

Raül Canet Vela / Daniel Carmona Rubio

**ANÁLISIS DE LA RELACIÓN ENTRE LA RENTABILIDAD Y LA
SOSTENIBILIDAD EMPRESARIAL EN LAS GRANDES EMPRESAS
FAMILIARES ESPAÑOLAS**

TRABAJO DE FINAL DE GRADO

Área temática: Organización y estrategia en empresas familiares

Doble grado ADE + FIC



**UNIVERSITAT
ROVIRA i VIRGILI**

Reus

Curso 2023-2024

<u>Índice</u>	Pág.
1. Título, resumen y palabras clave	4
2. Presentación	7
3. Introducción	9
3.1. Justificación y contextualización	9
3.2. Estructura	9
3.3. Objetivo y metodología	10
Marco Teórico	
4. Empresa familiar	11
4.1. Concepto	11
4.2. Características	13
4.3. Empresas familiares en España	16
5. Sostenibilidad empresarial	18
5.1. Concepto	18
5.2. Elementos que afectan a la sostenibilidad empresarial	20
5.3. Desarrollo sostenible	22
6. Relación entre sostenibilidad y rentabilidad empresarial	25
6.1. Estado de la cuestión hasta la actualidad	25
6.2. Formulación de las hipótesis	29
6.3. Indicadores	30
Aplicación práctica	
7. Metodología	35
7.1. Filtración de datos	36
7.2. Cálculo de rentabilidades	38
8. Resultados	40
9. Conclusiones	44
10. Bibliografía	45

Índice de tablas

Tabla 1: Fortalezas y Debilidades de las empresas familiares	15
Tabla 2: Representación de las empresas familiares por sectores en España	17
Tabla 3: Dimensiones y criterios de la sostenibilidad	19
Tabla 4: Elementos internos y externos que afectan a la sostenibilidad empresarial	21
Tabla 5: Ilustración de los pesos en el ranking MERCO	31
Tabla 6: Las 100 empresas con mayor responsabilidad medioambiental en España, según MERCO (2023)	36
Tabla 7: Lista de empresas familiares y españolas que pertenecen al ranking de responsabilidad MERCO	37
Tabla 8: Cálculo de la rentabilidad económica	38
Tabla 9: Cálculo de la rentabilidad financiero	39
Tabla 10: Información relativa a la sostenibilidad y rentabilidad	40
Tabla 11: Gráfico de dispersión entre sostenibilidad y rentabilidad económica	41
Tabla 12: Gráfico de dispersión entre sostenibilidad y rentabilidad financiera	41

1. Título, resumen y palabras clave

- **Títol:** Anàlisi de la relació entre la rendibilitat i la sostenibilitat empresarial en les grans empreses familiars espanyoles.

- **Resum:** Aquest treball pretén exposar la creixent importància de la sostenibilitat en el context empresarial, ja que cada vegada la societat és més conscient de la problemàtica mediambiental. La sostenibilitat no només afecta la societat en conjunt, sinó que també té un important impacte en el desenvolupament econòmic de les empreses. Per exposar aquest tema, es defineix la sostenibilitat, detallant-ne les característiques i els elements que la influeixen, tant interns com externs.

A més, per entendre la sostenibilitat des de la perspectiva empresarial, és fonamental comprendre el concepte de desenvolupament sostenible. Aquest concepte pretén trobar l'equilibri entre el creixement econòmic, l'equitat social i la protecció del medi ambient. Gràcies a això, cerca que les empreses integrin practiques sostenibles en les seves estratègies i en el desenvolupament de la corresponent activitat econòmica. D'altra banda, l'estudi es focalitza en grans empreses familiars, que destaquen per la seva gran rellevància a l'economia del país, per la qual cosa en considerem l'anàlisi molt rellevant. Per això, en aquest estudi es pretén identificar i analitzar les diferents rendibilitats empresarials, per avaluar com la implantació de pràctiques sostenibles impacta en la capacitat econòmica i financera de les societats. Gràcies a això, es podrà determinar si la implementació d'un desenvolupament sostenible pot ser un impuls per a la rendibilitat de les empreses o, per contra, presenta dificultats que perjudiquin el desenvolupament de les societats.

Un cop exposat això, es persegueix analitzar i conèixer la relació entre les dues principals rendibilitats empresarials, l'econòmica i la financera, respecte a la sostenibilitat empresarial. Per fer-ho, es fa ús d'estadístiques de dispersió i de correlació entre variables. Gràcies a l'anàlisi anterior, es vol determinar com influeix la implementació d'un desenvolupament sostenible en els resultats econòmics i financers de l'empresa.

- **Paraules clau:** empresa familiar, rendibilitat i sostenibilitat empresarial.

- **Título:** Análisis de la relación entre la rentabilidad y la sostenibilidad empresarial en las grandes empresas familiares españolas.

