Financial Management*, 7, 297-317.
- Jensen, M. C. (2008). 'Non-Rational Behaviour, Value Conflicts, Stakeholder Theory, and Firm Behaviour'. *Business Ethics Quarterly*, 18(2), 167-171.
- Khun, T. (1962). *La Estructura de las revoluciones científicas*. Madrid: Fondo de Cultura Económica de España.
- Lewin, K. (1958). *Group Decisions and Social Change*. In *Readings in Social Psychology*. Eleanor E. Maccoby, Theodore M. Newcomb, and Eugene L. Hartley (eds.). Pp. 330-344. New York: Holt, Rinehart & Winston.
- Melé, D. (2002). 'Not only stakeholder interests: The firm oriented toward the common good', in Cortright, S.A. & Naughton, M.J. (Eds.). *Rethinking the Purpose of Business. Interdisciplinary Essays from the Catholic Social Tradition*. Notre Dame, IN: University of Notre Dame Press: 190-214.
- Melé, D. (2009). 'The view and purpose of the firm in Freeman's stakeholder theory'. *Philosophy of Management*, 8, 3-13.
- MILL, G. A. (2006). 'The Financial Performance of a Socially Responsible Investment over time and a Possible Link with Corporate Social Responsibility'. *Journal of Business Ethics* 63(2), 131-148.
- Moltamn, J. (1976). *El experimento esperanza*. Salamanca: Ed. Sígueme.
- Moltmann, J. (1968). *Teología de la esperanza*. Salamanca: Ed. Sígueme.
- Narrillos, H., (2010). 'El SROI (social return on investment): un método para medir el impacto social de las inversiones'. *Análisis Financiero*, 113, 34-43.
- Nozick, R. (1988). *Anarchy, State and Utopia*. Nueva York: Basic Books.
- Nussbaum, M. (1992). 'Human functioning and social justice: In defense of Aristotelian essentialism'. *Political Theory*, 20, 202-246.

- Olsen, S. and Galimidi, B. (2008). 'Catalog of approaches to Impact Measurement: Assessing Social Impact in Private Ventures'. Nueva York: The Rockefeller Foundation.
- Rawls, J. (1971). A theory of Justice. (Edición española 6ª edición en 2006 Madrid, Ed. Fondo de Cultura Económica).
- Reason, P. and Bradbury, H. (Ed.) (2001). Action Research. Participative Inquiry and Practice. 1st Edition. London: SAGE.
- Retolaza, J.L. and San-Jose, L. (2011). 'Social economy and stakeholder theory, an integrative framework for socialization of the capitalism'. CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa, 73: 193-2011.
- Retolaza, J.L., Ruiz, M. and San-Jose, L. (2009). 'CSR in business start-ups: an application method for stakeholder engagement'. Corporate Social Responsibility and Environmental Management, 16(6), 324-336.
- San-Jose, L. and Retolaza, J.L. (2012). 'Participation of stakeholders in corporate governance: foundation ontological and methodological proposal'. Universitas Psychologica, 11(2), 619-628.
- Sen, A. (1999). Development as Freedom, Oxford: Oxford University Press, Oxford.
- Sinnott-Armstrong, W. (2012). Consequentialism. In E. N. Zalta (Ed.), Encyclopedia of Philosophy, ed. The Stanford, Oxford. Available at: <http://plato.stanford.edu/archives/win2012/entries/consequentialism/> [Accessed May 31, 2013].
- Tuan, M. (2008). 'Measuring and/or estimating Social Value Creation : Insights into eight integrated cost approaches'. NY: Bill and Melinda Gates Foundation. University Press.
- Vancaly, F. and Esteves, M. (2011). New directions in Social impact Assessment. Conceptual and Methodological Advances. Massachusetts: Edward Elgar Publishing Limited.
- Zadeh, L.A. (1965). 'Fuzzy Sets'. Information Control, 8, 338-353.