

**RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA (RSC) Y RENTABILIDAD
FINANCIERA (RF) EN EL SECTOR TURÍSTICO.**

**AUTOR/ES: M^a Del Amor Jiménez Jiménez, Ana Gessa Perera, Ana Irimia
Diéguez, Sara Morales Márquez Y Antonio Ruiz Jiménez.**

RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y TURISMO

Facultad de Turismo y Finanzas de la Universidad de Sevilla.

C/ San Francisco Javier s/n 41018 Sevilla

635339908

saramm@euosuna.org

Resumen (máx. 200 palabras):

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) se plantea como un elemento estratégico clave en la gestión empresarial. Sin embargo, son escasos los estudios en el sector turístico y además, no son concluyentes con respecto a su relación con la rentabilidad (Miras et al., 2010; Fernández y Cuadrado, 2011). El objeto del presente trabajo es analizar la relación existente entre la aplicación efectiva de los principios de RSC y la Rentabilidad Financiera de las empresas del Sector Turístico. Para el análisis empírico, hemos seleccionado las cadenas hoteleras españolas con mayor reconocimiento reputacional en materia de RSC. Las variables utilizadas en el análisis referidas a los ejercicios 2010 y 2011 son, del lado de la RSC, los ítems de una encuesta cumplimentada por las cadenas hoteleras sobre RSC, efectuada en una tesis previa (Jiménez, 2012); además de algunas variables de control externo procedentes del *Global Reporting Initiative* y, por otro lado, indicadores de rentabilidad, ROA y ROE, así como el nivel de riesgo de la empresa. Mediante estadística descriptiva, análisis de correlación y análisis gráfico basado en diagramas de dispersión, se muestra en qué medida están correlacionadas la RSC y la Rentabilidad Financiera.

Abstract (máx. 200 palabras)

Although Corporate Social Responsibility (CSR) is seen as a key strategic element in business management, there is a scarcity of research in the tourism sector and there are still no conclusive studies regarding its relationship with profitability (Miras et al., 2010; Fernández y Cuadrado, 2011). The aim of this study is to analyze the connection between the effective application of the principles of CSR and the financial performance in the Spanish tourism sector. Those Spanish hotel companies owning the highest CSR rates, have been selected for the empirical research. The variables used for this analysis to years 2010 and 2011 are firstly extracted from a survey filled in by the hotel companies about the CSR, which is certified by a dissertation (Jiménez, 2012); and secondly variables obtained by external regulations as the GRI (Global Reporting Initiative). On the other hand, indicators of profitability, ROA, ROE and the business risk level. Descriptive statistics and both a correlation analysis and a graphic analysis based on scatter plots have been developed to explain the actual link between the CSR and the financial performance related to the hotel companies on study.

Palabras clave: Responsabilidad Social Corporativa, Rentabilidad Financiera, Sector turístico, GRI (Global Reporting Initiative), ROE, nivel de riesgo empresarial.

Key words: Corporate social responsibility, financial performance, tourism sector, GRI (Global Reporting Initiative), ROE, business risk level.

1. JUSTIFICACIÓN, OBJETIVOS Y METODOLOGÍA

La Responsabilidad Social Empresarial (en adelante, RSE) o Responsabilidad Social Corporativa (RSC) es considerada, desde hace ya algunas décadas, como una nueva tendencia de cambio en los procesos de Dirección y Gestión de las organizaciones empresariales. En este contexto, desde principios de los 70 existen publicaciones científicas que analizan la relación entre RSC y Rentabilidad Financiera (en adelante, RF) dentro de las organizaciones (Gómez, 2008).

Como es ampliamente conocido la RSC abarca tres dimensiones (económica, social y medioambiental), teniendo con ellas un objetivo claro: llegar a implantar un modelo de empresa socialmente responsable. Para ello, se parte del desarrollo sostenible, agregándole dos valores fundamentales: el interés por los colectivos que se relacionan con la empresa (Grupos de interés o *Stakeholders*) y el desarrollo de la ética empresarial como modelo de gestión”.

Concretamente en el caso español, es a finales del siglo XX y principios del XXI, cuando la RSE parece alcanzar su máxima relevancia, ya que se hacen eco determinadas instituciones, tanto europeas como españolas en sus publicaciones de esta importancia. Destacan entre otras, las siguientes: (a) El Libro Verde de la Comisión Europea, (b) La constitución del Consejo Estatal de RSE (CERSE), (c) La inclusión de la RSC en el Pacto de Concertación y (d) La creación de numerosos foros profesionales: Forética, Asociación Española del Pacto Mundial, Fundación Entorno, Fundación Empresa y Sociedad, entre otros.

Tal y como señala Miras et al. (2011) aún no existe un acuerdo sobre lo que puede considerarse RSC y, en particular, sobre el carácter desinteresado y la voluntariedad de las acciones de RSC en las organizaciones; a esto sumamos el debate acerca de si es conveniente o no realizar prácticas de RSC en la empresa. Dentro del mismo, destaca la controversia en torno a la existencia de relación entre las acciones de RSC y la RF en las organizaciones, generando así, a lo largo de los años un intenso debate en la literatura, en el sentido de si las prácticas en RSC producen impactos positivos, negativos o simplemente no influyen en la rentabilidad de las empresas. Nuestro trabajo está enmarcado en este debate, tratando de determinar, dentro del contexto concreto del sector hotelero, qué grado de impacto tienen las prácticas en RSC, llevadas a cabo por las cadenas hoteleras españolas en el periodo 2010 a 2011, en su Rentabilidad Financiera.

Según sugiere Clarkson (1995), las organizaciones empresariales en general y, por tanto, las empresas hoteleras, deberán, por iniciativa propia, adoptar una actitud proactiva sobre la RSC, considerándola como una oportunidad, ya que puede llegar a convertirse en una fuente de ventaja competitiva dentro de la organización, y así, no se limiten sólo a cumplir requisitos legales en el ámbito medioambiental, laboral, social, etc. En esta línea se pronuncia Jiménez (2012) cuando señala que las empresas hoteleras no deben reaccionar de forma pasiva ante el concepto de RSC ya que son muchos los agentes sociales y económicos que reclaman que las empresas dedicadas al negocio hotelero deben tener una actitud participativa y proactiva ante este concepto. Por ello “se le exige al sector turístico y a sus empresas hoteleras que se enfrenten a los nuevos retos que se les plantean y caminen enérgicamente hacia la nueva era del turismo sostenible marcado por el cambio tecnológico, las responsabilidades sociales y medioambientales, y las renovadas demandas de los agentes afectados o que afectan al mismo” (Jiménez, 2012).