- **Resumen:** Este trabajo pretende exponer la creciente importancia de la sostenibilidad en el contexto empresarial, ya que cada vez la sociedad es más consciente de la problemática medioambiental. La sostenibilidad no solo afecta a la sociedad en su conjunto, sino que también tiene un importante impacto en el desarrollo económico de las empresas. Para exponer este tema, se define la sostenibilidad, detallando sus características y elementos que la influyen, tanto internos como externos.

Además, para entender la sostenibilidad desde la perspectiva empresarial, es fundamental comprender el concepto de desarrollo sostenible. Dicho concepto pretende encontrar el equilibrio entre el crecimiento económico, la equidad social y la protección del medio ambiente. Gracias a ello, busca que las empresas integren prácticas sostenibles en sus estrategias y en el desarrollo de la correspondiente actividad económica.

Por otro lado, el estudio se focaliza en grandes empresas familiares, que destacan por su gran relevancia en la economía del país, por lo que consideramos su análisis muy relevante. Por ello, en el presente estudio se pretende identificar y analizar las diferentes rentabilidades empresariales, para evaluar cómo la implantación de prácticas sostenibles impacta en la capacidad económica y financiera de las sociedades. Gracias a ello, se podrá determinar si la implementación de un desarrollo sostenible puede ser un impulso para la rentabilidad de las empresas o, por el contrario, presenta dificultades que perjudiquen el desarrollo de las sociedades.

Una vez expuesto lo anterior, se persigue analizar y conocer la relación entre las dos principales rentabilidades empresariales, la económica y la financiera, respecto a la sostenibilidad empresarial. Para ello, se hace uso de estadísticos de dispersión y de correlación entre variables. Gracias al análisis anterior, se busca determinar cómo influye la implementación de un desarrollo sostenible en los resultados económicos y financieros de la empresa.

- **Palabras clave:** empresa familiar, rentabilidad y sostenibilidad empresarial.

- **Title:** Analysis of the relation between profitability and business sustainability in large Spanish family companies.

- **Summary:** This study seeks to expose the growing importance of sustainability in the business context, since society is increasingly aware of environmental problems. Sustainability not only affects society as a whole, it also has a significant impact on the economic development of companies. To expose this topic, sustainability is defined, detailing its characteristics and elements that influence it, both internal and external.

Furthermore, to understand sustainability from a business perspective, it is essential to understand the concept of sustainable development. This concept aims to find the balance between economic growth, social equity and environmental protection. Thanks to this, it seeks to ensure that companies integrate sustainable practices in their strategies and in the development of the corresponding economic activity.

On the other hand, the study focuses on large family businesses, which stand out for their great relevance in the country's economy, which is why we consider their analysis very relevant. Therefore, this study aims to identify and analyze the different business profitability, to evaluate how the implementation of sustainable practices impacts the economic and financial capacity of societies. Thanks to this, it will be possible to determine whether the implementation of sustainable development can be a boost to the profitability of companies or, on the contrary, presents difficulties that harm the development of societies.

Once the above has been explained, the aim is to analyze and understand the relationship between the two main business profitability, economic and financial, with respect to business sustainability. To do this, dispersion statistics and correlation between variables are used. Thanks to the previous analysis, we seek to determine how the implementation of sustainable development influences the economic and financial results of the company.

- **Keywords:** family company, profitability and business sustainability.

2. Presentación

En los últimos años, se ha presenciado un aumento significativo en la conciencia a cerca de la sostenibilidad y el medioambiente. Este hecho ha provocado un cambio en la forma que las empresas desarrollan su actividad económica. Debido a ello, el objetivo perseguido en el desarrollo de este Trabajo de Fin de Grado es conocer si la implementación, por parte de las empresas, de prácticas de desarrollo sostenible conlleva a un aumento en su rentabilidad. Cabe destacar que el estudio se encuentra enfocado en grandes empresas familiares españolas.

Uno de los principales motivos por los que se ha enfocado este trabajo en las empresas familiares, se debe a su reconocimiento como una de las formas de propiedad dominante en las economías, incluida España donde la empresa familiar se consolida, año tras año, como un activo de gran importancia para la economía del país. De tal forma que, según el Instituto de la Empresa Familiar (IEF), se estima que 1,1 millones de empresas son familiares en España. Además, estas empresas tienen un sistema complejo con alta capacidad de adaptación, ya que se definen como sistemas capaces de adaptar su comportamiento ilimitadamente apoyándose en su experiencia. Por lo tanto, implementar medidas para lograr incrementar la sostenibilidad de la empresa supondrá una menor complejidad que en cualquier otra estructura empresarial¹.

