



Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales ICADE

# **IBEX 35: ¿Son las acciones empresariales en responsabilidad social y medioambiental una vía para alcanzar la rentabilidad?**

Autor: Antonio José Núñez Marín

Director: María Paloma Bilbao Calabuig

## **RESUMEN**

La Responsabilidad Social Empresarial es un concepto relativamente nuevo cuya práctica se ha visto acrecentada en los últimos años por las exigencias de los diversos grupos de interés. Pasamos de un modelo económico de empresa cuyo objetivo principal es la satisfacción de los intereses de sus *shareholders* a un modelo en el que priman los intereses de todos los *stakeholders*. No obstante, surge la duda de si realmente las prácticas llevadas a cabo por las empresas en acción de responsabilidad social y medioambiental son un camino seguro hacia la rentabilidad. El objeto del presente trabajo es analizar la posible correlación positiva entre la implementación de las políticas de Responsabilidad Social Empresarial y la rentabilidad de las empresas del IBEX 35 tras realizar un análisis crítico de la literatura ya existente en torno a la cuestión. De igual manera, se estudia el concepto de la Responsabilidad Social Empresarial y los diversos medios que las empresas tienen para implementarla en sus proyectos. La principal conclusión a la que el autor llega una vez terminado el estudio es que no existe una correlación positiva entre la implementación de políticas en RSE y la rentabilidad de las empresas. No obstante, el estudio realizado presenta una serie de limitaciones que hacen que los resultados obtenidos no puedan ser concluyentes entorno a la presente cuestión.

Palabras clave: IBEX 35, Responsabilidad Social Empresarial, RSE, rentabilidad, ROA.

## **ABSTRACT**

Corporate Social Responsibility is a relatively new concept whose practice has increased in recent years due to the demands of various stakeholders. We have moved from an economic model of a company whose main objective is to satisfy the interests of its shareholders to a model in which the interests of all stakeholders are paramount. However, the question arises as to whether the practices carried out by companies in social and environmental responsibility are really a sure path to profitability. The purpose of this paper is to analyse the possible positive correlation between the implementation of Corporate Social Responsibility policies and the profitability of IBEX 35 companies after a critical analysis of the existing literature on the subject. Similarly, the concept of Corporate Social Responsibility and the various means that companies must implement it in their projects are studied. The main conclusion reached by the author at the end of

the study is that there is no positive correlation between the implementation of CSR policies and the profitability of companies. However, the study presents a series of limitations that mean that the results obtained cannot be conclusive on this issue.

Keywords: IBEX 35, Corporate Social Responsibility, CSR, profitability, ROA.

## ÍNDICE

|  |           |
|--|-----------|
| <b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>   | <b>6</b>  |
| <b>1.1 Justificación del tema .....</b>  | <b>6</b>  |
| <b>1.2 Objetivos del trabajo .....</b>   | <b>7</b>  |
| <b>1.3 Metodología.....</b>  | <b>8</b>  |
| <b>1.4 Estructura .....</b>  | <b>8</b>  |
| <b>2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: ORIGEN Y<br/>CONCEPTO .....</b>                       | <b>9</b>  |
| <b>3. MEDIOS Y FORMAS PARA LA MEDICIÓN DE LA RSE.....</b>  | <b>16</b> |
| <b>3.1. Capital Persona.....</b>   | <b>21</b> |
| <b>3.2. Capital Organizacional .....</b>   | <b>22</b> |
| <b>3.3. Capital Relacional.....</b>  | <b>24</b> |
| <b>3.4. Capital Económico .....</b>  | <b>25</b> |
| <b>3.5. Capital Social.....</b>  | <b>25</b> |
| <b>4. EL DEBATE: ¿SER RESPONSABLE PARA SER RENTABLE? .....</b>                                     | <b>28</b> |
| <b>5. ESTUDIO DE LA RENTABILIDAD DE LAS PRÁCTICAS DE RSE DE LAS<br/>EMPRESAS DEL IBEX 35. ....</b> | <b>33</b> |
| <b>5.1. Metodología .....</b>  | <b>33</b> |
| <b>5.2. Análisis de la correlación lineal entre la RSE y el ROA.....</b>                           | <b>40</b> |
| <b>6. CONCLUSIÓN.....</b>  | <b>43</b> |
| <b>7. BIBLIOGRAFÍA .....</b>   | <b>45</b> |

## ÍNDICE DE ILUSTRACIONES

|  |    |
|--|----|
| Ilustración 1: Ámbitos de desarrollo de los ODS..... | 21 |
|--|----|

## ÍNDICE DE TABLAS

|  |    |
|--|----|
| Tabla 1: Acciones en responsabilidad social y medioambiental frente a la COVID-19.                                 | 26 |
| Tabla 2: Datos para el estudio de las empresas del IBEX 35 .....   | 38 |
| Tabla 3: Estadísticos descriptivos ROA, tasa de variación en el ranking y Tasa de variación en la puntuación. .... | 40 |
| Tabla 4: Correlaciones entre ROA, tasa de variación en el ranking y tasa de variación en la puntuación.....        | 40 |
| Tabla 5: Resumen de los resultados del estudio de la correlación según variables.....                              | 41 |

## 1. INTRODUCCIÓN

### 1.1 Justificación del tema

A través del presente trabajo, el autor busca realizar un estudio acerca de la práctica en Responsabilidad Social Empresarial (en adelante, RSE) de las empresas cotizadas en el IBEX 35 con el fin de indagar en la cuestión principal que no es otra que averiguar si la práctica en RSE por parte de las empresas es la nueva vía para alcanzar una mayor rentabilidad.

La responsabilidad social empresarial (en adelante, RSE) es una realidad relativamente reciente y cada vez más presente en las sociedades cotizadas. A priori, esta se consideró una moda pasajera empleada por las empresas como mera estrategia de relaciones públicas (Ruiz-Acosta et al., 2020). No obstante, los continuos cambios en los hábitos e intereses de la sociedad hacen que la RSE sea una realidad diaria con la que las empresas y altos cargos tienen que convivir con el fin de satisfacer las necesidades e intereses de la sociedad.

Así, R. Edward Freeman<sup>1</sup> introduce por primera vez en su libro *“Strategic Management: a Stakeholder Approach”* el concepto de los *stakeholders*. Nos encontramos entonces con la transición del concepto de *shareholders* al de *stakeholders*. Las empresas, tradicionalmente enfocadas en realizar sus estrategias de negocio y en centrar sus objetivos en función de los intereses de sus accionistas y propietarios, ven la aparición de nuevos grupos de interés determinantes tanto en la toma de decisiones de los órganos de gobierno corporativo como en la consecución de los objetivos fijados.

Como consecuencia de esto, las empresas empiezan a implementar sus prácticas en RSE mediante políticas de responsabilidad social firmadas por los máximos responsables de la empresa, seminarios de formación de los empleados y directivos en RSE o incluso

---

<sup>1</sup> Filósofo americano y profesor de administración empresarial en el *“Darden School”* de la Universidad de Virginia conocido principalmente por su obra *“Strategic Management: a Stakeholder Approach”* en 1984, la cual da nacimiento al concepto de los *stakeholders*. (Camacho et al., 2013).

mediante la creación de Departamentos de RSE internos a la propia empresa. Sin embargo, de aquí surge la duda de si realmente las empresas ven la RSE como un fin, o como un medio para la correcta y eficaz consecución de sus objetivos ya que muchas de estas la podrían aprovechar como mera estrategia de relaciones públicas, tal y como parte de la investigación al respecto ha revelado en diversas ocasiones. (Muñoz Murcia et al., 2020).

Otro de las principales problemáticas que surgen en torno a esta cuestión es la *mala praxis* llevada a cabo por numerosas empresas simulando el respeto y cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (en adelante, ODS) con objeto de proyectar una buena imagen a lo grupos de interés y a la sociedad en general como estrategia de marketing o publicidad. Esto va a permitir entonces a las empresas controlar el impacto de sus acciones en el ámbito social y ambiental, pero también mejorar su mala imagen debido a prácticas perjudiciales para el ecosistema en el que operan (Vallaey, 2020).

## 1.2 Objetivos del trabajo

El objetivo principal de este trabajo es el estudio de la práctica que las empresas del IBEX 35 hacen en RSE con el fin de determinar si estas efectivamente son un medio eficaz para la obtención de una mayor rentabilidad. Concretamente, el estudio pretende comprobar si efectivamente existe una correlación positiva entre la implementación acciones empresariales en responsabilidad social y medioambiental y la rentabilidad empresarial. Lo que se busca específicamente a través del presente trabajo es saber si las empresas que llevan a cabo acciones en responsabilidad social y medioambiental obtienen una mayor rentabilidad.

A pesar de que el objetivo principal es estudiar la relación existente entre acciones sociales y medioambientales realizadas por las empresas y la rentabilidad de estas, a través del presente Trabajo de Fin de Grado también se pretende realizar una revisión de la literatura existente en torno a la cuestión con el fin de valorar y analizar los resultados obtenidos por diferentes autores. Además, el autor aprovecha y realiza un estudio sobre las diversas formas de las que las empresas gozan para poder implementar sus acciones en RSE

### 1.3 Metodología

En primer lugar, el autor realiza un análisis profundo de la literatura, estudios, proyectos, informes y opiniones previas entorno a la cuestión planteada con el fin de poder presentar el concepto de la RSE y su origen, los medios y formas de medición de la RSE en su organización y la tendencia evolutiva en la práctica en RSE en las empresas cotizadas en el IBEX 35.

Tras esto, tiene lugar un estudio cuantitativo, con el cual el autor busca a través de los *proxies* establecidos para medir la práctica en RSE de las empresas y su rentabilidad, si efectivamente existe una correlación directa positiva entre la práctica en RSE realizadas por las empresas en el marco de su organización y funcionamiento diario y la rentabilidad obtenida por estas.

### 1.4 Estructura

Con arreglo a lo que antecede y con el fin de alcanzar el objetivo del presente trabajo, la estructura de este comienza con una breve introducción de este exponiendo la justificación del tema, los objetivos principales y secundarios del trabajo, la metodología empleada y la estructura de este. Tras esto, el autor profundiza en la cuestión principal (la RSE) a través de las definiciones ofrecidas por diversas instituciones internacionales y autores de reconocido prestigio, así como a su origen. Seguidamente, se exponen los medios y formas que las empresas tienen de medir su práctica en RSE. Aquí las empresas pueden dividir su implementación en acciones de RSE en cinco grandes ámbitos o capitales que son el capital persona, el capital organizacional, el capital relacional, el capital económico y el capital social. En el cuarto apartado, se realizará un debate con el fin de responder a la principal cuestión del trabajo que es descubrir si efectivamente implementar las acciones en responsabilidad social y medioambiental ayuda a las empresas a ser más rentables. Para ello, el autor realiza una revisión crítica de la literatura existente acerca de la cuestión. En el quinto apartado, se realizará un estudio sobre la rentabilidad de las prácticas en RSE de las empresas del IBEX 35. Finalmente, el trabajo termina con unas conclusiones del estudio cualitativo y generales y con la bibliografía empleada.