La relación entre RSC y RF ha sido estudiada en el sector hotelero, destacando el trabajo de Nicolau (2008), el cual nos argumenta que “dado que el turismo es un fenómeno social/económico que actúa como un motor de progreso económico y una fuerza social, la obtención de resultados positivos de las actividades de RSC implicaría que estas iniciativas benefician a la sociedad de forma directa (a través de la inversión filantrópica, integrada en la sociedad) e indirectamente (a través del aumento de los beneficios).”

Nuestro objetivo principal es analizar si la aplicación de buenas prácticas de RSC, en el sector hotelero, afecta de manera positiva, negativa o no tiene ningún efecto en los resultados financieros. Para el estudio se han seleccionado 4 cadenas hoteleras españolas con un alto reconocimiento reputacional en materia de RSC, concretamente: Meliá Hotels International, NH Hoteles, Fuerte Hoteles y Paradores de Turismo de España. Por tanto, consideramos que la principal aportación de este trabajo es el análisis de dicha relación dentro de un sector específico como es el hotelero. Para alcanzar dicho objetivo analizaremos la relación entre variables las de RSC y de RF seleccionadas para este trabajo y que detallaremos en los siguientes epígrafes.

Siguiendo a Preston y O’Bannon (1997) y Gómez (2008), las hipótesis a contrastar son:

- H1. Hipótesis del Impacto Social: las prácticas en RSC tienen un efecto positivo sobre la Rentabilidad Financiera.

H2. Hipótesis del *Trade Off*: las prácticas en RSC tienen un efecto negativo sobre la Rentabilidad Financiera.

H3. Hipótesis de las Variables Moderadoras: las prácticas en RSC no tienen efecto alguno sobre la Rentabilidad Financiera.

En cuanto a la metodología utilizada, partimos de información recabada a partir de una encuesta realizada a los máximos responsables del área de RSC de cada una de las cadenas hoteleras objeto de estudio, como son los directivos, coordinadores o jefes de áreas. A raíz de esta información, junto con la recogida en las memorias GRI realizadas por las cadenas hoteleras y de sus cuentas anuales, realizamos un análisis descriptivo de las variables de RSC y RF objeto de estudio, seguido de un análisis de correlación y, finalmente, aplicando la metodología propuesta por Sacristán et al. (2012) que consiste en la elaboración de un análisis gráfico de las variables de RSC con cada una de las variables dependientes seleccionadas: ROA, ROE y nivel de riesgo financiero de la empresa. Esta última metodología utilizada es novedosa en este tipo de estudios y nos permite obtener la tendencia de dicha relación.

En cuanto a la estructura del trabajo, le siguen a esta introducción, en el segundo epígrafe, el marco teórico y una revisión de los trabajos empíricos que estudian la relación entre la RSC y la RF de las empresas del sector turístico. En el tercer epígrafe, presentamos el análisis empírico junto con los resultados alcanzados. Finalmente, se exponen las conclusiones, junto con las futuras líneas de investigación propuestas así como las limitaciones de este trabajo.

2. MARCO TEÓRICO Y REVISIÓN DE LA LITERATURA

La investigación sobre la relación existente entre RSC y RF se intenta explicar a partir de un marco teórico, que según Preston y O'Bannon (1997) difiere en términos del signo de la relación: positivo, negativo o neutral, y de la secuencia causal; tomando como variable independiente a la RSC y como variable dependiente la RF o viceversa, siendo posible incluso que el vínculo sea sinérgico. No obstante, es más habitual la realización de estudios en don de se considere la RSC como variable independiente (Charlo y Moya, 2010; Balaguer y Nae, 2012; Alonso et al., 2012; López et al., 2011, entre otros).

Gómez (2008) realiza un trabajo en el que ofrece un mapa de las posibles relaciones entre la RSC y el RF, basándose en las seis hipótesis planteadas por Preston y

O'Bannon (1997) e incorporando una nueva “la hipótesis de las variables moderadoras” con el propósito de explicar la falta de significatividad encontrada en dicha relación, resultados mixtos o estadísticamente no significativos, lo cual corroboran autores como Miras *et al.* (2011) y Martínez *et al.* (2011). Dichas hipótesis se exponen en el siguiente cuadro:

SECUENCIA CAUSAL	SIGNO DE LA RELACIÓN		
	Positivo	Neutral	Negativo
RSC → RF	Hipótesis del impacto social	Hipótesis de las variables “moderadoras”	Hipótesis de <i>trade-off</i>
RF → RSC	Hipótesis de la disponibilidad de fondos		Hipótesis del oportunismo de los directivos
RSC ↔ RF	Sinergia positiva		Sinergia negativa

Tabla 1. Tipos de relación entre RSC y RF

Fuente: Preston y O'Bannon (1997) y Gómez (2008)

A continuación realizaremos una revisión a partir de este marco teórico establecido, recopilando los trabajos más destacados en los que se analiza el impacto de la RSC y la RF dentro del sector turístico.

En la tabla 2 se presenta el número de estudios encontrados y analizados en la revisión bibliográfica realizada por Martínez *et al.* (2011) que resume el cuerpo de la literatura empírica publicada durante los últimos cuarenta años (1972-2011).

DÉCADA	SIGNO DE LA RELACIÓN		
	Positivo (total de estudios)	Neutral (total de estudios)	Negativo (total de estudios)
70	13 estudios	7 estudios	1 estudio
80	13 estudios	14 estudios	6 estudios
90	47 estudios	31 estudios	12 estudios
00	49 estudios	18 estudios	6 estudios

10	2 estudios	4 estudios	1 estudio
-----------	------------	------------	-----------

Tabla 2. Número de estudios empíricos sobre la relación RSC-Resultado financiero

Fuente: Elaboración propia a partir de Gómez (2008) y Martínez et al. (2011).

La relación existente entre la RSC y la RF está determinada en cierta medida por el sector de actividad. Por ello, considerando que nuestro objeto de estudio se enmarca en el sector turístico, nos centramos en los siguientes trabajos:

Fernández y Cuadrado (2011) realizan una revisión y análisis de las referencias académicas e institucionales existentes, en el ámbito de la RSC y finalizan con el estudio de la conceptualización de la RSC en el sector hotelero. En dicho estudio se diferencia una clara dicotomía en el planteamiento de las investigaciones publicadas:

- Estudios de caso de carácter exploratorio y analítico con el objetivo de analizar la gestión medioambiental y social de los establecimientos hoteleros.
- Estudios de carácter cuantitativo centrados en la rentabilidad e impactos económico-financieros de estas políticas.

