

ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y LOS RESULTADOS EMPRESARIALES: UN ESTUDIO POR ESTRATEGIA CORPORATIVA

ANALYSIS OF THE RELATIONSHIP BETWEEN CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND THE MANAGERIAL RESULTS: A STUDY FOR CORPORATE STRATEGY

PATRICIA HUERTA*
CYNTHIA RIVERA**
ANGÉLICA TORRES***

RESUMEN

El presente artículo persigue dos objetivos, en primer lugar, realizar una revisión teórica sobre las definiciones de responsabilidad social corporativa (RSC) y resultados empresariales (RE), describir los principales modelos de RSC y, por último, analizar la relación entre RSC y RE. En segundo lugar, se contrastarán los planteamientos anteriores para aportar evidencia empírica al respecto. El contraste se hace sobre las empresas chilenas, utilizando la base de datos de la Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) y FECUS, para el periodo 2003-2006. Los resultados muestran que existe una relación entre RSC y los RE y además que la RSC influye en los RE, sin embargo, estos resultados cambian dependiendo de la estrategia corporativa y la medida de resultados utilizada.

PALABRAS CLAVES: Responsabilidad Social Corporativa, Responsabilidad Social Empresarial, Responsabilidad Social Organizacional, Estrategias Corporativas, Resultados Empresariales.

CLASIFICACIÓN JEL: M14

Abstract

The present article pursues two objectives. Firstly, to realize a theoretical revision on the definitions of corporate social responsibility (RSC) and managerial results (RE), to describe the main models of RSC and, lastly, to analyze the relationship between RSC and RE, and secondly, to contrast the previous positions to contribute with empiric evidence in this respect. The contrast is made on the Chilean companies, using the database of the Chilean Association of Security (ACHS) and FECUS, for the period 2003-2006. The results show that a relationship exists between RSC and the RE and also that the RSC influences in the RE, however, these results change depending on the corporate strategy and the used measure of results.

Key words: Corporate Social Responsibility, Enterprise Social Responsibility, Organizational Social Responsibility, Corporate Strategy, Corporate Results.

*Patricia Huerta: Licenciada en Ciencias Administrativas, Ingeniero Comercial, Diplomada en Marketing por la Universidad del Bío-Bío. Dra. Dirección de Empresas por la Universidad Complutense de Madrid-España. Académica de la Facultad de Ciencias Empresariales, Universidad del Bío-Bío. E-mail: phuerta@ubiobio.cl. **Cintia Rivera y ***Angélica Torres: Licenciadas en Ciencias Administrativas, Ingenieras Comerciales por la Universidad del Bío-Bío. Dirección: Avenida Collao 1202, Casilla 5-C, Concepción-Chile.

I.- INTRODUCCIÓN¹

La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) surge como un concepto abstracto a mediados de los años cincuenta, cuando se buscan explicaciones a diferentes temas, tales como la definición de los fines y objetivos de las empresas, así como las responsabilidades de éstas.

En esa época el pensamiento económico clásico y la empresa era vista como una institución cuyo único objetivo era maximizar el valor para los accionistas, por lo tanto dentro de este pensamiento, la Responsabilidad Social atentaba contra este objetivo, razón por la cual fue rechazado por muchos autores (Friedman, 1962). En la actualidad la empresa ha evolucionado hacia una idea de carácter más social, donde se integran los diferentes grupos de interés que componen la organización, por ello se plantea que la empresa debe maximizar el valor de todos stakeholders y no sólo el de los accionistas.

En relación a lo anterior, la literatura también ha demostrado que la habilidad de la empresa para obtener rentas superiores depende fundamentalmente de dos factores: el atractivo de la industria y la capacidad para adquirir y coordinar recursos (McGahan y Porter, 1997; Mauri y Michaels, 1998). Siendo el segundo factor el que genera mayores diferencias entre las empresas, lo que da un fuerte apoyo a la teoría de recursos y capacidades como marco teórico de las diferentes causas que propician el éxito competitivo de las organizaciones o sus buenos resultados empresariales.

En definitiva, el objetivo o propósito del artículo consiste en analizar la relación entre Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y los Resultados Empresariales (RE), realizando un análisis desagregado por Estrategias Corporativas. Para ello, la presente investigación se abordará a través de la siguiente estructura. En primer lugar, en el segundo apartado se plantea un marco teórico en el cual se analizan brevemente los siguientes conceptos: Responsabilidad Social Corporativa, Resultados Empresariales y Estrategias Corporativas. Posteriormente se describen los principales modelos de RSC y, por último, se analiza la relación entre RSC y RE. En el tercer apartado, se presenta la metodología del estudio a través del modelo de investigación e hipótesis, descripción de la población y muestra, así como las formas de medida utilizadas en la investigación. En el cuarto apartado se exponen los resultados. Por último, se entregan las conclusiones, repercusiones y limitaciones de la investigación.

II.- MARCO TEÓRICO

La Responsabilidad Social Corporativa se ha transformado en una expresión de cambios globales que afectan a la sociedad. Es así como las prácticas “socialmente responsables” no son una materia desconocida a lo largo de la historia, a diferencia de la reflexión y estudio sobre el tema que es un aspecto más reciente. De hecho, es posible encontrar indicios que revelan la participación de los privados desde tiempos coloniales, plasmados en iniciativas de asistencia a mendigos, hogares de niños, enfermos y como parte de obras de caridad efectuadas por la Iglesia Católica. Para una mejor comprensión sobre el tema a continuación se analizará brevemente los principales conceptos de este estudio.

2.1.- Delimitación Conceptual

Según Valero y Camacho (2006), la noción de RSC tiene un desarrollo histórico apreciable, en el cual es posible distinguir varias etapas e ideologías empresariales. Por esta razón, a continuación

¹ El presente artículo se ha desarrollado dentro del proyecto de investigación DIUBB 084816 2/R: “La relación entre los factores determinantes de las estrategias corporativas y su influencia en los resultados de las empresas industriales chilenas”.

se presentan en orden cronológico algunas definiciones relevantes de RSC que se observan en la literatura.

Friedman (1962) fue uno de los pioneros en estudiar la **Responsabilidad Social Corporativa** afirmando que: *“Sólo los individuos tienen responsabilidades no así las corporaciones, que son personas artificiales cuya única responsabilidad social es la de obtener beneficios por y para los accionistas”* (enfoque *shareholders*). Específicamente, Friedman (1962) apoya su planteamiento en la concepción del directivo como una persona contratada para maximizar el beneficio de los accionistas.

En cambio, Carroll (1979), exponente del pensamiento socioeconómico, define la Responsabilidad Social Corporativa como: *“La forma en que la empresa da respuesta a sus obligaciones económicas, legales, éticas o discrecionales”*. A partir de esta definición Carroll distingue cuatro tipos de responsabilidad y las agrupa en forma piramidal, sin embargo, serán analizadas en el siguiente apartado.

De manera similar, Castillo (1988) señala que: *“La responsabilidad social de la empresa es la obligación ética o moral, voluntariamente aceptada por la empresa como institución hacia la sociedad en conjunto, en reconocimiento y satisfacción de sus demandas o en reparación de los daños que puedan haberle sido causados a ésta en sus personas o en su patrimonio común por la actividad de la empresa”*.

En la actualidad este concepto ha cobrando aún más fuerza y ha evolucionado constantemente tras el advenimiento de la globalización, el aceleramiento de la actividad económica, la conciencia ecológica y el desarrollo de la tecnología. Por ello, desde hace un tiempo la RSC ha trascendido los círculos de expertos más reducidos para instalarse en el debate público, como consecuencia del papel que desempeñan y del impacto que generan las empresas a las sociedades en que operan, siendo uno de los temas que más atrae la atención en el sector privado y público. Por esta razón, tal como plantean Berbel, Reyes y Gómez (2007), la Responsabilidad Social Corporativa² comienza a entenderse y aplicarse de forma más integrada en las empresas y en la sociedad, trascendiendo el simple cumplimiento legal, la creación de utilidades, y la filantropía que se manifiesta en el patrocinio de actividades de caridad o de inversión en asistencia social”.

Definiciones más actuales plantean que: *“... el ser socialmente responsable no significa sólo cumplir plenamente con las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento, avanzando voluntariamente hacia nuevas exigencias, mayor inversión en capital humano, mejor relación con los interlocutores y mayor respeto al medio ambiente”* (Fernández, 1999).

De manera similar, McWilliams y Siegel (2001), definen la Responsabilidad Social Corporativa como: *“Las acciones que parecen promover algún bien social, más allá de los intereses de la empresa y de lo que exige la legislación”*. Por su parte, Marín, Rubio y Aragón (2003), entienden por responsabilidad social corporativa como: *“La forma en la que la empresa afronta sus obligaciones de tipo económico, legal, ético o discrecional en beneficio de todos sus grupos de interés”*.

Martén (2005: 22), señala que: *“La responsabilidad social empresarial surge como expresión de la voluntad de las empresas de actuar responsablemente de acuerdo con los intereses sociales y como fiel reflejo de los valores éticos que se ponen de manifiesto en el respeto a las personas, al medio ambiente y a las reglas del juego de la sociedad”*.

Por último, Castellano y Chércoles (2005: 60), plantean que: *“La Responsabilidad Social Corporativa nace del propio concepto de ser humano y está ligada a la necesidad que hay en las personas de dignidad para nuestros semejantes y de libertad responsable. Donde ser responsables*

² Berbel, Reyes y Gómez (2007) utilizan el término Responsabilidad Social Organizacional, para extender el campo de esta problemática más allá de los límites de la empresa. Aunque se reconoce en esta investigación que existen diferencias en los términos, se entenderá por Responsabilidad Social Corporativa a la Responsabilidad Social Empresarial y también a la Responsabilidad Social Organizacional.

implicaría participar en un proyecto en el que la libertad y los derechos de cualquier persona sean reconocidos”.

Por otra parte, muchas son las instituciones que han desarrollado definiciones operativas del término RSC. Por ello, a continuación se presentarán sólo algunas definiciones desarrolladas por organismos de carácter internacional (UE, ONU y OCDE).

La Unión Europea en su “Libro Verde”³ sobre la RSC la define como: *“La integración voluntaria por parte de las empresas de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”*.

Las organizaciones privadas empresariales como el Consejo Mundial Empresarial para el Desarrollo Sostenible definen la RSC como: *“El compromiso de las empresas de contribuir al desarrollo económico sostenible, trabajando con los empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en general para mejorar su calidad de vida”*.

En cambio, a nivel europeo, *Corporate Social Responsibility Europe* (CSR Europe), también constituido por empresas, no utiliza una sola definición de RSC, sino que recoge las definiciones de sus distintos socios. Uno de ellos, *Business in the Community del Reino Unido*, considerada una de las organizaciones pioneras en el campo de la RSC y de la medición de su impacto, la define como: *“La expresión del compromiso de una empresa con la sociedad y la aceptación de su rol en ella. Esto incluye el pleno cumplimiento de la ley y acciones adicionales para asegurar que la empresa no opera a sabiendas en detrimento de la sociedad. Para ser efectivo y visible, este compromiso debe estar respaldado por recursos, liderazgo, además de ser medible y medido”*.

En resumen, se puede señalar que el concepto de Responsabilidad Social Corporativa ha evolucionado drásticamente a lo largo de los años y pese a ello no se ha logrado un consenso en su alcance y significado. El concepto ha pasado desde una perspectiva meramente económica, en que el único fin de la empresa era el de maximizar los beneficios para los accionistas y donde los recursos destinados por las empresas a acciones sociales eran considerados un gasto de la función de marketing, a una perspectiva mucho más amplia, en que se considera como parte del ser humano y como una obligación más de la empresa hacia sus *stakeholders*, dejando de ser considerado como un gasto sino más bien como una inversión. Además, tal como plantea Barrera (2007), que a pesar de los diferentes esfuerzos académicos es imperativo continuar con la reflexión teórica sobre lo que es la empresa social, así como la materialización de su responsabilidad social.

