

Relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad: una revisión de literatura¹



How to cite:

Relación entre responsabilidad social empresarial y rentabilidad: una revisión de literatura (2020) Ruiz-Acosta Liliana Elizabeth; Camargo-Mayorga David Andrés; Muñoz-Murcia Nataly Marcela. *Encuentros*, 18(02), 128-141. <https://doi.org/10.15665/re.v18i02.2406>

Nataly Marcela Muñoz Murcia², Universidad Militar Nueva Granada
nmp.nataly.munoz@unimilitar.edu.co; <https://orcid.org/0000-0002-9842-8560>

Liliana Elizabeth Ruiz Acosta³, Universidad Militar Nueva Granada
liliana.ruiz@unimilitar.edu.co; <https://orcid.org/0000-0003-3323-8480>

David Andrés Camargo Mayorga⁴, Universidad Militar Nueva Granada
david.camargo@unimilitar.edu.co; <https://orcid.org/0000-0002-5290-8251>

Recibido: 01 de junio de 2020 / Aceptado: 02 de julio de 2020

RESUMEN

Este artículo de análisis documental tiene por objetivo identificar en los hallazgos de 57 investigaciones, la relación existente entre acciones de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y rentabilidad de las empresas. Para el procesamiento y análisis de los datos se utilizó el software NVivo12-Pro. Los hallazgos más importantes muestran que existen relaciones de tipo positiva, negativa y neutral, en donde predomina la positiva, la cual no depende del enfoque metodológico con el que se hizo la investigación. Con este trabajo se busca aportar información para los tomadores de decisión al momento de implementar o desarrollar modelos de gestión de RSE.

Palabras clave: RSE, empresas, rentabilidad, estrategia, prácticas, sociedad.

Relationship between corporate social responsibility and profitability: a literature review

ABSTRACT

This documentary analysis paper aims to identify in the findings of 57 investigations, the relationship between actions of Corporate Social Responsibility (CSR) and profitability of companies. The NVivo12-Pro software was used for data processing and analysis. The most important findings show that there are

1 Este es un artículo de investigación científica, derivado del proyecto de investigación INV-ECO-2582 "Análisis de la relación entre el desempeño financiero y los diez principios del Pacto Global durante el periodo 2010-2015 en empresas colombianas adheridas" financiado por la Vicerrectoría de Investigaciones de la Universidad Militar Nueva Granada en la vigencia 2018. Bogotá-Colombia

2 Asistente de investigación, vinculada al proyecto INV-ECO 2582. Licenciada en lengua castellana y humanidades. Universidad Distrital Francisco José de Caldas.

3 Contador Público y Magister en Gestión Empresarial. Docente Investigador de tiempo completo y miembro del grupo GECS del Centro de Investigaciones de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá-Colombia.

4 Economista, Magister en Economía y en Educación. Docente Investigador de tiempo completo y miembro del grupo de Estudios Contemporáneos en Contabilidad, Gestión y Organizaciones del Centro de Investigaciones de Ciencias Económicas de la Universidad Militar Nueva Granada. Bogotá-Colombia. Correo electrónico: david.camargo@unimilitar.edu.co

positive, negative and neutral relationships, where the positive predominates, which does not depend on the methodological approach with which the research was carried out. This work seeks to provide information for decision makers when implementing or developing CSR management models.

Keywords:: CSR, companies, profitability, strategy, practices, society.

Relação entre responsabilidade social corporativa e rentabilidade: uma revisão de literatura

RESUMO

Este trabalho de análise documental visa identificar, nas conclusões de 57 investigações, a relação entre as ações de Responsabilidade Social Corporativa (RSC) e a rentabilidade das empresas. O software NVivo12-Pro foi usado para processamento e análise de dados. Os achados mais importantes mostram que existem relações positivas, negativas e neutras, onde predomina o positivo, o que não depende da abordagem metodológica com a qual a pesquisa foi realizada. Este trabalho procura fornecer informações aos tomadores de decisão ao implementar ou desenvolver modelos de gerenciamento de RSE.

Palavras-chave: RSE, empresas, rentabilidade, estratégia, práticas, sociedade.

1. Introducción

Las organizaciones se han visto obligadas a incluir en su estrategia, actividades que benefician a la sociedad a partir de la relación que tienen con su entorno y grupos de interés. Además de responder a políticas locales y mundiales por los impactos sociales, ambientales y económicos, que se desprenden de su quehacer.

Jušćius, Šneiderienė, & Griauslytė (2014); Castillo (2015); y Brusca, Esteban, Blasco, & Labrador, (2017) afirman que en las últimas décadas se ha suscitado un interés particular por las responsabilidades que el mundo empresarial tiene con la sociedad. De ahí que, la implementación de la RSE como una herramienta de gestión en las empresas, puede generar rentabilidad, o que puede asimilarse como una mera estrategia de relaciones públicas y filantrópicas, cuyo fin único es mejorar la reputación empresarial.

Coello & Cabello (2016) proponen que las empresas cambien a nuevos modelos de gestión que tengan en cuenta el entorno ambiental, social y cultural. Una visión meramente económica, en el contexto global, arruinaría la forma de relación entre empresa y sociedad, por lo cual es necesario gestionar modelos transparentes de RSE, que además de cumplir con la finalidad de rentabilidad, permitan responder a los retos sociales y ambientales (Cajiga, 2006).

Cristóbal & De la Maza, (2012) identifican dos motivaciones primarias de implementación de la RSE, la primera, se deriva desde una perspectiva ética, la cual propone un equilibrio entre las finalidades económicas, que se extiende a las cuestiones sociales y ambientales sobre las que tiene un impacto directo la empresa (Blom y Mamia, 2006). La segunda, desde una perspectiva instrumental, para la cual la RSE contribuye al crecimiento y la rentabilidad de la empresa.