En el primer grupo de investigaciones encontramos el trabajo de Jiménez (2012), en el que se analiza cómo los establecimientos hoteleros integran la RSE en su proceso de dirección y gestión. Para ello la metodología utilizada es el estudio de casos múltiples; estudio exploratorio, descriptivo y explicativo. La unidad de análisis son las empresas hoteleras españolas con alto reconocimiento reputacional en materia de RSC: Meliá Hotels International, S.A., NH Hoteles, S.A., Paradores de Turismo de España, S.A. y Fuerte Hoteles, S.L. Recientemente se han publicado trabajos que siguen esta misma línea, como son el de Rodríguez *et al.* (2013) en el que se analiza la implantación de actuaciones relacionadas con la RSC en el sector hotelero, realizando un estudio de casos múltiples de las cadenas NH Hoteles, Meliá y Confortel. Y el trabajo de Martínez *et al.* (2013) que elabora un estudio de casos exploratorio e ilustrativo basado en el análisis de Meliá Hotels International, aportando información acerca del planteamiento y el diseño de estrategias de RSC además de las buenas prácticas para llevarlas a cabo en las cadenas hoteleras.

Con respecto al segundo grupo de investigaciones publicadas, las referentes a los trabajos de carácter cualitativos centrados en la rentabilidad, cabe destacar varios estudios empíricos importantes en dicho sector, ya que, más allá de la consideración del

comportamiento socialmente responsable como fuente de valor, existen evidencias empíricas del impacto económico de las políticas de responsabilidad social sobre las cuentas de la empresa hotelera (Fernández y Cuadrado, 2011).

Por ello, destacamos el trabajo de García y Armas (2007) en el cual, tratan de determinar, en el ámbito del sector hotelero español, en qué grado diferentes niveles de responsabilidad social-medioambiental de las distintas empresas hoteleras españolas, medida a través de las opiniones de directivos de la competencia, implican a su vez diferencias en términos de resultados económicos. Todo ello se cuantifica para una muestra de 80 empresas hoteleras españolas, realizando un análisis multivariante y otro de regresión. Los resultados obtenidos en dicho trabajo apuntan a que las empresas que presentan mayores niveles de responsabilidad social-medioambiental obtienen diferencias positivas de rentabilidad, independientemente de su tamaño.

Otro trabajo es el de Nicolau (2008) en el que intenta determinar si las iniciativas sociales propuestas por las empresas hoteleras dan lugar a resultados positivos. Analizando las iniciativas de RSC propuestas por Nicolau (2008), contribuimos a la fuerza social del turismo a través de mecanismos no económicos como por ejemplo la contribución en las áreas social y ambiental y los mecanismos económicos; el efecto obtenido por las actividades de RSC sobre los resultados empresariales que son los beneficios para la sociedad y posteriormente el efecto de rendimiento de la empresa en la sociedad. Llegando así a concluir que en su estudio de dos cadenas hoteleras (Sol Meliá y NH Hoteles), para un periodo temporal desde 1996 a 2006, se produce un incremento, por término medio, en el valor de su cotización bursátil a corto plazo reflejando así la mayor fiabilidad que el público le otorga a las empresas socialmente responsables.

Por otro lado, Lee y Park (2009) argumentan que sus resultados muestran como existe una relación positiva y simultánea entre la RSC y los resultados empresariales para la industria hotelera, apoyando así la teoría de sinergia positiva. Sin embargo para la industria de los casinos no se encontró una relación particular (estudio realizado para hoteles y casinos que cotizan en bolsa en los EE.UU.). Por tanto, la inversión en actividades de RSC por parte de las empresas hoteleras no sólo provoca el aumento de valor de la empresa y la rentabilidad, sino que ese aumento se produce simultáneamente, lo que permitiría que el hotel invirtiera en mayor medida en actividades de responsabilidad social. Sin embargo los directivos deben de formular sus

planes estratégicos y asegurarse de que tienen una situación financiera suficientemente sólida, antes de decidir invertir en actividades de RSC.

Molina *et al.* (2009) analizan el comportamiento ambiental de los hoteles españoles, estudiando la relación existente entre la proactividad medioambiental y sus niveles de rendimiento económico. Para ello realizaron un análisis de conglomerados dividiendo los hoteles en tres grupos en función de su proactividad ambiental, demostrando así que aquellos hoteles con mayor compromiso en prácticas ambientales tienen mayores niveles de rendimiento. Y por otro lado realizaron un análisis de regresión en el que se revela la relación positiva y significativa entre el grado de proactividad ambiental y el rendimiento empresarial de los hoteles. Concluyen que “los gerentes de hotel deben tener en cuenta la implementación de prácticas ambientales para proteger el medio ambiente natural, al mismo tiempo, para mejorar la competitividad y el rendimiento de sus empresas”.

Kang *et al.* (2010) examinan los efectos independientes de las actividades de RSC positivos y negativos en el sector de la hostelería, sobre 2 dimensiones: por un lado, la rentabilidad, midiendo el rendimiento financiero a corto plazo, y por otro, el valor de la empresa, midiendo en este caso la RF a largo plazo. Los resultados nos muestran, para la parte de la industria hotelera, un impacto positivo de las actividades positivas de RSC en el valor de la empresa, pero no reveló ningún efecto significativo en la rentabilidad.

Otro estudio relacionado es el de Inoue y Lee (2011) en el cual, desagregan la RSC en cinco dimensiones: comunidad, diversidad, relación con empleados, productos y el medio natural, para examinar los efectos de cada dimensión en la rentabilidad a corto plazo y evaluaciones del mercado sobre la rentabilidad futura de las cuatro industrias relacionadas con el turismo (aerolíneas, casinos, hoteles y restaurantes) analizadas anteriormente en el trabajo de Kang *et al.* (2010). Los resultados obtenidos generalmente sugieren que las cinco dimensiones de RSC afecta de manera diferente a las dos medidas de desempeño financiero y que estos impactos financieros varían entre las cuatro industrias relacionadas con el turismo. En el sector hotelero en concreto, las cuestiones de diversidad influyen positivamente en la rentabilidad futura de la industria hotelera y la dimensión del producto tiene un efecto positivo tanto en la rentabilidad a corto plazo como en la rentabilidad futura de la empresa hotelera.

