



Vigilada Mineducación

**LA RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL Y SU INCIDENCIA EN EL
DESEMPEÑO DE LA ORGANIZACIÓN: UNA COMPARACIÓN ENTRE
EMPRESAS COLOMBIANAS.**

**CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ITS IMPACT ON THE
PERFORMANCE OF THE ORGANIZATION: A COMPARISON BETWEEN
COLOMBIAN COMPANIES.**

MARVIN ALEXIS SÁNCHEZ CLAVIJO
ESTUDIANTE
MASANCHEZC@EAFIT.EDU.CO

Proyecto de grado

JOHN WILLIAM ROSSO MURILLO
ASESOR DEL TRABAJO DE GRADO
GRADOSMAF@EAFIT.EDU.CO

UNIVERSIDAD EAFIT
ESCUELA DE ADMINISTRACIÓN
MAESTRÍA EN ADMINISTRACIÓN FINANCIERA - MAF
BOGOTÁ
2023

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	5
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	6
JUSTIFICACIÓN.....	8
MARCO REFERENCIAL	11
DISEÑO METODOLÓGICO	16
DESARROLLO DEL TRABAJO.....	17
RESULTADOS.....	23
CONCLUSIONES	28
REFERENCIAS	30
ANEXOS	33

RESUMEN

El alcance de la investigación es determinar la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y el desempeño de una serie de empresas colombianas que adoptan esta práctica. Para ello, se analizan indicadores financieros de una serie de empresas colombianas que además de cotizar en bolsa tienen prácticas socialmente responsables. Asimismo, se analiza el score del índice ESG (*Environmental, Social and Governance*) de las empresas seleccionadas. Lo anterior, establece la forma en que la política social y la política ambiental en la empresa es determinante en la generación de posicionamiento y rentabilidad.

La metodología usada se basa en regresiones de Mínimos Cuadrados Generalizados Factibles -MCGF- que responden a ¿Cómo incide la Responsabilidad Social Empresarial en el desempeño de las empresas?, es decir, mostrar la relación que existe y el impacto que se genera a partir de la implementación de políticas socialmente responsables en los indicadores financieros de las empresas evaluadas.

Palabras claves: La Responsabilidad Social Empresarial, desempeño de la organización, rendimientos financieros, desarrollo sostenible y partes interesadas.

ABSTRACT

The scope of the research is to determine the relationship between Corporate Social Responsibility and the performance of several Colombian companies that adopt this practice. For this purpose, financial indicators of a few Colombian companies that are not only listed on the stock exchange but also have socially responsible practices are analyzed. Likewise, the ESG (Environmental, Social and Governance) index score of the selected companies is analyzed. This establishes the way in which the company's social and environmental policy is a determining factor in the generation of positioning and profitability.

The methodology used is based on Generalized Least Squares Feasible -GLSF- regressions that respond to the question "How does Corporate Social Responsibility affect the performance of the companies, that is, to show the relationship that exists and the impact that is generated from the implementation of socially responsible policies in the financial indicators of the evaluated companies".

Keywords: Corporate Social Responsibility, organizational performance, financial performance, sustainable development, and stakeholders.

INTRODUCCIÓN

Los principales objetivos de las empresas es la consecución de las metas contempladas en su planeación estratégica que define la hoja de ruta por donde transita la organización. Y para ello, se plantean una serie de acciones que integran su capacidad productiva, de relacionamiento y capital intelectual de los colaboradores.

Hay que ser conscientes que el mundo se está viendo afectado por los conflictos globales que permean el entorno específico de las empresas. Por tanto, los gerentes y administradores asumen un rol fundamental para reducir los impactos generados a la sociedad y al ambiente por sus actividades económicas.

Los empresarios han adoptado un enfoque social por la dinámica del entorno que ha establecido una política de sostenibilidad integral que cobija a todos. Es común ver empresas liderando causas que promuevan la protección del medio ambiente y aún más enfocadas en defender el cumplimiento de los derechos de la igualdad social. Y así, poder transmitir un mensaje alentador frente a una situación desalentadora.

Al respecto, el estudio no experimental que se utiliza como metodología de la investigación cuantitativa intentara determinar la relación entre una variable dependiente que es el rendimiento financiero y variables independientes asociadas a la responsabilidad social empresarial y el desempeño económico de las empresas seleccionadas. Cabe destacar, que la principal limitante es el acceso de la información de las variables financieras que presentan las empresas analizadas en este proyecto.

Por último, los resultados generados a través de la estimación del modelo econométrico proporcionan información útil para analizar el vínculo entre la

Responsabilidad Social Empresarial y el desempeño financiero de empresas colombianas que cotizan en bolsa.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

La preocupación actual por el medio ambiente, el bienestar de las personas y el uso de los recursos se convierten en los ejes centrales de la Responsabilidad Social Empresarial. Para Montt (1998) las personas sin ninguna distinción tienen el derecho de perseguir su bienestar material, desarrollo espiritual, seguridad económica e igualdad de oportunidades. Es decir, son actores activos en la configuración de políticas y estrategias que permitan que el desarrollo económico e industrial este en equilibrio con el medio ambiente.

