Repensar la competitividad cuando todos los grupos de interés obtienen beneficios

Ni todo gira en torno a la cuenta de resultados ni las empresas dejan de ser altamente competitivas por destinar menos beneficios a los accionistas.

15 de noviembre de 2024

Crece el número de empresas que muestran su responsabilidad hacia cada vez más grupos de interés, entre los que se incluyen la sociedad, los empleados y el medioambiente. A

©IESE Business School

diferencia del enfoque tradicional, orientado a maximizar los beneficios para los accionistas, esta nueva visión sostiene que el propósito de la empresa es generar valor para todas las partes interesadas, no solo para los accionistas.

Este enfoque más holístico cuenta con un amplio apoyo, excepto cuando se trata de evaluar la competitividad de una empresa; se presupone que la estrategia de integrar a todos los grupos de interés conllevaría cierta desventaja tanto en los informes financieros como para atraer inversores. No obstante, el profesor del IESE Jeroen Neckebrouck, junto con David Kryscynski (Rutgers University), cuestionan la idea de que el valor de una empresa deba medirse exclusivamente por su desempeño financiero, en un reciente estudio publicado en *Strategic Management Journal*.

Alternativas para medir la ventaja competitiva

Imagina dos empresas similares en tamaño, producto y sector. La empresa A reporta unos beneficios anuales de 1 millón de dólares y la B 1,5 millones. A simple vista, la segunda está obteniendo mejores resultados –tal vez por una mayor inversión en tecnología u operaciones más eficientes–, lo que indicaría sin muchos rodeos que cuenta con ventaja competitiva.

Sin embargo, esta evaluación instintiva pasa por alto cuánto valor comparte cada empresa con sus grupos de interés, una dimensión clave que no reflejan los resultados financieros "superficiales".

Tras analizar más de 14.000 empresas belgas con el foco en los empleados como grupo de interés clave, los autores señalan que la "renta laboral" –es decir, cuánto paga una compañía a sus empleados en comparación con un nivel "apropiado para el mercado"– equivalía aproximadamente al 86% de los beneficios contables netos de promedio. En otras palabras, una parte considerable de los beneficios de una empresa proviene de la diferencia entre lo que paga a sus empleados y lo que podrían ganar en un mercado competitivo.

Curiosamente, el estudio mostró que muchas empresas pagan a sus empleados muy por encima de los salarios de mercado. Esta diferencia, lejos de ser marginal, representa un factor significativo que no se refleja en el balance, pero influye en cómo los inversores y otros grupos de interés perciben y valoran a las empresas.

©IESE Business School

Por qué compartir beneficios con otros *stakeholders*

Existen muchas razones por las que algunas empresas deciden compartir parte de sus beneficios con sus grupos de interés, aun a costa de los resultados financieros. Estas son las principales:

1. **La filosofía del propietario.** Algunos dueños de empresas sienten la obligación moral de compartir una mayor parte de los beneficios con sus grupos de interés. Un ejemplo destacado es el de Dan Price, CEO de Gravity Payments, quien en 2015 recibió gran atención mediática al anunciar un salario mínimo de 70.000 dólares para toda su plantilla.
2. **Estrategias específicas para las partes interesadas.** Las empresas pueden optar por pagar a sus grupos de interés por encima del valor del mercado si anticipan la necesidad de mantener relaciones sólidas a largo plazo. Por ejemplo, una empresa podría ofrecer salarios más altos a sus empleados o mejores condiciones a sus proveedores con el objetivo de construir relaciones duraderas, fomentar la innovación o promover la lealtad.
3. **Inversiones específicas de la empresa.** A veces, los empleados y proveedores necesitan desarrollar habilidades específicas que solo son útiles dentro una empresa concreta. En estos casos, la empresa podría ofrecerles una compensación salarial más alta para equilibrar el tiempo y la inversión requeridos.
4. **Poder de negociación de los *stakeholders.*** Un grupo de interés, como la plantilla, puede tener un poder de negociación significativo y obtener mayores compensaciones cuando actúa de forma colectiva; por ejemplo, al amenazar con interrumpir las operaciones mediante una huelga.

La suma de todas las contribuciones

Ya sea por la benevolencia de los empresarios o el poder de negociación de los empleados, una visión limitada de la competitividad no refleja el valor que las empresas generan para sus grupos de interés, más allá de los accionistas. En una época en que cada vez más empresas adoptan estrategias orientadas al propósito, centrarse únicamente en la cuenta de resultados puede ofrecer una imagen incompleta e incluso engañosa del negocio.

Este estudio se centra en la “renta laboral” como una forma de medir el valor para los grupos

©IESE Business School

de interés, pero recuerda que la compensación es solo una parte de la ecuación. Las empresas que priorizan a sus grupos de interés –ya sea a través de salarios competitivos, iniciativas de sostenibilidad, programas de bienestar o actividades comunitarias– no deberían ser penalizadas por compartir más valor con la sociedad.

De hecho, estas prácticas favorecen la lealtad, la innovación y las relaciones duraderas, generando una ventaja competitiva que no se refleja en las evaluaciones financieras tradicionales. Aunque estas acciones no aumenten directamente los beneficios para los accionistas, crean un valor crucial, al evaluar la competitividad a largo plazo de una empresa. En otras palabras, el valor total –la suma de todos los beneficios – es lo que realmente constituye la ventaja competitiva.

+INFO:

Cuatro ventajas de las cada vez más populares 'benefit corporations'

Jeroen Neckebrouck

Profesor de Iniciativa Emprendedora en el IESE. Sus áreas de interés incluyen la gobernanza de las empresas emprendedoras, la propiedad, la empresa familiar, el capital riesgo y el capital privado.

©IESE Business School