En referencia al término de sostenibilidad empresarial, se considera que el mundo actual está en un momento histórico en el que las grandes empresas eligen el rumbo del planeta mediante su gestión medioambiental y sus políticas sostenibles. Por lo tanto, para las empresas, la sostenibilidad presenta una oportunidad de cambio y transición hacia una nueva forma de hacer negocios. Por esta razón, se considera la sostenibilidad empresarial un tema actual y de importancia global.

No obstante, el objetivo principal de las grandes empresas radica en alcanzar los máximos beneficios posibles. Por ello, la matriz de todo análisis empresarial suele estar basado en su rentabilidad, ya que es la variable fundamental de toda actividad económica.

Considerando lo mencionado, es imprescindible estudiar los resultados económicos derivados de la implementación de las distintas políticas de desarrollo sostenible. Por consiguiente, creemos que nuestro estudio debe analizar la relación existente entre ambas variables.

¹ Claver, E. Molina, J.A. y Zaragoza, P.C. (2015). "Complejidad y empresa familiar". *Revista de Empresa Familiar*, 5: 39-52.

En referencia a las asignaturas y competencias que se relacionan más directamente con el presente Trabajo de Fin de Grado, se consideran las siguientes:

- Organización de Empresas
- Estadística I y II
- Análisis de Datos Financieros

Respecto a la primera de ellas, se relaciona con el trabajo ya que ayuda a conocer y comprender el funcionamiento de las empresas en su conjunto. Gracias a ello, se dispone de una base teórica referente a las sociedades.

En referencia a las asignaturas de estadística, se vincula con el desarrollo del trabajo, puesto que se aplican los conocimientos adquiridos en dichas asignaturas para poder efectuar los cálculos estadísticos correspondientes.

Por último, la asignatura de análisis de datos financieros se aplica en el trabajo a la hora de realizar los gráficos de dispersión, y el posterior análisis respecto a la relación entre la sostenibilidad y las rentabilidades empresariales (económica y financiera).

3. Introducción

3.1. Justificación y contextualización

El tema que aborda este trabajo final de grado se sitúa en una etapa en desarrollo. Esto se debe a la llamada “Agenda 2030”, que supone un punto de inflexión en el papel de las empresas como actores indispensables del desarrollo sostenible. Dicho desarrollo, es un plan de acción a favor de las personas, el planeta y la prosperidad, que también pretende fortalecer la paz universal y el acceso a la justicia, aprobada en septiembre de 2015 por la Asamblea General de las Naciones Unidas.

A su vez, queremos destacar la importancia de las empresas familiares en la economía española y la respectiva implicación basada en la aplicación de procesos sostenibles. Proponemos un tema actual, en evolución y de gran relevancia que puede ser de gran utilidad para poder comprender si existe una relación entre ambas variables.

3.2. Estructura

En referencia a la estructura del trabajo, en primer lugar, se redacta una presentación e introducción del tema y los conceptos principales que se abordan.

En referencia a la parte teórica, se profundiza en el tema principal para obtener los conocimientos necesarios y adecuados para realizar un análisis en profundidad, respecto a las empresas familiares y el desarrollo sostenible.

En referencia a la parte práctica, se realizan los análisis estadísticos y económicos entre la sostenibilidad y la rentabilidad empresarial. Posteriormente, se obtienen los resultados con los que podremos comprobar y determinar si la hipótesis planteada inicialmente se cumple.

Por último, exponemos de manera ordenada y coherente las conclusiones obtenidas a lo largo de este trabajo, dando así una reflexión final sobre el tema estudiado. Además, se exponen propuestas propias surgidas de las reflexiones efectuadas.

3.3. Metodología y objetivo

Objetivo: el objetivo principal a desarrollar en este trabajo es estudiar la correlación existente entre la rentabilidad y sostenibilidad empresarial que afecta a las empresas familiares de grandes dimensiones.

Metodología: Para lograr conocer la relación existente entre ambas variables, el estudio se centra en el análisis del ranking MERCO sobre las 100 empresas más involucradas en prácticas sostenibles, y su respectiva clasificación según los criterios ESG. De ellas, se realizan dos filtraciones consistentes en averiguar cuáles corresponden a empresas familiares y españolas. Gracias a ello, se puede conocer y adaptar la muestra al estudio a realizar.

Por otro lado, cabe destacar que la base de datos SABI dispone de una gran cantidad de información financiera y económica de las empresas, lo que permite realizar un estudio sobre los resultados de los ejercicios de las empresas y sus respectivas rentabilidades plasmadas en las ratios económicas y financieras. Gracias a ello, se conocerán los efectos de la implementación de prácticas de sostenibilidad empresarial en los resultados económicos y financieros de las empresas.

Tras obtener la información necesaria sobre la rentabilidad empresarial y los resultados proporcionados por el ranking MERCO de sostenibilidad, se usarán cálculos estadísticos en la aplicación Excel, para conocer la relación existente entre ambas variables mencionadas.