## 2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL: ORIGEN Y CONCEPTO

La RSE es una realidad relativamente reciente en cuanto a su aplicación e interés por parte de las empresas. Estamos ante un concepto que ha ido evolucionando a medida que evolucionaban las necesidades de la sociedad y del entorno en las empresas operan. Así, se deja de lado el único interés de maximizar beneficios para centrarse en los intereses de los diversos grupos de interés o stakeholders. Es más, estos últimos son los que cada vez más van a pedir a las empresas una mayor implicación e involucración por el respeto y mantenimiento del ecosistema en el que operan, por un mayor desarrollo tecnológico y por la adopción de nuevas medidas que fomenten la conciliación de la vida familiar y laboral de los empleados.

Esto se debe a la aparición de nuevas necesidades que anteriormente desconocíamos o ignorábamos, como puede ser el calentamiento global, la importancia de conciliar la vida familiar y personal, el progreso de la mano de la tecnología cada vez más y más presente en nuestro día a día y al peso que tienen los *stakeholders* en el correcto desarrollo de las compañías y en su obtención de beneficio. Así, las empresas hoy en día tienen que satisfacer las necesidades y tener en cuenta los intereses de sus empleados, de sus competidores, de los clientes, de los defensores de los clientes, de sus proveedores, de la administración pública, de los medios de comunicación y de la sociedad en general ya que de la percepción que estos tengan de la empresa va a depender el correcto desarrollo de esta.

Sin embargo, esta concepción que tenemos actualmente de la RSE es fruto de un proceso evolutivo cuyos inicios se remontan a la primera mitad del siglo XX y cuyo significado ha ido siempre acorde a las necesidades del ecosistema en el que se encuentran.

Para realizar una primera aproximación al concepto de RSE hay que estudiar la evolución de éste en cuatro distintas fases (Correa, 2007a):

- I. Fase Inicial: durante esta fase nos ubicamos en el siglo XIX y en la primera mitad del siglo XX. Por entonces, no existía el concepto de RSE siendo las propias instituciones las que buscaban solucionar los problemas que podían surgir en el entorno. No obstante, las organizaciones no se preocupaban con demasiado énfasis por las consecuencias que podían derivarse de su actividad.
- II. Fase Primera: nos encontramos en la primera mitad del siglo XX, las organizaciones empiezan a participar de forma voluntaria con el entorno y las comunidades en las que operan. El concepto de RSE empieza a aflorar ya que la importancia de garantizar el bienestar de la sociedad comienza a surgir.
- III. Fase Segunda: segunda mitad del siglo XX, la sociedad empieza a darse cuenta del impacto de la actividad del sector privado en el ecosistema, es por ello por lo que se exige a los Estados que protejan los intereses públicos y los recursos naturales mediante la imposición de normas.
- IV. Fase Tercera: década de los sesenta, las empresas, organizaciones, instituciones y Gobiernos buscan la forma de poder afrontar los cambios sociales a través de una combinación de normas emanadas de los Gobiernos y de la sensibilidad de las empresas.

Estos cambios a los que los diversos actores que operan el ecosistema tienen que hacer frente, se dan en tres diversos ámbitos (Correa, 2007b):

- Cambios en la sociedad: cambios los valores y principios sociales de la sociedad por lo que empiezan a exigirse cambios a todos los niveles, entre ellos el organizacional.
- Cambios en la relación organización/sociedad: la sociedad es cada vez más consciente del impacto negativo que tiene la actividad productiva de las empresas en el ecosistema. Además, el poder está concentrado en un número limitado de empresas por lo que esto implica un mayor control sobre las mismas.

- Cambios internos en la organización: las decisiones empresariales empiezan a tomarse con mayor cautela ya que la propiedad de las organizaciones es cada vez más dispersa, dejando ésta de estar concentrada en una única persona.

El concepto de RSE como tal, surge en la década de los 50 en Estados Unidos debido a conflictos sociales que hacen que la sociedad empiece a ser consciente de la trascendencia que la actividad de las empresas va a tener para todos los grupos de interés, estos son entre otros, propietarios, accionistas, trabajadores, proveedores, empresas de la competencia, clientes, la sociedad en general o las administraciones públicas, es decir, cualquiera que se vea afectado directa o indirectamente por la actividad o toma de decisiones de las empresas (Mozas Moral y Puentes Poyatos, 2010a).

No obstante, no es hasta el año 1953 cuando nos encontramos con una primera definición del concepto de la RSE gracias al economista estadounidense Howard R. Bowen<sup>2</sup> en su obra "*Social Responsibilities of the Businessman*". Aquí, el autor establece una relación de reciprocidad entre las empresas y la sociedad y define la responsabilidad social como: "*Las obligaciones de los empresarios para impulsar políticas corporativas para tomar decisiones o para seguir líneas de acción que son deseables en términos de los objetivos y valores de la sociedad*". La idea principal de Bowen se basaba en que la aceptación voluntaria de la responsabilidad social por parte de los empresarios en el largo plazo iba a tener efectos muy positivos tanto para la consecución de los objetivos empresariales como para la disminución de los problemas económicos.

Bowen en su obra, establece una serie de recomendaciones para el aumentar la capacidad de respuesta de las organizaciones empresariales a las preocupaciones sociales (Comunidad RSE, 2015)

- *Cambiar la composición de los consejos de administración, facilitando la incorporación de los puntos de vistas de otras partes interesadas además de los accionistas.*

---

<sup>2</sup> Economista estadounidense del siglo XX considerado como el padre de la RSE (Leal, 2007)

- *Una mayor representación del punto de vista social en la gestión, especialmente teniendo en cuenta que esta instancia es muy eficaz en las decisiones de una empresa que el propio Consejo de Administración.*
- *La auditoría social, realizada por expertos independientes externos que evalúan las políticas de la empresa en aspectos tales como precios, salarios, investigación y desarrollo, publicidad, relaciones públicas, humanas o con la comunidad, etc.*
- *Desarrollo de códigos de negocios, que contienen aquellas buenas prácticas empresariales dignas de imitar y que dan inicio a la redacción de códigos éticos, con contenidos más específicos y concretos relativos a cada organización.*

Estas recomendaciones hechas por Bowen hace más de 60 años y que pueden resumirse en cambios de estructura de los órganos de administración, en la realización de auditorías externas y no internas y en el desarrollo de códigos éticos que contenga unos mínimos en relación con las buenas prácticas empresariales, se han llevado hoy en día a la práctica y son tenidas en consideración por las empresas para su correcta gestión y desarrollo.

Si enmarcamos los objetivos y los valores de la sociedad en el marco del desarrollo sostenible<sup>3</sup>, vemos cómo la RSE, con una fuerte implicación por parte de las empresas, se convierte en el medio ideal para garantizar ese deseo de desarrollo sostenible tan buscado y apreciado hoy en día en la sociedad.

---

<sup>3</sup> Concepto que aparece por primera vez en el Informe Brundtland el cual define el desarrollo sostenible como aquel que satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender a sus propias necesidades. (SOSTENIBILIDAD Para todos, 2015).

Estamos pues ante un cambio de la visión empresarial la cual estaba orientada única y exclusivamente a la satisfacción de los intereses de los propietarios y accionistas<sup>4</sup>, a una visión más centrada en la satisfacción de los diversos grupos de interés.

Desde entonces, numerosos han sido los autores que han realizado contribuciones al concepto y definición de la Responsabilidad Social Empresarial teniendo en cuenta las circunstancias y el entorno en el que se encuentran con el fin de ofrecer un concepto de RSE lo más actualizado posible. Así, en 1991, el autor y profesor Archie B. Carroll, presenta la teoría de la pirámide (Mozas Moral y Puentes Poyatos, 2010b). A través de esta, el autor establece los 4 niveles jerárquicos de responsabilidad que todas las empresas han de seguir.

En primer lugar, y como base de la pirámide, nos encontramos con la responsabilidad económica. En líneas generales, la responsabilidad económica implica ser rentable, es decir, que el beneficio producido compensa la inversión o el esfuerzo realizado. Esto es, sin beneficios, las compañías no van a ser capaces de poder continuar con su actividad ya que no contarían con los medios suficientes para pagar a sus trabajadores o proveedores entre otros. Por lo que, la responsabilidad económica garantiza la supervivencia a largo plazo de las empresas, además de la producción de bienes y servicios, a precio razonable, que cubren las necesidades de los consumidores.

En segundo lugar, nos encontramos con la responsabilidad legal, que obliga a las empresas a cumplir con la ley (codificación del bien y del mal en la sociedad), normativas y regulaciones estatales encargadas de la regulación y control de los mercados en los que las empresas van a operar y de la gestión y reparto de los recursos naturales. Se establecen las reglas del juego por lo que el campo de actuación de las empresas se va a ver limitado por el cumplimiento de la normativa vigente.

---

<sup>4</sup> La teoría del accionista o teoría de Friedman, la cual afirma que la única responsabilidad de una empresa es aumentar sus beneficios. (Camacho et al., 2013).

En tercer lugar, está situada la responsabilidad ética. Las compañías no solo han de cumplir con una serie de obligaciones legales, sino que también han de garantizar unos mínimos éticos y morales. Así, las empresas han de actuar siempre con la máxima de hacer el bien, de ser justas y de no hacer daño ni causar ningún perjuicio a nadie de manera voluntaria. Si bien es verdad que, a diferencia de los dos escalones anteriores, las empresas no están obligadas a cumplir con este grado de responsabilidad. No obstante, a pesar de que su cumplimiento tenga carácter voluntario, un correcto y adecuado ejercicio ético siempre resultará favorable para las empresas ya que los accionistas querrán seguir invirtiendo en una compañía moralmente ética y justa, y los consumidores y demás grupos de interés se sentirán más cómodos con estas compañías. Es en este punto donde la RSE juega un rol esencial, las empresas cada vez están más sensibilizadas con el entorno en el que operan y son conscientes del gran impacto que su actividad tiene en el medioambiente. Por ello, cada vez más empresas cumplen con las obligaciones éticas y morales garantizando el ejercicio más justo posible para todos (Fundación SERES, 2020).

Por último, y como cumbre de la pirámide, hallamos la responsabilidad filantrópica. Las compañías siempre han sido criticadas por su mala *praxis* en cuanto a su contribución a la contaminación del medio ambiente mediante medios de producción poco saludables o por emplear a trabajadores en condiciones infrahumanas. De ahí, que el último escalafón de la pirámide implique el involucramiento activo por parte de las empresas mediante acciones, programas o actividades que garanticen el bienestar social.

Para Carroll, una correcta RSE ha de cumplir siempre con los cuatro niveles de responsabilidades que él expone en su Teoría de la Pirámide (Mozas Moral y Puentes Poyatos, 2010c).

Gracias a las aportaciones de autores como Bowen o Carroll, llegamos hoy a una definición de RSE más actualizada y conforme a la realidad y necesidades de las sociedades actuales. De esta manera, la Comisión Europea en su *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la Responsabilidad de las empresas (2001)*, define la RSE como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y

medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.

Por lo que, una correcta práctica en RSE implica que las empresas de forma voluntaria y desinteresada integren en sus proyectos y estrategias empresariales las inquietudes medioambientales y del resto de actores del ecosistema en el que operan. No obstante, al tener que adaptarse a las necesidades e inquietudes de la sociedad, el concepto de RSE tiene que reinventarse constantemente, introduciendo las empresas nuevos medios de implementación y teniendo en cuenta a nuevos agentes sociales que van a influir en el normal desarrollo de las empresas.