En cuanto a la segunda motivación, Alvarado & Currás, (2011) afirman que el análisis de la RSE y su impacto en la rentabilidad de las empresas, se ha analizado con más fuerza desde la racionalidad económica estratégica, desde el enfoque de la creación de valor y de ventaja competitiva para las

empresa, a partir de la relación de empresa y stakeholders, al igual que Bhardwaj, Chatterjee, Demir, & Turut, (2018), para quienes, hay una creciente preocupación de las empresas por evidenciar el impacto financiero de la RSE, puesto que su implementación resulta costosa.

Waddock y Graves (1997) plantean que la RSE y la rentabilidad pueden estar relacionadas de tres formas: positiva, en donde las acciones de RSE mejoran el desempeño financiero de las organizaciones; negativa, en cuyo caso la implementación de la RSE afecta los resultados financieros disminuyendo la rentabilidad; y neutral o indeterminada, que es una situación en que la RSE no mejora ni desmejora el desempeño financiero medido por la rentabilidad.

Teniendo en cuenta lo anterior, el presente artículo tiene por objetivo identificar en 57 trabajos preexistentes en la literatura si sus resultados muestran una relación positiva, negativa o neutral entre las acciones de RSE y la rentabilidad empresarial. Además, busca identificar bajo qué enfoque metodológico fueron realizadas cada uno de estos estudios. Para el análisis cualitativo de la información se utilizó el software NVivo 12 Pro.

Para su presentación este artículo se estructura en cuatro partes: introducción; metodología; resultados; y conclusiones.

2. Metodología

Con el fin de clasificar la producción científica preexistente que relacionan la RSE y la rentabilidad en las empresas, se realiza un estudio exploratorio, a partir de un análisis documental. La muestra de análisis está compuesta por 57 artículos, los cuales se seleccionaron a partir de la búsqueda en tres bases de datos: Journal Storage Project (JSTOR), Proquest y Proquest Arts & Humanities Database. En primera instancia se hizo una selección de 200 artículos a partir de los descriptores: RSE, CSR, rentabilidad, *profitability*, desempeño financiero y *financial performance*. En una segunda fase, se depuraron estos a partir de la lectura de sus resúmenes y conclusiones para escoger los 57 artículos finales, en donde se hacía explícita la relación entre RSE y rentabilidad.

El análisis cualitativo se hizo por medio del software NVivo12-Pro según la matriz semántica que se puede ver en el Gráfico 1.

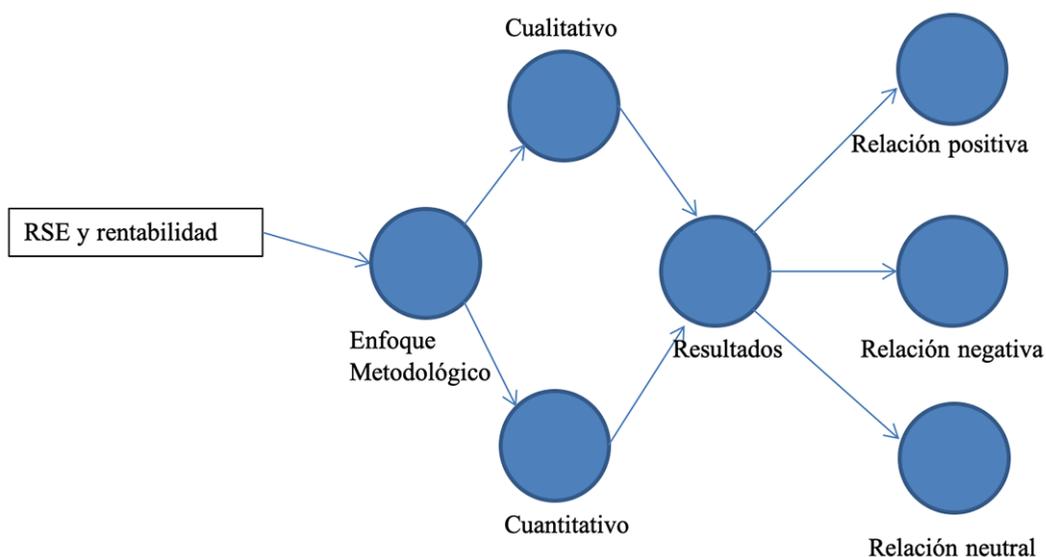


Gráfico 1. Matriz semántica de análisis categorial de la relación RSE y rentabilidad

Fuente: Elaboración propia

3. Resultados

El análisis general muestra que el 62% de los artículos encuentran una relación positiva entre RSE y rentabilidad, el 33% una relación neutra y el 5% una relación negativa

Para identificar el enfoque metodológico, se revisó cuál fue el más utilizado en las investigaciones, y en primer lugar, se evidenció que de los 57 artículos analizados, el 56% posee un enfoque de investigación cuantitativo y el 44% un enfoque cualitativo.

Relación positiva entre RSE y rentabilidad en las empresas

En el análisis general, la relación positiva en los artículos revisados es un 62%, esto sugiere que la mayoría de investigaciones demuestran que a mayores prácticas de RSE, mayor rentabilidad en tanto que, la RSE es una forma de gestión que se orienta a la relación con los grupos interés y que se refleja en todas las operaciones de la compañía. Esto porque las organizaciones deben ser capaces de re - expresar sus procesos desde un enfoque orientado hacia la gestión de la sustentabilidad, que va más allá del cumplimiento de un conjunto de indicadores con una mirada holística, integrada y equilibrada (Jušcius, Šneiderienė, & Griauslytė, 2014).