Marco Teórico

4. Empresa Familiar

Respecto a las empresas familiares, se destaca el papel fundamental que desarrollan en la economía. Esto se debe a que, estas representan un alto porcentaje sobre el total de las empresas constituidas en España, y generan gran parte del empleo y la producción desarrollada en el país. Por ello, se persigue abordar aspectos como el concepto, importancia en la economía y sus características correspondientes.

4.1. Concepto

El concepto de Empresa Familiar supone un reto a la hora de abordarlo, puesto que engloba un amplio abanico de empresas de tamaño diverso y pertenecientes a distintos sectores.

La empresa familiar es tan antigua como el propio concepto de empresa. De hecho, las empresas más antiguas del mundo, que son japonesas, como la constructora Kongo Gumi, fundada en el año 578, o las posadas Nishiyama Onsen Keiunkan, año 705, tuvieron un origen familiar.

Sin embargo, no fue hasta el siglo actual cuando se llegó a un consenso dentro de las instituciones europeas para la armonización de una descripción oficial. Dicha descripción, permite estudiar la relevancia económica y social de dichas sociedades. Cabe destacar que, anteriormente habían existido algunas aproximaciones dentro de los ámbitos fiscales de los países miembros de la Unión Europea.

En referencia al consenso mencionado, en 2006 la Comisión Europea aprobó un informe sobre las empresas familiares en Europa. Gracias a ello, se pudo avanzar en la mejora del marco legal referente a estas empresas².

Posteriormente, en el año 2009, se expuso un informe denominado “*Overview of family business relevant issues*”, en el que se esboza una primera definición que, con el tiempo, fue asumida por las instituciones europeas. Gracias a ello, hoy en día disponemos de la siguiente definición comúnmente aceptada en el ámbito europeo³:

² Sastre, E. (2020). “Qué es una empresa familiar”. Barcelona: Instituto de la empresa familiar.

³ Mandl, I. (2008). “Overview of Family Business Relevant Issues”. Viena: Austrian Institute for SME Research.

“Se entiende por empresa familiar aquella en la que la mayoría de las acciones con derecho a voto, directo o indirecto, son propiedad de la familia que fundó la compañía, y al menos un representante de la familia o pariente participa en la gestión o gobierno de la compañía”.

En este sentido, se acepta otra definición oficial de empresa familiar acordada por el Grupo Europeo de Empresas Familiares (GEEF) y en Milán por el Board del Family Business Network (FBN), las dos principales instituciones internacionales que representan a las empresas familiares⁴:

Una compañía sin importar su tamaño es considerada familiar si cumple las siguientes condiciones:

- La mayoría de los votos son propiedad de la persona o personas de la familia que fundó o fundaron la compañía; o, son propiedad de la persona que tiene o ha adquirido el capital social de la empresa; o son propiedad de sus esposas, padres, hijo(s) o herederos directos del hijo(s).
- La mayoría de los votos puede ser directa o indirecta.
- Al menos un representante de la familia o pariente participa en la gestión o gobierno de la compañía.
- A las compañías cotizadas se les aplica la definición de Empresa Familiar si la persona que fundó o adquirió la compañía (capital social), o sus familiares o descendientes poseen el 25% de los derechos de voto a los que da derecho el capital social”.

Destaca una característica típica de las compañías cotizadas como es la fragmentación de la propiedad, ya que el mayor accionista en muchas ocasiones tiene menos del 50% de los derechos de voto. Por eso, el punto cuatro de la definición anterior se refiere a empresas con mayoría de votos en las que la familia tiene pero que, mediante su participación accionarial, puede ejercer influencia significativa.

Aunque el concepto de empresa familiar, separado en ciertos aspectos del resto de empresas, se considera un nuevo originado en los últimos años. En el Derecho español, el Derecho privado tradicionalmente no ha regulado ni definido la misma. Han sido las normas fiscales, las primeras que han venido a contemplar esta realidad, a pesar de la relativa indefinición que existe sobre esta determinada figura.

4 Corona, J. (2024). “Definición oficial de Empresa Familiar”. Murcia: Universidad de Murcia & UPCT.

Cabe reseñar que, estas normas contemplan a las empresas familiares estrictamente a efectos fiscales, a efectos de aplicación de impuestos concretos, sin que la definición o concreción de esta realidad en este ámbito cierre el campo o delimite de un modo total el concepto de lo que deba entenderse por empresa familiar⁵.