El actual estudio demostrará la relación existente entre la Responsabilidad Social Empresarial y su incidencia en el desempeño de empresas que la adoptan. Además de presentar conclusiones que determinan la importancia de acciones empresariales en el relacionamiento de la empresa y sus grupos de interés.

Las estrategias de implementación de la Responsabilidad Social Empresarial dentro de las organizaciones se pueden generar a partir de la configuración de programas sociales, económicos, políticos y culturales. Cabe resaltar, que el desarrollo de estos programas involucra un complejo panorama en el que el desempeño financiero, el impacto social y la ejecución de las estrategias dentro de la empresa pueden convertirse en un limitante en su implementación, además de la apatía del Estado (Olano, 2014).

Dicho de otro modo, las estrategias a largo plazo son visualizadas por las empresas acorde a las necesidades e intereses presentes en el público que quieren impactar,

demostrando su compromiso con acortar las brechas de la problemática identificada (Olano, 2014). Para establecer la relación entre las variables se analizarán los estados financieros de un grupo de empresas seleccionadas y el índice ESG (Environmental, Social and Governance). Al respecto, Giese et al. (2016) considera valida la selección de compañías mediante el puntaje ESG porque permiten entender la correlación positiva entre un alto puntaje ESG y el rendimiento financiero óptimo de las empresas y sus retornos de mercado.

Formulación del problema

¿Cómo incide la Responsabilidad Social Empresarial en el desempeño de las empresas colombianas?

JUSTIFICACIÓN

El Pacto Mundial de las Naciones Unidas (NU) desarrollado a inicios del presente milenio fue el escenario propicio para el establecimiento de políticas y planes que forjaron alianzas entre el sector privado, la sociedad y los gobiernos. Y configuró el fortalecimiento de la Responsabilidad Social en el mundo. La cultura organizacional de la Responsabilidad Social dentro de las empresas, consolida un proyecto empresarial enfocado en el ambiente social. A partir de una contribución al medio ambiente y la reparación del tejido a través de los derechos humanos, los estándares laborales, las recomendaciones medioambientales y el manejo adecuado de los recursos. (Escudero & Lama, 2014).

En este orden de ideas, la influencia de la Responsabilidad Social Empresarial dentro de las organizaciones es determinante. La imagen reputacional de una empresa con Responsabilidad Social se convierte en una ventaja competitiva (Bravo, et al., 2006; Garriga & Melé, 2004; Mc Williams, et al., 2006; Porter & Kramer, 2002). Transformándose en un elemento de marketing, generador de posicionamiento, reconocimiento y ganancias sociales y económicas (Bigne & Currás, 2008).

La visibilidad de las prácticas socialmente responsables de las empresas incide en la actitud del consumidor y afecta el comportamiento del cliente frente a sus decisiones de elección. Asimismo, establece en su imaginario un concepto de la empresa y la lealtad hacia la marca (Lizarzaburu & Del Brio, 2016). Este impacto es significativo en el posicionamiento de la organización en el sector, haciéndolo diferenciar entre la competencia y en el mercado de bienes y servicios (Mahon, 2002, p. 417).

Al respecto, el establecimiento de aspectos claves para consolidar la cultura de la Responsabilidad Social Empresarial dentro de una organización es variado y se adhiere a los objetivos que busca consolidar. Para el desarrollo de la presente

investigación se tendrán en cuenta determinantes fundamentales que se vinculan al desempeño de las organizaciones y al índice ESG. Es decir, elementos que proporcionan información sobre las variables sociales, económicas y ambientales en las que fundamentan sus estrategias de responsabilidad social. Y que son áreas claves de la RSE (Epstein y Rejc-Buhovac. 2014)

La implicación de estas variables dentro de las actividades de RSE realizadas por las organizaciones aumentan el valor cuando son realmente congruentes con las demandas de las partes interesadas y el medio ambiente. Las partes interesadas son “los grupos o individuos que, por la acción empresarial, se ven afectados de manera positiva o negativa (Melé, 2008). El alcance de los grupos de interés es mayor y son más amplios que los grupos de accionistas.

OBJETIVOS

Objetivo general

Determinar el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en el desempeño de la organización a través de una comparación entre empresas colombianas.

Objetivos específicos.

- Describir las variables que determinan el desempeño de las organizaciones a través de los estados financieros.
- Identificar la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y el desempeño de las organizaciones.

MARCO REFERENCIAL

Marco Conceptual

Desarrollo sostenible: Hace referencia a la satisfacción de las necesidades de las generaciones presentes garantizando que las generaciones futuras tengan los recursos necesarios que le permita satisfacer sus requerimientos. (Madroñero & Guzmán, 2018)

Ética de la empresa: Para Gutiérrez & Sáenz (1970) la ética se concibe como el origen de los actos humanos a partir de la bondad o maldad de estos. La ética empresarial es el conjunto de valores que norma el comportamiento de los colaboradores en la empresa. Y su definición se da de acuerdo con su identidad organizacional.