Finalmente, el trabajo de Milanés *et al.* (2012) intenta analizar el nivel de compromiso medioambiental de forma voluntaria que adquieren las principales cadenas hoteleras

cotizadas europeas registradas en la base de datos AMADEUS para el año 2007, seleccionando este año con la finalidad de evitar los posibles efectos de la crisis. Dicho estudio lo realizan a partir de la información que contienen las empresas en sus estados financieros, utilizando como metodología el análisis de contenidos. Además analizan en qué medida dicho compromiso es una fuente de ventaja competitiva, aportando evidencia empírica acerca de los factores determinantes de responsabilidad medioambiental. Los resultados proporcionados en este análisis muestran que la mayoría de los hoteles analizados carecen de política de protección medioambiental, sin embargo factores como el tamaño, la normativa contable adoptada o la pertenencia a grupos sitúan a los hoteles en un posicionamiento más o menos responsable. Por otro lado, este trabajo se adentra en el “argumento comercial” analizando la relación entre la rentabilidad empresarial y el desempeño medioambiental. Realizando para ello un “*cluster analysis*”, una regresión logística para ver la relación a través de un contraste de hipótesis y un análisis de la varianza (ANOVA). Concluyendo, en este sentido, que la rentabilidad empresarial es una de las ventajas de la integración de las cuestiones medioambientales en la estrategia corporativa de la empresa.

A modo de conclusión sobre los estudios analizados dentro del sector hotelero, podemos aclarar que en la mayoría existe una relación positiva entre la RSC y la RF. Muchos de los trabajos desagregan a la RSC en distintas dimensiones para estudiarlas por separado, centrándose algunos en la responsabilidad social ambiental, y concluyendo que existe relación positiva entre ésta y la Rentabilidad Financiera, esta misma distinción hacemos nosotros en nuestro trabajo, estudiamos el carácter ambiental dentro de la RSC, además del social y económico.

3. ANALISIS EMPIRICO SOBRE LA RELACIÓN ENTRE LA APLICACIÓN EFECTIVA DE LA RSC EN LAS CADENAS HOTELERAS ESPAÑOLAS Y LA RENTABILIDAD FINANCIERA.

3.1. Metodología

La metodología aplicada es novedosa en este tipo de estudios, se trata de un análisis basado en diagramas de dispersión, siguiendo a Sacristán *et al.* (2012). Dado el tamaño reducido de la muestra no podemos obtener inferencias, pero con el análisis gráfico si se puede ver la tendencia de la relación entre la RSC y la RF.

Como ya hemos comentado anteriormente, partimos de la encuesta realizada en un trabajo previo, Jiménez (2012), a los directivos del área de RSC de las cuatro cadenas hoteleras que constituyen nuestra muestra. Adicionalmente, realizamos la clasificación de las memorias de cada una de estas cadenas según su grado de cumplimiento de los criterios GRI. La estructura del estudio empírico, como se puede comprobar en los siguientes epígrafes, incluye, en primer lugar, una tabla de estadísticos descriptivos de todas las variables objeto de estudio, seguido de un análisis de correlación de las mismas y, finalmente, hemos desarrollado el análisis gráfico, el cual consiste en la realización de diferentes diagramas de dispersión, con el fin de analizar la relación existente entre las variables, dos a dos, esto es, cada variable independiente con las variables dependientes.

3.2. Análisis de la variable independiente

La variable independiente es la RSC medida a través de los ítems de la encuesta citada anteriormente, cumplimentada por las cadenas hoteleras en cuestión sobre RSC. Estos ítems se plantean como objetivos a alcanzar por las empresas que quieran realizar una aplicación efectiva de los principios de la RSC. Las empresas cumplimentaron la encuesta valorando cada ítem mediante una escala de likert de 1 a 5 (de menor a mayor cumplimiento). El formato de dicha encuesta se encuentra publicado en el anexo 2 del trabajo de Jiménez (2012).

Hemos considerado oportuno agrupar todos estos ítems en las 3 dimensiones del concepto de sostenibilidad, siguiendo el modelo planteado por Elkington (1997), la “*triple botom line*” (TBL): formada por las dimensiones social, ambiental y económica, con objeto de facilitar el análisis de correlación. Para ello, obtendremos una media aritmética de la puntuación de todos los ítems que agrupan cada una de las dimensiones. A continuación presentamos en la tabla 3 la descripción de estos ítems agrupados en las tres dimensiones de la RSC.

Social	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Favorecer la conciliación de la vida laboral y familiar. ✓ Apoyar y tener en cuenta a los colectivos sociales y desfavorecidos. ✓ Crear empleo. ✓ Colaborar con las ONGS en proyectos de desarrollo. ✓ Desarrollar, apoyar o promover proyectos educativos / culturales / deportivos. ✓ Promover comportamiento ético en la gestión empresarial. ✓ Fomentar la diversidad, la integración y la no discriminación. ✓ Respetar los derechos humanos y la intimidad de sus trabajadores y proveedores. ✓ Mejorar la calidad de vida y favorecer el desarrollo del entorno más próximo.
Ambiental	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Ser respetuosa con el medio ambiente.
Económico	<ul style="list-style-type: none"> ✓ Respetar los derechos de sus clientes. ✓ Prestar un servicio de calidad. ✓ Ser transparente y estar abierta al diálogo con sus grupos de interés. ✓ Fomentar la mejora continua. ✓ Favorecer la innovación.

Tabla 3. Agrupación de las variables en las tres dimensiones de RSC.

Fuente: elaboración propia a partir de Jiménez (2012)

Seguidamente presentamos en la tabla 4 las puntuaciones obtenidas por cada una de las tres dimensiones en las que se ha dividido la RSC para el horizonte temporal establecido. En adelante representaremos a cada una de las cadenas hoteleras objeto de estudio como A, B, C y D³⁵.

	Media Social	Media Ambiental	Media Económica
A	3,1	3,0	5,0
B	3,6	5,0	4,6
C	3,4	4,0	3,6
D	4,9	5,0	4,2

Tabla 4. Puntuaciones de cada dimensión de la RSC

³⁵ Concretamente Meliá Hotels International (A), NH Hoteles (B), Paradores de Turismo de España (C) y Fuerte Hoteles (D)

Fuente: Elaboración propia

En el trabajo de Albareda y Balaguer (2008) se recoge una tabla con las principales normas, sistemas de certificación e instrumentos, que permiten identificar el grado de aplicación de RSC en la empresa. Este trabajo nos ha servido de guía para comprobar si alguna de las cadenas hoteleras objeto de estudio cumplía con alguno de los instrumentos incluidos en dicha tabla, y creemos haber encontrado una clara variable de control externa perteneciente al ámbito de “Generación de Información”: las memorias de sostenibilidad según el GRI (*Global Reporting Initiative*). A través de esta variable de control GRI, se obtiene la clasificación de las memorias de cada una de las cadenas hoteleras, siendo posteriormente valoradas.