4.2. Características

En referencia a las características principales de las empresas familiares destacan las siguientes: la posesión de los miembros de la familia fundadora de la mayoría de los derechos de votos, esta posesión puede ser directa o indirecta. En el órgano de Gobierno de la empresa debe haber al menos un pariente o representante de la familia, en el caso de que sea una empresa cotizada como ya hemos mencionado anteriormente, el fundador o sus familiares deben poseer como mínimo el 25% de los derechos de voto. Por consiguiente, aunque la familia no posea la mayoría de los derechos de voto deberá tener una influencia decisiva mediante las propias acciones. Además de lo mencionado anteriormente, las empresas familiares presentan una serie de ventajas debidas al clima particular existente en la empresa, que genera un sentido de pertinencia y un propósito común a toda la fuerza laboral. Esto se manifiesta como cualidades concretas y positivas que pueden servir para proporcionar a la empresa una importante ventaja competitiva. Dichas cualidades, podemos entenderlas como ventajas y/o fortalezas para las empresas familiares y se resumen a continuación⁶:

- Compromiso: tanto el fundador como los miembros de la familia que forman la empresa tienen un mayor nivel de compromiso que los individuos de las empresas no familiares. Este compromiso desarrolla un compromiso adicional y una mayor lealtad de fuerza del trabajo. Dicho compromiso y lealtad, es necesario mantenerlo no solo entre los miembros de la familia, sino también entre los empleados no familiares.
- Conocimiento e incentivos: estas empresas disponen de sus propias ventajas competitivas respecto a la competencia. Dichas ventajas suelen permanecer en el ámbito familiar. Además, las futuras generaciones pueden ser preparadas desde sus inicios, obteniendo los conocimientos necesarios por parte de sus familiares, para hacerse cargo de la empresa tras la herencia.
- Flexibilidad organizativa: este es un factor más del compromiso de las empresas familiares, ya que, si el trabajo lo requiere, la familia emplea el tiempo necesario para llevarlo a cabo, sin percibir a cambio bonificaciones ni horas extras.

⁵ Gallego, I. (2012). *La empresa familiar. Su concepto y delimitación jurídica*. Córdoba: Universidad de Córdoba.

⁶ Leach, P. (2002). *La empresa familiar*. Barcelona: Ediciones Granica.

Además, es una de sus mayores ventajas competitivas. Debido a que, las empresas familiares permiten adaptarse con mayor rapidez y facilidad a los cambios de su entorno gracias a su flexibilidad. Los miembros de este tipo de empresas suelen estar dispuestos a aceptar cambios en sus condiciones de trabajo (salario, jornada, rol, ...) para lograr el éxito y la continuidad de la entidad.

- Cultura estable: la cultura de una empresa familiar suele ser el resultado de los valores y normas del fundador que han echado raíces en la familia y en su historia, lo que hace que estos valores y normas se manifiesten en forma de pensamientos estables a través de los miembros de la familia. No obstante, una cultura muy estable puede ser un obstáculo para el cambio y la adaptabilidad, ya que nadie piensa en el cambio ni se plantea hacer las cosas de otra manera porque siempre se han hecho así y han ido bien, convirtiéndose en una cultura tradicional.

- Rapidez en la toma de decisiones: esta ventaja surge de conocer y estar claramente definidos los líderes o responsables de la organización. Gracias a ello, permite que en la toma de decisiones se sepa en cada momento a quien acudir y, una mayor estabilidad en la organización.

- Confiabilidad: gracias a los aspectos anteriores, destacando el compromiso y la cultura estable, las estructuras organizativas de estas empresas suelen ser sólidas y confiables. Además, este compromiso que surge en las empresas familiares se suele transmitir en forma permanente a los clientes bajo la forma de una atención más cordial y esmerada y un mejor servicio.

Como se acaba de exponer, estas empresas presentan una variedad de ventajas, aunque también son propensas a soportar grandes desventajas o puntos débiles. Estas desventajas entendidas también como debilidades son las siguientes⁷:

- Rigidez: esta desventaja surge de la manera en que se gestionan los imprevistos o posibles sugerencias en modificar los métodos productivos y/o económicos. En este tipo de empresas, normalmente, se hacen las mismas cosas, de la misma manera y durante mucho tiempo, siendo resistentes al cambio.

- Conflictos emocionales: son un punto clave en este tipo de empresas, ya que generan patrones de conducta que están influenciados por factores emocionales respecto a otro miembro de la familia. Además, puede provocar conductas poco sensatas debido a discusiones personales entre los diferentes miembros familiares, y afectar negativamente al desarrollo de la empresa.

⁷ Leach, P. (2002).