Gobierno corporativo: Es el conjunto de normas que operan para garantía del funcionamiento y cumplimiento de objetivos misionales. Además de fomentar una imagen de marca que propicia un ambiente de confianza para los grupos de interés en relación con la inversión y uso eficiente de los recursos dentro de la organización. (Lefort, 2003)

Identidad corporativa: Comprende los mecanismos que una empresa elige para identificarse de sus grupos de interés (Margulies, 1977). Es decir, constituye los elementos que caracterizan a una organización, le dan especificidad, estabilidad y coherencia.

Inversión socialmente responsable: Es la decisión de los inversores de que su inversión se base en criterios tanto económicos y éticos, que les permita además de ofrecer rentabilidad ayuden a la contribución del desarrollo social y medioambiental.

Posicionamiento: Es la posición que tiene en la mente de un individuo o sujeto un producto o una marca y que lo diferencia de sus principales competidores, se basa en una posición emocional y subjetiva que tienen respecto al bien ofrecido. Para Peralba (2000) el posicionamiento es entendido como una decisión que se da “frente a una necesidad que dicha oferta u opción pueda satisfacer, los sujetos en perspectiva le dan prioridad ante otras similares.”

Reputación corporativa: Es un elemento intangible de difícil valoración en criterios económicos que se gestiona y comunica permanentemente (Fombrun, 1996). Consiste en el reconocimiento que tiene una empresa en sus grupos de interés. Y crea valor de manera continua a partir del cumplimiento de los objetivos institucionales y el compromiso adoptado con las partes interesadas y público objetivo.

Responsabilidad social empresarial (RSE): Antelo & Robaina (2015) sostienen que esta práctica es un compromiso permanente que contribuye al desarrollo económico sostenible. Propiciando un escenario de mejora en las condiciones de la calidad de vida de los grupos de interés y la sociedad en general.

Sostenibilidad: Es una práctica que da garantía a las generaciones actuales y futuras a través del uso racional y adecuado de los recursos. En el existe un equilibrio entre lo ambiental y socioeconómico, proporcionando bienestar general y una sana convivencia entre los elementos que conforman los ecosistemas. (Sánchez & Fernández, 2009).

Marco Teórico

La importancia de los gerentes en el desarrollo de estrategias socialmente responsables es garantía para la consecución de las metas institucionales (Rojas & Capacho, 2020). Al no considerar solo exigencias económicas, técnicas y legales de la empresa (Crane et al., 2008). Sino también establecer escenarios de integración entre los propósitos organizaciones y el equipo de trabajo en cada uno de sus niveles.

La prospectiva organizacional en el marco de la sostenibilidad amplifica la gestión estratégica basada en acciones que contribuyen a la rentabilidad empresarial y al logro de objetivos responsables socialmente. Como consecuencia nace la responsabilidad social del empresario como parte del desarrollo productivo. Y, de la sostenibilidad de la dirección del negocio que se enfoca en la realidad del país y las esperanzas de la comunidad por beneficiar. (Rojas & capacho, 2020, p. 7).

La planeación del gerente empresarial actual permite afrontar los desafíos previsible por medio de tácticas que mitigan los riesgos. Reconociendo los desafíos de las dinámicas del mercado a partir de oportunidades reales. Y las maniobras desarrolladas por la competencia, para asegurar su supervivencia en el sector económico donde ejecuta sus actividades productivas.

Para Azuero et al., 2022 las prácticas de la Responsabilidad Social Empresarial están orientadas a sus grupos los interés o partes interesadas que se encuentran vinculadas a las empresas y cuya base principal es la ética. Es decir, la consolidación de una relación activa, constante y vigilante de las acciones en una vía bidireccional. Que además de satisfacer las necesidades de estos con productos de calidad y servicios adecuados, hagan sentir al cliente una persona responsable con su entorno y la comunidad en general.

Las partes interesadas están interconectadas con la actividad económica de la organización. Al respecto, se puntualiza en el papel que desempeñan los clientes internos de las empresas a partir de las prácticas empresariales dirigidos a estos, que pueden afectar de manera positiva a partir de mejoras que incentivan la identidad y la vocación por el trabajo dando como resultado una adición en toda la cadena de valor (Azüero, García & Garibello, 2022).

Así mismo, su teoría concluye con que la nueva responsabilidad de las empresas será redirigir la mayoría de sus intereses en armonizar su recurso humano para que la gestión estratégica organizacional sea competitiva e integral (Azüero, García & Garibello, 2022, p. 4).

Por su parte, Alarcón & Álvarez (2020) a través de la teoría del Balance Social destaca la Responsabilidad Social Empresarial como herramienta estratégica que cumple con la función de recabar información que permita medir el cumplimiento de las empresas sobre su gestión y compromiso dentro del desarrollo social.

En efecto se afirma que el Balance Social es útil para que las empresas puedan demostrar a la sociedad, la aplicación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible en su gestión y cumplimiento del propósito empresarial. Y, construye la evidencia del concepto de Economía Social y Sostenible de la empresa. (Alarcón & Álvarez, 2020, p.9).

La sociedad global actual no cesa en la exigencia de acciones que reduzcan los enfrentamientos mundiales y generen condiciones que mejoren la calidad de vida de todos. Especialmente, de aquellos con dificultades para alcanzar el bienestar. Una realidad desalentadora frente a la satisfacción de los derechos universales para todos independientemente del lugar y las circunstancias en los que nazcamos.