En concreto, en el presente artículo se entenderá por Responsabilidad Social Corporativa como: *“Una expresión de la voluntad de las empresas a dar cumplimiento no sólo de sus obligaciones con los accionistas sino también a sus grupos de interés”*.

A continuación se presenta una tabla resumen con los criterios que involucra el concepto de RSC.

³ Creado por el Consejo Europeo de Feira de junio de 2000 con el propósito de fomentar un marco Europeo para la Responsabilidad Social de las Empresas.

Tabla 1: Criterios de Responsabilidad Social Corporativa

Criterio	Autor
- Grupo de interés: Accionistas - Responsabilidades: Económica y legal	- Friedman (1962)
- Grupos de interés: Consumo, medioambiente, producto, seguridad laboral y accionistas	- Carroll (1979) - Fernández (1999)
- Grupos de interés: Sociedad en su conjunto - Responsabilidades: Más allá de los intereses de la empresa y de lo legal.	- Carroll (1979) - Castillo (1988) - Fernández (1999) - McWilliams y Siegel (2001) - Marín, Rubio y Aragón (2003) - Mantén, (2005) - Castellano y Chércoles (2005)
- Origen: Voluntario.	- Castillo (1988) - Fernández (1999) - Mantén (2005)
- Origen: Estratégico.	- Marín, Rubio y Aragón (2003)

Por otro lado en la literatura se encuentran diversas investigaciones en torno al concepto de Responsabilidad Social Corporativa (Friedman, 1970; Carrol, 1979, entre otros) pero sólo en los últimos años estos estudios se han volcado a analizar la Responsabilidad Social Corporativa como un factor determinante de los Resultados Empresariales de las empresas (Tsoutsoura, 2004; Fernandez, Muñoz y Balaguer, 2005). Por esta razón es necesario tener claridad de ambos conceptos.

Específicamente, si bien el concepto de **Resultados Empresariales** ha sido estudiado y analizado por diversos autores, no ha sido definido a cabalidad. De hecho, en la mayoría de las investigaciones en que se estudian los resultados empresariales, sólo se analizan en relación con otras variables, o bien, se analizan sus formas de medida pero no se define dicho término, sino más bien sólo se entregan ideas que permiten comprender qué se entiende. Por esta razón, a continuación se presentarán algunas definiciones.

Un término bastante utilizado en las investigaciones sobre resultados empresariales, es el desempeño. De esta forma, se expone que los resultados empresariales son la expresión que materializa el desempeño de la empresa, específicamente a través de su medición y evaluación. Sin embargo, existe una concepción clásica del concepto de resultado proveniente del término de “renta” de Hicks. Concepto profundamente arraigado en lo cuantitativo y cuya visión se asocia exclusivamente a los aspectos financiero-contables y patrimoniales de la realidad empresarial. Según este pensamiento Hicks (1968) define el resultado como: *“El incremento en el neto patrimonial obtenido en un periodo, manteniendo intacto el neto patrimonial inicial”*.

En cambio, otros autores relacionan los resultados empresariales con el éxito empresarial, el cual se manifiesta en la obtención por parte de la empresa de rentas superiores a las obtenidas por sus competidores, entendiendo por renta a aquellos ingresos que exceden el costo de oportunidad de los recursos propios (Mahoney y Pandian, 1992).

En esta línea, algunos autores igualan el concepto de resultado empresarial al concepto de eficiencia y eficacia, y lo definen de acuerdo a la siguiente lógica: Si la eficacia es el grado en que la organización alcanza sus objetivos, y el objetivo es la maximización de beneficios, este objetivo

se alcanza a través de la eficiencia en el uso de los recursos. En síntesis, el resultado empresarial corresponderá al grado en que la empresa logra su principal objetivo que es la maximización del beneficio (García-Tenorio y Pérez, 1999).

De manera similar, los defensores de la teoría de la empresa, comúnmente parten desde la hipótesis que la empresa actúa “como si” el objetivo de sus directivos fuese la maximización de los beneficios o el valor de la empresa para sus propietarios (Friedman, 1953), es decir, se entiende que la función de la empresa consistirá en generar la mayor creación de riqueza posible dadas las restricciones vigentes, a través de la máxima eficiencia. Esta maximización de la eficiencia se logra cuando las empresas maximizan sus beneficios, o mejor aún, cuando los directivos maximizan el valor del capital para los propietarios (Argandoña, 2005).

Al contrario, Sastre (2006) plantea que el resultado empresarial es el valor creado por la organización y su contrapartida patrimonial puede concebirse de dos formas: como remuneración del valor realmente creado por el factor productivo empresa “Beneficio Real o Contable” y como medida de la mejora de la capacidad de la empresa para crear valor futuro “Beneficio Potencial o Posición Estratégica”. En concreto, y considerando los conceptos de empresa y beneficio, Sastre (2006), define el Resultado Empresarial como: *“La retribución al factor Empresa por su participación en el proceso de creación de valor social, es decir, la remuneración del cuarto factor de la organización”*.

En resumen y utilizando algunos de los criterios antes señalados, en la presente investigación se entenderá por Resultados Empresariales: *“Una medida del desempeño de las empresas, la cual se materializa a través de la creación de valor para los propietarios”*.

Por último, otra de las variables objeto de estudio son las **estrategias corporativas**, las cuales reflejan la expresión de la orientación global de la organización y buscan satisfacer los deseos de los stakeholders. Cabe destacar que cuando se habla de Estrategias Corporativas se está haciendo referencia a “Estrategias de Crecimiento o Desarrollo”. Por ende, es importante analizar la dirección que debe seguir la organización, es decir, si pretende especializar o bien diversificar sus actividades tradicionales hacia nuevos campos de actividad. Para dar respuesta a este planteamiento existe dos tipologías ampliamente reconocidas (Huerta, Martínez y Navas, 2004): La tipología de Ansoff (1957) y la tipología de Rumel(1974). Sin embargo, como en la actualidad existe mayor claridad sobre la elección de una de estas tipologías para determinar las estrategias corporativas que sigue la empresa no se profundizará el análisis en este punto.

En concreto, entenderemos por estrategia corporativa como: *“La organización que participa simultáneamente en más de una industria influyendo en el campo de actividad de la empresa y por ende en su estrategia corporativa o global”*.

2.2.- Modelos Explicativos de la Responsabilidad Social Corporativa

2.2.1.- El modelo de Performance Social de Carroll

Uno de los principales exponentes de la corriente de pensamiento socioeconómico es Carroll (1979), quien diseñó una herramienta que permite integrar todas las dimensiones comprendidas dentro del concepto de RSC en la gestión de una empresa. En concreto, el modelo denominado *“Organizational Social Performance Model”* presenta tres dimensiones: la actitud de la empresa ante la RSC, los niveles de responsabilidad asumidos por la empresa y las actividades sociales afectadas.

Tabla 2: Dimensiones del modelo organizacional de *Performance Social*

I Dimensión actitud ante la RSC	II Dimensión categorías de RSC	III Dimensión fines sociales afectados
Reactiva	Económica	Consumo
Defensiva	Legal	Medioambiental
Acomodaticia	Ética	Seguridad Producto
Preactiva	Discrecional	Seguridad Laboral
		Accionistas

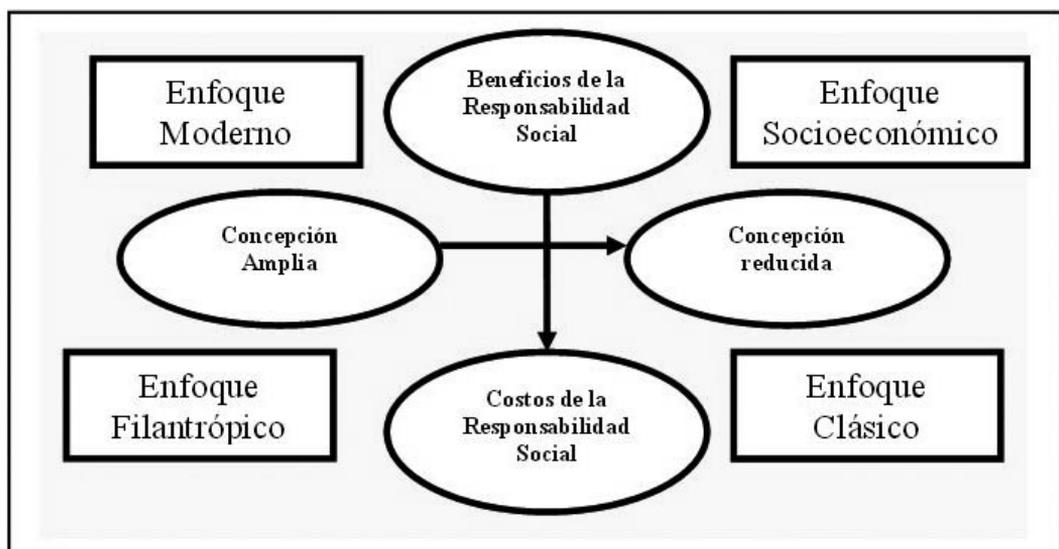
Fuente: Fernández, Muñoz y Balaguer (2005)

Este modelo define tres dimensiones para analizar el acercamiento de las empresas al concepto de RSC, cuáles son sus motivaciones, cuáles son sus obligaciones y sobre qué aspectos sociales pueden actuar para conseguir una buena responsabilidad social. La primera dimensión, la actitud de la empresa ante la RSC, recoge las distintas filosofías que puede adoptar la organización cuando se enfrenta a la RSC y como ésta responderá a las cuestiones sociales. Una segunda dimensión del modelo se refiere a las responsabilidades a las que se enfrenta la empresa en orden de importancia desde el punto de vista de operatividad como organización. La tercera dimensión del modelo se refiere a las actividades sobre las que la organización puede actuar de forma socialmente responsable. Las actividades detectadas por Carroll (1979) provienen del análisis de las actividades empresariales y de los grupos de individuos que se ven afectados por ella.

2.2.2.- El modelo Bidimensional de Quazi y O'Brien

Según Quazi y O'Brien (2000), la visión corporativa acerca de la RSC responde a un marco bidimensional. Esas dos dimensiones son: el ámbito de la responsabilidad social (reducido o amplio) y los resultados derivados del compromiso social de los negocios (costos o beneficios). Sobre la base de estas dimensiones, y siguiendo el análisis realizado por Cabrera y Deniz (2003), surge un modelo de RSC que puede ser representado gráficamente a través de dos ejes cartesianos.

Tabla 3: Dimensiones del modelo de Quazi y O'Brien



Fuente: Fernández y Muñoz (2005)

El eje horizontal va desde una visión reducida a una visión amplia de la responsabilidad social. El extremo de la derecha representa a aquellas empresas que adoptan una visión reducida de la responsabilidad social, dado que la perciben en un sentido clásico. En cambio, el eje vertical representa dos extremos en cuanto a la percepción de las consecuencias de la acción social por parte de las empresas, es decir, costos de la implicación social y beneficios del compromiso social. Así, el lado negativo de dicho eje representa a las empresas preocupadas por los costos de la actuación social, es decir, la principal consideración que se tiene en cuenta en este caso son los gastos a corto plazo que se derivan del ejercicio de la responsabilidad social, y el lado positivo del eje vertical representa a aquellas empresas que evalúan los beneficios a largo plazo resultantes de la actuación social y perciben que las plusvalías potenciales derivadas de dicha actuación superan en el largo plazo los costos que se pueden obtener de la misma.