La información y los datos incluidos en la memoria deben estar respaldados por documentación y controles internos realizados por otras personas distintas a los autores de la memoria. La comprobación de la veracidad de los contenidos, y la aplicación de las directrices correctamente, son dos características de gran interés para los *stakeholders*, ya que ellos deben tener confianza en que la memoria podrá ser verificada. Esta verificación, al no ser obligatoria, es importante a la hora de determinar la validez que tiene una memoria GRI. El proceso de verificación, como ya hemos mencionado, se hace externamente y puede tener distintos niveles de exhaustividad y rigor con respecto a la información aportada. Una vez que ha sido verificada, la obtención de uno u otro nivel (desde C hasta A+) se fundamentarán en la cantidad de información aportada y en la calidad que tenga la misma (Navarro, 2012). Estos niveles se otorgarán en función del número de secciones de contenidos básicos de la guía que han sido utilizados en la elaboración de la memoria. En el momento en el que las organizaciones publican sus memorias, indican que nivel de aplicación han llevado a cabo, para que seguidamente, el servicio de verificación del nivel de aplicación de la GRI confirme si se trata o no del nivel adecuado. Téngase en cuenta que ha sido realizada de la siguiente forma: a cada nivel de aplicación de las memorias se le ha asignado un número, en escala del 0 al 6, (de menor a mayor aplicación) de tal forma que, si no realiza memoria GRI obtiene una puntuación de cero y si la empresa se sitúa en el nivel más avanzado de aplicación obtendría una puntuación de 6.

GRI		
	2010	2011
A	6	6
B	6	6
C	0	0
D	1	1

Tabla 5. Valoración GRI

Fuente: Elaboración propia

3.3. Variable dependiente

Se han incluido tres variables dependientes en el estudio, en primer lugar, la Rentabilidad Financiera, medida a partir del ROE y definida como el ratio entre el resultado neto del ejercicio y el patrimonio neto (Li y Zhang, 2010). En segundo lugar, la rentabilidad empresarial (ROA) medida como el ratio entre el resultado de explotación y el activo total (Reverte, 2009). Y, finalmente, la tercera variable dependiente es el nivel de riesgo financiero de las cadenas hoteleras, el cual lo definiremos como el ratio de endeudamiento: cociente entre la deuda total y el patrimonio neto (Padgett y Galan, 2010). Estas tres variables han sido estudiadas en conjunto, previamente en un estudio empírico similar, (Godos *et al.*, 2011).

Los datos correspondientes a estos ratios financieros los hemos obtenido de la base de datos SABI (Sistema de Análisis de Balances Ibéricos) para los años 2010 y 2011, con objeto de analizar el efecto de las prácticas de RSC recogidas en la encuesta, que fue realizada en 2011. El hecho de que la encuesta se realizara en el año 2011 no implica que sea a partir de ese año cuando empezaran a realizar prácticas responsables dentro de las cadenas hoteleras, ya que en todas las preguntas se mide el grado de desarrollo de dichas prácticas y para ello se necesita un periodo de tiempo prolongado, por tanto podemos recoger los valores de la encuesta tanto para 2010 como para 2011.

A continuación se muestra la tabla 6, en la que se expresan los ratios financieros obtenidos de la base de datos para cada una de las cadenas hoteleras objeto de estudio.

	2010			2011		
	ROE	ROA	Nivel de Riesgo	ROE	ROA	Nivel de Riesgo
A	1,58	0,3	80,85	-21,05	-3,37	83,97
B	5,74	3,23	43,62	-0,75	-0,43	41,84

C	-9,53	-5,94	37,73	-7,45	-4,08	45,3
D³⁶	364,59	-36,89	110,12	*	*	*

Tabla 6. Valores de los ratios financieros

Fuente: Elaboración propia

3.4. Análisis de los resultados.

Antes de presentar los resultados de los análisis realizados, tenemos que aclarar que, dada la imposibilidad de obtención de los datos financieros correspondientes a una de las cadenas hoteleras, inicialmente estudiadas, para el año 2011, tuvimos que proceder a la eliminación de la misma en el global de este estudio³⁷. Por otro lado, en cuanto a los resultados del año 2010, hemos podido observar una anomalía en ellos, ya que el ROE presenta un valor muy elevado y positivo (364.59%) frente a un ROA negativo (36,89%). Ello se debe a que al comparar el resultado neto negativo con los fondos propios que son negativos se obtiene un ROE positivo, lo cual desde el punto de vista económico no tiene ningún sentido.

A continuación vamos a mostrar los resultados obtenidos de las 6 observaciones correspondientes a las tres cadenas hoteleras a analizar, en los años 2010 y 2011. Para ello, hemos realizado, en primer lugar, un análisis de estadísticos descriptivos en el que podemos observar que las variables independientes se encuentran muy concentradas, mostrando así su gran representatividad. La tabla que contiene dicho análisis la podemos ver al final de este trabajo en el anexo 1.

En segundo lugar, hemos elaborado la matriz de correlación (tabla 7) en la que se estudia el grado de asociación existente entre todas las variables, es decir, con ella medimos la intensidad de la dependencia entre las mismas. Cabe destacar que la media social esta correlacionada negativa y significativamente con el nivel de riesgo, esto significa que hay una relación inversa entre las prácticas responsables en el ámbito social y el riesgo en el que incurre la empresa, es decir, a más prácticas en responsabilidad social menor riesgo de la empresa.

El caso de la media ambiental mantiene una relación similar, aunque la significatividad es mayor (significativa estadísticamente al 5%); en el caso de la media económica, podemos comentar que existe una relación positiva y bastante significativa (con un

³⁶ *los datos referentes a los ratios financieros: ROE, ROA y el nivel de riesgo de la cadena hotelera D han sido imposible conseguirlos para el año 2011.

³⁷ Indicar que no hay constancia de los mismos en SABI y que dicha organización empresarial no ha tenido a bien facilitarlos tras requerirselos para el desarrollo de este estudio.

nivel del 10%) entre las prácticas económicamente responsables y el nivel de riesgo de la empresa. Al ser positiva la relación nos indica que si las empresas realizan más practicas responsables en el ámbito económico, el nivel de riesgo en la empresa aumenta, por tanto, este tipo de relación es desfavorable para las organizaciones.