Por lo anterior, García & Granda, (2019) presentan a los ODS, específicamente la Agenda 2030, como una respuesta para un cambio incluyente y sostenible que da

respuesta a los desafíos más acuciantes del entorno actual y del que hay que participar unidos y coordinados.

Estos objetivos se convirtieron en la guía reguladora para los inversionistas, gobiernos y consumidores que han empezado a cambiar su comportamiento de creación, innovación y de compra. Para transformar el desarrollo empresarial hacia un modelo socioeconómico equitativo y seguro en los próximos años donde se debe maximizar los desafíos en el beneficio económico-financiero directamente a la ética empresarial y el impacto que esa actividad económica rige sobre nuestro entorno (García& Granda, 2019).

DISEÑO METODOLÓGICO

Las variables independientes explicarán la relación entre el desempeño de la empresa, medidas en términos de rentabilidad. Dichas variables son las sugeridas por McWilliam y Siegel (2001) que presentan un modelo de oferta y demanda de la Responsabilidad Social Empresarial. En su modelo el impacto de estas políticas depende del tamaño, la rentabilidad, las ventas, el uso de activos, la solidez financiera y las variables de control.

El método estadístico para el desarrollo de la investigación es el de panel de datos. Es una herramienta que utiliza datos de fuentes secundarias, de los periodos comprendidos entre el 2010 al 2022. El enfoque del presente estudio es cuantitativo y las pruebas estadísticas se harán por medio del método de Mínimos Cuadrados Generalizados Factibles -MCOF para datos en panel. El diseño de la investigación es no experimental, es decir, dentro de su contexto natural se observarán las variables seleccionadas para hacer su respectivo análisis sin manipularlas.

El modelo econométrico:

$$ROA_{it} = \alpha + \beta_1 ESG_{it} + \psi CV_{it} + \varepsilon_{it}$$

Donde ESG es el índice (Environmental, Social and Governance) y CV es un vector de variable de control compuesto por tamaño, rentabilidad, ventas, uso de activos, solidez financiera y variables de control.

DESARROLLO DEL TRABAJO

La relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y el rendimiento financiero de las empresas está determinada por diferentes concepciones que explican la aplicación, posición y fijación de prácticas socialmente responsables dentro de las organizaciones. En línea con este punto de vista, se consideran los argumentos que esgrimen los economistas clásicos frente a la responsabilidad de una empresa y es el de aumentar el rendimiento de los accionistas (Friedman, 1970). Es decir, que el principal objetivo de una empresa, especialmente en el sector privado, es primordialmente el incremento de la riqueza. Mientras que otras corrientes teóricas afirman que las empresas deben enfocar su gestión en el bienestar múltiple de sus grupos de interés, en lugar de centrarse en la maximización de los beneficios económicos de sus accionistas (Becchetti y Trovato, 2011).

La participación, formulación y/o ejecución de programas de Responsabilidad Social Empresarial por parte de las organizaciones difieren en varias razones. Que van desde acciones sin ánimo de lucro caracterizadas por una cultura de filantropía hasta la respuesta que ejerce el entorno a partir de las presiones por los diferentes sectores externos y los beneficios explícitos de retorno.

Los beneficios de la implementación de una política de Responsabilidad Social Empresarial dentro de las organizaciones no solo impactan a la empresa en su conjunto sino también tiene efectos a nivel de masa (Skare y Golja, 2014). Además de aumentar la rentabilidad de las acciones para los inversionistas (Clarkson, 1995)

configura mecanismos de información, transformación, transmisión y satisfacción para las partes interesadas que se involucran en la empresa.

En este orden de ideas, el primer objetivo de la presente investigación es identificar la relación entre la Responsabilidad Social Empresarial y el rendimiento financiero de la empresa. Es decir, a partir del estudio de variables asociadas a los puntajes consolidados en el índice ESG se comprobará si ser socialmente responsable mejora la rentabilidad.

Para Moser y Martin (2012) si hay una relación positiva entre la RSE y el rendimiento financiero, es probable que las inversiones con un enfoque de sostenibilidad tengan un comportamiento favorable para las acciones, por tanto, la política de RSE en la organización favorece al accionario.

Al enfoque anterior, se antepone la de varios autores que con sus estudios encontraron una relación negativa entre la RSE y el rendimiento financiero de la empresa. Y subrayan que la RSE tiene un coste y perjudica la rentabilidad. En opinión de Friedman, estos programas y comportamientos corporativos son socialmente irresponsables y violan la responsabilidad corporativa, que es la ganancia.

Asimismo, se suma un tercer enfoque y es la inexistencia entre la RSE y el rendimiento financiero. Bajo esta concepción no existe una relación entre la RSE y los indicadores financieros. Esta relación documentada sugiere que la

responsabilidad social no aumenta la rentabilidad, pero tampoco la empeora. Es decir, sus efectos positivos o negativos se anulan entre estos y no causan un impacto notorio que permita tener una relación fuerte para descartar cualquiera de estas posiciones.