De ahí, que seguramente, el concepto de RSE sufra nuevas modificaciones y readaptaciones en los próximos años con el fin de adecuarse de la forma más eficaz a las necesidades sociales y abarcando así el mayor número de problemáticas.

### 3. MEDIOS Y FORMAS PARA LA MEDICIÓN DE LA RSE.

La RSE es una realidad cada vez más presente en nuestra sociedad cuya práctica eficaz y real es sin duda imprescindible para el desarrollo y mantenimiento del ecosistema en el que nos encontramos. Estamos ante la punta de un *iceberg* que, a medida que pasen los años y se siga viendo y estudiando el impacto de la acción humana en el medio ambiente, va a mostrarnos el inmenso cuerpo que se esconde bajo las aguas marinas.

Como ya se ha hecho mención anteriormente, la RSE es una realidad cada vez más importante y frecuente en el normal desarrollo de las empresas. Es por ello, por lo que su medición va a tener vital importancia para las compañías.

En primer lugar, al tratarse de estrategias empresariales en acción social o medioambiental, las empresas van a destinar parte de su presupuesto a la implementación de estas por lo que es imprescindible medirlas con el fin de calcular el presupuesto que ha de destinarse a estas.

En segundo lugar, el hecho de implementar la práctica en acciones de responsabilidad social y medioambiental se hace para la propia empresa, pero también para los *stakeholders*. De ahí, que es vital poder medir la práctica en RSE llevada a cabo por las empresas para que los grupos de interés puedan comprobar y elegir en función de la práctica real de las empresas. Por ejemplo, algunos consumidores únicamente van a comprar productos que realmente no dañen al medioambiente en su producción, por lo tanto, para dicha empresa será oportuno poder medir que efectivamente los procesos de producción empleados son llevados a cabo con herramientas y máquinas cuyos niveles de contaminación son muy bajos. Y que, efectivamente, dicha empresa destina parte de su presupuesto, por ejemplo, a la adquisición de maquinaria especializada en reducir la contaminación.

En tercer lugar, como ya hemos dicho, las empresas realizan acciones de responsabilidad social y empresarial para ellas mismas por lo que, es importante, poder medir y valorar la eficacia real de la práctica en RSE de las empresas con el fin de poder mejorarlas de cara a futuras estrategias de negocio.

Por último, y en relación con el presente trabajo, las estrategias en materia de RSE llevadas a cabo por las empresas tienen consecuencias para la propia empresa y a su vez puede incidir en los ingresos o en el beneficio de las empresas.

No obstante, no existen criterios uniformes de medición de la acción en responsabilidad social y medioambiental de las empresas ya que según de la empresa o industria en la que nos encontremos, se van a valorar algunos u otros criterios. Por ello, lo que para alguna empresa puede parecer una gran inversión en acciones de responsabilidad social y medioambiental para otras puede ser insignificante. No se trata del dinero total invertido, sino del efecto final causado.

Tal es la importancia de la cuestión y al tratarse de una realidad cada vez más latente, numerosos autores se han pronunciado acerca de ella mediante la realización de informes y rankings con el fin de estudiar, medir y valorar la práctica en RSE realizada por empresas que operan en territorio español.

Entre estos informes y rankings nos encontramos con:

- **MERCO.** El ranking MERCO (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa) *es el monitor corporativo de referencia en Iberoamérica que viene evaluando la reputación de las empresas desde el año 2000. Es un instrumento de evaluación reputacional lanzado en el año 2000, basado en una metodología multistakeholder compuesta por seis evaluaciones (benchmarking, trabajadores, consumidores, digital, expertos y directivos) y más de veinte fuentes de información (MERCO Monitor Empresarial de Reputación Corporativa, 2015).* Así, se realizan rankings destinados a medir las empresas con mejor reputación corporativa, los líderes empresariales más valorados, las empresas que mejor atraen y retienen al talento personal, las mejores empresas para trabajar según los universitarios, las empresas más responsables, las marcas de consumo que gozan de mejor reputación, las ciudades que obtienen mejor valoración y las marcas financieras más reputadas. En lo que a nosotros nos interesa que es la implementación de acciones en responsabilidad social y medioambiental de las empresas, MERCO realiza un ranking anual de las 100 empresas con mayor

responsabilidad con una puntuación de entre 10.000 (empresa número 1 del ranking) y 3.000 (empresa número 100 del ranking).

- Fundación SERES. Es un informe que se lleva realizando de manera anual desde 2014 por la Fundación SERES en colaboración con Deloitte conocido como el “Informe del impacto social de las empresas”<sup>5</sup> a través del cual se realiza un modelo para evaluar la contribución de la RSE basado en el *Global Impact Model*. En dicho informe se realiza un estudio de la concordancia entre los objetivos de la RSE y los resultados obtenidos a raíz de la actividad de las empresas. Para ello, utilizaron los datos de 76 empresas (de las cuales 20 están en el IBEX 35) que aceptaron participar en la realización del estudio.
  
- Global Impact Model. Es una herramienta estratégica de evaluación del impacto de las organizaciones desde un punto de vista holístico”. Gracias a esta metodología, se dispone de un marco conceptual de análisis (define los ámbitos de contribución) y una batería de métricas (indicadores de amplia aceptación y uso a nivel internacional) que permiten la evaluación y comparativa. (Deloitte, s.f.).
  
- “Informe RSE Y MARCA ESPAÑA: Empresas sostenibles, país competitivo”. Este informe es elaborado por Forética acerca de la práctica en RSE en España y cómo esta afecta en los distintos ámbitos como puede ser en la creación de valor o de cara al sector exterior. Forética es la organización referente en sostenibilidad y responsabilidad social empresarial en España, representante del *World Business Council for Sustainable Development (WBCSD)* en España. Su misión es integrar los aspectos sociales, ambientales y de buen gobierno en la estrategia y gestión de empresas y organizaciones. (Forética, 2021)

No obstante, para el desarrollo del siguiente apartado, el autor considera esencial el informe de la Fundación SERES. La Fundación Sociedad y Empresa Responsable (Fundación SERES) es una organización nacional no gubernamental que fomenta el

---

<sup>5</sup> Para el presente trabajo se tendrán en cuenta el informe del impacto social de las empresas del año 2020.

compromiso de las empresas en la mejora de la sociedad con actuaciones responsables alineadas con la estrategia de la compañía y generando valor para todos. (Fundación SERES, 2020).

El informe elaborado de manera conjunta por la Fundación SERES y Deloitte tiene como meta medir el grado de implicación de las empresas que operan en el territorio español a través de su inversión en actuaciones sociales o a través de los particulares, instituciones y organizaciones que se benefician directamente de los proyectos llevados a cabo en ámbitos como la salud, la educación y el bienestar social (Román, 2020). Adicionalmente, el informe busca medir y resaltar la importancia del rol que tienen las empresas en la sociedad (Ruiz, 2020). De ahí, que los Objetivos de Desarrollo Sostenible (en adelante, ODS) tengan una importancia capital a la hora de fijar las estrategias corporativas de las compañías.

Los ODS fueron aprobados por la ONU en septiembre de 2015 con el fin de adoptar un conjunto de objetivos a nivel internacional como parte de una nueva agenda de desarrollo sostenible hasta 2030 (Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible) (Yépez et al., 2020). Desde entonces, las empresas intentan desarrollar estrategias y políticas empresariales que cumplan con el mayor número de ODS a lo largo de su estrategia empresarial, esto es, desde el establecimiento de la misión y objetivos de la empresa, siguiendo por el análisis externo e interno de esta, pasando por las estrategias a seguir, la evaluación y selección de estas, y hasta la puesta en práctica de las elegidas hasta su definitivo control.

Así, los 17 ODS aprobados por la ONU son (Gámez, s. f.).

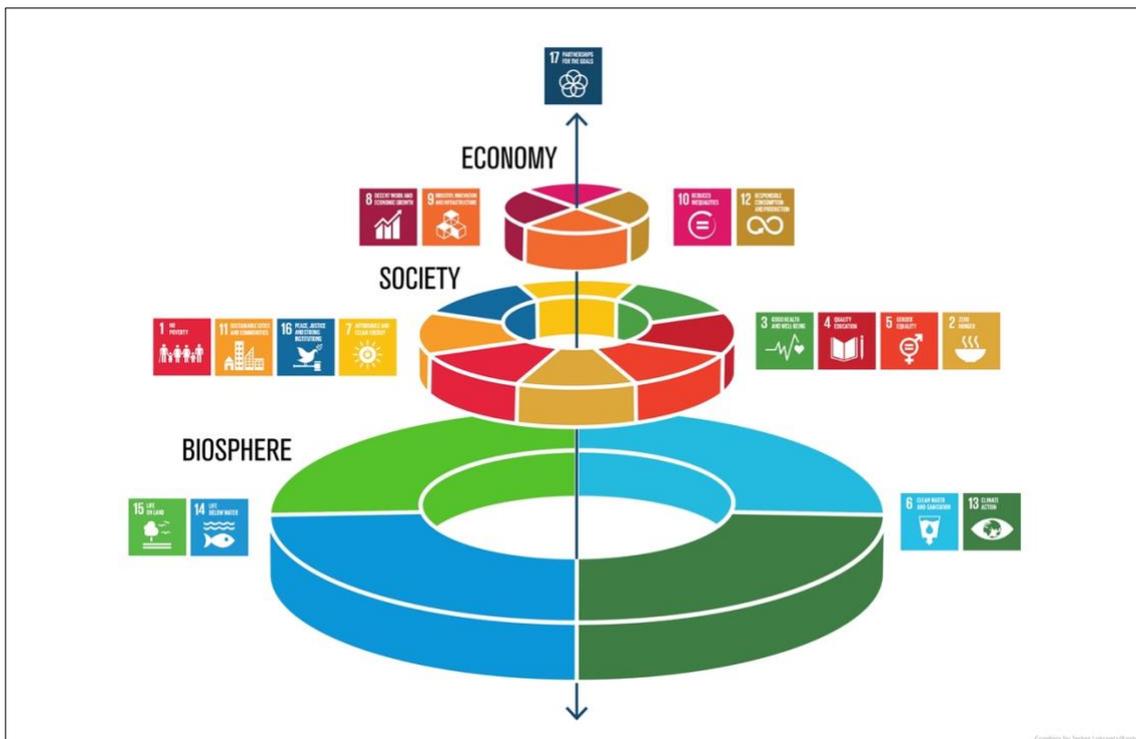
1. Fin de la pobreza
2. Hambre cero
3. Salud y bienestar
4. Educación de calidad
5. Igualdad de género
6. Agua limpia y saneamiento
7. Energía asequible y no contaminante
8. Trabajo decente y crecimiento económico
9. Industria, innovación e infraestructura

10. Reducción de las desigualdades
11. Ciudades y comunidades sostenibles
12. Producción y consumo responsable
13. Acción por el clima
14. Vida submarina
15. Vida de ecosistemas terrestres
16. Paz, justicia e instituciones sólidas
17. Alianzas para lograr los objetivos.