En esta línea de acción, la RSE es una propuesta de creación de valor que, comprende las interdependencias entre las partes interesadas, correlacionando el elemento humano al proceso empresarial, desde un cambio en la forma de gestionar sus operaciones y sus relaciones con la sociedad, en términos de rentabilidad social, y no únicamente en términos económicos, pues la mayoría de los estudios demuestran que los consumidores, inversionistas y el Estado, valoran positivamente las actuaciones sociales, especialmente las que se orientan a proteger el ambiente o los derechos de los trabajadores, por ende, valoran positivamente las empresas que las llevan a cabo (Welsh, 2008; y García, 2011).

En este sentido para hacer rentable el diseño de estas políticas por parte de las organizaciones, se deben aplicar y adaptar las estrategias de RSE a sus entornos, como resultado de una estrategia de gestión que permita una diferenciación en los procesos, desde toda la cadena de valor, porque se trata de un nuevo sistema que involucra las prácticas laborales, los procesos de fabricación, logística, etc. Alineadas a las prioridades comerciales y sociales, de tal modo que estas actividades no sean un gasto sino una inversión con más beneficios que costos (Pohle, & Hittner, 2008; Rumbo, 2014; y Singh, 2017).

3.1. Relación positiva y enfoque metodológico cuantitativo

Dentro de la relación positiva se observa que el 33% de los estudios presentan un enfoque cuantitativo, dentro de ellos encontramos a Bhardwaj, Chatterjee, Demir, & Turut, (2018); Herrera, Cáceres & Quezada (2017); Osagie (2017); Singh (2017); Coello & Cabello, (2016); Gupta, & Krishnamurti (2016); Lins, Servaes & Tamayo (2016); Pecorino (2016); Pradhan (2016); Escobar, (2015); Olaniyi & Abdusalam. (2015); Gregory, Tharyna & Whittaker (2014); Nuryaman (2013); Martin, Bampton & Halabi. (2011); Goering, (2010); Lindgreen, Swaen, & Johnston (2009); Brammer, Brooks & Pavelin (2006); Orlitzky, De Velde, Vermier, & Corten (2005) y Schmidt, & Rynes (2003). Para ellos la RSE y el desempeño financiero son medibles, lo cual se demuestra en resultados estadísticos que dejan entrever una relación positiva, debido a la recuperación de la inversión y a las mejoras en la rentabilidad (Ekatah, Samy, Bampton, & Halabi, 2011).

Bajo esta perspectiva, la RSE genera rentabilidad, mejora los flujos de ingresos futuros, y promueve el retorno económico de los inversiones (Escobar, 2015). A su vez, incrementa la utilidad debido a relaciones sanas con los consumidores en términos de la imagen y reputación empresarial, porque según Bhardwaj, Chatterjee, Demir, & Turut (2018) la RSE tiene un efecto directo en la percepción de beneficio que los consumidores obtienen por la compra.

Los métodos más utilizados en este enfoque corresponden al análisis documental en un 32%, seguido del estudio de caso con el 16%. Es decir que el enfoque metodológico cualitativo se orienta a los análisis de documentos, especialmente de artículos y estudios enfocados al tema, así como al análisis de los informes de RSE y sus prácticas según el Pacto Global, y al análisis por medio del estudio de casos en los cuales se observa el comportamiento de las empresas y organizaciones a partir de informes de RSE y los escalafones de índices globales y prácticas de RSE.

En concordancia con los métodos, las variables más utilizadas dentro de los análisis de este tipo (Gráfico 3) fueron los informes de RSE, los principios de Pacto Global y los grupos de interés (44%); y las de rendimiento económico y financiero en su dimensión cualitativa (28%).



Gráfico 3. Variables utilizadas: relación positiva y enfoque metodológico cuantitativo
Fuente: Elaboración propia.

3.3. Relación neutral entre RSE y rentabilidad en las empresas

En el análisis de las diversas investigaciones que relacionan la RSE y la rentabilidad, el 33% de los estudios evidencian una relación neutral debido a que no se presenta una incidencia significativa en el rendimiento financiero de una organización, lo cual significa que no se puede demostrar de forma concluyente el aporte de la RSE a la rentabilidad en términos económicos y financieros. Siendo necesario que se busquen nuevas formas de abordar la problemática de forma tal que los resultados sean precisos y confiables.

La relación neutral se presenta debido a que las variables analizadas no generan resultados concluyentes. Con respecto a esto, Blazovich, Smith, & Smith, (2013) afirman que existe una cantidad de factores y variables que pueden influir en la relación RSE y rentabilidad, evidenciándose resultados más dominantes y débiles, e incluso neutros (Boaventura, Silva, & Bandeira-de-Mello, 2012).

Por otro lado, Brusca, Esteban, Blasco, & Labrador, (2017), proponen que más allá de realizar investigaciones de corte empírico que busquen resultados contundentes en términos cuantitativos, el abordaje de este tema de estudio debe tener en cuenta el enfoque teórico y de abordaje de los procesos de RSE y financieros, pues hay estudios empíricos que muestran resultados no concluyentes o con ausencia de relación, esto quiere decir que más allá de reducir el problema a mediciones cuantitativas o cualitativas, se debe tener en cuenta el tratamiento de las variables y de los instrumentos desde el enfoque que aborda la relación, teniendo en cuenta una perspectiva ética, integradora y flexible que no solo tenga en cuenta las variables cuantitativas, desde una finalidad económica, productiva

e instrumental, sino otros elementos de la relación que contribuyen al logro de los objetivos en las organizaciones, y que se relacionan directamente con la supervivencia, crecimiento y rentabilidad de las organizaciones (Cristóbal & De la Maza, 2012).