Las anteriores relaciones estudiadas por varios autores, donde se documentan la existencia positiva o negativa entre la RSE y el rendimiento financiero de la empresa o la inexistencia de esta, no implican un total desprecio por la actuación empresarial socialmente responsable. Y aunque muchos gerentes afirman ser buenos ciudadanos corporativos por convicción, a costas de los beneficios económicos de los accionistas, también se requiere una actitud ética de los accionistas para promover actividades que generen no solo sostenibilidad financiera sino también social y ambiental (Makey y Barney, 2007).

Cabe destacar, los resultados de autores que, a través de sus investigaciones, extraen conclusiones sobre los beneficios del comportamiento socialmente responsable en las empresas. Entre las que sobresalen la facilidad de concentrar riqueza y atraer recursos, la fidelización de los empleados y sus actuaciones orientadas hacia la calidad, la facilidad para comercializar sus productos y servicios en mercados competitivos, la identificación de las oportunidades presentes en la dinámica del mercado y la constitución de ventajas competitivas (Barnett y Salomo, 2006).

De la misma forma Weber (2008) expone los frutos potenciales de la aplicación de la RSE en las organizaciones, y es el fortalecimiento de la marca y la reputación, el sentido de pertenencia de los empleados para la empresa a través de la motivación que garantiza la retención y productividad. A lo anterior, se suma el ahorro de los costos, el crecimiento de las ventas, participación en el mercado y mayores ganancias, y la disminución de los riesgos asociados a la implementación de la RSE.

Para Jo & Dean (2012), la RSE impacta en la imagen corporativa de la empresa, y consolida el posicionamiento de esta en el mercado. Para ello, se requieren estrategias claves y puntuales frente a la sociedad. Por tal motivo, la RSE es fundamental para consolidar una imagen y reputación corporativa positiva. La forma como ven los consumidores a la empresa es determinante e influye directamente en la reputación de la empresa y la imagen de la marca, por tanto, la percepción de aspectos éticos, sociales y económicos deben ser del interés en las organizaciones (Alvarado & Sclesinger, 2008).

La influencia de la RSE en la imagen de marca y reputación de la empresa ha sido teóricamente estudiada por múltiples autores que resaltan variables fundamentales que deben tenerse en cuenta, y que según Bravo, Fraj, & Matute (2006) son: la dimensión local (O'Loughlin & Szmigin, 2005); los programas de RSE orientados al medioambiente (Rodriguez del Bosque, Vasquez, & Trespalacios, 1992); el compromiso en el desarrollo de la RSE (Vallaster & Chernatony, 2006); la satisfacción de los usuarios a través de productos y servicio de calidad (Helm,

2007); la lealtad (González, Cámara, & González, 2009); la comunicación bidireccional entre los clientes y la organización (Flavián, Torres, & Guinalfú, 2004); y los precios O’Loughlin & Szmigin, 2005)

Para evaluar el rendimiento financiero de las empresas seleccionadas se toman en cuenta seis variables que determinaran la correlación entre la RSE y el rendimiento financiero de la empresa. Estas se relacionan en la tabla 1.

Tabla 1: *Variables para la medición del rendimiento financiero empresarial*

Variables	Detalle	Autores
Tamaño (activos y volumen de ventas)	Tamaño empresarial y política regional.	Navas (2010), Wagner (1992) & Huerta, Contreras, Almodovar.
Rentabilidad (ROA, ROE, MARKET TO BOOK)	Porcentaje de utilidad de las empresas desde los activos, capital contable y ventas. Se calcula a través del retorno sobre los activos (ROA), el retorno sobre el capital contable (ROE), y sobre las ventas (ROS)	De la Hoz Suarez, Ferrer, De la Hoz Suarez (2008), Alonso-Almeida, Rodríguez, Cortez, & Abreu (2012)
Ventas	Total, de ventas anualizadas	Kuster & Canales (2006), SooCheong & Kwangmin (2011)
Uso de activos (deuda total, deuda a corto plazo, total equity)	Medición de los instrumentos de deuda (precio de la transacción y costos amortizados). Inversiones en acciones preferentes no convertibles o acciones preferentes u ordinarias sin opción de venta	Valencia, Narvaez & Vargas (2014), NIIF para las PYMES (2016), Ernst & Young (2019).

<p>Solidez financiera (Ebitda, ebit, cash, inventory, receivables, paybles</p>	<p>Capital de trabajo, flujos de caja y ciclo de conversión de efectivo.</p>	<p>José et al, 1996); Shin y Soenen, 1998; Deloof, 2003; Eljelly, 2004; Lazaridis y Tryfonidis, 2006; Padachi, 2006; Teruel y Solano, 2007; Raheman y Nasr, 2007; Samiloglu y Demirbas, 2008, Boisjoly, 2009; Falope y Ajilore, 2009; Mathuva, 2009; SEN y Oruç de 2009, Hayajneh y Yassine, 2011; Sabri, 2012.</p>
--	--	---

<p>Variables de control</p>	<p>Liquidez financiera y endeudamiento. La primera medida entre el activo circulante y pasivo circulante y, la segunda medida por las deudas a largo plazo y el total de los activos.</p>	<p>SooCheong & Kwangmin (2011), Romero (2013), Hammi (2014),</p>
-----------------------------	---	--

Fuente: Coba, Diaz, Zurita & Proaño (2017): Daza (2015)

RESULTADOS

El propósito de la investigación es determinar el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en el desempeño de la organización a través de una comparación entre empresas colombianas, analizando sus principales variables financieras y estableciendo la relación que tienen entre estas.