Estos se establecen con el fin de reducir las desigualdades, frenar el cambio climático, fomentar el crecimiento económico y el desarrollo sostenible, erradicar la pobreza y el hambre, luchar por la paz y la justicia y contribuir a los cambios demandados por la sociedad en las que las compañías operan.

A nivel general, pueden agruparse en tres grandes grupos en función de su ámbito de afectación. Así nos encontramos con un grupo de objetivos enfocado en la biosfera, otro en la sociedad y otro en la economía. El último ODS y que en la figura que vemos a continuación está tratado de manera independiente es el relativo a las alianzas para el logro de objetivos, por lo que esto también supondría una implicación de los tres grupos ya mencionados.

Ilustración 1: Ámbitos de desarrollo de los ODS.



Fuente: *Stockholm Resilience Centre (2016)*

De esta manera, los 17 ODS van a ser la “guía” a tener en cuenta a la hora de adoptar una estrategia empresarial ya que estos están muy valorados (IESE Business School Universidad de Navarra, 2017) ya que tienen una gran influencia en la toma de decisiones de los diversos grupos de interés.

A raíz de los resultados obtenidos, desde la Fundación SERES y Deloitte consideran oportuno agrupar en cinco los diversos medios que tienen las compañías para poner en práctica sus proyectos de acción en RSE. Así, nos encontramos con el capital persona, el capital organizacional, el capital relacional, el capital económico y el capital social (Fundación SERES y Deloitte, 2020).

### 3.1. Capital Persona

En primer lugar, nos encontramos con el capital persona. Hay que tener en cuenta, que si algo tienen en común todas las empresas es que están formadas por personas. Además, son estas las que en última instancia van a ser responsables de la toma de decisiones por lo que tanto los logros como los errores de las compañías van a depender

de ellas. Estas constituyen entonces el valor más esencial de todas las empresas y es por ello por lo que es muy importante que las empresas centren parte de su actividad y estrategias en el bienestar y correcto desarrollo de las personas.

En este apartado dedicado al capital persona, lo que se pasa a analizar es el impacto que tienen las actuaciones de RSE en las personas pertenecientes a la compañía, como beneficiarios de las prácticas llevadas a cabo por parte de las empresas.

Los proyectos llevados a cabo por parte de las grandes multinacionales tienen como objetivo principal el bienestar de las personas y la cobertura de necesidades sociales centrándose en la educación, la salud y el bienestar social.

Esto va a generar una sensación de bienestar general los empleados de las compañías (con mayor satisfacción general y motivación) lo que a la larga va a repercutir en el buen desarrollo de la compañía obteniendo una mayor eficacia y efectividad, reduciendo los costes o incluso aumentando la rentabilidad.

### 3.2. Capital Organizacional

En segundo lugar, a nivel organizacional, el hecho de implementar estrategias de RSE va a tener un impacto muy positivo y de gran magnitud tanto en la organización en sí como en las personas que forman parte de ella logrando así concienciar a los empleados de la importancia de estas prácticas por los innumerables beneficios que estas pueden aportar a la sociedad en la que están instaladas. Así, las compañías ven el hecho de vincular las políticas de RSE a sus políticas y proyectos como el medio ideal para que la importancia de estas prácticas arraigue en todos los miembros de la compañía.

Desde el punto de vista de las compañías, los programas y políticas de RSE que llevan a cabo, se hacen desde dos perspectivas distintas. En primer lugar, desde un punto de vista externo, en el que lo que se busca es la percepción positiva que los diversos *stakeholders* van a tener sobre las empresas. Y, en segundo lugar, desde un punto de vista interno, nos encontramos con todas las políticas llevadas a cabo por la empresa con el fin de concienciar a los miembros de su organización. Aquí, juega un papel esencial, la

responsabilidad social y la ética de las empresas, siendo la piedra angular de las políticas de las compañías. A nivel práctico, nos encontramos con:

- Los credos corporativos, que recogen la visión ética por la que la empresa quiere regirse (misión, visión y valores). Estos credos representan de manera fiel lo que se busca transmitir como empresa. Así, estos recogen los valores, la ética, los principios, la manera de trabajar y de relacionarse con la sociedad de las empresas.
- Los seminarios de formación y circulación de discusión ética cuyo objetivo es fomentar la asimilación activa de los valores de la compañía por parte de todos sus miembros mediante discusión de casos reales o presentación de documentos internos.
- Los informes no financieros de responsabilidad y/ o sostenibilidad, cuyo fin es presentar como asumen las empresas su responsabilidad social y como promueven la sostenibilidad económica, social y medio ambiental en su estrategia empresarial.
- Los oficiales y comités de ética propios a cada empresa que son figuras propias internas de las empresas que inciden en la toma de decisiones y cuya influencia va a implementar las prácticas responsables de estas.
- Las *ombudspersons* (defensores del usuario) y las líneas de denuncia ética que son canales de quejas y denuncias de los que disponen los *stakeholders*.
- La auditoria ética que consiste en evaluar las áreas funcionales de las empresas en su relación con los distintos grupos de interés desde un punto de vista ético.
- Los criterios éticos en la selección y evaluación del personal basándose en las acciones de las personas desde estudiantes en prácticas hasta los altos directivos.

Otra opción posible son los códigos éticos empresariales que son documentos que gozan de formalidad y que expresan en un lenguaje sencillo y asequible para todos, los

valores propios de una empresa, así como las normas éticas y principios que los empleados tienen que respetar (Ruiz-Lozano et al., 2016).

En términos generales, estos códigos empiezan con el credo corporativo (misión, visión y valores), continúan con las responsabilidades de los *stakeholders* respecto a la propia empresa y terminan con una serie de normas y principios éticos inquebrantables. Estos códigos se han de caracterizar por su dinamismo, teniendo que actualizarlos en función de las necesidades de la sociedad y para que los principios y valores estén acordes a estas nuevas necesidades cambiantes.

### 3.3. Capital Relacional

En tercer lugar, nos encontramos con el capital relacional el cual recoge las relaciones con múltiples agentes de diversos ámbitos en actuaciones de RSE. En el entorno económico actual en el que nos encontramos tan globalizado en el que una decisión en un punto del mundo puede tener graves consecuencias en cuestión de segundos en el resto del planeta, las relaciones entre los diversos agentes son imprescindibles. Ya no nos centramos únicamente en las relaciones entre empresas sino entre empresas y los distintos actores de la sociedad como pueden ser los gobiernos, o las organizaciones sin ánimo de lucro.

En el contexto en el que nos encontramos en el que prima más el bienestar común de la sociedad, garantizando una serie de principios y valores que todo ciudadano espera de las compañías que operan en su ecosistema, que el bienestar propio de las empresas mediante la máxima generación de beneficios posible, las relaciones entre agentes son un pilar fundamental para la correcta consecución de este objetivo común garantizando así la obtención de sinergias.

A través de esta forma de implementación de la RSE, las empresas buscan establecer una colaboración y cooperación activa con entidades de diversos ámbitos, tanto nacionales como internacionales y pertenecientes a diversos sectores de actividad con el fin de crear un entorno socioeconómico mucho más beneficioso para todos los componentes de este.

### 3.4. Capital Económico

En cuarto lugar, desde el punto de vista económico, una de las formas más eficaces y medibles de implementar la RSE en el seno de las organizaciones es mediante las inversiones realizadas en proyectos de RSE. Cada vez más empresas van a dedicar parte de su presupuesto a la inversión en proyectos de RSE por todas las consecuencias positivas que esto va a acarrear para estas y para la sociedad.

En primer lugar, y como veníamos mencionando en el apartado anterior, los inversores nacionales e internacionales van a sentir especial atracción por aquellas empresas que destinen parte de su presupuesto a la inversión en proyectos de RSE. Así, el interés por las prácticas política y socialmente correctas por parte de los inversores está en auge en los últimos años y estos buscan invertir en compañías que puedan ofrecerle una buena oportunidad de negocio, con una buena rentabilidad, pero que a su vez cumpla con determinados criterios socio ambientales.

En segundo lugar, esto va a tener un impacto de grandes dimensiones en el país o región en el que se celebran ya que va a ser fuente de generación de riqueza al estar invirtiendo grandes cantidades de dinero en proyectos socio ambientales.

Por último, la inversión en proyectos de RSE, va a tener un importante impacto en la economía del país en la que se realice ya que esto va a fomentar el mantenimiento y la creación de empleo directo.

### 3.5. Capital Social

Por último, nos encontramos con el capital social, que es el medio de implementación de la RSE que implica el impacto social que los proyectos y políticas llevados a cabo por las compañías van a tener en nuestra sociedad. De esta manera, la mejor forma de contribuir a la sociedad va a depender de la intensidad, eficacia y constancia con las que se lleven a cabo las actividades de RSE de las compañías, con el grado de sensibilización tanto de la sociedad como de las compañías, así como del alcance y difusión de la práctica de la RSE.

Como ya he mencionado anteriormente, el concepto de RSE es relativamente reciente y por lo tanto su práctica aun más. De ahí, que todavía falten enormes esfuerzos por parte de todos los agentes de la sociedad para que la RSE sea una realidad en la que todos contribuyamos al cien por cien. No obstante, hoy en día, numerosos son los esfuerzos que tanto las grandes empresas nacionales e internacionales como las PYMES están llevando a cabo con el fin de concienciar a los miembros de estas, pero también a la sociedad de su entorno. Así, la eficacia y utilidad de las políticas de RSE implementadas por parte de las compañías van a depender en parte del alcance e impacto que están vayan a tener en todos sus grupos de interés (clientes, proveedores, accionistas, inversores...).

Por ello, que cada vez más, las empresas están realizando programas de RSE con el único fin de comunicar y sensibilizar a la población sobre la importancia de estas y de las buenas prácticas de cara a nuestro futuro.

Las empresas cuentan entonces con cinco formas para implementar la práctica de la RSE en sus proyectos y estrategias empresariales. Así, tienen que coordinar sus proyectos y estrategias en el capital persona, el capital organizacional, el capital relacional, el capital económico y el capital social de forma que estos se complementen de forma que sean lo más efectivos posibles.

A nivel nacional hay que tener en cuenta que nos encontramos ante una situación totalmente inesperada e imprevisible como es la COVID-19. Las empresas tienen que afrontar entonces un nuevo panorama readaptando sus estrategias de negocio y sus planes de acción en responsabilidad social y medioambiental con el fin de satisfacer las necesidades de los diversos grupos de interés.

Así, en términos generales la siguiente tabla muestra las acciones específicas llevadas a cabo para paliar la COVID-19 por las empresas que forman parte del Informe SERES.