En base a los ejes el modelo propuesto por Quazi y O'Brien (2000) define cuatro cuadrantes, cada uno de los cuales puede ser denominado como sigue: **Enfoque clásico:** El cual corresponde a la visión primaria de la responsabilidad social. Es decir, las empresas no pretenden otro objetivo que no sea la maximización del beneficio y consideran que la implicación social genera un costo neto y ningún beneficio real. **Enfoque socio-económico:** El cual representa una visión reducida de la responsabilidad social, pero acepta que adoptar algún grado de responsabilidad social proporcionará unos beneficios netos a la empresa en términos, por ejemplo, de evitar una legislación costosa, construir buenas relaciones con los clientes y proveedores, o bien establecer redes de colaboración. **Enfoque filantrópico:** Abarca una visión amplia de la responsabilidad social, según la cual las empresas están dispuestas a realizar donaciones, incluso aunque éstas se perciban como un costo neto para la empresa. Dicha actitud puede surgir de una conducta altruista o ética, que les impulsa a hacer algo por la sociedad. **Enfoque moderno:** El cual mantiene una relación amplia con la sociedad y obtiene beneficios netos a largo y corto plazo, derivados de la implicación social corporativa. Es una visión moderna de responsabilidad social que incluye a los grupos de interés.

2.2.3.- Modelo de Gestión de la Responsabilidad Social Corporativa

El modelo explicativo de la Responsabilidad Social Corporativa, adoptado por diversas organizaciones para explicar mejor el alcance de este concepto e impulsarlo al interior de la empresa, es a través de la definición de cinco áreas temáticas. Estas cinco áreas son la Ética Empresarial, Medio ambiente, Compromiso con la Comunidad, Marketing Responsable y Calidad de Vida Laboral. Así, la definición de estas áreas le permite a la empresa concentrar mejor sus esfuerzos en la Responsabilidad Social Corporativa, generando mayores beneficios tanto para la empresa como para sus grupos de interés. A continuación se explicará brevemente cada una de ellas:

Ética Empresarial: Se refiere a cómo una empresa integra un conjunto de valores (honestidad, confianza, respeto, justicia y otros) a sus propias políticas, prácticas y en la toma de decisiones en todos sus niveles jerárquicos. Además implica comportarse de acuerdo a los estándares legales establecidos, así como su adherencia a las leyes y a las regulaciones internas.

Medio Ambiente: La responsabilidad medioambiental está relacionada con una serie de acciones tendientes a preservar el entorno. Esta responsabilidad se ha expandido hacia un compromiso mayor que seguir la aplicación de todas las regulaciones gubernamentales existentes o llevar a cabo algunas iniciativas de reciclaje y manejo eficiente de la energía. Algunas de las iniciativas que se desarrollan en esta área de la RSC son: la prevención de la polución, diseño medioambientalmente amigable, administración de la cadena de distribución, ecología industrial y desarrollo sustentable.

Compromiso con la Comunidad: Esta área se refiere al amplio rango de acciones tomadas por la empresa para contribuir a mejorar la calidad de vida de las comunidades en las que opera,

apoyando iniciativas o causas sociales. Cuando estas iniciativas se diseñan y ejecutan estratégica y programadamente, no tan sólo se entrega un beneficio a los receptores, sino que además estas iniciativas refuerzan la reputación de las empresas, sus marcas, productos y valores en las comunidades locales, donde ellas tienen intereses comerciales significativos, así como en el resto del mundo.

Marketing Responsable: El marketing responsable cruza un amplio rango de actividades empresariales que definen las relaciones de la compañía con sus consumidores. Estas actividades pueden ser agrupadas en seis categorías: manufactura e integridad del producto, divulgación, embalaje y etiquetado, marketing y publicidad, prácticas de venta, precios y distribución. Esta área plantea que al mismo tiempo que los empresarios deben satisfacer primero los criterios claves de los consumidores tales como: precio, calidad, apariencia, sabor, disponibilidad, seguridad y conveniencia, deben satisfacer también otros factores que el mercado está considerando.

Calidad de Vida Laboral: La calidad de vida laboral se refiere a las políticas de recursos humanos que afectan directamente a los empleados, tales como compensaciones y beneficios, carrera administrativa, diversidad, balance trabajo-tiempo libre, horarios flexibles de trabajo, salud y bienestar, seguridad laboral, cuidado a sus dependientes y beneficios domésticos.

Dentro de este aspecto la seguridad laboral juega un rol muy importante al interior de las empresas, ya que es uno de los aspectos más tangibles que miden el grado de RSC, al entregar datos numéricos sólidos del nivel de seguridad brindado por la empresa a sus trabajadores. Hoy en día muchas empresas líderes están elaborando políticas y prácticas innovadoras en este campo, las cuales reflejan y respetan las necesidades de todos los trabajadores de acuerdo al conjunto de objetivos de la empresa, y que incluyen la atracción y retención de los mejores talentos. La tabla 4 resumen las leyes chilenas que apoyan cada área de este modelo.

2.3.- Relación entre Responsabilidad Social Empresarial y Resultados Empresariales

Una vez realizada la revisión bibliográfica en torno a los conceptos centrales del estudio se procederá a analizar la relación entre dichos conceptos.

En efecto, desde la década de los setenta hasta ahora se han desarrollado algunos estudios que han intentando descubrir la relación que existe entre Responsabilidad Social Corporativa y los Resultados Empresariales, sin llegar a un consenso. De hecho, desde una perspectiva teórica se puede defender tanto la relación positiva entre la Responsabilidad Social Corporativa de una empresa y sus Resultados Empresariales, como una relación negativa. Sin embargo, en algunos estudios la causa de una relación “negativa” se debió al impacto de determinadas acciones tales como: prácticas corporativas ilegales, alcohol, tabaco, drogas, etc.

Tabla 4: Ley Chilena en Responsabilidad Social Corporativa

Ética Empresarial	Medioambiente	Compromiso con la Comunidad	Marketing Responsable
Normas para la Defensa de la Libre Competencia. DL 211 de 1973. Ley que crea el Tribunal de Defensa de la Libre Competencia. Ley N° 19.911 de 2003. Operaciones de Crédito de Dinero (anti usura). Ley 18010, 27 de junio de 1981. Ley de Protección de Datos y Privacidad. Ley 19628, 28 de agosto de 1999.	Ley sobre Bases Generales del Medio Ambiente. Ley 19300, 9 de marzo de 1994. Fondo Nacional de Desarrollo Científico y Tecnológico. DFL 33, 27 de octubre de 1981.	Ley de Donaciones con Fines Educativos. Ley 19247 Art.3, 15 de septiembre de 1993. Ley de Donaciones con Fines Culturales. Ley 18985 Art. 8, 28 de junio de 1990. Ley de Donaciones con Fines Deportivos. Ley 19712, 9 de febrero de 2001. Ley sobre Juntas de Vecinos y demás Organizaciones Comunitarias. Ley N°19418 de 1997. Ley sobre Impuesto a la Renta. Decreto Ley N° 824 de 1974. Ley sobre Rentas Municipales. Decreto Ley N° 3063 de 1979.	Ley de Protección al Consumidor. Ley 19496, 7 de marzo de 1997.
Calidad de Vida Laboral			
Integración social de personas con discapacidad. Ley 19284, 14 de enero de 1994. Instituciones de Salud Previsional ISAPRES. Ley 18933, 9 de marzo de 1990. Fondo Único de Prestaciones de Familia y Subsidio de Cesantía. DFL 150 Art. 20, 25 de marzo de 1982. Fondo para la Capacitación y Formación Sindical. Ley 19214, 6 de mayo de 1993. Fondo Nacional de Subsidio Familiar. Ley 18611, 23 de abril de 1987. Fondos para la Vivienda. Ley 19281 Tit. VI, 27 de diciembre de 1993. Fondo Nacional de Salud FONASA. DL 2763 capítulo III, 3 de agosto de 1979. Dirección del Trabajo. DFL 308, 6 de abril de 1960. Ley de Centrales Sindicales. Ley 19049, 19 de febrero de 1991. Ley sobre Trabajos Pesados. Ley 19404, 21 de agosto de 1995. Ley sobre Trabajadores Temporeros. Ley 19988, 18 de diciembre de 2004. Ley sobre Trabajo Extraordinario. DFL 1046, 20 de diciembre de 1977. Sistema de Subsidio de Cesantía. DFL 150, 25 de marzo de 1982. Ley de Seguro de Desempleo. Ley 19728, 14 de mayo de 2001. Ley de Seguridad Social. Ley 19350, 14 de noviembre de 1994. Régimen de Prestaciones y Protección de Salud. Ley 18469, 23 de noviembre de 1985. Regula Peso Máximo de Carga Humana. Ley 20001, 5 de febrero del 2005. Registro Nacional de Discapacidad. Ley 19284 Título V, 14 de enero de 1994. Protección a la Maternidad. DFL 1 Arts. 194 al 208, 16 de enero de 2003. Plan de Salud AUGE. Ley 19966, 03 de septiembre de 2004. Organizaciones Sindicales y Negociación Colectiva. Ley 19069, 30 de julio de 1991. Ley de Medicina Preventiva. Ley 6174, 9 de febrero de 1938. Ley de Medicina Curativa. Ley 16781, 2 de mayo de 1968. Permiso especial (a trabajadores en caso de enfermedad grave de sus hijos menores). Ley 19505, 25 de julio de 1997.			

Para comenzar, es importante destacar el estudio de Griffin y Mahon (1997) quienes realizan una revisión de la literatura sobre esta relación analizando 51 estudios publicados entre 1972-1997, poniendo de manifiesto la diversidad de indicadores financieros que se utilizan (resumen 80 indicadores diferentes) y llegan a las siguientes conclusiones:

- No existe acuerdo en el análisis de la relación entre rentabilidad social corporativa y resultados empresariales.
- De los estudios que encontraban una relación negativa entre RSC y Resultados Empresariales, la mayor parte de ellos estaban comparando la reacción en el mercado de acciones de emprender actividades ilegales.

- Algunos estudios no llegan a ninguna conclusión porque en el mismo análisis empírico encuentran simultáneamente ambos tipos de relaciones (positivas y negativas).
- La mayor parte de las investigaciones concluyen que existen relaciones positivas entre la rentabilidad social corporativa y resultados empresariales.

En cambio, la investigación de Waddock y Graves (1997) examina la relación entre el comportamiento social de las empresas y sus resultados financieros, tomando como muestra 469 empresas y utilizando como técnica estadística la regresión múltiple. En concreto, ellos descubren que hay relación entre ambas variables, afirmando que las inversiones realizadas para mejorar la responsabilidad social repercutirán de forma positiva en las relaciones con los distintos grupos de interés, mejorando, en último término los resultados empresariales y la rentabilidad de la empresa.

Por otro lado, Balbanis, *et al.* (1998), al estudiar la relación entre RSC y la rentabilidad corporativa, especificaron si se referían a rentabilidad financiera pasada, actual o futura de la empresa, y si se publicaba la aplicación de medidas, instrumentos o herramientas de RSC en la gestión empresarial. Sus resultados arrojaron una relación positiva entre la RSC (cuando ésta se hace pública) y los resultados de la empresa.

Por su parte, Mahoney y Roberts (2002), analizan la responsabilidad social corporativa y medioambiental de las empresas del mercado canadiense. Para ello, analizan 352 empresas desde 1997-2000, utilizando un análisis de regresión, cuya variable dependiente fueron los Resultados Empresariales (obtenida por los rendimientos de los activos, ROA y ROE) y como variable independiente la Responsabilidad Social Corporativa y medioambiental. En definitiva descubren una relación positiva entre ambas variables.

Destacan también los estudios Moore (2001) y Simpson y Kohers (2002), quienes defienden que la relación se debe analizar por sector ya que los resultados encontrados pueden ser distintos. En este sentido, Moore (2001), analiza la relación entre responsabilidad social y resultados financieros en el caso de la industria de supermercados de Gran Bretaña, descubriendo que existe una relación negativa entre ambos términos, argumentando que las empresas RSC son consideradas bien gestionadas y poco arriesgadas. Persiguiendo el mismo objetivo, Simpson y Kohers (2002), analizan la relación entre RSC y resultados financieros, en un intento por definir si existe una relación de causalidad entre ambas variables, analizando el caso concreto del sector bancario descubrieron que existe una relación positiva entre rentabilidad financiera de la empresa y su RSC. Sin embargo, no fueron capaces de determinar si una buena RSC conduce a unos buenos resultados financieros o viceversa.