- **Sucesión:** es uno de los principales inconvenientes a los que se enfrentan estas empresas. La transición de los miembros familiares es importante, ya que el administrador principal de la sociedad puede dudar de la sucesión y la decisión del sucesor puede traer problemas entre los familiares que no han optado a ese puesto.
- **Desafíos comerciales:** Esta debilidad suele ser más prensa que se ocasione en las empresas familiares cuyo líder suele rondar la edad avanzada y una manera predeterminada de desarrollar la empresa, por lo que el sucesor o bien no realiza los cambios necesarios o los realiza de una forma extremista, lo que acaba perjudicando sustancialmente a la empresa y su adaptación a las problemáticas que pueda enfrentar.
- **Liderazgo:** supone un inconveniente en las empresas familiares, ya que es propio en situaciones cuyas posteriores generaciones al fundador no están preparadas, concienciadas o capacitadas para asumir un rol tan importante como puede ser el del líder y desarrollar sus características propias. Cabe destacar que suele suceder en empresas con hijos a las que se les otorga proporciones o partes alícuotas de poder y/o accionariado, pero no se ha designado a ninguno de ellos de la capacitación ni se le ha nombrado sucesor expresamente.

A efectos de resumir lo anterior, se expone la siguiente tabla donde se recogen las diferentes fortalezas y debilidades:

Tabla 1: Fortalezas y Debilidades de las empresas familiares

Fortalezas	Debilidades
Compromiso	Rigidez
Conocimiento e Incentivos	Conflictos emocionales
Flexibilidad organizativa	Sucesión
Cultura estable	Desafíos comerciales
Rapidez en la toma de decisiones	Liderazgo
Confiabilidad	

Fuente: Elaboración propia, desde Leach (2002).

4.3. Empresas familiares en España

En primer lugar, casi todas las empresas son no cotizadas. El porcentaje de empresas cotizadas asciende sólo al 6,76%. Por otra parte, el 69,12% de las empresas se consideran familiares. De ellas el 94,24% no cotiza en bolsa, porcentaje algo superior al de las empresas no familiares que no cotizan en bolsa.

Además, casi el 80% de las empresas están constituidas como sociedad anónima. Por su parte, la sociedad limitada representa casi el 20% de la población, mientras que sólo 3 empresas revisten la forma de cooperativa. Las empresas no familiares parecen decantarse aún más por la tipología de la Sociedad Anónima que las empresas familiares que, si bien prefieren esta tipología jurídica, parecen tener mayor tendencia que las empresas no familiares a adoptar la forma de sociedad limitada⁸.

Además, las empresas familiares son fundamentales para la economía española, debido a su destacado papel en el impulso del crecimiento económico, la creación de empleo y la creación de riqueza. Estas empresas, que combinan la dinámica empresarial con los valores tradicionales familiares, son de suma importancia por muchas razones.

Por otro lado, las empresas familiares suelen estar inculcadas por una fuerte cultura empresarial. La combinación de vínculos familiares y pasión compartida por el negocio resulta en un alto nivel de compromiso y dedicación de los familiares involucrados en el negocio. Esto conduce a mayores tendencias en innovación, calidad y servicio al cliente, ayudando a mantener la competitividad y diferenciación en el mercado.

Las empresas familiares también juegan un papel importante en la creación de empleo. Frecuentemente, son la principal fuente de creación de empleo en la sociedad. Brindan oportunidades de empleo estables y de largo plazo para miembros de la familia y trabajadores no familiares, contribuyendo así al desarrollo socioeconómico y al bienestar de toda la comunidad⁹.

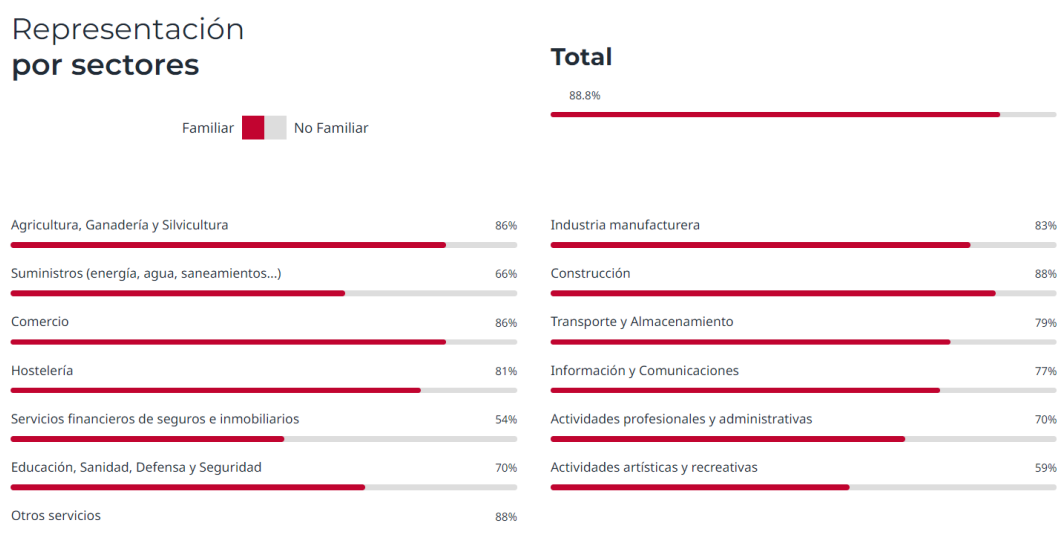
Según el Directorio Central de Empresas (DIRCE), con datos elaborados por el Instituto Nacional de Estadística, en el año 2021, existen alrededor de 3,3 millones de empresas constituidas como personas jurídicas en España. Destaca un rasgo característico, la mayoría de las empresas se identifican como empresas familiares.