Tabla 1: Acciones en responsabilidad social y medioambiental frente a la COVID-19.

|  |                                  |
|--|----------------------------------|
|  | ACCIONES PARA PALIAR LA COVID-19 |
|--|----------------------------------|

|                           |   |
|---------------------------|---|
| 1. Capital persona        | Más de 154.000 empleados han participado en proyectos específicos contra esta pandemia y más de 16.000 empleados han formado parte en voluntariados corporativos con un total de 102.617 horas.   |
| 2. Capital Organizacional | Más de 154.000 empleados han participado en proyectos específicos contra esta pandemia y más de 16.000 empleados han formado parte en voluntariados corporativos con un total de 102.617 horas.   |
| 3. Capital Relacional     | De las 76 empresas analizadas para la elaboración del informe, 70 de ellas han desarrollado proyectos de RSE de carácter específico contra la COVID. En total, dichos proyectos de RSE han contado con el involucramiento de 6.065 entidades. |
| 4. Capital Económico      | Las empresas invirtieron un total de 1.429 millones de euros en programas de RSE de los cuales 281 millones (19,66%) fueron destinados a proyectos de RSE específicos contra la COVID-2019.   |
| 5. Capital Social         | Las 76 empresas analizadas han realizado un total de 12.979 proyectos en 2019 y más de 978 proyectos específicos contra la COVID-19.  |

Fuente: Elaboración propia.

Las empresas tienen un papel esencial en nuestra sociedad ya que pueden ser impulsoras de cambios e influir en nuestros hábitos de consumo, de alimentación y de estilo. Es por ello por lo que estas junto a los gobiernos han de liderar todas las iniciativas ante las nuevas adversidades y situaciones imprevistas que puedan surgir. De ahí, que cada vez más los diversos *stakeholders* exijan más resultados y más acciones para el cuidado de la sociedad y del medioambiente.

#### 4. EL DEBATE: ¿SER RESPONSABLE PARA SER RENTABLE?

Llegados a este apartado del trabajo, el autor decide abrir el debate que dio origen a este trabajo y que no tiene otro fin que descubrir si realmente la implementación de proyectos de acción en RSE conlleva una mayor rentabilidad para las empresas.

Desde hace veinte años, estamos presenciando el auge de la importancia de la RSE, tanto desde la esfera académica (numerosos autores se pronuncian al respecto y empieza a ser asignatura imprescindible en las universidades), como de las empresas (incremento notorio de sus prácticas en RSE), de los medios de comunicación (cada vez más nos encontramos con titulares que ocupan las portadas de los periódicos sobre malas prácticas en RSE por grandes empresas), de las organizaciones internacionales (claro ejemplo de esto es la creación de los ODS para la Agenda 2030 sobre el Desarrollo Sostenible) y de las autoridades públicas (a través de políticas públicas en RSE) (Baba, 2018).

Es por ello, que numerosos autores se han pronunciado acerca de la cuestión defendiendo posturas totalmente diferentes sobre la relación existente entre RSE y rentabilidad. De ahí, que el autor abogue por realizar una revisión crítica de la literatura existente con el fin de analizar las dos tesis que este debate plantea. Por un lado, la efectiva existencia de relación de correlación directa entre las prácticas en RSE y la rentabilidad de las empresas y, por otro lado, la inexistencia de relación entre ambas variables.

Wang (2014) establece los tres puntos de vista que las empresas y en especial sus directivos, tienen de la RSE.

En primer lugar, nos presenta una RSE vista como una carga para la empresa. Esto se debe a que la puesta en práctica de la RSE conlleva un mayor consumo de recursos, aumentando así sus costes, pero sin tener ningún beneficio a corto plazo. Además, dada la influencia que tienen las empresas en el ecosistema en el que operan, se le empiezan a exigir responsabilidades más propias del gobierno y estas defienden que no son organizaciones de caridad. No obstante, los dirigentes de las empresas que opinan que la RSE es una carga para las empresas no se han dado cuenta de que un buen entorno social es el factor macroeconómico para su desarrollo, y que la estabilidad y el buen orden de la sociedad pueden desempeñar un papel importante para su desarrollo, y que es una

tendencia inevitable para las empresas mantener unas buenas relaciones públicas sociales y una buena imagen para el desarrollo de la empresa contemporánea, y también que la realización de la RSE ofrece una buena oportunidad para el desarrollo de las empresas.

En segundo lugar, nos presenta una RSE como vía de crecimiento. Así, se basa en lo establecido por Louis (1986 citado en Wang, 2014) acerca de los tres tipos de responsabilidades: asignada/impuesta, contratada o autoimpuesta. Desde el punto de vista de los efectos sociales, la RSE se plantea como un medio efectivo para la obtención de recompensas lucrativas. Desde el punto de vista del efecto directo y obvio, la práctica en RSE por parte de las empresas lleva consigo el aparejamiento de un buen comportamiento social transmisor de tranquilidad para la sociedad, aunque únicamente esté cumpliendo con la normativa legal impuesta en lo que respecta a los procesos de producción, la defensa de los derechos e intereses de los trabajadores y el control y reducción de los residuos vertidos. Y, desde el punto de vista interno de las empresas, la práctica en RSE va a servirle como estrategia de relaciones públicas ya que va a permitir el reconocimiento de los diversos grupos de interés (inversores, clientes, vendedores, proveedores, empleados...) mientras que, desde el punto de vista externo, las buenas prácticas en RSE van a fomentar la mejora en la confianza de los consumidores y en la imagen de la marca.

Por último, Wang (2014) también presenta la RSE como vía de desarrollo de las empresas. Aunque en la duración del ciclo de vida de las empresas influyen muchos factores, la RSC es uno de los más importantes y puede incluso estar relacionada con la supervivencia de la empresa. Las empresas ya no tienen una visión tan egoísta, centrándose únicamente en su interés, a mirar por el interés del ecosistema que la rodea. La razón principal de esto es que los *stakeholders* no están dispuestos a tratar con empresas que carecen de RSC. Incluso las empresas sin un buen rendimiento de RSE no están dispuestas a tratar con empresas que no pueden ser respetuosas con la ley, honestas y dignas de confianza en su producción y funcionamiento. Aquí van a entrar en conflicto los intereses de los accionistas, los cuales obtienen beneficio en el corto plazo, y los intereses del entorno de la empresa cuyo beneficio para la empresa se plasma en el largo plazo. Desde el punto de vista de la estrategia de negocio de las compañías, si las empresas perjudican los intereses legítimos de los *stakeholders* con el fin de satisfacer los intereses de los accionistas, serán castigadas por la ley y recibirán daños económicos y de imagen.

En resumen, la manera eficaz de impulsar a las empresas a realizar una buena RSE es ayudarlas a darse cuenta de que existe una íntima relación entre la práctica de la RSE y la supervivencia y el desarrollo de las empresas (Wang, 2014).

En cuanto a los estudios realizados en relación con la materia, considero de mucha utilidad y pertinencia el realizado por Cho y Park (2015). El fin principal del estudio es analizar y valorar la posible relación existente entre RSE y rentabilidad. Si finalmente la relación es positiva, los altos directivos estarán motivados para llevar a cabo actividades de RSE de manera proactiva. Para realizar el estudio, se observaron los datos de 1301 empresas públicas coreanas y se empleó la puntuación de RSE ajustada, es decir, la RSE sin el componente relacionado con el rendimiento (a diferencia de los estudios que se venían realizando previamente, que sí que tenían en cuenta el rendimiento a la hora de medir la RSC). De los resultados del estudio, se desprende una relación positiva entre RSE y rentabilidad. No obstante, al usarse la puntuación de RSE ajustada, dicha relación se debilita significativamente comparada con la establecida a partir de estudios que utilizan una puntuación RSE sin ajustar. Esto se debe en parte a que el principal problema que plantean estos estudios es la forma en la que se miden las variables objeto del estudio.

Otro estudio muy interesante es el realizado por Gil Salmerón (2016) también sobre una posible relación existente entre la RSE y el beneficio empresarial. Aquí el autor compara el ROA (rentabilidad sobre activos) y la ratio EBITDA/VENTAS con los niveles de RSE que tienen las cien empresas españolas con mayor práctica en RSE según el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO). Para ello, parte de tres hipótesis:

1. Las empresas que tienen mayores índices de RSC ganan más.
2. El desarrollo de RSC interviene de forma negativa en el resultado contable.
3. La relación RSC- Rentabilidad empresarial tiene un efecto neutro.

Los autores llegan a la conclusión de que, de manera global, existe una correlación lineal débil entre altos niveles de RSE y ROA y/o EBITDA/VENTAS, pero que, si centramos el estudio en empresas de la misma industria, los resultados son mucho más elevados y positivos. Por lo tanto, el autor concluye que la RSE no es un factor

concluyente para determinar la rentabilidad o no de una empresa, pero que, sin embargo, va a ayudar a su incremento. Al igual que Cho y Park, Gil Salmerón defiende que los resultados dependerán de las variables utilizadas como medición, principal problema que presentan estos estudios de la relación entre RSE y rentabilidad.

Por último, el estudio realizado por Lech (2013), también respecto a la posible relación existente entre RSE y rentabilidad, muestra resultados diferentes a los obtenidos por Cho y Park y Gil Salmerón, pero con conclusiones muy similares. Usando como variables para medir la rentabilidad empleó el ROA y el ROE<sup>6</sup>. y como forma de medición de la RSE, la participación de las empresas en el *Respect Index*<sup>7</sup>. La autora concluye que no existe un impacto significativo de la RSE en el ROA/ROE. No obstante, al igual que los previos autores, esta reconoce que su estudio presenta ciertas debilidades ya que no hay una forma homogénea de medir la RSE y las variables utilizadas para medir la rentabilidad dependen tanto de factores internos como externos.

Por lo que podemos ver a raíz de los estudios mencionados en este apartado, cada autor ha considerado unos determinados criterios para medir tanto la rentabilidad de las empresas como la implementación de las acciones en responsabilidad social y medioambiental. Es aquí donde el autor encontró un punto de inflexión en su revisión de la literatura ya existente en relación con la presente cuestión. ¿Existe realmente una única medida de la rentabilidad de las empresas y de la práctica en acción social o medioambiental de estas?

Por lo que parece ser la respuesta es que no, pero principalmente para la forma de medir la práctica en RSE por parte de las empresas. Así, hemos visto que existen numerosos rankings e informes que podrían servirnos de base para poder medirla. En cuanto a la variable utilizada para medir la rentabilidad de estas, la mayoría de los autores

---

<sup>6</sup> EL ROE es tradicionalmente el indicador más utilizado para determina el nivel de rentabilidad de una empresa. Este se obtiene dividiendo el beneficio neto obtenido por los fondos propios.

<sup>7</sup> El *Respect Index* distingue a las empresas que se gestionan de forma sostenible y responsable, y al mismo tiempo destaca su atractivo para la inversión. Para KGHM, RESPECT se compone de un conjunto de actividades que abarcan 7 áreas: Responsabilidad, Ecología, Sostenibilidad, Participación, Medio ambiente, Comunidad y Transparencia.

optan por utilizar el ROA o el ROE por lo que parece ser la forma más oportuna de medirla. No obstante, el problema principal de estos estudios radica en que la rentabilidad de las empresas es un factor el cual se ve afectado por muchos componentes de los cuales uno de ellos puede ser la rentabilidad. Sin embargo, este componente no es determinante para poder explicar en su totalidad, de donde proviene la rentabilidad de las empresas.