Por último, Tsoutsoura (2004) realiza un análisis de la *performance* financiera de las compañías incluidas en el S&P 500 y en el rating de KLD y la variable que mide el comportamiento de RSC es la inclusión o no en el índice Domini 400 de dichas empresas. Utiliza el riesgo, el tamaño y el tipo de industria como variables de control y sus resultados indican que existe una relación positiva entre RSC y *performance* financiera. A continuación, se presenta una tabla resumen con las principales investigaciones que analizan la relación entre RSC y RE.

Tabla 5: Tipo de relación entre Responsabilidad Social Corporativa y Resultados Empresariales

Año	Relación Positiva	Relación Neutra	Relación Negativa
Década del 70'	Moskowitz (1972); Bragdony Marlin (1972); Bowman y Haire (1975); Parket y Eilbert (1975); Moskowitz (1975); Belkaoui (1976); Fry y Hock (1976); Heinze(1976) Sturdivant y Ginter (1977); Ingram (1978); Bowman(1978), Spicer (1978); Carrol (1979)	Fogler y Nutt (1975) Alexander y Buchholz (1978);Abbot y Monsen (1979)	Vance (1975)
Década del 80'	Anderson y Frankle (1980); Burke (1980); Chen yMetcalf (1980); Kedia y Kuntz (1981); Fry, Keim, y Meiners (1982); Freedman y Jaggi (1982); Cochran y Wood (1984); Newgren et al. (1985); Marcus y Goodman (1986); Rockeness, Schalancheter y Rockness (1986); Cowen,Ferreri, Parker (1987); Spencer y Taylor (1987); Wokutch y Spencer (1987); Clarkson (1988); Lerner y Fryxell (1988), McGuire, Sundgren y chneewis (1988)	Ingram y Frazier (1983); Aupperle, Carroll, Hatfield(1985) Freedman y Jaggi (1986)	Chen y Metcalf (1980); Kedia y Kuntz (1981); Eckbo (1983), Strachan, Smith, Beedles (1983); Shane y Spincer (1983); Wier (1983); Cochran y Wood (1984), Jarrell y Peltzman (1985), Marcus y Goodman (1986); Pruitt y Peterson (1986); Davidson, Chandy Cross (1987), Davidson y Worrell (1988), Bromiley y Marcus (1989)
Década del 90' y 00'	Holman, New, y Singer (1990); Morris et al. (1990); Coffey y Fryxell (1991); Worrell,Davidson, Sharma (1991); Riahi-Belkaoui (1992); Hart y Ahuja(1994); Johnson y Greening (1994);Waddock y Graves (1994,1997); Brooks(1997), Forman (1997); Preston y O'Bannon (1997); Roman, Hayibor, y Agle (1999), Balabanis, et al. (1998); Vergin y Qoronfleh (1999); Orlitzky (2001);Ruf et al.(2001); Murphy(2002); Mahoney y Roberts(2002); Simpson y Kohers (2002)	Griffin y Mahon (1997),McWilliams y Siegel (2000, 2001) Moore (2001)	Hill, Kelley, y Agle (1991),Wright y Ferris (1997)

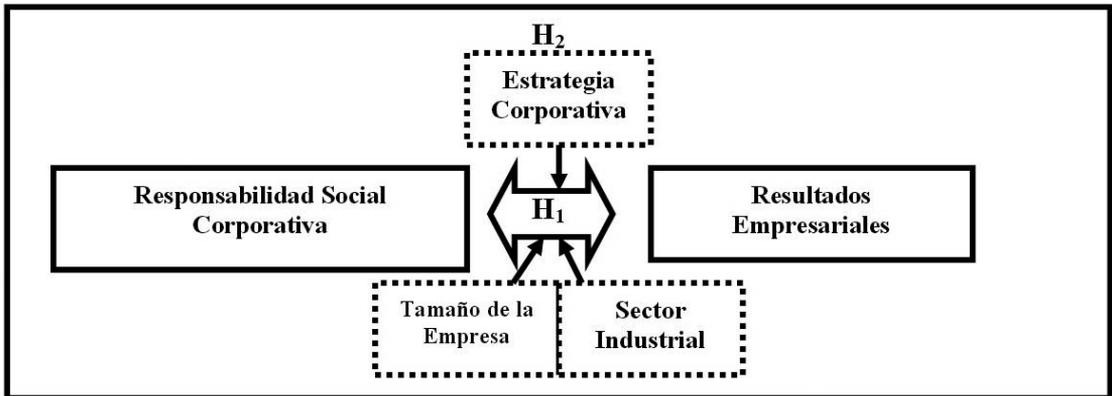
Fuente: Adaptación de Fernández, Muñoz y Balaguer (2005)

III. METODOLOGÍA

3.1.- Modelo de investigación e hipótesis

Después de la revisión bibliográfica a continuación se presenta el modelo de investigación. En concreto, el modelo consta de dos variables: La Responsabilidad Social Corporativa y los Resultados Empresariales. A través de este modelo se plantea la existencia de una relación entre la RSC y los RE. Además se presentan las variables control de este estudio (tamaño y sector) y la variable de segmentación (estrategia corporativa).

Figura 1: Modelo de Investigación



Las hipótesis de investigación son las siguientes:

H_1 : "Existe una relación entre la Responsabilidad Social Corporativa y los Resultados Empresariales, *ceteris paribus*".

H_2 : "La relación entre la Responsabilidad Social Corporativa y los Resultados Empresariales cambia, dependiendo de la estrategia corporativa que posee la empresa, *ceteris paribus*".

H_3 : "La relación entre la Responsabilidad Social Corporativa y los Resultados Empresariales cambia, dependiendo de la forma de medida de los resultados empresariales que se utilice, *ceteris paribus*".

3.2.- MARCO EMPÍRICO

3.2.1.- Fuentes de Información

En esta investigación se utilizó una fuente de información secundaria para la recolección de datos, específicamente una base de datos proporcionada por la Asociación Chilena de Seguridad⁴ (ACHS). Esta base de datos contiene información desde el año 2003 al 2006 referentes a Empresas Chilenas que están afiliadas a la ACHS y que tienen su casa matriz en Santiago de Chile. Específicamente, posee datos tales como: accidentes de trabajo, enfermedades profesionales, accidentes en el trayecto, si poseen o no comité paritario y departamento de prevención, además de sus tasas de cotización normal y adicional, lo que permitirá medir una de las áreas dentro de la Responsabilidad Social Corporativa, como es "La calidad de vida laboral". Por otro lado, para la construcción

⁴ La Asociación Chilena de Seguridad (ACHS) es una institución privada sin fines de lucro, fundada en 1958 en respuesta al elevado número de accidentes del trabajo y como manifestación de una actitud socialmente responsable de los empresarios de la época. Está encargada de administrar la ley chilena sobre accidentes del trabajo y enfermedades profesionales, otorga cobertura total a siniestros por accidentes laborales y posee énfasis especial en el desarrollo de programas de prevención de riesgos.

de la variable resultados empresariales se han utilizado los estados financieros de las empresas disponibles en la FECUS⁵ 2006.

3.2.2.- Población: Ubicación del estudio

La población de referencia que se utilizará en el presente estudio serán las empresas chilenas. Específicamente, se ha decidido seleccionar esta población por las escasas investigaciones que existen en Chile sobre este fenómeno porque la mayoría de las investigaciones se han aplicado a países desarrollados. Considerando ambas bases de datos se obtuvo una población de 34.594 empresas.

3.2.3.- Muestra

Para determinar la muestra se han seleccionado todas las empresas chilenas que son Sociedades Anónimas Abiertas, afiliadas a la ACHS, y que a su vez tienen su casa matriz en la Región Metropolitana. Cabe destacar que se han seleccionado las sociedades anónimas por la factibilidad de acceder a sus estados financieros, ya que al tener esta condición, deben publicar sus balances individuales y consolidados en cada periodo.

En concreto, la muestra se obtuvo de la siguiente forma: se cruzó la base de datos de la ACHS, con los datos de la FECUS 2006 y se obtuvo un total de 86 empresas. Sin embargo, se dejaron fuera aquellas compañías que correspondían a Fondos de Inversión, por la dificultad para acceder a su información corporativa y de unidades de negocios. Posteriormente se excluyeron las empresas que no poseían sus estados financieros consolidados para los años del estudio (2003, 2004, 2005 y 2006), tras esta última depuración se obtuvo una muestra final de 46 empresas. Con un error muestral del 0.03⁶ a un nivel de confianza del 95%. En resumen, la muestra de este estudio está constituida por 46 empresas chilenas (184 observaciones de empresas en los 4 años de estudio), sociedades anónimas abiertas, afiliadas a la ACHS, y que a su vez tienen su casa matriz en la Región Metropolitana.

3.2.4.- Forma de medida de las variables

a).- Variable Dependiente

De la revisión bibliográfica descubrimos que existen diferentes formas de medir los resultados empresariales y dependiendo de la forma de medida utilizada los resultados del estudio pueden cambiar. Por esta razón, y para comprobar dicha afirmación en esta investigación se optó por observar el comportamiento de los resultados del estudio dependiendo de la variable dependiente utilizada.

Específicamente, para medir los Resultados Empresariales se utilizaron los siguientes índices: ROE (Rentabilidad sobre el patrimonio), ROA (Rentabilidad sobre los activos), Margen Bruto (Margen Directo sobre las Ventas) y Margen de Utilidad Operacional (Utilidad Operacional sobre los Ingresos Operacionales). Se han seleccionado estos índices porque de acuerdo a la revisión bibliográfica son los más adecuados y utilizados por los investigadores en el área.

⁵ Ficha Estadística Codificada Uniforme que es presentada trimestralmente a la Superintendencia de Valores y Seguros por las sociedades anónimas. Es un informe de los estados financieros en un formato estandarizado que se exige a toda empresa pública en Chile, para ser entregado en forma trimestral a la autoridad supervisora con el fin de dar a conocer su desempeño en dicho periodo.

⁶El error muestral se obtuvo a través de la siguiente fórmula: $e = \sqrt{1 - (n/N)} * \sqrt{p(1-p)/n}$, donde n es la muestra, N la población muestral y p es el nivel de confianza. Para nuestro estudio se consideran: n=46, N=34.594 y un nivel de confianza del 95%, lo que nos resulta un error muestral de 0,03.

b).- Variable Independiente

De acuerdo a lo planteado en el marco teórico entenderemos por Responsabilidad Social Corporativa: “A una voluntad de dar cumplimiento no sólo a las obligaciones con los accionistas sino también a sus grupos de interés”. Lamentablemente, esta variable se construye a partir de 5 áreas temáticas, de las cuales sólo pudimos obtener información de una de ellas a través de las bases de datos utilizadas. Por lo anterior, la RSC será medida a través del área de la Calidad de Vida Laboral, para lo cual se utilizarán las siguientes variables: número de accidentes laborales, número de enfermedades profesionales, número de accidentes de trayecto, si existe comité paritario, Si las empresas poseen un departamento de prevención de riesgos, las tasas de cotizaciones y tasa de cotizaciones adicionales.