De este modo, el hecho de que existan estudios representativos no concluyentes (Vargas, 2011), requiere de una reformulación y evaluación, por un lado, de metodologías de evaluación de prácticas de RSE y de otro, de metodologías de investigación, que permitan evaluar el impacto del desarrollo de políticas y prácticas de RSE, debido a que, aunque los índices de calificación disponibles pueden resultar útiles, es necesario analizar su validez y precisión según el contexto de aplicación, intentado unificar instrumentos de medición que sean más claros a la hora de analizar la relación (Whitehouse, 2006).

3.4. Relación neutral y enfoque metodológico cuantitativo

Dentro del enfoque cuantitativo el 21% de los estudios, refieren una relación neutra entre RSE y rentabilidad, los estudios de: Quintero, Andrade, & Cevallos (2018); Brusa, Labrador, Balsco & Salvador (2017); Kukunuru & Singh (2017); Fiore (2017); Blazovich, Smith, & Smith (2013); Cristóbal & de la Maza (2012); Gama, DaSilva & Bandeira (2012); Byus, Deis, & Ouyang, (2010); Gjolberg, (2009); Lee, & Langfield-Smith (2009); Franch & Vivó (2007); y Brown & Dacin, (1997).

En este sentido se observa como para Quintero, Andrade, & Cevallos, (2018) y para Lee & Langfield-Smith, (2009) la relación entre RSE y rentabilidad es nula, debido a que el análisis empírico y de varianza realizado, muestra que, según el desempeño contable no hay un desempeño significativo, con respecto a las características de crecimiento y de valor agregado, el cual podría deberse a la incapacidad de los números contables para medir el desempeño de una empresa u organización en su contexto real.

Del mismo modo Kukunuru & Singh, (2017) y Gjolberg, (2009) concluyen que los impactos en la rentabilidad se presentan de bajo impacto o insignificantes, pues los resultados de los análisis comparativos entre países o empresas en términos de responsabilidad no se evidencian por las variables financieras y económicas, sino por factores como las ideas acerca de la implementación de la RSE y de la rentabilidad, debido a ello, no hay datos específicos que demuestren relaciones positivas o negativas en términos estadísticos o financieros, sino en términos de la ética o del contexto, según los sistemas político-económicos y de valores culturales.

Por su parte en los hallazgos de Blazovich, Smith, & Smith, (2013); Fiore, (2017); Brown & Dacin, (1997), no hay una relación positiva significativa, debido a que el mercado de acciones así como el de los clientes, en algunos casos no tienen en cuenta las prácticas socialmente responsables de las empresas, debido a que el valor de mercado va más allá de las prácticas y de la reputación asociada a la RSE, razón por la cual, las prácticas de RSE pueden ser o no significativas para los grupos de interés, porque empresas con asociaciones negativas no siempre reciben respuestas negativas de parte de los clientes.

En este escenario en su estudio de género RSE y rentabilidad, Brusca, Esteban, Blasco, & Labrador, (2017), observan que la práctica de RSE relacionada con la igualdad de género no es significativa, en tanto que las variables de género y RSE no son significativas para las variables de rentabilidad económica, financiera, de ventas, entre otras, dado que los recursos estructurales e intangibles reducen el impacto del género, y de la RSE.

Los estudios cuantitativos que prueban la relación neutral se caracterizan por usar modelos para el análisis empírico (19%), por hacer análisis descriptivo (9%), análisis comparativo (6%), y por hacer análisis documental bibliométrico (3%).

Respecto a los métodos, el inferencial es el más usado, con modelos como el de regresión lineal (9%), y los de panel de datos, análisis factorial, y análisis de varianza (3% cada uno). El segundo más utilizado es el de estadísticas descriptivas con un 13%, seguido de metanálisis estadístico (3%).

Las variables más usadas corresponden a las contables: utilidad, activos, capital, patrimonio, provisiones, gastos, deudas, costos, ventas e ingresos (25%); seguido de los indicadores financieros ROA, ROCE, ROS, ROC (19%).

3.5. Relación neutra y enfoque metodológico cualitativo

El estudio con relación neutra, desde el enfoque cualitativo, corresponde al 12% de la muestra de documentos estudiados, y están representados por los estudios de, Alvarado (2011); Feldman & Becherman (2014); Montes & Salgado (Sf); Padilla (2002); Pastor (2013) y Vargas (2011).

En el caso de los estudios cualitativos, los resultados corresponden a reflexiones desde las cuales no se puede dar una apreciación positiva ni negativa de la relación RSE y rentabilidad debido a que se deben analizar factores como el monitoreo y cumplimiento de las prácticas de RSE que son presentadas por las empresas, las cuales no son analizadas a profundidad sino a partir de documentos elaborados por las mismas y que sin ningún control no aportan datos reales y factibles en términos de prácticas de RSE y rentabilidad, pues en algunos casos las prácticas de RSE son presentadas para mejorar la reputación de la empresa ante los grupos de interés, ONG etc., de los cuales no hay garantía de cumplimiento y por tanto de su impacto en los ámbitos financieros de la misma. Por lo que se requiere de un método de análisis más profundo desde el cual se pueda ver las prácticas reales y sus impactos en las empresas en todos los niveles de su gestión. (Pastor, 2013) y (Vargas, 2011).