⁸ Charlo, M. J., Núñez, M. y Sánchez, M. (2016). "Perfil de la empresa familiar en España y Andalucía". *Regional and Sectoral Economic Studies*, 16-2: 168-184.

⁹ Erales, A. (2023). "La importancia de las empresas familiares para la economía del mundo". *LinkedIn*, 1: 1.

Además, como afirma el Instituto de Empresa Familiar, la empresa familiar se consolida, año tras año, como una parte fundamental para la economía española. Se estima que 1,1 millones de entidades son familiares en nuestro país, lo que representa el 88,8% del total de las empresas. Además, el IEF informa que esta gran cantidad de empresas familiares distribuidas por España generan el 66,7% del empleo del país y representan el 57,1% del Producto Interior Bruto (PIB). Con la finalidad de exponer la importancia que tiene estas empresas en la economía española, se expone a continuación la representación de las empresas familiares por sectores económicos.

Tabla 2: Representación de las empresas familiares por sectores en España¹⁰



Los datos anteriores informan sobre la cantidad de empresas familiares en cada sector de la economía respecto a las empresas no familiares. Como se observa, la cantidad de empresas familiares es mayoritaria en cada uno de los criterios, aunque destaca la agricultura, el comercio y la construcción, ya que representan casi el total de las empresas destinadas a esas actividades económicas alcanzando un porcentaje del 90 % del total. Indicando así, su importancia y representación en la economía. Destaca que, esta estructura empresarial suponga un peso tan importante y se podría decir que es el principal motor económico en nuestro país.

¹⁰ Instituto de la Empresa Familiar. (2021). "Radiografía de la empresa familiar"

5. Sostenibilidad

5.1. Concepto

En un mundo cada vez más consciente de los desafíos ambientales y sociales, la sostenibilidad empresarial se establece como una guía fundamental para la toma de decisiones responsables y la implementación de políticas que aseguren un futuro próspero y equitativo para todos.

Desde el punto de vista jurídico, se expone la sostenibilidad bajo el concepto de economía sostenible en el artículo 2 de la Ley 2/2011¹¹:

“Se entiende por economía sostenible, un patrón de crecimiento que concilie el desarrollo económico, social y ambiental en una economía productiva y competitiva, que favorezca el empleo de calidad, la igualdad de oportunidades y la cohesión social. Además, debe garantizar el respeto ambiental y el uso racional de los recursos naturales, para satisfacer las necesidades de los presentes sin comprometer las posibilidades de las generaciones futuras para atender sus propias necesidades.”

Por lo tanto, la sostenibilidad es un concepto complejo y multidimensional, puesto que abarca la económica sostenible y el desarrollo sostenible en tres dimensiones como son la económica, social y ambiental. Estas tres dimensiones se recopilan por lo que se conoce como la triple dimensión o Triple Bottom Line.

La triple dimensión de la sostenibilidad empresarial presenta criterios específicos en cada una de las dimensiones para valorar el grado de sostenibilidad. Estos criterios son descritos en la siguiente tabla:

¹¹ Art.2. Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible.

Tabla 3: Dimensiones y criterios de la sostenibilidad¹²

Nº	CAMPO	ACCIONES
1	ECONÓMICO	Asunción de códigos de buen gobierno
		Transparencia y cumplimiento de la legislación
		Identificar y gestionar riesgos del negocio.
		Identificar y gestionar riesgos del proceso
		Identificar y gestionar riesgos del sector
2	MEDIOAMBIENTAL	Gestión del ambiente
		Desarrollo de ecoeficiencia
		Desarrollo de la información medioambiental
3	SOCIAL	Filantropía y prestación de acciones para el desarrollo del país y colectivo
		Disposición de información de resultados en gestión humana, a nivel individual y de equipo.
		Informar de los resultados en el campo social

A partir de ello, se reseñan el significado de una empresa sostenible de la siguiente manera¹³:

“Las empresas sostenibles se centran en el desarrollo de una fórmula de rentabilidad a escala humana que, mediante la conexión con todos los grupos de interés (Stakeholders) y el medio natural, operan en sintonía con el progreso social y en armonía con los límites planetarios centrándose en retornos razonables y beneficios, en lugar de un crecimiento constante.”

De esta manera, la empresa busca garantizar el éxito empresarial a largo plazo, contribuir al desarrollo económico-social y proteger el medio ambiente.