En concreto, si la tasa de cotización adicional es alta, al igual que el número de accidentes de trabajo, la empresa será considerada menos responsable socialmente.

c).- Variable de Segmentación: Estrategias Corporativas

Para el análisis de los resultados se realizó una segmentación por estrategias corporativas. Para ello se utilizó la Clasificación Industrial Internacional Uniforme (CIIU), específicamente el CIIU.rev3 y el CIIU.cl a cuatro dígitos, respetando el siguiente criterio: Si la empresa se ubica en un solo negocio a nivel de cuatro dígitos se considera que es una empresa especializada y se le asigna el código “0”, en cambio, si a nivel de cuatro dígitos la empresa posee más de un negocio y éstos se encuentran en el mismo sector a nivel de dos dígitos se considera que la empresa posee diversificación relacionada y se le asignará el código “1”. Por último, si a nivel de cuatro dígitos la empresa posee más de un negocio y éstos se encuentran en distinto sector a dos dígitos se considera que la empresa posee diversificación no relacionada y se le asignará el código “2” (Huerta y Navas, 2006). Además, es preciso mencionar que para el análisis estadístico esta variable se considerará constante, es decir, la empresa mantendrá su estrategia corporativa a lo largo de los 4 años bajo estudio.

d).- Variable Control

Las variables control empleadas en esta investigación serán el tamaño y el sector, por ser las utilizadas de acuerdo a la revisión bibliográfica. Tamaño de la empresa: existen diferentes clasificaciones para determinar el tamaño de la empresa, tales como el número de trabajadores o según sus ventas anuales. En esta investigación se utilizará la clasificación que realiza la Corporación de Fomento de Chile (CORFO), atendiendo al número de trabajadores. La siguiente tabla muestra dicha clasificación.

Tabla 6: Clasificación del tamaño de la empresa según al número de trabajadores

Tamaño	Desde	Hasta
Microempresa	1	9
Pequeña empresa	10	49
Mediana empresa	50	199
Grandes empresas	200	Más de 200

Fuente: Corfo

Sector industrial al que pertenece la empresa: para su medición se utilizará el criterio empleado por la ACHS en su base de datos. A continuación, en la tabla 7 se detalla la clasificación de las actividades económicas utilizada por ACHS:

Tabla 7: Clasificación de las Actividades Económicas

Código	Descripción Actividad Económica
0	Agricultura, Caza, Silvicultura y Pesca
1	Explotación de Minas y Canteras
2	Industrias Manufactureras
3	Construcción
4	Electricidad, Gas, Agua y Servicios Sanitarios
5	Comercio
6	Transporte, Almacenaje y Comunicación.
7	Servicios.
8	Actividades no bien identificadas.

Fuente: ACHS

A continuación, la Tabla 8, presenta la ficha técnica de la investigación.

Tabla 8: Ficha Técnica Investigación

Información	Descripción
Población	Empresas chilenas
Ámbito geográfico	Chile
Unidad de análisis	Observaciones de empresas
Periodo de análisis	Año 2006
Método de obtención de la información	FECUS año 2006 Base de datos, ACHS año 2006
Tamaño de la muestra	46 empresas y 184 observaciones de empresas
Error Muestral	0,03
Tratamiento de la información	SPSS 14.0 para Windows

Fuente: Elaboración propia

IV.- RESULTADOS

4.1.- Análisis Descriptivo

En cuanto al número de trabajadores que posee cada empresa, podemos observar que esta variable presenta una frecuencia de 184 observaciones en los 4 años bajo estudio, de los cuales el 10,9% corresponden a observaciones de empresas que han sido clasificadas como pequeña empresa, 10,9% son clasificadas como medianas empresas y el 78,3% restante como grandes empresas, es decir, poseen más de 200 trabajadores.

Tabla 9: Tamaño de las empresas de la muestra

Tamaño Empresa	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Pequeña empresa	20	10,9%	10,9%
Mediana empresa	20	10,9%	21,7%
Gran empresa	144	78,3%	100,0%
Total	184	100,0%	

Al analizar el sector al que pertenecen las empresas de la muestra, se descubrió que el 50% de éstas se encuentra en el sector comercio, el 23,9% se ubica en la industria manufacturera y el 10,9% desarrolla la agricultura, caza y silvicultura. Es necesario mencionar que la variable sector

industrial es considerada constante, es decir, las empresas de la muestra se mantienen en el mismo sector industrial durante el periodo en estudio. Por otra parte, al realizar un análisis desagregado por estrategia corporativa se aprecia que en su mayoría las empresas que poseen una estrategia de especialización se ubican en el sector de industrias manufactureras (50%) y las empresas que siguen una estrategia de diversificación no relacionada se ubican principalmente en el sector comercial (63,6%), no así las empresas que poseen una estrategia de diversificación relacionada que participan en la misma proporción en el sector comercio, industria manufacturera y servicios (33,3%, respectivamente).

Tabla 10: Sector industrial de las empresas de la muestra

Sector industrial de las empresas en general			
Sector Industrial	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Agricultura, caza, silvicultura	20	10,9%	10,9%
Comercio	92	50,0%	60,9%
Electricidad, gas, agua y servicios sanitarios	12	6,5%	67,4%
Industrias manufactureras	44	23,9%	91,3%
Servicios	12	6,5%	97,8%
Transporte, almacenaje y comunicaciones	4	2,2%	100,0%
Total	184	100,0%	
Sector industrial de las empresas para la estrategia de especialización			
Agricultura, caza, silvicultura	8	20,0%	20,0%
Comercio	4	10,0%	30,0%
Industrias manufactureras	20	50,0%	80,0%
Servicios	4	10,0%	90,0%
Transporte, almacenaje y comunicaciones	4	10,0%	100,0%
Total	40	100,0%	
Sector industrial de las empresas para la estrategia de DR			
Comercio	4	33,3%	33,3%
Industrias manufactureras	4	33,3%	66,7%
Servicios	4	33,3%	100,0%
Total	12	100,0%	
Sector industrial de las empresas para la estrategia de DNR			
Agricultura, caza, silvicultura	12	9,1%	9,1%
Comercio	84	63,6%	72,7%
Electricidad, gas, agua y servicios sanitarios	12	9,1%	81,8%
Industrias manufactureras	20	15,2%	97,0%
Servicios	4	3,0%	100,0%
Total	132	100,0%	

Tabla 11: Estrategia corporativa de las empresas de la muestra

Estrategia Corporativa	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
Diversificación no relacionada	132	71,7%	71,7%
Diversificación relacionada	12	6,5%	78,3%
Especializada	40	21,7%	100,0%
Total de observaciones	184	100,0%	

Con respecto a la estrategia corporativa adoptada por las empresas de la muestra, un 71,7% siguen una estrategia corporativa de diversificación no relacionada, el 21,7% mantienen una estrategia corporativa de especialización, en cambio, el 6,5% de las empresas de la muestra sigue una estrategia corporativa de diversificación relacionada.

A continuación se presenta una tabla de contingencia entre el tamaño de la empresa y la estrategia corporativa. De este análisis se puede observar que indiferente del tipo de estrategia corporativa seguida por las empresas de la muestra éstas se concentran en su mayoría en la categoría de gran empresa, es decir, la mayoría de ellas poseen más de 200 trabajadores.

Tabla 12: Tabla de contingencias entre la variable de segmentación y el tamaño de la empresa

Estrategia Corporativa	Tamaño de la Empresa			Total
	Pequeña	Mediana	Gran	
Diversificación no Relacionada	12(6,5%)	16 (8,7%)	104 (56,5%)	132 (71,7%)
Diversificación Relacionada	0 (0,0%)	4 (2,2%)	8 (4,3%)	12 (6,5%)
Especializada	8 (4,3%)	0 (0,0%)	32 (17,4%)	40 (21,7%)
Total	20 (10,9%)	20 (10,9%)	144 (78,3%)	184 (100,0%)

Es importante recordar que la variable dependiente del estudio son los Resultados Empresariales, el cual es una variable numérica que ha sido medida a través de la utilización de los siguientes índices financieros: ROA, ROE, Margen de Utilidad Operacional y Margen Bruto. A continuación se presentan los estadísticos descriptivo de las variables de resultados empresariales utilizadas en este estudio.

Tabla 13: Estadísticos descriptivos de las variables dependientes Resultados Empresariales

Análisis descriptivo general						
Variable	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Margen Bruto	184	1,3978	-0,6293	0,7685	0,347943	0,1796955
Margen Utilidad Operacional	184	1,7411	-1,0663	0,6748	0,145323	0,1736391
Rentabilidad Sobre los Activos	184	2,4123	-0,2029	2,2094	0,096620	0,1997829
Rentabilidad Sobre el Patrimonio	184	2,3115	-0,1561	2,1554	0,161449	0,2012867
Análisis descriptivo para la estrategia de especialización						
Variable	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Margen Bruto	40	1,3393	-0,6293	0,7100	0,311843	0,2399910
Margen Utilidad Operacional	40	1,3405	-1,0663	0,2742	0,071058	0,2140265
Rentabilidad Sobre los Activos	40	0,4610	-0,2029	0,2581	0,067755	0,0773921
Rentabilidad Sobre el Patrimonio	40	0,9149	-0,0698	0,8451	0,160663	0,1674748
Análisis descriptivo para la estrategia de diversificación relacionada						
Variable	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Margen Bruto	12	0,1678	0,1596	0,3274	0,261658	0,0521944
Margen Utilidad Operacional	12	0,1485	0,0772	0,2257	0,156892	0,0486011
Rentabilidad Sobre los Activos	12	2,1617	0,0477	2,2094	0,282800	0,6081771
Rentabilidad Sobre el Patrimonio	12	0,2791	0,0697	0,3488	0,174117	0,0855250
Análisis descriptivo para la estrategia de diversificación no relacionada						
Variable	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Margen Bruto	132	0,6959	0,0726	0,7685	0,366727	0,1621637
Margen Utilidad Operacional	132	1,1549	-0,4801	0,6748	0,166777	0,1616259
Rentabilidad Sobre los Activos	132	1,3010	-0,1720	1,1290	0,088442	0,1393479
Rentabilidad Sobre el Patrimonio	132	2,3115	-0,1561	2,1554	0,160536	0,2182181

De la tabla anterior se puede observar que a nivel general el margen bruto posee un valor medio superior en relación al resto de las variables dependientes ($MB > ROE > MUO > ROA$). Y específicamente, las empresas que siguen una estrategia corporativa de diversificación no relacionada presentan una media mayor en esta variable (0,3667) al igual que en el Margen de Utilidad Operacional (0,1667), en relación al resto de estrategias corporativas analizadas. En cambio, las empresas que poseen una estrategia de diversificación relacionada presentan valores promedios superiores (0,6677) en las variables Rentabilidad sobre los Activos (ROA) y en la Rentabilidad sobre el Patrimonio (ROE) (0,174117), en relación al resto de estrategias de la muestra. En todos los casos la estrategia de especialización no presentó ningún valor medio superior al resto de categorías estratégicas. Resultado consistente en los estudios sobre estrategia corporativa (Rumelt, 1982).

Es importante recordar que la variable independiente del estudio es la Responsabilidad Social Corporativa, la cual se ha medido a través de una de sus áreas de acción que es la responsabilidad de la empresa frente a sus trabajadores. Para realizar esta medición se utilizaron los índices de accidentabilidad de dichas empresas, específicamente: accidentes de trabajo, enfermedades profesionales, accidentes de trayecto, la tasa de cotización, la tasa de cotización adicional, la existencia de comité paritario y la existencia de departamento de prevención de riesgos. A continuación, en la tabla 14 se presentan los estadísticos descriptivos de estas variables.