Para finalizar, destacamos la relación positiva y significativa del 10% entre la variable GRI y el ROA, esto significa que aquellas cadenas hoteleras que realizan memorias GRI son empresas que realizan actividades de RSC y que cumplen con los requisitos exigidos por la organización para poder realizar éstas memorias, siendo éstas evaluadas para otorgarles un nivel de cumplimiento a dichas memorias. Por tanto, podemos decir, que aquellas empresas que pueden realizar este tipo de memorias consiguen un mayor nivel de rentabilidad económica (ROA) en la muestra analizada.

	Media Social	Media Ambiental	Media Económica	GRI	ROE	ROA	Nivel de Riesgo
Media Social	1.0000						
Media Ambiental	0.9608*** 0.0023	1.0000					
Media Económica	-0.5329 0.2763	-0.2774 0.5946	1.0000				
GRI	-0.2774 0.5946	0.0000 1.0000	0.9608*** 0.0023	1.000			
ROE	0.4749 0.3412	0.5699 0.2377	0.0937 0.8599	0.2621 0.6159	1.0000		
ROA	0.1648 0.7551	0.3910 0.4434	0.6220 0.1873	0.7603* 0.0793	0.7656* 0.0760	1.0000	
Nivel de Riesgo	-0.9564*** 0.0028	-0.8458** 0.0338	0.7325* 0.0977	0.5183 0.2922	-0.3678 0.4732	0.0763 0.8858	1.0000

*significativo estadísticamente al 10%. **significativo estadísticamente al 5%. ***Significativo estadísticamente al 1%

Tabla 7. Matriz de correlación.

Fuente: Elaboración propia

A continuación presentamos el análisis gráfico de dispersión, realizando el estudio de la cadena hotelera C de forma independiente del estudio de las cadenas A y B. Esto se debe a que la cadena hotelera C realiza una gestión diferente de las demás, en concreto se trata de una gestión pública, frente a las demás cadenas que realizan una gestión privada. Por ello, el análisis de esta cadena hotelera lo haremos aparte viendo su evolución año a año.

Por tanto, procederemos a indicar la relación en general de la RSC con cada una de las variables financieras: ROA, ROE, nivel de riesgo.

En el gráfico 1, se expone la relación entre la RSC y el ROE, pudiéndose observar que la RF va en aumento a medida que aumenta la RSC dentro de las empresas hoteleras cumpliéndose así la hipótesis de “impacto social”. Si observamos la cadena hotelera C, vemos que a pesar de que su ROE tiene unos niveles negativos, aumenta de 2010 a 2011.

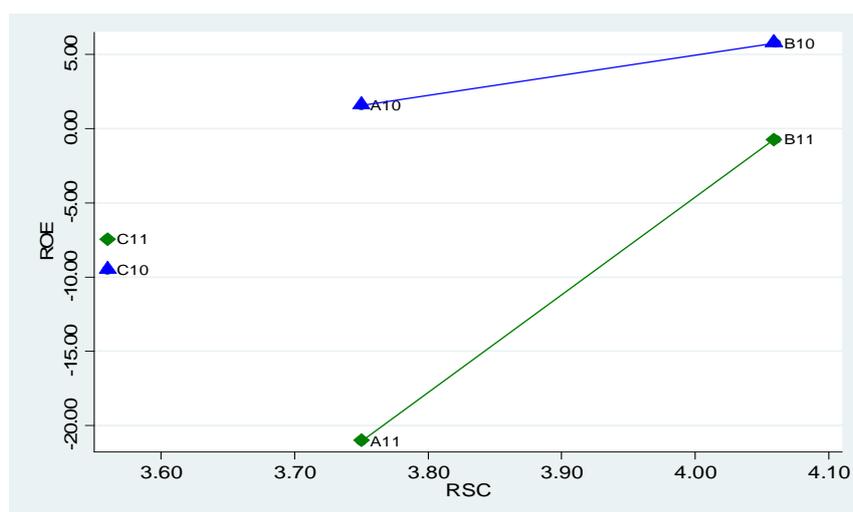


Gráfico 1. RSC/ROE

Fuente: Elaboración propia

En el siguiente gráfico, 2, podemos observar como a medida que la empresa realiza más prácticas en RSC en general, va aumentando su ROA cumpliéndose igualmente la hipótesis de “impacto social”.

En cuanto a la cadena hotelera C, comentar que su nivel de ROA se sitúa por debajo del ROA de las demás cadenas, pero sin embargo va disminuyendo de 2010 a 2011, esto nos hace pensar que las prácticas en RSC están influyendo en su gestión.

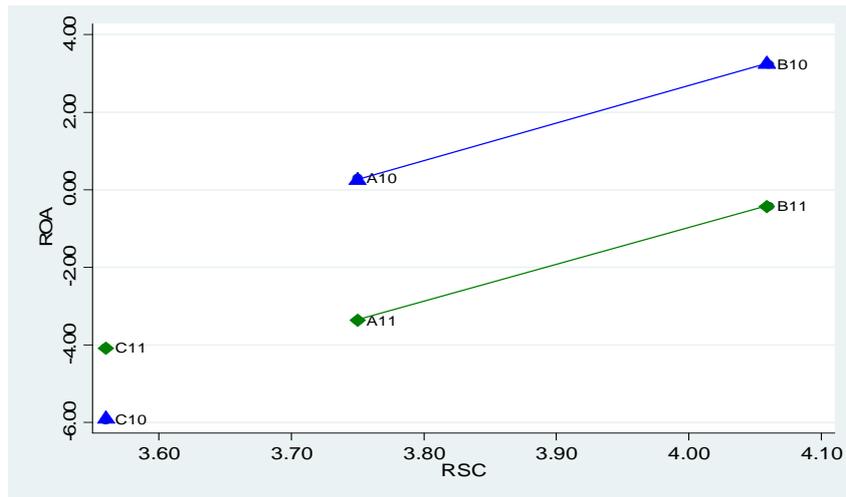


Gráfico 2. RSC/ROA

Fuente: Elaboración propia

Para finalizar, en el gráfico 3, podemos ver como se relacionan la RSC con el nivel de riesgo de la empresa, presentando unos niveles de riesgos cada vez más bajos a medida que se aumentan las prácticas en RSC, esta relación es inversa, como ya explicamos anteriormente.

En relación a la cadena hotelera C, podemos decir que de 2010 a 2011 va aumentando su riesgo, esto nos lleva a percibir que no está gestionando bien su RSC y su nivel de endeudamiento está aumentando.