Del análisis de los estudios previos realizados en la materia, podemos desprender las siguientes conclusiones:

- El concepto de RSE está cada vez más presente en nuestras sociedades. Pasamos de un modelo de empresas gestionadas por y para los accionistas a un modelo en el que priman los intereses de los *stakeholders*.
- La RSE pasa de ser una actividad voluntaria de las empresas a ser necesarias en la planificación de las estrategias de las empresas llegando a tener un impacto considerable en el desarrollo y en la supervivencia de estas.
- Tras varios estudios, no se ha podido llegar a una conclusión unánime acerca de la relación existente entre RSE y rentabilidad. A priori, los resultados muestran una relación positiva insignificante, pero que se ve reforzada si el estudio se individualiza por industrias.
- En línea con lo anterior, los estudios realizados van a presentar una serie de debilidades como consecuencia de la falta de unanimidad en la forma de medición de las variables que muestren la rentabilidad y la práctica en RSE de las empresas.

## 5. ESTUDIO DE LA RENTABILIDAD DE LAS PRÁCTICAS DE RSE DE LAS EMPRESAS DEL IBEX 35.

### 5.1. Metodología

El principal objetivo de este estudio se basa en determinar si efectivamente existe una correlación positiva entre las prácticas de RSE llevadas a cabo por las empresas del Ibex 35 y su rentabilidad. Así, la hipótesis planteada en el presente trabajo es la siguiente:

- Las empresas con mayores prácticas en RSE, tiene una mayor rentabilidad. Esta correlación positiva viene defendida por los autores ya mencionados anteriormente (Cho y Park, 2015; Gil Salmerón, 2016).

Como muestra para la realización del estudio, el autor ha seleccionado las empresas que formaban parte del IBEX 35 ya que se trata de sociedades cotizadas por lo que son de interés para los accionistas. Además, estamos hablando de sociedades muy grandes a nivel nacional por lo que su impacto en el entorno en el que operan va a ser de interés para el resto de *stakeholders*.

De cara a estudiar la evolución y la correlación entre las prácticas de RSE y la rentabilidad, se han seleccionado las empresas pertenecientes al IBEX 35 en el año 2015 obteniendo así sus datos en los años 2015, 2016, 2017, 2018 y 2019.

Las empresas presentes en el IBEX 35 en 2015 son las siguientes:

1. ABERTIS INFRAESTRUCTURAS, S.A.
2. ACCIONA, S.A.
3. ACERINOX, S.A.
4. ACS, ACTIVIDADES DE CONSTRUCCIÓN Y SERVICIOS, S.A.
5. AENA SME, S.A.
6. AMADEUS IT GROUP, S.A.
7. ARCELORMITTAL, S.A.
8. BANCO DE SABADELL, S.A.
9. BANCO POPULAR ESPAÑOL, S.A.

10. BANCO SANTANDER, S.A.
11. BANKIA, S.A.
12. BANKINTER, S.A.
13. BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA, S.A.
14. CAIXABANK, S.A.
15. DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN, S.A.
16. ENAGÁS, S.A
17. ENDESA, S.A.
18. FERROVIAL, S.A.
19. FOMENTO DE CONSTRUCCIONES Y CONTRATAS, S.A.
20. GAS NATURAL FENOSA, S.A.
21. GRIFOLS, S.A.
22. INTERNATIONAL CONSOLIDATED AIRLINES GROUP, S.A.
23. IBERDROLA CLIENTES, S.A.U.
24. INDUSTRIA DE DISEÑO TEXTIL, S.A.
25. INDRA SISTEMAS, S.A.
26. MAPFRE ESPAÑA, S.A.
27. MEDIASET, S.p.A.
28. MERLIN PROPERTIES SOCIMI, S.A.
29. OBRASCON HUARTE LAÍN, S.A.
30. RED ELECTRICA CORPORACION, S.A.
31. REPSOL, S.A.
32. SACYR, S.A.
33. SIEMENS GAMESA RENEWABLE ENERGY, S.A.
34. TELEFONICA, S.A.
35. VISCOFAN, S.A.

El hecho de haber realizado el estudio hasta el 2019 y no hasta el 2020 se basa en el impacto que la COVID- 19 puede tener en todos los ámbitos de la empresa pudiendo distorsionar la tendencia que estas llevaban desde el año 2015.

Por un lado, con el fin de medir la práctica en RSE de las empresas y analizando los trabajos realizados por otros autores, se ha utilizado el ranking MERCO como variable. Como se ha mencionado con anterioridad a lo largo del trabajo, no existe una única

medida uniforme para medir la práctica en RSE por parte de las empresas. La idea inicial del autor era utilizar los datos de las treinta y cinco empresas del IBEX 35 de las variables empleadas en el informe SERES para la medición de los cinco capitales (persona, organizacional, relacional, económico y social). No obstante, ante la incapacidad de obtener todos los datos necesarios para ello, el autor optó por utilizar el ranking MERCO. Este ranking MERCO utilizado en otros estudios como el de Gil Salmerón (2016)

Como mencionábamos anteriormente, MERCO realiza un ranking anual de las 100 empresas con mayor responsabilidad con una puntuación de entre 10.000 (empresa número 1 del ranking) y 3.000 (empresa número 100 del ranking). Por lo que, en el presente trabajo, se han tenido en cuenta todas las empresas presentes en el IBEX 35 que han aparecido en el ranking MERCO en los años 2015, 2016, 2017 y 2018. Como empresas más destacadas, nos encontramos con BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA, S.A. (mejor puesto en el ranking en estos años, nº6), CAIXABANK, S.A. (mejor puesto en el ranking en estos años, nº4), IBERDROLA CLIENTES, S.A.U. (mejor puesto en el ranking en estos años, nº5), INDUSTRIA DE DISEÑO TEXTIL, S.A. (mejor puesto en el ranking en estos años, nº3), REPSOL, S.A. (mejor puesto en el ranking en estos años, nº6), y TELEFONICA, S.A. (mejor puesto en el ranking en estos años, nº8), las cuales están presentes todos los años dentro del top 10.

De las treinta y cinco empresas presentes en el IBEX 35 en el año 2015, únicamente siete de ellas no están presentes ninguno de los años (ACERINOX, S.A., ARCELORMITTAL, S.A., MEDIASET, MERLIN PROPERTIES SOCIMI S.A., OHL, SACYR, S.A. Y VISCOFAN, S.A.). El resto de ellas están presentes todos los años (ABERTIS INFRAESTRUCTURAS, S.A., ACCIONA, S.A., ACS, ACTIVIDADES DE CONSTRUCCIÓN Y SERVICIOS, S.A., BANCO SANTANDER, S.A., BANCO DE SABADELL, S.A., BANKINTER, S.A., BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA, S.A., CAIXABANK, S.A., DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN, S.A., ENDESA, S.A., GRIFOLS, S.A., INTERNATIONAL CONSOLIDATED AIRLINES GROUP, S.A., IBERDROLA CLIENTES, S.A.U., INDUSTRIA DE DISEÑO TEXTIL, S.A., INDRA SISTEMAS, S.A., MAPFRE ESPAÑA, S.A., RED ELECTRICA CORPORACION, S.A., REPSOL, S.A., TELEFONICA, S.A.) o en alguno de los cuatro años (AENA SME, S.A., AMADEUS IT GROUP, S.A., BANCO POPULAR ESPAÑOL, S.A., BANKIA, S.A., ENAGÁS, S.A.,

FERROVIAL, S.A., FOMENTO DE CONSTRUCCIONES Y CONTRATAS, S.A., GAS NATURAL FENOSA, S.A., SIEMENS GAMESA RENEWABLE ENERGY, S.A.).

Por ello, el estudio se ha realizado utilizando como muestra los datos de las siguientes empresas:

1. ABERTIS INFRAESTRUCTURAS, S.A.
2. ACCIONA, S.A.
3. ACS, ACTIVIDADES DE CONSTRUCCIÓN Y SERVICIOS, S.A.
4. AENA SME, S.A.
5. AMADEUS IT GROUP, S.A.
6. BANCO DE SABADELL, S.A.
7. BANCO POPULAR ESPAÑOL, S.A.
8. BANCO SANTANDER, S.A.
9. BANKIA, S.A.
10. BANKINTER, S.A.
11. BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA, S.A.
12. CAIXABANK, S.A.
13. DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN, S.A.
14. ENAGÁS, S.A.
15. ENDESA, S.A.
16. FERROVIAL, S.A.
17. FOMENTO DE CONSTRUCCIONES Y CONTRATAS, S.A.
18. GAS NATURAL FENOSA, S.A.
19. GRIFOLS, S.A.
20. INTERNATIONAL CONSOLIDATED AIRLINES GROUP, S.A.
21. IBERDROLA CLIENTES, S.A.U.
22. INDUSTRIA DE DISEÑO TEXTIL, S.A.
23. INDRA SISTEMAS, S.A.
24. MAPFRE ESPAÑA, S.A.
25. RED ELECTRICA CORPORACION, S.A.
26. REPSOL, S.A.
27. SIEMENS GAMESA RENEWABLE ENERGY, S.A.

## 28. TELEFONICA, S.A.

Para el estudio de la correlación entre la rentabilidad y las prácticas en RSE, se ha calculado la tasa de variación del puesto de las empresas en el ranking y la tasa de variación de la puntuación de las empresas. Para aquellas empresas presentes todos los años, la tasa de variación se ha calculado entre 2015 y 2018  $((\text{Dato 2018} - \text{Dato 2015}) / \text{Dato 2015})$  mientras que, para las empresas presentes en algunos de los cuatro años, la tasa de variación se ha calculado con los datos del primer año en el que se obtienen y los datos del último año.

El autor ha considerado oportuno utilizar los datos de 2015 a 2018 para poder contar así con los datos de varios años con el fin de analizar la variación de la puntuación obtenida por las treinta y cinco empresas cada uno de los años y la variación de su posición en el ranking. Se han utilizado los datos hasta el 2018 con el fin de utilizar el ROA del 2019 para ver así si efectivamente la variación de la puntuación o del puesto obtenido en el ranking afecta a la rentabilidad. Al encontrarnos en una situación de pandemia por la COVID-19, el autor no ha considerado oportuno utilizar los datos de años posteriores ya que la situación general nacional de confinamiento domiciliario como reacción a la COVID-19 ha frenado tanto la actividad productiva de las empresas como la posibilidad de consumir de los clientes.

Además, el autor ha realizado el estudio utilizando no solo la tasa de variación de la puntuación obtenida entre 2015 y 2018 y la tasa de variación del ranking obtenido entre 2018, sino que este también ha llevado a cabo el estudio empleando el último dato absoluto al que se tiene acceso entre 2015 y 2018 de la puntuación y del puesto en el ranking.

En cuanto a la rentabilidad, siguiendo el ejemplo de estudios pasados similares como por ejemplo el de Gil Salmerón (2016), la variable empleada para medirla ha sido el ROA (*Return On Assets*) que es una ratio que indica la rentabilidad sobre los activos. Esta ratio es el resultado que se obtiene tras dividir los ingresos obtenidos por la empresa en un periodo de tiempo determinado (en nuestro caso, año 2019) entre los activos totales de la empresa ese mismo año 2019 y multiplicado por 100. Para su obtención, el autor ha

utilizado las cuentas anuales (balance y cuenta de pérdidas y ganancias) de todas las empresas (cuando las empresas tuviesen cuentas consolidadas, se han utilizado estas para valorar la rentabilidad del grupo) utilizando como cifra de ingresos el resultado neto del ejercicio. Para obtener el balance y la cuenta de pérdidas y ganancias de todas las compañías o grupos presentes en el IBEX 35, el autor ha utilizado la página web oficial de cada una de las empresas las cuales disponen de toda la información relevante (cuentas anuales, memoria, estado de información no financiera...) de los últimos años.