Tabla 14: Estadísticos descriptivos de las variables independientes⁷

Estadísticos descriptivos en general						
Variable	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Accidentes de Trabajo	182	273	0	273	28,87	47,477
Enfermedades Profesionales	182	8	0	8	0,36	1,056
Accidentes en el Trayecto	182	64	0	64	8,43	13,147
Tasa de Cotización	182	2,45	0,95	3,40	1,5407	0,79726
Tasa de Cotización Adicional	182	3,06	0,00	3,06	0,3653	0,65420
Estadísticos descriptivos para la estrategia de especializadas						
Variable	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Accidentes de Trabajo	38	220	0	220	33,68	51,747
Enfermedades Profesionales	38	2	0	2	0,08	0,359
Accidentes en el Trayecto	38	24	0	24	7,03	6,852
Tasa de Cotización	38	2,45	0,95	3,40	2,0145	0,81248
Tasa de Cotización Adicional	38	3,06	0,00	3,06	0,6934	0,94560
Estadísticos descriptivos para la estrategia de diversificación relacionada						
Variable	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Accidentes de Trabajo	12	75	0	75	7,42	21,331
Enfermedades Profesionales	12	1	0	1	0,08	0,289
Accidentes en el Trayecto	12	40	0	40	3,58	11,477
Tasa de Cotización	12	2,45	0,95	3,40	1,9542	1,11181
Tasa de Cotización Adicional	12	0,00	0,00	0,00	0,0000	0,00000
Estadísticos descriptivos para la estrategia de diversificación no relacionada						
Variable	N	Rango	Mínimo	Máximo	Media	Desv. típ.
Accidentes de Trabajo	132	273	0	273	29,44	47,651
Enfermedades Profesionales	132	8	0	8	0,46	1,207
Accidentes en el Trayecto	132	64	0	64	9,28	14,528
Tasa de Cotización	132	2,45	0,95	3,40	1,3667	0,69044
Tasa de Cotización Adicional	132	2,13	0,00	2,13	0,3041	0,53996

En general se aprecia que en promedio las empresas de la muestra registran 28 accidentes de trabajo, ninguna enfermedad profesional (0,36), 8 accidentes de trayecto, pagan una tasa de cotización de 1,54 y una tasa de cotización adicional de 0,36. Al realizar un análisis desagregado por

⁷ Los estadísticos descriptivos de las variables independientes poseen un número válido de 182 observaciones, ya que existen 2 casos perdidos.

tipo de estrategia corporativa se observa que las empresas que siguen una estrategia corporativa de especialización tienen en promedio un número mayor de accidentes de trabajo (33,68) y pagan en promedio una tasa de cotización mayor (2,0145), al igual que una tasa de cotización adicional mayor (0,6934). En cambio, son las empresas que poseen una estrategia de diversificación no relacionada las que presentan en promedio un mayor número de accidentes en el trayecto (9,28). Por lo tanto, se aprecia como la estrategia de diversificación relacionada es más responsable socialmente en relación al resto de estrategias bajo estudio. Sin embargo, estos resultados hay que observarlos con cierta cautela porque pueden estar influenciados por el mayor número de observaciones que presentan las otras categorías estratégicas en la muestra.

Tabla 15: Frecuencia de la variable independiente: Existencia de comité paritario

Frecuencia de la Existencia de Comité Paritario en general			
Existencia Comité Paritario	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI tiene	112	61,5%	61,5%
NO tiene	70	38,5%	100,0%
Total	182	100,0%	
Frecuencia de la Existencia de Comité Paritario para la estrategia de especialización			
SI tiene	23	60,5%	60,5%
NO tiene	15	39,5%	100,0%
Total	38	100,0%	
Frecuencia de la Existencia de Comité Paritario para la estrategia de DR			
SI tiene	3	25,0%	25,0%
NO tiene	9	75,0%	100,0%
Total	12	100,0%	
Frecuencia de la Existencia de Comité Paritario para la estrategia de DNR			
SI tiene	86	65,2%	65,2%
NO tiene	46	34,8%	100,0%
Total	132	100,0%	

La tabla 15 presentan las frecuencias de la variable dicotómica “existencia de comité paritario”. En general, se puede apreciar que el 61.5% de las empresas de la muestra posee comité paritario y específicamente son las empresas que siguen una estrategia de diversificación no relacionadas las que presentan un mayor porcentaje (65,2%) y al contrario son las empresas que siguen una estrategia de diversificación relacionada las que poseen un mayor porcentaje de inexistencia de comité paritario (75%).

Tabla 16: Frecuencia de la variable independiente: Existencia de comité prevención

Frecuencia de la Existencia de Comité de Prevención en general			
Existencia Comité Prevención	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI tiene	143	79,4%	79,4%
NO tiene	37	20,6%	100,0%
Total	180	100,0%	
Frecuencia de la Existencia de Comité de Prevención para la estrategia de especialización			
Existencia Comité Prevención	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI tiene	34	89,5%	89,5%
NO tiene	4	10,5%	100,0%
Total	38	100,0%	
Frecuencia de la Existencia de Comité de Prevención para estrategia de DR			
Existencia Comité Prevención	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI tiene	8	66,7%	66,7%
NO tiene	4	33,3%	100,0%
Total	12	100,0%	
Frecuencia de la Existencia de Comité de Prevención para la estrategia de DNR			
Existencia Comité Prevención	Frecuencia	Porcentaje válido	Porcentaje acumulado
SI tiene	101	77,7%	77,7%
NO tiene	29	22,3%	100,0%
Total	130	100,0%	

4.2. Análisis de Correlaciones Bivariadas

El objetivo de investigación consiste en analizar si existe una relación entre RSC y los RE realizando un análisis desagregado por estrategia corporativa, por ello se realizará un análisis de correlaciones en general y por estrategia corporativa. Para el análisis de correlaciones se ha utilizado el coeficiente de *Pearson*, ya que es el utilizado para analizar relaciones lineales entre variables cuantitativas. Las demás variables, han sido excluidas de este análisis, por su característica de variables categóricas.

A continuación, sólo se analizarán las relaciones más significativas. En general, se observa una relación positiva y significativa entre el Margen Bruto y el número de trabajadores ($p=0,047$) y una relación significativa y negativa entre Margen Bruto y la tasa de cotización ($p=0,013$). Sin embargo, al realizar el análisis desagregado por tipo de estrategia se descubrió que en las empresas que siguen una estrategia de especialización existe una relación positiva y significativa entre el margen de utilidad operacional y el número de trabajadores ($p=0,017$) y los accidentes en el trayecto ($p=0,044$). De manera similar, se descubrió que existe una relación positiva y significativa entre el margen bruto y los accidentes en el trayecto ($p=0,015$). De igual forma, al analizar el resto de estrategias se aprecia como el margen de utilidad operacional es significativo en todas las categorías estratégicas. De hecho, se descubrió una relación positiva y significativa entre esta variable y la tasa de cotización ($p=0,022$) en las empresas que siguen una estrategia de diversificación relacionada. En esta estrategia también se descubrió una relación positiva y fuertemente significativa entre el margen bruto y la tasa de cotización ($p=0,007$). Al contrario, las empresas que siguen una estrategia de diversificación no relacionada presentaron una relación negativa y fuertemente significativa entre el margen de utilidad operacional y la tasa de cotización adicional ($p=0,002$). En definitiva, estos resultados permiten afirmar que existe relación entre RSC y RE, lo que nos permite confirmar la hipótesis 1. Sin embargo, dependiendo de la forma de medida utilizada para medir los resultados empresariales y la estrategia corporativa seguida por la empresa los resultados de esta relación pueden cambiar. Resultado que nos permite confirmar la hipótesis 2 y 3. La tabla 17 presenta las correlaciones del estudio.

4.3.- Análisis de Regresión

En la revisión bibliográfica se descubrió que existen varios estudios que han encontrado una relación entre RSC y resultados empresariales, sin embargo no se ha podido descubrir si la RSC influye en los resultados de las empresa (Simpson y Kohers, 2002) . Es por ello, que aunque no es el objetivo de esta investigación, para complementar el presente estudio se procedió a realizar un análisis de regresión con la finalidad de descubrir la posible influencia de la RSC sobre los resultados empresariales. Para ello se procedió a realizar un análisis desagregado por estrategia corporativa al igual que considerando las diferentes variables dependientes utilizadas en el estudio. Específicamente, para la regresión, se utilizó el método de selección de variables hacia atrás, procedimiento en que se introducen todas las variables en la ecuación y después se van excluyendo una tras otra. Construidas las variables, el modelo de análisis queda definido por la siguiente ecuación de regresión:

$$RE_{ij} = \beta_0 + \beta_1 SI_{0ij}^8 + \beta_2 NT_{ij} - \beta_3 ATb_{ij} - \beta_4 EP_{ij} - \beta_5 ATy_{ij} + \beta_6 TC_{ij} - \beta_7 TCa_{ij} + \beta_8 ECp_{ij} + \beta_9 ED_{ij} + \epsilon$$

Donde RE_{ij} representa los resultados empresariales de la empresa "i" que se ubica en el sector "j" (entendiendo como mercado "j" al sector que representa la actividad principal de la empresa).

(Continúa en página siguiente)

Tabla 17: Correlaciones de las variables dependiente, independiente y de control, en general y por estrategia corporativa

		Correlaciones de las variables dependiente, independiente y de control en general												
		Número de trabajadores			Accidentes de Trabajo			Enfermedades Profesionales			Accidentes en el Trayecto		Tasa de Cotización	Tasa de Cotización Adicional
Nº trabajadores	Pearson, Sig. N													
ACCT	Pearson, Sig. N	0,590(**)	0,000	182										
EP	Pearson, Sig. N	0,501(**)	0,000	182	0,582(**)	0,000	182							
AT	Pearson, Sig. N	0,865(**)	0,000	182	0,504(**)	0,000	182	0,477(**)	0,000	182				
TC	Pearson, Sig. N	-0,052	0,487	182	0,132	0,076	182	-0,086	0,247	182	-0,218(**)	0,003	182	
TC/A	Pearson, Sig. N	0,029	0,700	182	0,394(**)	0,000	182	0,030	0,684	182	-0,089	0,235	182	0,426(**)
(ROA)	Pearson, Sig. N	-0,065	0,381	182	-0,048	0,520	182	0,042	0,572	182	-0,050	0,500	182	-0,054
(ROE)	Pearson, Sig. N	0,040	0,595	182	-0,024	0,747	182	-0,023	0,760	182	0,029	0,702	182	0,072
Margen Bruto	Pearson, Sig. N	0,148(*)	0,047	182	-0,001	0,989	182	-0,008	0,915	182	0,117	0,116	182	-0,188(*)
MUO	Pearson, Sig. N	0,046	0,533	182	-0,013	0,863	182	-0,019	0,801	182	0,019	0,979	182	-0,131
Correlaciones de las variables dependiente, independiente y de control para la estrategia de especialización														
Nº trabajadores	Pearson, Sig. N													
ACCT	Pearson, Sig. N	0,590(**)	0,000	38										
EP	Pearson, Sig. N	0,084	0,616	38	-0,042	0,801	38							
AT	Pearson, Sig. N	0,495(**)	0,002	38	-0,027	0,870	38	0,340(*)	0,037	38				
TC	Pearson, Sig. N	0,037	0,826	38	0,204	0,220	38	-0,296	0,071	38	-0,404(*)	0,012	38	
TC/A	Pearson, Sig. N	0,381(*)	0,018	38	0,849(**)	0,000	38	-0,112	0,505	38	-0,199	0,230	38	0,347(*)
(ROA)	Pearson, Sig. N	0,287	0,081	38	0,259	0,117	38	-0,099	0,555	38	0,270	0,101	38	0,055
(ROE)	Pearson, Sig. N	0,195	0,241	38	0,049	0,771	38	-0,076	0,652	38	0,315	0,054	38	0,352(*)
Margen Bruto	Pearson, Sig. N	0,152	0,361	38	-0,005	0,976	38	0,008	0,960	38	0,391(*)	0,015	38	-0,311
MUO	Pearson, Sig. N	0,386(*)	0,017	38	0,227	0,170	38	0,070	0,678	38	0,338(*)	0,044	38	-0,150
Correlaciones de las variables dependiente, independiente y de control para la estrategia de diversificación relacionada														
Nº trabajadores	Pearson, Sig. N													
ACCT	Pearson, Sig. N	0,861(**)	0,000	12										
EP	Pearson, Sig. N	0,833(**)	0,001	12	0,998(**)	0,000	12							
AT	Pearson, Sig. N	0,841(**)	0,001	12	0,997(**)	0,000	12	0,999(**)	0,000	12				
TC	Pearson, Sig. N	0,144	0,656	12	-0,257	0,421	12	-0,284	0,370	12	-0,267	0,401	12	
TC/A	Pearson, Sig. N	0,0	0,0	12	0,0	0,0	12	0,0	0,0	12	0,0	0,0	12	0,0
(ROA)	Pearson, Sig. N	-0,254	0,425	12	-0,125	0,698	12	-0,106	0,744	12	-0,113	0,727	12	-0,254
(ROE)	Pearson, Sig. N	-0,157	0,626	12	-0,135	0,676	12	-0,143	0,657	12	-0,128	0,691	12	-0,165
Margen Bruto	Pearson, Sig. N	0,379	0,225	12	0,048	0,882	12	0,007	0,982	12	0,026	0,936	12	0,733(**)
MUO	Pearson, Sig. N	0,282	0,375	12	0,039	0,905	12	0,004	0,990	12	0,027	0,932	12	0,650(*)
Correlaciones de las variables dependiente, independiente y de control para la estrategia de diversificación no relacionada														
Nº trabajadores	Pearson, Sig. N													
ACCT	Pearson, Sig. N	0,620(**)	0,000	132										
EP	Pearson, Sig. N	0,514(**)	0,000	132	0,602(**)	0,000	132							
AT	Pearson, Sig. N	0,896(**)	0,000	132	0,590(**)	0,000	132	0,474(**)	0,000	132				
TC	Pearson, Sig. N	-0,041	0,642	132	0,159	0,068	132	-0,002	0,986	132	-0,171(*)	0,050	132	
TC/A	Pearson, Sig. N	-0,056	0,525	132	-0,058	0,071	132	0,097	0,267	132	-0,085	0,535	132	0,509(**)
(ROA)	Pearson, Sig. N	-0,064	0,463	132	-0,058	0,508	132	0,107	0,222	132	-0,040	0,651	132	-0,034
(ROE)	Pearson, Sig. N	0,028	0,751	132	-0,038	0,661	132	-0,007	0,850	132	0,006	0,944	132	-0,001
Margen Bruto	Pearson, Sig. N	0,139	0,112	132	-0,018	0,841	132	-0,045	0,605	132	0,055	0,532	132	-0,108
MUO	Pearson, Sig. N	-0,028	0,753	132	-0,099	0,256	132	-0,073	0,404	132	-0,082	0,350	132	-0,064