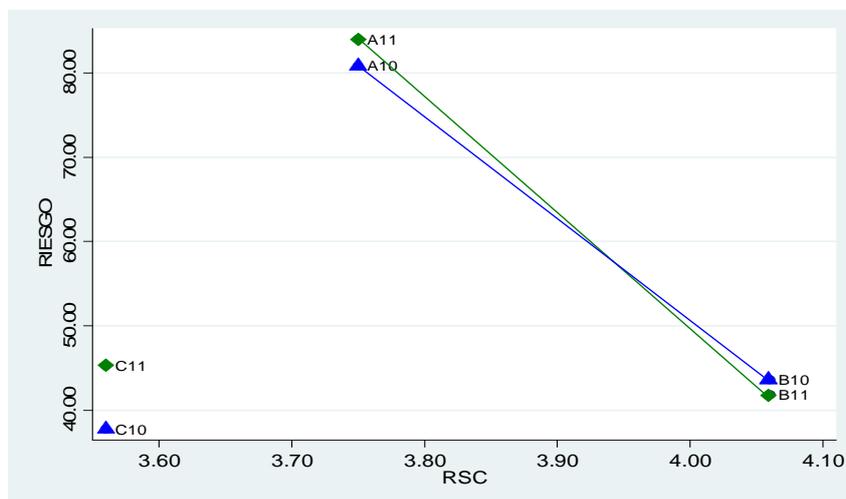


Gráfico 3. RSC/nivel de riesgo

Fuente: Elaboración propia

Finalmente, haremos una división de la RSC en sus tres dimensiones pasando en primer lugar a analizar la media social y la ambiental, para ver la relación existente entre ésta y las variables financieras: ROE, ROA y nivel de riesgo, ya que estas dos dimensiones presentan resultados muy similares. En este sentido obtenemos, tanto para la relación

entre Media Social/ROE como para la Media Ambiental/ROE, una tendencia positiva cumpliéndose así la hipótesis de “impacto social” de Preston y O’Bannon (1997) en la RSC en estos ámbitos permite mejorar el resultado financiero. En esta misma línea se encuentran los resultados de la relación entre: Media Social/ROA y Media Ambiental/ROA, a medida que aumenta las prácticas en responsabilidad social y ambiental se produce un aumento de la rentabilidad en este caso del ROA cumpliéndose así la misma hipótesis. Por otro lado la relación entre la Media Social/Nivel de Riesgo y la Media Ambiental/Nivel de Riesgo presentan una relación inversa en el análisis entre la media social y el nivel de riesgo y también en la media ambiental y el nivel de riesgo. Es decir, mientras mayores sean las practicas responsables tanto social como ambientalmente, menor nivel de riesgo o endeudamiento tiene la empresa. Finalmente la relación entre la media económica y las variables financieras (ROE, ROA y Nivel de Riesgo) presentan resultados diferentes que en los casos anteriores, dando lugar a un descenso de la rentabilidad financiera a medida que aumentan las practicas responsables económicamente (relación Media económica/ROE). Este hecho hace que se cumpla la hipótesis del “Trade off” de Preston y O’Bannon, (1997). El mismo efecto se produce en la relación Media Social/ROA, desciende la rentabilidad económica a medida que aumentan las prácticas responsables económicamente y para terminar en la relación Media Económica/Nivel de Riesgo se produce un aumento del riesgo a medida que se realizan más practicas responsables económicamente. Este efecto es negativo frente a los resultados de las medias sociales y ambientales.

4. CONCLUSIONES

Las conclusiones se exponen en función del impacto en cada una de las variables dependientes utilizadas: la Rentabilidad Financiera (ROE), la rentabilidad económica (ROA) y el nivel de riesgo de la empresa.

En primer lugar, con respecto a los resultados obtenidos en el análisis de la variable dependiente (ROE) junto con las variables independientes divididas en: media social, media ambiental y media económica podremos decir que en las cadenas hoteleras objeto de estudio, se produce un aumento del ROE a medida que la cadena hotelera realiza más prácticas de RSC. Esto nos hace concluir que se cumple la hipótesis de “impacto social” de Preston y O’Bannon (1997), en la que niveles altos en RSC conducen a niveles altos en los resultados financieros, ya que las prácticas en RSC satisfacen a los *stakeholders*,

lo que conlleva a mejorar la reputación externa de la empresa y los resultados financieros. Por otro lado, la cadena hotelera C presenta resultados similares en los cuales se ve una evolución de un año a otro, demostrando así que sus prácticas en RSC provocan un efecto positivo cumpliéndose también la hipótesis del “impacto social”.

En segundo lugar, analizamos la relación de la rentabilidad económica (ROA) con respecto a la RSC, en este caso podemos decir que los resultados son similares a los producidos por la rentabilidad financiera, sólo se diferencian en que los resultados del ROA son menos negativos que los del ROE. Por tanto, concluimos que se vuelve a cumplir en el caso del ROA la hipótesis del “impacto social” cumpliéndose de igual forma para el caso de la cadena hotelera C.

Por último, al analizar el nivel de riesgo en las cadenas hoteleras podemos concluir que se produce una relación inversa, ya que a más prácticas de RSE menor nivel de riesgo para la misma, lo cual conlleva a un menor endeudamiento.

Dicho esto, concluimos que las cadenas hoteleras analizadas cumplen con las directrices establecidas de RSC y podemos llegar a una aproximación de la misma manifestando nuestra opinión, según los resultados de nuestro análisis, de que se cumple la primera hipótesis de partida, en la que la RSC tienen un efecto positivo en la RF en los hoteles objeto de estudio, que representan las mayores cadenas hoteleras de España. Contribuyendo así al trabajo de los gestores de hoteles a la hora de diseñar su estrategia de RSC.

Para terminar, proponemos algunas líneas futuras de investigación sobre el tema en cuestión. En primer lugar, la ampliación de los datos en un periodo de años más amplio, por ejemplo, desde antes de la implementación de las prácticas de RSC en las cadenas hoteleras hasta la actualidad en la que dichas prácticas están más arraigadas. En segundo lugar, la ampliación de la muestra, seleccionando aquellas cadenas de hoteles que cumplan también esa característica esencial analizada en nuestro trabajo, que se trate de cadenas de hoteles socialmente responsables. Finalmente, nos planteamos si la relación analizada puede también plantearse en sentido inverso, es decir, si las cadenas hoteleras más rentables son las que dedican mayores esfuerzos a las prácticas de RSC, e incluso, si ambos factores se alimentan mutuamente.