En este sentido, los análisis de Montes & Salgado (Sf) y Padilla (2002) del Libro Verde y del instrumento de medición de prácticas sociales en el Estado de Valor Económico Generado y Distribuido (EVEGyD,) invitan al debate sobre el tema y consideran que la medición de las prácticas de RSE, debe hacerse desde un enfoque de honestidad y transparencia, así como discutido y socializado con la comunidad académica y gerencial. Pastor, (2013) y Vargas, (2011), determinan que, si no se realizan de forma consciente, no sirven de marco de análisis confiable de la relación RSE y rentabilidad,

En este orden de ideas, Padilla (2002) propone que debe existir un trabajo mancomunado entre la gerencia y las áreas contables y de auditoría, para que presenten la información de forma integral, considerando todas las variables que intervienen en la relación entre una gestión responsable de las prácticas de RSE y la rentabilidad, para que de forma conjunta indaguen por los indicadores que no son cuantificables y que pueden agregar valor en términos económicos y financieros, superando al modelo patrimonial, económico y financiero.

Del mismo modo, Alvarado (2011); Feldman & Becherman (2014) afirman que la dificultad en relacionar la rentabilidad con la RSE de forma contundente tiene que ver con el abordaje conceptual de las categorías, estas dependen del enfoque desde el cual se concibe que la organización percibe sus ganancias y rentabilidad, por lo que en algunos casos se visualiza la RSE y sus estrategias como exclusivo a las grandes empresas o como prácticas aisladas de la estrategia organizacional.

La propuesta se sustenta en la integración del concepto de la RSE, en todas las áreas como una estrategia de negocio, cuyo fin sea el mejorar la rentabilidad a partir de sus buenas relaciones con los grupos de interés.

De acuerdo con lo anterior, los métodos más utilizados para evidenciar la relación neutra, desde el enfoque cualitativo, fueron el análisis documental (20%) y de estudio de caso (4%). Las fuentes de información usadas para estas investigaciones fueron principalmente los artículos y estudios sobre RSE (12%), al igual que informes de las empresas y organizaciones (12%), e informes de RSE (8%).

3.6. Relación negativa entre RSE y rentabilidad en las empresas

Como se observa en el análisis general, solo el 5% de los estudios corresponde a una relación negativa desde la cual, se concluye que la relación entre RSE y rentabilidad es negativa, debido a que sus prácticas no influyen en el incremento de factores relacionados con la rentabilidad.

De este modo, a partir de un enfoque cualitativo, Montaner, (2016) y Lund-Thomsen, Lindgreen, & Vanhamme, (2016), evidencian una relación negativa entre RSE y rentabilidad, consideran que para que exista una implementación de la RSE en términos de rentabilidad se debe conjugar la rentabilidad social, con la rentabilidad empresarial o económica, tomado como referente aspectos macroeconómicos que determinan el entorno empresarial, sustentado en un enfoque social.

Según Deutsch & Pintér, (2016), el fracaso de las empresas sucede cuando no hay estrategias de buen gobierno, que tengan en cuenta a los grupos de interés, que fomenten el desarrollo de planes estratégicos encaminados al bienestar empresarial como premisa de rentabilidad, lo cual se evidencia en el enfoque utilitarista de la RSE y que solo mediante el trabajo consiente y situado desde el contexto de la organización permitirá un desarrollo económico sustentable.

Estos estudios utilizaron el método de análisis documental y de estudio de caso con el 8% de la muestra total. Desde los cuales se analizan por una parte artículos y estudios de RSE con el 4% y los Informes de RSE, de las empresas y organizaciones en el mismo porcentaje. Las variables más analizadas fueron las prácticas de RSE (8%) y el Pacto Global (4%).

De los documentos analizados se encontró que, en uno de ellos, desde un enfoque cuantitativo, la relación entre RSE y rentabilidad es negativa. Este es el de Lund-Thomsen, Lindgreen, & Vanhamme, (2016), en donde los autores encontraron que en países en desarrollo los compradores están menos preocupados por el desempeño de la RSE en las empresas y más interesados en consideraciones de precio o calidad.

En este contexto, las prácticas de RSE, pueden llegar a convertirse en una forma de “greenwashing”, que busca crear una imagen de responsabilidad frente a los grupos de interés, pero que no profundiza frente a las necesidades sociales y compromisos ambientales, sustentándose en prácticas desleales, que esconden los efectos negativos de las empresas en sus entornos. Por esta razón, deben analizarse todos los factores que influyen en la presentación de los informes y de los estados financieros, para lograr evidenciar la relación de forma clara y concreta (Lund-Thomsen, Lindgreen, & Vanhamme, 2016).

4. Conclusiones

Los resultados demuestran que dos terceras partes de los estudios evidencian una relación positiva entre RSE y rentabilidad, en donde el desempeño social influye de forma significativa en el rendimiento financiero, relacionado a los indicadores sociales, laborales y ambientales, de las cuales se obtiene una recompensa financiera (Brammer, Brooks, & Pavelin, 2006).

Del análisis de los enfoques metodológicos se observa que dentro de los estudios que obtuvieron una relación positiva, hay una predominancia de investigaciones desde el enfoque cuantitativo con el 33%, seguido del 28% de estudios, que corresponden a un enfoque cualitativo. Los métodos más utilizados corresponden al de inferencia estadística y al documental en donde se relacionan variables contables e indicadores financieros, así como las prácticas de RSE, principalmente.

En los estudios de corte cuantitativo se utilizan modelos econométricos que han permitido identificar principalmente una relación positiva entre la RSE y la rentabilidad. Se observa además, que esta relación se mantiene dominante de la misma manera en los estudios basados en un enfoque cualitativo.