Las variables independientes que se analizan en el modelo econométrico propuesto es el tamaño, rentabilidad, venta, uso de activos, solidez financiera y variables de control y la variable dependiente es la rentabilidad de los activos.

Las hipótesis de la investigación que se comprobaran con el modelo econométrico propuesto son:

Hipótesis nula: H_0 : La Responsabilidad Social Empresarial tiene un impacto positivo en el desempeño financiero de las empresas

Hipótesis alternativa: H_1 : La Responsabilidad Social Empresarial tiene un impacto negativo en los rendimientos financieros.

Son 12 empresas seleccionadas que a través de sus principales variables financieras junto a su score del índice ESG permiten determinar la relación entre sus utilidades y sus practicas responsables socialmente. Su elección esta determinada por su reconocimiento en la configuración de políticas responsables que benefician a sus grupos de interés. Asimismo, por la configuración de su

gobierno corporativo y la transparencia en la información de la gestión realizada de acuerdo con la razón social establecida. El tiempo de análisis son 12 periodos anualizados, en el que se establecen el estudio de las estadísticas de las variables financieras seleccionadas en el capítulo anterior.

Las empresas son Bancolombia, Nutresa, Grupo Sura, Grupo Argos, Ecopetrol, Grupo Éxito, Familia, Davivienda, Colombina, Avianca Holdings, Corficolombiana, Grupo Aval. Las variables financieras analizadas son BS_TOT_ASSET, RETURN ON ASSET, RETURN COM EQY, MARKET CAPITALIZATION TO BV, TOT DEBT TO TOT ASSET, BS ST BORROW, TOTAL EQUITY, EBITDA, EBIT, BS TRADE PAYABLES AND OTHERS Y ESG SCORE

Este trabajo empleo una regresión de datos panel para analizar la relación entre la rentabilidad de los activos y el puntaje de ESG. El tipo de regresión que se usa es la regresión de mínimos cuadrados generalizados factibles (MCGF). Este método es usualmente empleado cuando las varianzas de las observaciones no son iguales para cada individuo y/o empresa, el cual es el caso de los datos empleados. Este método permite realizar regresiones con datos tipo panel en presencia de problemas de heterocedasticidad (Kalsie & Shrivastav, 2016). Es importante mencionar que no se observaron problemas de autocorrelación.

Tabla 2: Estadísticas descriptivas

Variable	N	Media	Desviación Estándar	Mínimo	Máximo
Total Assets	156	68000000	84600000	3630	367000000
Return on Asset	156	3,2	3,9	-15,4	19,2
Return on Common Equity	156	7,5	24,4	-134,1	41,1
Market Capitalization	156	1,5	0,7	0,0	4,0
Total Debt to Total Assets	156	25,0	15,4	1,3	91,6
Short Term Debt	156	2800000	5350000	197	30300000
Total Equity	156	16200000	18600000	-1302	119000000
Trade Payables and Others	156	2040000	4390000	143	19900000
BESG ESG Score	156	2,4	1,0	1,1	6,2

Fuente: Elaboración propia

La tabla 2 presenta la estadística descriptiva de todas las variables (independientes, dependientes y de control). Se utilizaron mínimos cuadrados generalizados factibles (FGLS) para analizar el impacto de la Responsabilidad Social Empresarial en el desempeño financiero de las empresas seleccionadas. Se utilizó el modelo de correlación de Pearson con un nivel de significancia de 5%. Los FGLS es una técnica para estimar los parámetros desconocidos en un modelo de regresión lineal. Su método es útil cuando hay desigualdad o heteroscedasticidad entre las varianzas de las observaciones o cuando existe un cierto grado de correlación entre las observaciones. Asimismo, permite estimaciones en presencia de heteroscedasticidad entre paneles y autocorrelación de primer orden.

Tabla 3: Prueba de autocorrelación

Prueba de correlación de wooldridge		
Variable Dependiente	Estadístico F	Valor p
ROA	3,5	0,1

Fuente: elaboración propia

No hay suficiente evidencia para rechazar la hipótesis nula de no autocorrelación en los residuos del modelo. En otras palabras, no se encontró autocorrelación serial en los residuos del modelo.

Tabla 5: Prueba de heterocedasticidad

Estadístico de Wald para la heteroscedasticidad por grupos		
Variable Dependiente	Estadístico F	Valor p
ROA	1921,6	0,0000

Fuente: Elaboración propia

Esto indica que existe evidencia suficiente para rechazar la hipótesis nula de homocedasticidad (es decir, igual varianza) en los grupos o clusters del modelo. En otras palabras, se encontró heteroscedasticidad significativa en los grupos.