Las empresas del IBEX 35 que mejor ROA presentan en el año 2019 son INDUSTRIA DE DISEÑO TEXTIL, S.A. (ROA de 16,82%), DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN, S.A. (ROA de 11,50%) y AMADEUS IT GROUP, S.A. (ROA de 10,70%) mientras que las empresas que peor ROA presentan, llegando este a ser negativo, son REPSOL, S.A. (ROA de -6,54%) y SACYR, S.A. (ROA de -1,96%).

En la siguiente tabla, podemos ver todos los datos obtenidos para las empresas del IBEX 35.

Tabla 2: Datos para el estudio de las empresas del IBEX 35

| EMPRESAS   | Tasa de variación ranking (2015-2018) | Última posición en el ranking | Tasa de variación puntuación (2015-2018) | Última puntuación en el ranking | ROA 2019 |
|--|---------------------------------------|-------------------------------|--|---------------------------------|----------|
| ABERTIS INFRAESTRUCTURAS, S.A.                     | 33,33%                                | 48                            | 2,54%                                    | 6096                            | 0,76%    |
| ACCIONA, S.A.                                      | 11,11%                                | 20                            | 0,46%                                    | 6944                            | 2,29%    |
| ACERINOX, S.A.                                     | NP                                    | NP                            | NP                                       | NP                              | NP       |
| ACS, ACTIVIDADES DE CONSTRUCCIÓN Y SERVICIOS, S.A. | 9,64%                                 | 91                            | 11,87%                                   | 4674                            | 1,85%    |
| AENA SME, S.A.                                     | 2,78%                                 | 37                            | 3,77%                                    | 6433                            | 9,71%    |
| AMADEUS IT GROUP, S.A.                             | 20,55%                                | 88                            | -3,42%                                   | 4829                            | 10,70%   |
| ARCELORMITAAL, S.A.                                | NP                                    | NP                            | NP                                       | NP                              | NP       |
| BANCO DE SABADELL, S.A.                            | -44,00%                               | 28                            | 17,80%                                   | 6663                            | 0,35     |

|   |         |    |         |      |        |
|---|---------|----|---------|------|--------|
| BANCO POPULAR ESPAÑOL, S.A.                       | -44.44% | 35 | 18,14%  | 6220 | 1,33%  |
| BANCO SANTANDER, S.A.                             | -31.25% | 11 | 8,37%   | 7781 | 0,53%  |
| BANKIA, S.A.                                      | -42,50% | 46 | 29,70%  | 6245 | 0,26%  |
| BANKINTER, S.A.                                   | -35,56% | 29 | 14,70%  | 6576 | 0,66%  |
| BANCO BILBAO VIZCAYA ARGENTARIA, S.A.             | -30,00% | 7  | 6,82%   | 8118 | 0,62%  |
| CAIXABANK, S.A.                                   | 0,00%   | 4  | -2.18%  | 8527 | 0,44%  |
| DISTRIBUIDORA INTERNACIONAL DE ALIMENTACIÓN, S.A. | -3.33%  | 58 | 10,61%  | 5921 | 11,50% |
| ENAGAS, S.A.                                      | 1,72%   | 59 | 9,06%   | 5910 | 4,84%  |
| ENDESA, S.A.                                      | 33,33%  | 76 | -3,66%  | 5348 | 4,91%  |
| FERROVIAL, S.A.                                   | 20,90%  | 81 | 0,39%   | 5204 | 1,07%  |
| FOMENTO DE CONSTRUCCIONES Y CONTRATAS, S.A.       | 6,98%   | 92 | 13,23%  | 4646 | 2,70%  |
| GAS NATURAL FENOSA, S.A.                          | -4,55%  | 21 | 6,95%   | 6894 | 4,37%  |
| GRIFOLS, S.A.                                     | 39,06%  | 89 | -8,86%  | 4793 | 4,17%  |
| INTERNACIONAL CONSOLIDATED AIRLINES GROUP, S.A.   | -20,00% | 52 | 14,48%  | 5992 | 8,61%  |
| IBERDROLA CLIENTES, S.A.U.                        | 20,00%  | 6  | -3,07%  | 8201 | 3,17%  |
| INDUSTRIA DE DISEÑO TEXTIL, S.A.                  | 0,00%   | 3  | -4,08%  | 8859 | 16,82% |
| INDRA SISTEMAS, S.A.                              | 36,36%  | 75 | -2,42%  | 5447 | 2,92%  |
| MAPFRE ESPAÑA, S.A.                               | -54.55% | 5  | 9,54%   | 8230 | 1,32%  |
| MEDIASET S.p.A.                                   | NP      | NP | NP      | NP   | NP     |
| MERLIN PROPERTIES SOCIMI, S.A.                    | NP      | NP | NP      | NP   | NP     |
| OBRASCON HUARTE LAÍN, S.A.                        | NP      | NP | NP      | NP   | NP     |
| RED ELECTRICA CORPORACION, S.A.                   | 51,61%  | 47 | 1,35%   | 6164 | 5,67%  |
| REPSOL, S.A.                                      | 33,33%  | 8  | -3,47%  | 8033 | -6,54% |
| SACYR, S.A.                                       | NP      | NP | NP      | NP   | NP     |
| SIEMENS GAMESA RENEWABLE ENERGY, S.A.             | 90,20%  | 97 | -46,59% | 3011 | 0,84%  |
| TELEFÓNICA, S.A.                                  | 12,50%  | 9  | -0,88%  | 7992 | 1,40%  |
| VISCOFAN, S.A.                                    | NP      | NP | NP      | NP   | NP     |

Fuente: elaboración propia.<sup>8</sup>

Además, como información general, en la siguiente tabla se muestra la media del ROA, de la tasa de variación de la posición en el ranking y de la puntuación del ranking de las 35 empresas.

Tabla 3: Estadísticos descriptivos ROA, tasa de variación en el ranking y Tasa de variación en la puntuación.

|               | MEDIA   | DESV. TÍPICA | N  |
|---------------|---------|--------------|----|
| ROA 2019      | 0,03475 | 0,045616     | 28 |
| VarRanking    | 0,04043 | 0,335944     | 28 |
| VarPuntuación | 0,03607 | 0,132001     | 28 |

Fuente: Elaboración propia<sup>9</sup>

En cuanto al método estadístico utilizado para realizar el estudio de la posible correlación positiva existente entre la acción en responsabilidad social y empresarial de las empresas y su rentabilidad, el autor ha utilizado una regresión lineal simple ejecutada con SPSS versión 26. Adicionalmente, gracias a la secuencia temporal entre las variables independientes y la variable dependiente, sea ha podido medir la relación de causalidad (objetivo principal de este trabajo).

## 5.2. Análisis de la correlación lineal entre la RSE y el ROA.

En primer lugar, el autor estudia la correlación existente entre la tasa de variación en el ranking de las empresas y la tasa de variación en la puntuación obtenida por las empresas con el fin de determinar si es conveniente o no la realización de una regresión múltiple. Como podemos ver en la tabla, la correlación es de -0,814 por lo que no es oportuno realizar el estudio conjuntamente debido al alto grado de dependencia entre ambas variables independientes.

Tabla 4: Correlaciones entre ROA, tasa de variación en el ranking y tasa de variación en la puntuación.

---

<sup>8</sup> Información procedente del ranking MERCOSUR y de las cuentas anuales de las compañías.

<sup>9</sup> Información procedente del resultado de la regresión lineal simple ejecutada con SPSS versión 26.

|               |          |            |               |
|---------------|----------|------------|---------------|
|               | ROA 2019 | VarRanking | VarPuntuación |
| ROA 2019      | 1,000    | 0,047      | -0,030        |
| VarRanking    | 0,047    | 1,000      | -0,814        |
| VarPuntuación | -0,030   | -0,814     | 1,000         |

Fuente: Elaboración propia.<sup>10</sup>

Una vez determinada la inconveniencia de realizar el estudio conjuntamente, el autor opta por realizar regresiones simples diferentes estudiando la correlación existente entre:

- i. El ROA de 2019 y la tasa de variación del puesto en el ranking.
- ii. El ROA de 2019 y la tasa de variación de la puntuación obtenida por las empresas.
- iii. El ROA de 2019 y el puesto obtenido en el último año en el que contamos con datos (en la mayoría de los casos será el 2018).
- iv. El ROA de 2019 y la puntuación obtenida en el último año en el que contamos con datos (en la mayoría de los casos será el 2018).

Así, de las cuatro regresiones se desprenden los siguientes resultados:

Tabla 5: Resumen de los resultados del estudio de la correlación según variables.

|   | R cuadrado ajustado | Coefficientes estandarizados Beta | Sig.  |
|---|---------------------|-----------------------------------|-------|
| ROA – Tasa de variación del puesto en el ranking. | -0,036              | 0,47                              | 0,812 |
| ROA – Tasa de variación de la puntuación.         | -0,038              | -0,30                             | 0,878 |

<sup>10</sup> Información procedente del resultado de la regresión lineal simple ejecutada con SPSS versión 26.

|                                |        |       |       |
|--------------------------------|--------|-------|-------|
| ROA- Puesto ranking último año | -0,030 | 0,80  | 0,679 |
| ROA – Puntuación último año.   | -0,037 | -0,10 | 0,958 |

Fuente: Elaboración propia.<sup>11</sup>

Tras realizar el estudio de la correlación existente entre la RSE y el ROA, los resultados muestran que no existe una relación significativa entre el ROA y la variación en la puntuación, ni entre el ROA y la variación en el ranking, ni entre el ROA y la puntuación del último año anterior (2018 en general, salvo para determinadas empresas de las que no disponemos de todos los datos, por lo que se ha utilizado el último dato del que se dispone), ni entre el ROA y el ranking del último año anterior (2018 en general, salvo para determinadas empresas de las que no disponemos de todos los datos, por lo que se ha utilizado el último dato del que se dispone).

De los resultados desprendidos podemos deducimos que ninguna de las relaciones de dependencia es significativa ya que en todos los casos los valores del p-valor son muy superiores a 0,05 y 0,01 (0,812; 0,878; 0,679 y 0,958). Por ello, no podemos confirmar que ROA y tasa de variación en del puesto en el ranking, que ROA y tasa de variación de la puntuación, que ROA y puesto en el ranking del último año y ROA y puntuación obtenida en el último año estén significativamente correlacionados en una relación de causalidad.

El R cuadrado ajustado vendría a explicar en caso de que el modelo fuera bueno (significativo) la variabilidad de los datos. Por lo que este vendría a explicar un 3,6%, un 3,8%, un 3,0% y un 3,7% de la varianza respectivamente según el modelo. A pesar de ser porcentajes no muy elevados, al tratarse el ROA de una variable muy compleja de explicar y medir por la gran cantidad de variables que influyen en ella, estos porcentajes tendrían sentido.

---

<sup>11</sup> Información procedente del resultado de la regresión lineal simple ejecutada con SPSS versión 26.