Con base en los hallazgos se recomienda realizar estudios con análisis integradores, que tengan en cuenta los indicadores financieros y las prácticas de RSE que la gestión realiza y que reflejan una mayor rentabilidad. Si estas acciones no son controladas y monitoreadas, no se logran resultados reales en la gestión de las empresas, teniendo en cuenta que los alcances de estas iniciativas se evidencian en la mayoría de los casos a largo plazo, en indicadores de reputación, imagen, inversión y fiabilidad de las organizaciones (Bhardwaj, Chatterjee, Demir, & Turut, 2018; Lindgreen, Swaen, & Johnston, 2009)

En cuanto a la relación neutral, se observa que en una tercera parte de estudios revisados no encuentra resultados concluyentes en términos de la relación entre RSE y ganancias y pérdidas, y aunque se reconocen que podrían inferirse resultados positivos en las operaciones de las empresas que implementan planes y prácticas de RSE, los datos no son confiables y contundentes (Byus, Deis, & Ouyang, 2010). Esta relación si bien no es dominante, pone en discusión la necesidad de unificar los parámetros de análisis y definir datos más confiables y certeros que brinden unos resultados positivos o negativos. Para Brusca, Esteban, Blasco, & Labrador, (2017); Feldman & Becheran, (2014) y Gjolberg, (2009) el problema radica en los estudios que no hacen evidente la relación positiva o negativa, y que en muchos casos, analizan de forma fragmentada los comportamientos de la empresa en términos de gestión humana, ambiental, laboral, etc., y los resultados financieros y económicos.

Del total de estudios, en los que se establece una relación positiva entre la RSE y la rentabilidad, un 21% los realizan bajo un enfoque metodológico cuantitativo y un 12% bajo un enfoque cualitativo. Lo cual indica que en términos relativos hay más estudios cuantitativos en la relación neutral que en la positiva. Los métodos más utilizados son el análisis inferencial y el documental, y se analizan variables como los indicadores financieros, y las prácticas de RSE. Esto concuerda con los resultados de la relación positiva, en tanto que no hay impacto en los resultados de acuerdo con el enfoque, pues en general, si bien los indicadores y datos se analizan desde un método diferente, los hallazgos y resultados no presentan contradicciones.

En cuanto a la relación negativa se evidencia que esta no es representativa, en tanto que se presenta sólo en el 5% de los trabajos analizados, es decir que, solo en tres artículos analizados se concluye que hay una relación negativa entre RSE y rentabilidad. Lo interesante de este resultado es que en los tres casos la relación negativa se infiere de forma reflexiva, en términos de crítica frente a la instrumentalización de la RSE como moda que permite mejorar la reputación de empresas con bajos índices de RSE. En este aspecto se observa que dos de los tres estudios analizan desde un enfoque metodológico cualitativo las prácticas de RSE presentadas en los informes e índices que la miden, refiriendo que, a pesar que las empresas evidencian prácticas socialmente responsables y exhiben su impacto, pero no hay un control y medición que garantice que los contenidos de los informes son verídicos y que corresponde a las prácticas que en verdad llevan a cabo las organizaciones.

En el caso de la relación negativa es interesante analizar que los resultados en los tres estudios se realizan desde un enfoque más crítico y con alcances sociales. Deutsch & Pintér, (2016); Lund-Thomsen, Lindgreen, & Vanhamme, (2016); y Montaner, (2016) reconocen la necesidad de definir de forma más universal los conceptos de implementación de RSE teniendo en cuenta las características propias de cada contexto social, cultural y económico, que dé cuenta de las prácticas particulares y los modelos conceptuales desde los cuales se hace el análisis. Adicionan que, los resultados de los estudios empíricos en esta área, aún carecen de evidencia sustancial que relacione la rentabilidad de las empresas y sus prácticas en términos de los trabajadores y el medio ambiente, en su ambiente local específico, porque las investigaciones que se han realizado son muy genéricas, razón por la cual no aportan bases de comparación sustentadas en procesos de RSE más estandarizados que permita evaluar efectivamente esta relación.

Para concluir, si bien se observa que predomina una relación positiva entre RSE y rentabilidad, es necesario complementar los estudios documentales con investigaciones desde las cuales se evidencien los datos financieros y económicos con respecto a las prácticas puestas en marcha por las empresas, definiendo criterios globales que permitan obtener resultados más concluyentes e integrales en esta línea de investigación. De igual modo, es interesante que los estudios documentales se centren de forma profunda en los modelos y variables utilizadas, así como en las variables que se utilizan con el fin de reducir sesgos en los resultados. Feldman & Becherman, (2014), sostienen que se deben unificar las concepciones de RSE para todas las organizaciones teniendo en cuenta atributos como el sector económico, el tipo societario, el tamaño, entre otras, como elementos que se integran a la estrategia organizacional, y que solo mediante la coordinación de las diferentes áreas en términos financieros, de recurso humano y de la gestión podrá determinar la relación.