** La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).; * La correlación es significativa al nivel 0,05 (bilateral).

Tabla 18: Variables de la regresión y efecto esperado

Variable	Sigla	Efecto esperado	Variable	Sigla	Efecto esperado
Resultado empresariales	RE		Tasa de Cotización	TC	+
Constante del modelo	β_0		Accidentes en el Trayecto	ATy	-
Factores de ponderación	β_1^9		Tasa de Cotización Adicional	TCa	-
Sector industrial	SI	+	Existencia de Comité Paritario	ECp	+
Número de trabajadores	NT	+	Existencia de Departamento de Prevención	ED	+
Accidentes en el trabajo	ATb	-	Número de Sectores Industriales	n	
Enfermedades profesionales	EP	-	Error	ε	

+ = Efecto positivo; - = Efecto negativo

Tabla 19: Resultados de regresión lineal múltiple por estrategia corporativa y por tipo de variable dependiente

Regresión para empresas especializadas										
V. D.	Constante	β_8 TCa _{ii}	β_9 ECp _{ii}	F		R ²	R ² ajustado			
ROA	0,082	0,444***	-0,607***	11,515***		0,397	0,362			
V.D.	Constante	β_8 ATy _{ii}	β_7 TC _{ii}	β_9 ECp _{ii}	F		R ²	R ² ajustado		
ROE	-0,066	0,363**	0,521***	-0,380**	10,859***		0,489	0,444		
V.D.	Constante	β_7 TC _{ii}	β_8 TCa _{ii}	β_9 ECp _{ii}	F		R ²	R ² ajustado		
MB	0,583	-0,383**	0,280*	-0,422***	4,285**		0,274	0,210		
V.D.	Constante	β_2 NT _{ii}	β_9 ECp _{ii}	β_{10} ED _{ii}	F		R ²	R ² ajustado		
MUO	-0,002	0,510***	-0,427**	0,301*	4,798***		0,297	0,235		
Regresión para empresas con diversificación relacionada										
V. D.	Constante	β_{10} ED _{ii}	F		R ²	R ² ajustado				
ROA	0,112	0,414*	2,069*		0,171	0,089				
V.D.	Constante	β_2 NT _{ii}	β_4 ATy _{ii}	β_{10} ED _{ii}	F		R ²	R ² ajustado		
ROE	0,344	-1,850***	1,129***	-1,292***	9,289***		0,777	0,693		
V.D.	Constante	β_{10} ED _{ii}	F		R ²	R ² ajustado				
MB	0,293	-0,877***	33,219***		0,769	0,745				
V.D.	Constante	β_{10} ED _{ii}	F		R ²	R ² ajustado				
MUO	0,183	-0,803***	18,152***		0,645	0,609				
Regresión para empresas con diversificación no relacionada										
V. D.	Constante	β_2 NT _{ii}	β_5 EP _{ii}	β_8 TCa _{ii}	β_9 ECp _{ii}	F		R ²	R ² ajustado	
ROA	0,123	-0,225**	0,223**	-0,146*	-0,131*	2,178***		0,065	0,035	
V.D.	Constante	β_8 TCa _{ii}	F		R ²	R ² ajustado				
ROE	0,179	-0,136	2,428		0,019	0,011				
V.D.	Constante	β_2 NT _{ii}	ATy _{ii}	β_9 TCa _{ii}	F		R ²	R ² ajustado		
MB	0,373	0,486**	-0,398**	-0,178**	3,516**		0,077	0,055		
V.D.	Constante	β_1 SI _{1i} ^a	β_7 TC _{ii}	β_8 TCa _{ii}	β_9 ECp _{ii}	β_{10} ED _{ii}	F		R ²	R ² ajustado
MUO	0,018	0,239**	0,308**	-0,403***	-0,195**	0,247**	4,693***	0,159	0,125	

V.D. = Variable dependiente; * p< 0.1, ** p<0.05, ***p<0.01, ****p<0.001

Los resultados de la tabla anterior confirman los planteamientos teóricos que afirman que dependiendo de la forma de medida utilizada para medir los resultados empresariales los resultados pueden cambiar. Específicamente al considerar la estrategia de especialización y el ROA como variable dependiente de los resultados empresariales, se puede observar que la tasa de cotización adicional influye positiva y significativamente (p=0,003) sobre los resultados empresariales, mientras que la existencia de comité paritario presenta una influencia negativa pero fuertemente significativa (p=0,000). Al considerar el ROE como variable dependiente se descubre que los accidentes de trayecto y la tasa de cotización tienen una influencia positiva y significativa (p=0,020 y p=0,000) sobre los resultados empresariales, mientras que la existencia de comité paritario posee una influencia negativa y fuertemente significativa (p=0,009). De manera similar, al considerar el Margen Bruto como variable dependiente se observa que la tasa de cotización (p=0,019) y la existencia de comité paritario tienen un efecto negativo y significativo (p=0,010) sobre los resultados empresariales, mientras que la tasa de cotización adicional presenta un efecto positivo y significativo (p=0,096) sobre dichos resultados. Por último, al utilizar el margen de utilidad operacional como

variable dependiente del estudio se descubre que el número de trabajadores y la existencia de departamento de prevención de riesgos tienen una influencia positiva y significativa ($p=0,003$ y $p=0,097$, respectivamente) sobre los resultados empresariales, mientras que la existencia de comité paritario tiene un efecto negativo y significativo ($p=0,013$).

Al analizar los resultados de la regresión para las empresas que siguen una estrategia de diversificación relacionada podemos observar que al considerar como variable dependiente el ROA la existencia de departamento de prevención ($p=0,181$) presenta una influencia significativa y positiva sobre los resultados empresariales. En cambio, al considerar el ROE se aprecia que el número de trabajadores y la existencia de departamento de prevención presentan una influencia negativa y significativa sobre los resultados empresariales ($p=0,003$; $p=0,001$, respectivamente). En cambio, los accidentes en el trayecto arrojaron una influencia positiva pero significativa sobre los resultados empresariales ($p=0,017$). Al utilizar el Margen Bruto como variable dependiente se aprecia que la existencia de un departamento de prevención ($p=0,000$) presenta una influencia negativa y fuertemente significativa sobre los resultados empresariales. Por último, al considerar el Margen de Utilidad Operacional como variable dependiente se descubrió que la existencia de un departamento de prevención ($p=0,002$) presentan una influencia significativa y negativa sobre los resultados empresariales.

Al analizar la estrategia de diversificación no relacionada podemos apreciar que al utilizar el ROA como variable dependiente el número de trabajadores, tasa de cotización adicional y la existencia de comité paritario presentaron una influencia negativa y significativa sobre los resultados empresariales ($p=0,037$; $p=0,098$; $p=0,152$ respectivamente). En cambio, las enfermedades profesionales presentaron una influencia positiva y significativa ($p=0,031$). Al considerar el ROE como variable dependiente se puede observar que la tasa de cotización adicional ($p=0,122$) presenta una influencia significativa y negativa sobre los resultados empresariales. Cuando se utiliza el Margen bruto como variable dependiente se observa que los accidentes en el trayecto y la tasa de cotización adicional presentaron una influencia negativa y significativa sobre los resultados empresariales ($p=0,042$; $p=0,040$, respectivamente). En cambio, el número de trabajadores presentó una influencia positiva y significativa sobre los resultados empresariales ($p=0,013$). Por último, al considerar el margen de utilidad operacional se descubrió que el sector industrial, la tasa de cotización y la existencia de departamento de prevención presentan una influencia positiva y significativa sobre los resultados empresariales ($p=0,017$; $p=0,011$ y $p=0,016$, respectivamente). En cambio, la tasa de cotización adicional y la existencia de comité presentaron una influencia negativa pero significativa sobre los resultados empresariales ($p=0,000$; $0,044$, respectivamente).

Además, al observar los estadísticos que muestran la bondad de ajuste del modelo y específicamente el R^2 ajustado podemos apreciar que los mejores modelos se observan en la estrategia de diversificación relacionada seguida de la estrategia de especialización.

En resumen, se puede afirmar que la tasa de cotización adicional es una variable relevante y que influye en los resultados empresariales, especialmente en la estrategia de especialización y en la estrategia de diversificación no relacionada.

V.- CONCLUSIONES, REPERCUSIONES Y LIMITACIONES

El objetivo de la presente investigación consistió en analizar la relación entre la Responsabilidad Social Corporativa y los Resultados Empresariales, realizando un análisis desagregado por estrategias corporativas. Para ello se construyó una breve delimitación conceptual sobre los conceptos de Responsabilidad Social Corporativa, Resultados Empresariales y Estrategia Corporativa. Además, para contribuir con una mayor comprensión sobre el tema bajo estudio se analizaron los principales

modelos explicativos sobre Responsabilidad Social, al igual que algunos estudios que plantean una relación entre RSC y resultados empresariales. Una vez realizada la revisión teórica se procedió a presentar el modelo de investigación e hipótesis. Posteriormente, para contrastar dicho modelo se utilizó información de la base de datos de la ACHS y la FECUS 2006. Específicamente, de la ACHS se obtuvo información de una de las cinco áreas que involucra la RSC, la calidad de vida laboral de los trabajadores, y de la FECUS se obtuvo la información sobre los estados financieros de las sociedades anónimas del año 2006.

En concreto, del análisis de los estadísticos descriptivos se pudo observar que el 71,7% de las empresas de la muestra correspondían a empresas que poseen diversificación no relacionada, lo que permite suponer que en la realidad chilena prima el interés de la diversificación del riesgo frente a la explotación de sinergia entre los negocios que poseen las empresas. Además, se descubrió que el 78,3% de las empresas se clasificaron como grandes empresas, es decir, más de 200 trabajadores. Al realizar el análisis por estrategias corporativas se corroboró la misma tendencia, por lo tanto, podemos afirmar que indiferente del tipo de estrategia corporativa en su mayoría las empresas del estudio se clasifican como grandes empresas y además pertenecen de preferencia al sector comercio.