Tabla 6: Modelo Estimado

	<i>Return on Asset</i>
BESG ESG Score	0,91491083*** (0,26209607)
Total Assets	-0,00000002*** (0)
Return on Common Equity	0,09251145*** (0,01240858)
Market Capitalization	0,96616452*** (0,27471228)
Total Debt to Total Assets	-0,04936739*** (0,01346922)
Short Term Debt	0,00000003 (0,00000003)
Total Equity	0,00000003 -0,00000002
Trade Payables and Others	-0,00000002 (0,00000004)

* p<0,05, ** p<0,01, *** p<0,001

Number of obs	156
Number of groups	12
Time periods	13
Wald chi2(8)	151,91
Prob > chi2	0,0000

El coeficiente del índice ESG score es positivo y estadísticamente significativo, se puede interpretar que un mayor índice ESG score está asociado con un mayor retorno sobre el capital. Esto sugiere que las empresas, tomadas como muestra para esta investigación, tienen un mejor desempeño en términos de aspectos

ambientales, sociales y de gobernanza y tienden a tener un mejor rendimiento financiero.

CONCLUSIONES

Con el desarrollo de la presente investigación se aporta material de interés y utilidad para futuros estudios que proyecten indagar sobre la relación e impacto de la Responsabilidad Social Empresarial y las utilidades financieras. Es decir, determina si las acciones de las organizaciones que se encaminan a minimizar los impactos negativos de sus actividades económicas permiten un mejor rendimiento, además de estrechar los lazos con las partes interesadas.

La investigación amplía la visión de la Responsabilidad Social Empresarial como una práctica necesaria en un mercado dinámico y cambiante, y la convierte en un factor clave en la toma de decisiones de impacto que generen beneficios a los grupos de interés. Asimismo, precisa sobre la importancia de generar ideas de negocio innovadoras con aporte de la tecnología para diseñar procesos que optimicen el uso de los recursos.

La relación estudiada entre la RSE y el rendimiento financiero a partir de las variables financieras analizadas de las empresas seleccionadas es positiva, quiere decir que las prácticas socialmente responsables de las empresas son determinantes en la gestión empresarial y facilitan la creación de valor. Es decir, se convierte en un mecanismo que integra relaciones redituables entre lo social y ambiental con lo económico.

Los resultados evidencian que el éxito de las organizaciones no se cimienta exclusivamente en principios tradicionales, sino que deben orientarse a procesos que, desde las decisiones y gestión empresarial, procuren por estimular la creación y/o reformulación de productos y servicios de forma innovadora. Todo esto desde

un escenario favorable para el desarrollo sostenible que garantice el crecimiento en el mediano y largo plazo para la organización.

El método de Mínimos Cuadrados Generalizados Factibles a partir del modelo econométrico propuesto confirma la hipótesis de que, la Responsabilidad Social Empresarial favorece la creación de valor. Es, por tanto, una política generadora de posicionamiento, réditos económicos y crecimiento sostenible.

Finalmente, es la Política de Responsabilidad Social una practica que contribuye al fomento de acciones transformadoras que benefician a la sociedad en su conjunto y contribuye a la generación de escenarios que promueven la competitividad y productividad como eje fundamental del bienestar humano.

REFERENCIAS

Albuquerque, R., Koskinen, Y., & Zhang, C. (2019). Corporate social responsibility and firm risk: Theory and empirical evidence. *Management Science*, 65(10), 4451–4469. <https://doi.org/10.1287/mnsc.2018.3043>

Alarcón Conde, M. Á., & Álvarez Rodríguez, J. F. (2020). El Balance Social y las relaciones entre los Objetivos de Desarrollo Sostenible y los Principios Cooperativos mediante un Análisis de Redes Sociales. <https://roderic.uv.es/handle/10550/77435>

Astroz López, L. M., & Peñaloza Rodríguez, J. A. (2021). Índices de sostenibilidad: una revisión a la integración de factores ambientales, sociales y de gobierno corporativo en los mercados bursátiles.

Azuero-Rodríguez, Andrés R., García-Solarte, Mónica, & Garibello-García, David. (2022). Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial dirigidas a los stakeholders en PYMEs del Valle del Cauca: literatura vs práctica. *Entramado*, 18(2), e204. Epub October 10, 2022. <https://doi.org/10.18041/1900-3803/entramado2.8292>

Bae, K.-H., El Ghouli, S., Gong, Z. (Jason), & Guedhami, O. (2021). Does CSR matter in times of crisis? Evidence from the COVID-19 pandemic. *Journal of Corporate Finance*, 67, 101876. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2020.101876>

Benabou, R., & Tirole, J. (2010). Individual and corporate social responsibility. *Economica*, 77(305), 1–19. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0335.2009.00843.x>

Bhardwaj, P., Chatterjee, P., Demir, K. D., & Turut, O. (2018). When and how is corporate social responsibility profitable? *Journal of Business Research*, 84, 206–219. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.11.026>

Bohórquez Toro, C. A. (2016). Un panorama de la responsabilidad social empresarial y el desafío de su implementación en Colombia (Bachelor's thesis, Universidad EAFIT).