Referencias

- Aguilar-Platas, A., & Raufflet, E. (2010). Desviación positiva y responsabilidad social empresarial (RSE). La experiencia de Ethos en Brasil. *Innovar. Revista de Ciencias Administrativas y Sociales*, 20(37).
- Alvarado, A. B., & Currás, R. (2011). Perspectivas teóricas usadas para el estudio de la responsabilidad social empresarial: una clasificación con base en su racionalidad. *Estudios Gerenciales*, 27(118).
- Bénabou, R. & Tirole, J. (2010). Individual and Corporate Social Responsibility. *Economica*, 77: 1-19. Doi: <http://dx.doi.org/10.1111/j.1468-0335.2009.00843.x>
- Bhardwaj, P., Chatterjee, P., Demir, K., & T. O. (2018). When and how is corporate social responsibility profitable? *Journal of Business Research*, 84, 206-219.
- Blazovich, J., Smith, K., & Smith, M. (2013). An examination of financial performance and risk of environmentally friendly green companies.
- Blázquez, M., & Peretti, M. (2012). Modelo para gestionar la sustentabilidad de las organizaciones a través de la rentabilidad, adaptabilidad e imagen. *Estudios Gerenciales*, 28(125), 40-50.
- Boaventura, J. M., Silva, R. S., & Bandeira-de-Mello, R. (2012). Corporate Financial Performance and Corporate Social Performance: methodological development and the theoretical contribution of empirical studies. *Revista Contabilidade & Finanças*, 23.
- Brammer, Brooks, & Pavelin. (2006). Corporate social performance and stock returns: UK evidence from disaggregate measures. *Financial management*, 35(3), 97-116.
- Brown, T., & Dacin, P. A. (1997). The company and the product: Corporate associations and consumer product responses. *Journal of marketing*, 61(1), 68-84.
- Brusca, I., Esteban, L., Blasco, & Labrador, M. (2017). Impacto del género y la responsabilidad social en la rentabilidad empresarial cuando se controlan los recursos estructurales e intangibles. No. ART-2017-1023.
- Byus, K., Deis, D., & Ouyang, B. (2010). Doing well by doing good: Corporate social responsibility and profitability. *SAM Advanced Management Journal*, 75(1), 44.
- Cajiga, J. (2006). El concepto de Responsabilidad Social Empresarial. Ciudad de Mexico: Centro Mexicano de Filantropía.
- Castillo, M. (2015). From Corporate Social Responsibility to Global Conscious Innovation With Mandalah. *Global Business and Organizational Excellence*, 34(4), 42-49.
- Coello, N., & Cabello, M. (2016). ¿ Es rentable el gasto en responsabilidad social empresarial?. Grado en Administración y Dirección de Empresas. Universidad de Laguna .
- Cristóbal, M., & De la Maza, F. (2012). Responsabilidad Social Orientada a los Recursos Humanos, Compromiso Organizacional E Impacto Sobre la Rentabilidad de la Firma. Estudio Exploratorio. Universidad de Valladolid.

- Del Valle, S. (2010). Gestión estratégica: clave para la responsabilidad social de las empresas. *Dimensión empresarial*, 8(2), 24-37.
- Deutsch, N., & Pintér, É. (2016). The link between Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance in the Banking Sector. 12th International Conference on Energy, Environment, Ecosystems., (págs. 29-31). Venice, Italy.
- Domina, A., & Welsh, S. (2008). Responsabilidad social empresaria. ¿ Adopción por convicción o por conveniencia?. Tesis MBA . Argentina: Universidad Torcuato Di Tella.
- Ekatah, I., Samy, M., Bampton, R., & Halabi, A. (2011). The relationship between corporate social responsibility and profitability: The case of royal Dutch shell plc. . *Corporate Reputation Review*, 14(4), 249-261.
- Escobar, E. (2015). La responsabilidad social empresarial como medio de rentabilidad y competitividad. Tesis Magister en derecho de la empresa con especialidad en gestión empresarial. Pontificia Universidad Católica de Perú.
- Feldman, M., & Becherman, N. (2014). La competitividad y la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) como estrategia de negocios en la PYMES de la CABA. Buenos Aires: Universidad UCES.
- Fiore, R. (2017). Corporate Social Responsibility as a Corporate Strategy, do Investors Benefit. Northeast Decision Sciences Institute 2017 Annual Conference, (págs. 43-55).
- Franch, M., & Vivó, L. (2007). Análisis comparativo de la rentabilidad financiera de los fondos de inversión socialmente responsables en España. *Análisis financiero*, (105), 34-45.
- Gao, F., Lisic, L. & Zhang, I. (2014). Commitment to Social Good and Insider Trading. *Journal of Accounting & Economics (JAE)*, 57 (2-3), 149-175. Doi: <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.2140193>
- García, M. (2011). La responsabilidad social empresarial y las finanzas. . *Cuadernos de Administración*, 27(46), 39-54.
- Gjolberg, M. (2009). ¿ Cuantificando lo incuantificables? Creación de un índice de prácticas de RSE y rendimiento d la RSE en 20 países. . *Revista de Responsabilidad Social de la Empresa*, (2), 15-49.
- Goering, G. (2010). Corporate social responsibility, durable goods and firm profitability. *Managerial and Decision Economics*, 31(7), 489-496.
- Gupta, K., & Krishnamurti, C. (2016). Does corporate social responsibility engagement benefit distressed firms? The role of moral and exchange capital. *Pacific-Basin Finance Journal*.
- Herrera, L., Soto, E., Cáceres, J., & Quezada, G. (2017). La responsabilidad social empresarial (RSE) y su influencia en los resultados económicos de las empresas industriales de la ciudad de Tacna, periodo 2010-2011. . *Ciencia & Desarrollo*, (15).
- Jušcius, V., Šneiderienė, A., & Griauslytė, J. (2014). Assesment of the benefits of Corporate Social Responsibility reports as one of the marketing tools. . *Regional Formation and Development Studies*, 11(3), 88-99.
- Kim, Y., Park, M. S., & Wier, B. (2012). Is earnings quality associated with corporate social responsibility? *The Accounting Review*. 87 (3), 761-796
- Kukunuru, S., & Singh, S. (2017). Corporate Social Responsibility and Impact on Profitability of Banks in the United Arab Emirates. . *Middle East Journal of Business*, 12(1).
- Lee, D., & Langfield-Smith, K. (2009). Revisiting the vexing question: does superior corporate social performance lead to improved financial performance?. . *Australian Journal of Management*, 34(1), 21-49.
- Licandro, Ó. (2016). Responsabilidad Social Empresaria. REflexiones, investigaciones y casos Ed. Grupo Magno, Montevideo: 299 p.
- Lindgreen, A., Swaen, V., & Johnston, W. (2009). Corporate social responsibility: An empirical investigation of US organizations. *Journal of business ethics*, 85(2), 303-323.