De hecho, el 63,6% de las empresas con diversificación no relacionada pertenecen a este sector, en cambio, el 50% de las empresas con estrategia de especialización pertenecen al sector de industrias manufactureras, y por último, las empresas que poseen una estrategia de diversificación relacionada no se concentran en torno a un sector concreto. Este análisis permitió descubrir la preferencia u opción de las empresas por un determinado sector de acuerdo a la estrategia corporativa que siguen.

Por otra parte, al observar el análisis descriptivo de las diferentes formas de medidas de la variable dependiente (Resultados Empresariales), se puede afirmar que indiferente de la forma de medida utilizada para medir los resultados empresariales siempre las empresas diversificadas poseen mejores resultados promedios en relación a las empresas especializadas, tema discutido ampliamente en los estudios de Dirección Estratégica y que repercute fuertemente en el mundo empresarial, por entregar señales claras del tipo de estrategia que influye en los resultados empresariales.

Por otra parte, se descubrió que las empresas que poseen una estrategia de especialización tienen en promedio un mayor número de accidentes de trabajo que aquellas empresas diversificadas no relacionadas, y estas últimas a su vez tienen un mayor número de accidentes de trabajo que las empresas diversificadas relacionadas (ESP>DNR>DR). Con estos análisis preliminares se puede concluir que las empresas que siguen diversificación relacionada son más responsable socialmente, seguramente porque utilizan mejores medidas de seguridad que le permiten reducir el número de accidentes de trabajo. A la vez, al analizar los accidentes en el trayecto se observó que las empresas clasificadas con una estrategia de diversificación no relacionada tienen en promedio un mayor número de accidentes en el trayecto, que aquellas empresas especializadas, y estas últimas a su vez tienen un mayor número de accidentes en el trayecto que las empresas diversificadas relacionadas (DNR>ESP>DR). Resultado consistente con el mencionado anteriormente en el cual se descubre que las empresas que poseen diversificación relacionada son más responsables socialmente. Sin embargo, este hallazgo se debe observar con cierta cautela porque puede estar influenciado por el mayor número de observaciones que presenta la categoría de diversificación no relacionada en la muestra. En cambio, al analizar la tasa de cotización se encontró que las empresas clasificadas con una estrategia corporativa de especialización pagan en promedio una tasa de cotización mayor, que aquellas empresas diversificadas relacionadas, y éstas a su vez pagan un porcentaje mayor que las empresas diversificadas no relacionadas (ESP>DR>DNR). Además, al analizar la tasa de cotización adicional se extrae que las empresas clasificadas con una estrategia de especialización pagan en

promedio una tasa de cotización mayor que aquellas empresas diversificadas no relacionadas y éstas a su vez pagan una cotización mayor que las empresas diversificadas relacionadas ($ESP > DNR > DR$). Resultado consiste producto del mayor número de accidentes de trabajo que registran las empresas especializadas.

Posteriormente, al analizar la existencia de comité paritario al interior de las empresas, se observó que el 65,2% de las empresas clasificadas con una estrategia de diversificación no relacionada tienen comité, frente al 57,5% de las empresas especializadas y al 25% de las empresas con diversificación relacionada ($DNR > ESP > DR$). Y al analizar la existencia de departamento de prevención de riesgos, se obtuvo que el 85% de las empresas clasificadas con una estrategia de especialización tienen departamento de prevención, así como el 76,5% de las empresas diversificadas no relacionadas y el 66,7% de las diversificadas relacionadas ($ESP > DNR > DR$). Resultado consistente con los descubrimientos previos que obligan a las empresas especializadas a tener una mayor prevención de riesgos para un mayor cuidado a sus trabajadores.

Para analizar empíricamente nuestro objetivo de investigación se procedió a realizar un análisis de correlaciones del cual se descubrió que las variables que manifestaron estar relacionadas con los resultados empresariales (ROA, ROE, Margen Bruto y Margen de Utilidad Operacional), son los Accidentes en el Trayecto, la Tasa de Cotización y la Tasa de Cotización Adicional. Lo anterior, permite confirmar la hipótesis H_1 , la cual plantea que existe una relación entre la Responsabilidad Social Corporativa y los Resultados Empresariales.

Para contribuir con el fenómeno bajo estudio se realizó un análisis complementario al de correlaciones, un análisis de regresión lineal múltiple, con el fin de estudiar mejor la relación o la influencia que existe entre la Responsabilidad Social Corporativa y los Resultados Empresariales. De este análisis se descubrió que existen diferencias considerables en los resultados obtenidos, dependiendo de la variable que se utilice para medir los resultados empresariales, así como también de la estrategia corporativa adoptada por la empresa. Por esta razón se procedió a entregar conclusiones en función de la variable dependiente utilizada y la estrategia corporativa adoptada. Sin embargo, los resultados no permiten llegar a una conclusión definitiva sobre la dirección de la relación (positiva o negativa) dado que dependiendo de las variables de resultados empresariales utilizada y la estrategia corporativa que sigue la empresa los resultados fueron diferentes. De hecho los resultados de la regresión permiten apreciar que la variable tasa de cotización adicional es una variable relevante en el estudio de la RSC y que afecta a los resultados empresariales, este es un hallazgo relevante del estudio por su repercusión en las empresas en la actualidad. Específicamente, afecta de manera positiva a las empresas especializadas y de manera negativa afecta a las empresas con diversificación no relacionada. Con estos descubrimientos se pudo confirmar la Hipótesis 2 y la hipótesis 3.

Por último, se reconoce que el presente trabajo de investigación posee limitaciones que se deben tener en cuenta en el momento de su análisis y por ello se plantean como futura línea de investigación. En primer lugar, es discutible la forma en la cual se han medido la variable responsabilidad social corporativa, porque sólo se ha utilizado un área de la RSC, calidad de vida laboral, pero la base de datos utilizada no poseía más información al respecto y además un primer intento a través de una encuesta no tuvo la respuesta apropiada para incluirla en este estudio. También es cuestionable la forma de medida de las estrategias corporativas observando dos dígitos CIU, es decir, a través de una diversificación intrasectorial observando si el o los productos de las empresas comparten o no los mismos dígitos a nivel de dos códigos CIU. Sin embargo, tuvimos que optar por esta forma de medir la diversificación frente a la imposibilidad (con la base de datos empleada) de poder emplear otra forma de medida.

VI.- REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Ansoff, H. (1957). Strategies for diversification, *Harvard Business Review*, 35(5), 113-124.
- Argandoña, A. (2005). Economía, teoría de la acción y ética. *Revista de economía*, 823, 29-38
- Balbanis, G., Phillips, H. & Lyall, J. (1998). Corporate Social Responsibility and Economic Performance in the top British companies: are they linked?. *European Business Review*, 98(1), 25-44.
- Barrera, E. (2007): La empresa social y su responsabilidad. *Innovar*, 17(30), julio a diciembre.
- Berbel, G., Reyes, J. & Gómez, M. (2007): La responsabilidad social en las organizaciones (RSO): Análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información. *Innovar*, 17(29), enero a junio.
- Cabrera, M. & Deniz, M. (2003, septiembre). Responsabilidad Social Corporativa y Empresa Familiar. Evidencia para el caso español. Ponencia presentada al Congreso de la Asociación Científica de Economía y Dirección de Empresas, España.
- Carroll, A. (1979). A three-dimensional conceptual model of corporate performance. *Academy of Management Review*, 4 (4), 497-505.
- Castellano, J. & Chercoles, B. (2005). La Responsabilidad Social Corporativa, 106, 58-60.
- Castillo, A. (1988). Aproximación Metodológica al Contenido de la Responsabilidad Social de la Empresa. *Cuadernos de Ciencias Económicas y Empresariales*, 19, 34-41,
- Fernández, J. (1999). *Ética y Responsabilidad Social y Modelos de Empresa*. Papeles de Ética, Economía y Dirección. IESE, Universidad de Barcelona. Barcelona.
- Fernandez, M., Muñoz, M. & Balaguer M. (2005). *La responsabilidad social corporativa: relaciones entre la performance social, financiera y bursátil de la empresa*. Documento de trabajo 23. Universitat Jaume I. Barcelona, Barcelona.
- Friedman, M. (1953). Choice, Chance, and the Personal Distribution of Income. *Journal of Political Economy*. University of Chicago Press, 61, 277.
- Friedman, M. (1962). *Capitalism and Freedom*. Chicago: University of Chicago Press.
- Friedman, M. (1970, 13 de septiembre). The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times*, p. 122-126.
- García, J., Tenorio, R. & Pérez, M. (1999). El éxito empresarial: sus niveles de análisis y formas alternativas para su evaluación, *Dirección y Organización*, 21, 188-197.
- Griffin, J. & Mahon, J. (1997). The corporate social performance and corporate financial performance debate: 'Twenty five years of incomparable research'. *Journal of Business and Society*, 36 (1), 5-31.
- Hicks, J. (1968). *Valor y capital: Investigación sobre algunos principios fundamentales de teoría económica*, México, Fondo de Cultura.
- Huerta, P., Martínez, P., & Navas, J. (2004). Cómo Medir la diversificación Corporativa: Una aplicación a las Empresas Industriales Españolas. *Theoria*, 13, 59-68.

- Huerta, P. & Navas, J.E. (2006). Grado y Dirección de la Diversificación de las empresas industriales españolas: Un análisis de la estrategia de diversificación relacionada”, *Ingeniare. Revista Chilena de Ingeniería*, 14(3), 213-228.
- Mahoney, J. & Pandian, R. (1992). The resource-based view within the conversation of strategic management. *Strategic Management Journal*, 13, 363-380.
- Mahoney, L. & Roberts, R. (2002). *Corporate Social and Environmental Performance and their Relation to Financial Performance and Institutional Ownership: Empirical Evidence on Canadian Firm*. School of Accounting. University of Central Florida.
- Marín, J., Rubio, A. & Aragón, A. (2003). *La responsabilidad social corporativa en la empresa: Un estudio bajo la perspectiva de recursos y capacidades*. Universidad de Murcia, Murcia.
- Martín, I. (2005). Responsabilidad social empresarial: un debate de actualidad. *Economistas*, 106, 22-30.
- Mauri, A. & Michaels, M. (1998). Firm and Industry effects within strategic management: an empirical examination, *Strategic Management Journal*, 19, 211-219.
- McGahan, A. & Porter, M. (1997). How much does industry matter, really?, *Strategic Management Journal*, 18, 15-30.
- McWilliams, A. & Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy Management Review*, 26(1), 117-127.
- Moore, G. (2001). Corporate Social and Financial Performance: An investigation in the U.K. Supermarket Industry. *Journal of Business Ethics*, 34, 299-315.
- Quazi, A. & O'Brien, D. (2000). An Empirical test of a cross-national model of Corporate Social Responsibility. *Journal of Business Ethics*, 25, 33-51.
- Rumelt, R. (1974). *Strategy, structure, and economic performance*. Boston: Harvard Business School Press.
- Rumelt, R. (1982): “Diversification strategy and profitability”, *Strategic Management Journal*, 3, 359-369.
- Sastre, F. (2006). *La Empresa es su Resultado: El beneficio editorial y la contabilidad del conocimiento*. Tesis doctoral de Economía, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad Pontificia Comillas de Madrid, Madrid.
- Simpson, W. & Kohers, T. (2002). The Link Between Corporate Social and Financial Performance: Evidence from the Banking Industry”. *Journal of Business Ethics*, 35, 97-109.
- Tsoutsoura, M. (2004). *Corporate Social Responsibility and Financial Performance*. University of California, Center for Responsible Business. Berkeley.
- Valero, E. & Camacho, K. (2006). El lado oscuro en las prácticas de responsabilidad social corporativa del sector floricultor. *Innovar*, 16(27), enero a junio.
- Waddock, S. & Graves S. (1997). The corporate social performance financial performance link. *Strategic Management Journal*, 18 (4), 303-319.