Boubakri, N., El Ghouli, S., Guedhami, O., & Wang, H. (Helen). (2021). Corporate social responsibility in emerging market economies: Determinants, consequences, and future research directions. *Emerging Markets Review*, 46, 100758. <https://doi.org/10.1016/j.ememar.2020.100758>

Breuer, W., Müller, T., Rosenbach, D., & Salzmänn, A. (2018). Corporate social responsibility, investor protection, and cost of equity: A cross-country comparison. *Journal of Banking and Finance*, 96, 34–55. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2018.07.018>

Buchanan, B., Cao, C. X., & Chen, C. (2018). Corporate social responsibility, firm value, and influential institutional ownership. *Journal of Corporate Finance*, 52, 73–95. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2018.07.004>

Cheng, B., Ioannou, I., & Serafeim, G. (2014). Corporate social responsibility and access to finance. *Strategic Management Journal*, 35(1), 1–23. <https://doi.org/10.1002/smj.2131>

Dyck, A., Lins, K. V., Roth, L., & Wagner, H. F. (2019). Do institutional investors drive corporate social responsibility? International evidence. *Journal of Financial Economics*, 131(3), 693–714. <https://doi.org/10.1016/j.jfineco.2018.08.013>

Escudero, M., & Lama, J. G. (2014). La responsabilidad social empresarial y la creación de valor en América Latina (Vol. 56). Universidad de Deusto. https://books.google.es/books?hl=es&lr=&id=F9k0BQAAQBAJ&oi=fnd&pg=PA5&dq=La+responsabilidad+social+surgí+C3%B3+a+ra%C3%ADz+de+un+Pacto+Mundial+en+el+a%C3%B1o+2000+en+plena+entrada+al+siglo+XXI+&ots=B_YJFG_r2&sig=KvFPbv57OHRFOR95z-SACHRxmTk

Gillan, S. L., Koch, A., & Starks, L. T. (2021). Firms and social responsibility: A review of ESG and CSR research in corporate finance. *Journal of Corporate Finance*, 101889. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2021.101889>

Griffin, D., Guedhami, O., Li, K., & Lu, G. (2021). National culture and the value to implications of corporate environmental and social performance. *Journal of Corporate Finance*, 71, 102–123. <https://doi.org/10.1016/j.jcorpfin.2021.102123>

Heinkel, R., Kraus, A., & Zechner, J. (2001). The Effect of Green Investment on Corporate Behavior. *The Journal of Financial and Quantitative Analysis*, 36(4), 431. <https://doi.org/10.2307/2676219>

Indices, S. P. D. J. (2016). S&P Dow Jones Indices. Retrieved April, 12, 2016.

KALSIE, Anjala; SHRIVASTAV, Shikha Mittal. Analysis of board size and firm performance: evidence from NSE companies using panel data approach. *Indian Journal of Corporate Governance*, 2016, vol. 9, no 2, p. 148-172.

Kim, H. D., Kim, T., Kim, Y., & Park, K. (2019). Do long-term institutional investors promote corporate social responsibility activities? *Journal of Banking and Finance*, 101, 256–269. <https://doi.org/10.1016/j.jbankfin.2018.11.015>

Masulis, R. W., & Reza, S. W. (2015). Agency problems of corporate philanthropy. *Review of Financial Studies*, 28(2), 592–636. <https://doi.org/10.1093/rfs/hhu082>

PALMA, Hugo Gaspar Hernández; PITRE-REDONDO, Remedios; DAZA, Bertha Cristina Orozco. Responsabilidad social empresarial como factor de cambio de la gestión empresarial. *Dictamen Libre*, 2020, no 27, p. 35-43.

Price, J. M., & Sun, W. (2017). Doing good and doing bad: The impact of corporate social responsibility and irresponsibility on firm performance. *Journal of Business Research*, 80, 82–97. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2017.07.007>

Rojas-Pérez, A.K. , Capacho-Rodríguez, K.D. , Casadiego-Duque, Y.R. (2020). La Prospectiva de la Gerencia Estratégica y la Responsabilidad Social Empresarial de las Empresas en Colombia. *Reflexiones contables (Cúcuta)*, 3(1), 95-109. <https://revistas.ufps.edu.co/index.php/RC/article/view/2898/4274>

Olano, A. (2014). Estudio de la responsabilidad social empresarial en Colombia, un compromiso de todos. *Universidad Militar Nueva Granada*. <https://repository.unimilitar.edu.co/bitstream/10654/12615/2/Estudio%20-%20Responsabilidad%20Social%20Empresarial%20en%20Colombia.pdf>

Starks, L. T. (2009). EFA keynote speech: “corporate governance and corporate social responsibility: What do investors care about? What should investors care about?”. *Financial Review*, 44(4), 461–468. <https://doi.org/10.1111/j.1540-6288.2009.00225.x>

Tarmuji, I., Maelah, R., & Tarmuji, N. H. (2016). The Impact of Environmental, Social and Governance Practices (ESG) on Economic Performance: Evidence from ESG Score. *International Journal of Trade, Economics and Finance*, 7(3), 67–74. <https://doi.org/10.18178/ijtef.2016.7.3.501>

TORRES CARVAJAL, Karen Andrea; CRIADO, Javier Andrés; CHAVARRIA CASTRO, Liliana Marcela. La responsabilidad social empresarial como estrategia de posicionamiento de la PYMES. 2022.

ANEXOS

Incluya en los anexos las entrevistas, formatos, encuestas y todo material complementario que fue insumo para la elaboración del documento.