## 6. CONCLUSIÓN

La realización del estudio nos muestra que efectivamente no existe una correlación positiva entre la implementación en RSE por parte de las empresas y su ROA por lo que tenemos que rechazar la hipótesis del presente trabajo apoyando así la tesis de Lech (2013).

Por lo que, podemos concluir que una mayor implementación en políticas de RSE no va a incidir positivamente en la rentabilidad de las empresas (obtenida con el cálculo de la ROA), es decir, que por el hecho de que las empresas inviertan más en RSE no tiene por qué verse reflejado en un mayor nivel de la rentabilidad de la empresa en comparación con las demás. En otras palabras, no necesariamente las empresas más activas social y medioambientalmente son las que mejor rentabilidad obtienen de sus activos.

No obstante, al igual que los demás trabajos realizados por Lech, Cho y Park o Gil Salmerón, el presente trabajo presenta una serie de limitaciones muy importantes a tener en cuenta a la hora de interpretar estos resultados.

En primer lugar, cabe señalar que no existe una única y absoluta forma de medir la implementación en RSE por parte de las empresas y la rentabilidad de estas. Por ejemplo, Gil Salmerón utiliza la ratio EBITDA/VENTAS para el cálculo de la rentabilidad de las empresas y Lech utiliza el *Respect Index* como variable para medir la práctica de las empresas en RSE mientras que en el presente estudio se han utilizado como variables el ROA, la tasa de variación del puesto en el ranking del índice MERCO, la tasa de variación de la puntuación obtenida en el índice MERCO, el último puesto de ranking obtenido y la última puntuación obtenida. De ahí que los resultados obtenidos puedan ser muy diferentes a pesar de que la finalidad del estudio sea la misma (estudiar la posible correlación entre prácticas en RSE y rentabilidad de las empresas). Otra forma posible de medir la práctica en RSE de las empresas hubiese podido ser utilizando alguna de las variables utilizadas para medir la acción en RSE de las empresas en el Informe SERES, empleando así variables que afecten a todos los ámbitos posibles de implementar las prácticas en RSE de las empresas. Podemos ver entonces que existen diversas formas de medir tanto la rentabilidad como la RSE por lo que no existe una forma unánime que

facilite el objeto de este trabajo que es el estudio de la posible correlación entre RSE y rentabilidad.

En segundo lugar, y en relación con la muestra seleccionada, el estudio realizado por el autor se basa en las empresas del IBEX 35, concretamente en 29 de estas por la disponibilidad de los datos, por lo que los resultados obtenidos no van a poder extrapolarse a otro tipo de empresas como serían las PYMES. Los estudios realizados por autores como Gil Salmerón y Cho y Park utilizan una muestra mucho más amplia (cien empresas en el primer caso y mil trescientas en el segundo) con empresas de diversos tamaños por lo que vemos que tampoco existe unanimidad en la selección de las muestras a analizar. Además, los estudios se llevan a cabo con empresas de diversa índole, tamaño, actividad, años de funcionamiento, plantilla, recursos por lo que los resultados pueden ser totalmente diferentes teniendo en cuenta todos estos factores. No obstante, parece ser que los resultados se asemejan más y son más positivos cuando el estudio se segmenta con empresa del mismo sector o industria (Gil Salmerón, 2016).

Y, por último, el hecho de estar midiendo únicamente la influencia de la RSE en la rentabilidad de las empresas. La rentabilidad es muy compleja e influyen en ella muchos factores entre los que pueden estar la productividad, la relación calidad/precio de los productos o servicios ofrecidos, los costes de producción o la RSE, por lo que los resultados obtenidos en el presente trabajo no pueden ser absolutos debido a la cantidad de factores que afectan a la rentabilidad de las empresas.

En definitiva, el presente Trabajo de Fin de Grado ofrece una serie de limitaciones que hacen que finalmente los resultados obtenidos sean incompletos o no nos permitan sacar conclusiones generales dada la complejidad de la cuestión. De ahí que los resultados de los diversos estudios realizados con anterioridad desprendan resultados totalmente diferentes en función de estas tres principales limitaciones. Hasta que no se unifiquen los criterios de medición de la rentabilidad y práctica en RSE de las empresas, los estudios no podrán gozar de cierta unanimidad en cuanto a su aplicación y, por tanto, no podrán extrapolarse ni establecerse conclusiones universales entorno a la presente cuestión dejando así el debate abierto a futuras investigaciones que puedan realizar nuevas aportaciones innovadoras a la cuestión.

## 7. BIBLIOGRAFÍA

- Baba, S. (2017). Analyse sociohistorique et épistémologique de la recherche en responsabilité sociale des entreprises. *Management international*, 22(2), 96-111.
- Camacho, I., Fernández, J.L., González, R. y Miralles, J. (2013). Los instrumentos de la ética y la RSE en la empresa. En Desclée de Browser (Eds.). *Ética y responsabilidad empresarial* (pp. 81-99). Universidad Jesuitas
- Cho, E., & Park, H. (2015). Is CSR Really Profitable? Evidence From Korea. *Journal of Applied Business Research (JABR)*, 31(6), 2167–2186. <https://doi.org/10.19030/jabr.v31i6.9474>
- Comunidad RSE. (2015). *Howard Bowen, el padre de la RSE*. Recuperado el 9 de junio de 2021 de <http://www.comunidadrse.com.ar/howard-bowen-el-padre-de-la-rse/>
- *Contributions to Agenda 2030*. (2016). Stockholm Resilience Centre. <https://www.stockholmresilience.org/research/research-news/2017-02-28-contributions-to-agenda-2030.html>
- Correa, Juan G. (2007). Artículo “Evolución histórica de los conceptos de responsabilidad social empresarial y balance social” pág. 89-95, revista “Semestre Económico”, volumen 10 No 20, Universidad de Medellín.
- Dare, J. (2018). Do Actions Speak Louder than Words? An Exploratory Study on CSR. *Business and Society Review*, 123(2), 303–339. <https://doi.org/10.1111/basr.12143>
- Deloitte. (s. f.). Global Impact Model®. Deloitte Spain. Recuperado 14 de junio de 2021 de <https://www2.deloitte.com/es/es/pages/public-sector/solutions/Global-Impact-Model.html>
- Forética. (2021). Sobre Forética. Recuperado el 13 de junio de 2021 de <https://foretica.org/sobre-foretica/>.

- Fundación SERES y Deloitte. (2020). *SERES, valor social 2020 VII informe del impacto social de las empresas* (N.º7). <https://www.fundacionseres.org/Paginas/Campus/InformeImpactoSocialEmpresasVII.aspx>
  
- Gámez, M. J. (s. f.). Objetivos y metas de desarrollo sostenible. Naciones Unidas. Recuperado el 10 de junio de 2021, de <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/objetivos-de-desarrollo-sostenible/>
  
- Garrote, P. A. (2020, 31 enero). *¿Qué es el ROE?* BBVA NOTICIAS. Recuperado el 30 de mayo de <https://www.bbva.com/es/que-es-el-roe/>
  
- Gil Salmerón, A. M. (2016). La relación entre el beneficio empresarial y la RSC. *¿Ganan más las compañías más responsables?* *FAEDPYME INTERNATIONAL REVIEW*, 5(8). <https://doi.org/10.15558/fir.v5i8.107>
  
- Goedeke, M.J., & Foliasso, C. (2020). Is CSR Becoming a Corporate Requirement? *JOURNAL OF MANAGERIAL ISSUES*, XXXII (2), 162-175
  
- IESE Business School Universidad de Navarra. (2017). Empresa y objetivos de desarrollo sostenible. *Cuadernos de la Cátedra CaixaBank de Responsabilidad Social Corporativa*, 34, 1–28.
  
- Leal Carretero, Fernando (2007). La responsabilidad social de las empresas: una propuesta de modelo. *Revista Mexicana de Sociología*, 69(3),485-516. Recuperado el 12 de junio de <https://www.redalyc.org/articulo.oa?id=32112593004>
  
- Lech, A. (2013). Corporate Social Responsibility and Financial Performance. Theoretical and Empirical Aspects. *Comparative Economic Research. Central and Eastern Europe*, 16(3), 49–62. <https://doi.org/10.2478/cer-2013-0018>

- López Cells, D. A., Peñalosa Otero, M. E., Escobar Montero, A. R., & Sánchez Hernández, J. D. (2019). ANALISIS DE LA PERCEPCION DE LOS MILLENNIALS SOBRE LA IMPORTANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL (RSE) EN BOGOTA, COLOMBIA. *Revista de Administração Unimep*, 17(4), 159–170.
  
- MERCO [Monitor Empresarial de Reputación Corporativa]. (2015). *El proceso de elaboración de Merco España 2015*. Madrid, España: MERCO. Recuperado el 17 de mayo de <https://www.merco.info/es/que-es-merco>.
  
- Muñoz Murcia, N. M., Ruiz Acosta, L. E., & Camargo Mayorga, D. A. (2020). Relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad: una revisión de literatura. *Encuentros*, 18(02), 128–141. <https://doi.org/10.15665/encuen.v18i02.2406>
  
- Mozas Moral, A., & Puentes Poyatos, R. (2010). La responsabilidad social corporativa y su paralelismo con las sociedades cooperativas. *REVESCO. Revista de estudios Cooperativos*, 75-100. Recuperado el 12 de junio de 2021 de <https://www.redalyc.org/pdf/367/36715601004.pdf>
  
- *Quiénes somos*. (2018) Observatorio de Responsabilidad Social Corporativa. Recuperado el 20 de mayo de 2021 de <https://observatoriorsc.org/inicio/quienes-somos/>
  
- *Respect index*. (2019, 7 mayo). KGHM Corporate Website. Recuperado el 10 de junio de 2021 <https://kgm.com/en/sustainable-development/trustworthy-investment/respect-index>
  
- Ruiz-Acosta, L.E., Camargo-Mayorga, D.A., Muñoz-Murcia, N.M. (2020). Relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad: una revisión de literatura. *Encuentros*, 18(02), 128-141. <https://doi.org/10.15665/encuen.v18i02.2406>

- Ruiz-Lozano, M., De los Ríos Berjillos, A., & Millán Lara, S. (2016). ¿Son los códigos éticos un instrumento de gestión de la responsabilidad social? Un estudio exploratorio en Andalucía. *Intangible Capital*, 12(2), 462–486. <https://doi.org/10.3926/ic.702>
  
- SOSTENIBILIDAD Para todos. (2015) *¿Sabes cuándo nace la sostenibilidad?* Recuperado el 30 de mayo de 2021 de <https://www.sostenibilidad.com/desarrollo-sostenible/sabes-cuando-nace-la-sostenibilidad/>
  
- Vallaey, F. (2020). ¿Por qué la Responsabilidad Social Empresarial no es todavía transformadora? Una aclaración filosófica. *Andamios, Revista de Investigación Social*, 17(42), 309–333. <https://doi.org/10.29092/uacm.v17i42.745>
  
- Wang, S. (2014). On the Relationship between CSR and Profit. *Journal of International Business Ethics*, 7(1), 51-57.
  
- Yépez, P., Álvarez Sintés, R., & Barcos Pina, I. (2020). Una visión salubrista de la convergencia estratégica para la agenda 2030 de Desarrollo Sostenible. *Revista Cubana de Salud Pública*.