- Lins, K. V., Servaes, H., & Tamayo, A. (2017). Social capital, trust, and firm performance: The value of corporate social responsibility during the financial crisis. *The Journal of Finance*, 72(4), 1785-1824.
- Lund-Thomsen, P., Lindgreen, A., & Vanhamme, J. (2016). Industrial clusters and corporate social responsibility in developing countries: what we know, what we do not know, and what we need to know. *Journal of Business Ethics*, 133(1), 9-24.
- Montaner, R. (2016). La rentabilidad social de las empresas en el nuevo marco socioeconómico. Estudio del caso del "Celler la Muntanya". IX Coloquio Nacional de Desarrollo Local del GTDL-AGE (págs. 160-171). Sant Vicent del Raspeig: Universitat d'Alacant.
- Montes, R., & Salgado, L. (Sf). Es Rentable la Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Universidad Tecnológica de Bolívar. Especialización en Gerencia Empresarial.
- Núñez, A. (2014). RSE:Una estrategia Ganar-Ganar. *Gaceta Sansana*, 1(1).
- Nuryaman, A. R. (2013). The effect of corporate social responsibility activities on profitability and stock prices. *Journal of Global Management*, 6(1), 113-124.
- Olaniyi, T., & Abdusalam, S. (2015). Impact of Corporate Social Responsibility on Firms' Profitability: Evidence from Nigeria and Sierra Leone. *Amity Business Review*, 16(2).
- Olaniyi, T., & Abdusalam, S. (2015). Impact of Corporate Social Responsibility on Firms' Profitability: Evidence from Nigeria and Sierra Leone. *Amity Business Review*, 16(2).
- Osagie, N. (2017). Corporate Social Responsibility and Profitability in Nigeria Telecommunication Industry: A Case Study of MTN Nigeria. *Journal of Entrepreneurship and Management*, 6(2), 1.
- Padilla, R. (2002). Una aportación al debate sobre el Libro Verde de la responsabilidad social de la empresa. *Revista de fomento Social*, 595-628.
- Pastor, S. (2013). El estado de valor económico generado y distribuido. Doctoral dissertation. Buenos Aires: Facultad de Ciencias Económicas. Universidad de Buenos Aires.
- Pecorino, P. (2016). A Portion of Profits to Charity: Corporate Social Responsibility and Firm Profitability. *Southern Economic Journal*, 83(2) , 380-398.
- Pesántez, I. (2017). Análisis financiero desde un enfoque de Responsabilidad Social Empresarial (RSE). Trabajo para optar por el título de Economista. Universidad técnica de Machala.
- Pohle, G., & Hittner, J. (2008). Attaining sustainable growth through corporate social responsibility. New York: IBM Institute for Business Value, 20.
- Pradhan, S. (2016). Impact of corporate social responsibility intensity on corporate reputation and financial performance of Indian firms. *Business: Theory and practice*, 17(4), 371-380.
- Quintero, C., Andrade, K., & Cevallos, G. (2018). Incidencia de la Responsabilidad Social Empresarial en la rentabilidad económica de empresas ecuatorianas. *Revista Espacios*.
- Quintero, N., & Ruiz, D. (2012). ¿ Es la responsabilidad social empresarial, una apuesta por la utilidad y rentabilidad? Bachelor's thesis, Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas. Pontificia Universidad Javeriana.
- Rumbo, D. (2016). Análisis del impacto de programas de RSE en la rentabilidad de las empresas Pymes Argentinas. Caso Hostal Posta de Purmamarca. Doctoral dissertation.
- Santa, L. (2018). La responsabilidad social empresarial (RSE), estrategia efectiva para la internacionalización y competitividad de las empresas del Quindío. En J. Cortes, E. Florez, J. Lira, M. Mirón, & Otros, *Responsabilidad Social* (págs. 10-28). Centro de Investigación y Desarrollo Ecuador CIDE. Ecuador.
- Solano, D. (2005). Responsabilidad Social Corporativa: Qué se hace y qué debe hacerse. *Cuadernos de Difusión*, 10, 13.
- Singh, P. (2017). Corporate Social Responsibility and their Impact on it Companies. *CLEAR International Journal of Research in Commerce & Management*, 8(7).
- Singh, S., & Al Barghouthi, S. (2017). Correlation between Banks Corporate Social Responsibility and

- Profitability: A Study of UAE, Bangladesh and India. *Adhyayan: A Journal of Management Sciences*.
- Vargas, G. (2011). Responsabilidad social empresarial, ciudadanía y desarrollo. . *Cuadernos de administración*, 24(43).
- Vílchez, S. (2008). Socialmente responsable... y rentable. *Observatorio de recursos humanos y relaciones laborales*, (22), 20-22.
- Volpentesta, J. (2011). *Gestión de la Responsabilidad Social Empresaria*. Buenos Aires, Librería Editorial Buyatti.
- Waddock, S., Graves, S. B., & Gorski, R. (2000). Performance characteristics or social and traditional.
- Whitehouse, L. (2006). Corporate social responsibility: Views from the frontline. *Journal of Business Ethics*, 63(3), 279-296.