5. BIBLIOGRAFÍA

- Albareda, L.; Balaguer, M.R. (2008): “La Responsabilidad Social de la Empresa y los Resultados Financieros”, *Revista de Contabilidad y Dirección*, 7, 11-26.
- Alonso, M.M. Rodríguez, M.P.; Cortez, K.A.; Abreu J.L. (2012): “La responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero: un análisis en empresas mexicanas que cotizan en la bolsa”, *Contaduría y Administración*, 57 (1), 53-77.
- Balaguer M.R.; Nae, I.C. (2012): “La responsabilidad social corporativa en las entidades financieras españolas análisis preliminar”, en Fundación Etnor. (Editores): “La imagen de la empresa en el siglo XI”, XX congreso EBEN – España., Valencia, 146-168.
- Charlo, M.J.; Moya, I. (2010): “El comportamiento financiero de las empresas socialmente responsables”, *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 16 (2), 15-25.
- Clarkson, Max E. (1995): “A stakeholders framework for analyzing and evaluating corporate social performance”, *Academic Manager Review*, 1, 92-117.
- Elkington, J. (1997): “Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business”, Capstone Publishing, Oxford, Hardback, 23, 229-231.
- Fernández, M.T.; Cuadrado, T. (2011): “La Responsabilidad Social Empresarial en el sector hotelero: Revisión de la literatura científica”, *Cuadernos de Turismo*, 28, 47-57.
- García, F.J.; Armas, Y.M. (2007): “Aproximación a la incidencia de la responsabilidad social-ambiental en el rendimiento económico de la empresa hotelera española”, *Revista europea de dirección y economía de la empresa*, 16 (1), 47-66.
- Godos, J.L.; Fernández, R.; Cabeza, L. (2011) “Determinantes empresariales de la RSC en España”, *Revista de la Responsabilidad Social de la Empresa*, 12.

- Gómez, F. (2008): “Responsabilidad social corporativa y performance financiero: treinta y cinco años de investigación empírica en busca de un consenso”, Principios: estudios de economía política, 11, 5-24.
- Inoue, Y.; Lee, S. (2011): “Effects of different dimension of corporate social responsibility on corporate financial performance in tourism-related industries”, Tourism Management, 32, 790-804.
- Jiménez, M.A. (2012): “La Responsabilidad Social Empresarial en el Sector Hotelero. Estudio de casos múltiples”, Tesis Doctoral, Universidad de Sevilla.
- Kang, K.H.; Lee, S.; Huh, C. (2010): “Impacts of positive and negative corporate social responsibility activities on company performance in the hospitality industry”, International Journal of Hospitality Management, 29, 72-82.
- Lee, S.; Park S.Y. (2009): “Do socially responsible activities help hotels and casinos achieve their financial goal”, International Journal of Hospitality Management, 28, 105-112.
- Li, W.; Zhang, R. (2010): “Corporate social responsibility, ownership structure, and political interference: Evidence from China”, Journal of Business Ethics, 96 (4), 631-645.
- López, M.V.; Pérez, M.C.; Rodríguez, L. (2011): “incidencia de la responsabilidad social corporativa y de la innovación en los resultados de las empresas”, aeca.(Editores): XVI Congreso AECA “Nuevo modelo económico: Empresas, Mercados y Culturas, Granada.
- Martínez, A.; Cabeza, L.; Marbella, F. (2011): “La relación bidireccional entre la RSC y el Resultado empresarial: conclusiones de un estudio empírico el sector de las cajas de ahorros”, Fundación de las cajas de ahorros, 658.

- Martínez, P.; Pérez, A.; Rodríguez, I. (2013): “Responsabilidad social corporativa: definición y practica en el sector hotelero. El caso de Meliá Hotels International”, *Revista de la Responsabilidad Social de la Empresa*, 13 (5), nº1
- Milanés, P.; Pérez, E.; Ortega, F.J. (2012): “Factores determinantes del nivel de compromiso medioambiental voluntario adquirido por los hoteles cotizados europeos”, *Contaduría y Administración*, 57 (4), 197-233.
- Miras, M.M.; Carrasco, A.; Escobar, B. (2011): “Una revisión de los meta-análisis sobre Responsabilidad Social Corporativa y Rendimiento Financiero.” *Revista de Estudios Empresariales. Segunda época*, 1, 118-132.
- Molina, J. F.; Claver, E.; Pereira, J.; Tarin J. J. (2009): “Environmental practices and firm performance: an empirical analysis in the Spanish hotel industry“. *Journal of Cleaner Production*, 17, 516–524.
- Navarro, F. (2012): “Responsabilidad Social Corporativa: Teoría y Práctica”. ESIC, Madrid.
- Nicolau, J.L. (2008): “Corporate social responsibility. Worth- Creating activities”, *Annals of Tourism Research*, 35 (4), 990-1006.
- Padgett, R.C.; Galán, J.I. (2010): “The Effect of R&D Intensity on Corporate Social Responsibility”, *Journal of Business Ethics*, 93 (4), 407-418.
- Preston, L.E.; O’Bannon, D.P. (1997): “The Corporate Social-Financial Performance Relationship. A Typology and Analysis”, *Business and Society*, 36 (4), 419-429.
- Reverte, C. (2009): “Determinants of corporate social responsibility disclosure ratings by Spanish listed firms”, *Journal of Business Ethics*, 88 (2), 351-366.

- Rodríguez, J.M; Alonso, M.M.; y Celemín, M.S. (2013): “Responsabilidad Social Corporativa en las cadenas hoteleras españolas. Un estudio de casos. Revista de la Responsabilidad Social de la Empresa, 13.

- Sacristán Díaz, M; Garrido Vega, P; García Ortega A. (2012): “La implantación de *lean production* en los proveedores del sector aeronáutico: ¿dependencia o compromiso?”, *Universia Business Review*, 4, 32-47.

6. ANEXOS

Anexo 1

VARIABLE	Observaciones	Media	Desviación típica	Mínimo	Máximo
Media Social	6	3.37037	.2068776	3.111111	3.555556
Media Ambiental	6	4	.8944272	3	5
Media Económica	6	4.4	.6449806	3.6	5
GRI	6	4	3.098387	0	6
ROE	6	-5.243333	9.596636	-21.05	5.74
ROA	6	-1.715	3.357003	-5.94	3.23
Nivel de Riesgo	6	55.55167	20.97947	37.73	83.97

Tabla anexo 1. Estadísticos descriptivos.

Fuente: Elaboración propia