¹² Gil, A.M. y Barcellos, L. (2010). “Los desafíos para la sostenibilidad empresarial en el Siglo XXI.” *Revista Galega de Economía*, 20: 1-22.

¹³ Garzón, M. y Ibarra, A. (2014). “Revisión sobre la Sostenibilidad Empresarial”. *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo*, 3: 53-77.

Por todo ello, se puede definir a la sostenibilidad empresarial como un nuevo paradigma económico, social y ambiental, que considera cuestiones diferentes a las tradicionales de los simples intereses económicos. Del mismo modo, busca lograr grandes beneficios para todos los grupos de interés afectados por las actividades económicas internacionales.

5.2. Elementos que afectan a la sostenibilidad

En relación con los elementos que afectan directamente a la sostenibilidad, a partir del año 2009, se identifican diversos elementos que afectan a la sostenibilidad de las organizaciones. Estos son clasificados en elementos internos, que hacen referencia a la entidad, y en elementos externos, que son los referentes a causas o desafíos a nivel global.

Con la finalidad de reunir todos los elementos mencionados, se expone la siguiente tabla informativa:

Tabla 4: Elementos internos y externos que afectan a la sostenibilidad empresarial¹⁴

¹⁴ Garzón, M. y Ibarra, A. (2014).

ELEMENTOS EXTERNOS	ELEMENTOS INTERNOS
Precio materias primas y energía	Política ambiental de la empresa
Legislación	Plan de minimización y control de residuos
Conflictos armados	Certificación del sistema de gestión de calidad
Recesión económica	Responsabilidad social empresarial
Políticas gubernamentales	Ética profesional
Relaciones comerciales internacionales	Ética empresarial
Convenio de comercio con otros países	Certificación del sistema de prevención de riesgos laborales
Poder adquisitivo	Política de control y gestión de riesgos
Estabilidad económica	Eficiencia energética y utilización de energías renovables
Nivel de industrialización	Preparación y atención a las emergencias ambientales
Relación inmigración/emigración	Certificación del sistema de gestión medioambiental
Nivel de corrupción	Defensa de los derechos humanos
Clima y catástrofes naturales	Desarrollo profesional
Recursos naturales	Buen gobierno corporativo
Nivel de crecimiento económico	Transparencia e información en las prácticas de gestión
Nivel educativo	Viabilidad económica
Balanza comercial	Viabilidad financiera
Desarrollo tecnológico	Atracción y retención de talentos

De esta manera, nos permite analizar de forma clara y concisa cuáles son los elementos que más influyen en la sostenibilidad de las empresas.

En referencia a los elementos externos, suponen un papel fundamental a la hora de determinar y aplicar las estrategias competitivas en las sociedades. Entre los cuales, destacan las políticas gubernamentales, la estabilidad económica y el precio de las materias primas y la energía. Cabe destacar que, estos elementos pueden impulsar

o limitar los esfuerzos hacia la sostenibilidad, y dependiendo de la rigidez o restricción de las políticas gubernamentales y la demanda de los consumidores por productos sostenibles.

Respecto a los elementos internos, son aquellos factores pertenecientes a la empresa que influyen directamente en la capacidad para desarrollar la actividad económica de manera sostenible y minimizar su impacto ambiental. Por consiguiente, se consideran elementos esenciales para establecer prácticas y procesos que promuevan la eficiencia, la reducción de residuos y el uso responsable de los recursos. Por lo tanto, persiguen la adopción e inclusión por parte de las empresas de planes contemplados por el desarrollo sostenible.

5.3. Desarrollo Sostenible

Con la finalidad de profundizar en el concepto de desarrollo sostenible, se exponen las razones que han llevado a que aparezca este nuevo término y los cambios que ha producido en la manera de actuar de las sociedades.

La génesis del concepto de desarrollo sostenible proviene de la Comisión Brundtland, constituida por la Asamblea General en 1983. En el informe Brundtland, presentan el término de la siguiente manera:

“El desarrollo que permite satisfacer las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades del futuro de satisfacer sus propias necesidades.”¹⁵

Este término pretende atender tanto a las demandas de la agenda de protección del medio ambiente como las de asegurar el desarrollo de los países menos desarrollados. Por lo que se requería la integración de las políticas ambientales y las estrategias de desarrollo en sus componentes.

¹⁵ Asamblea General de las Naciones Unidas (1983): “*Desarrollo Sostenible*”. Comunicación presentada por el presidente del 65º período de sesiones.

Según el artículo publicado por la entidad financiera BBVA “La sostenibilidad como principal criterio para el consumo post-Covid-19”¹⁶, se expone el cambio de mentalidad de las personas hacia una sociedad que, cada vez más, busca su bienestar y consumidores que se centran en productos que cumplan con las medidas de sostenibilidad ambiental, social y económica. El cambio experimentado en los consumidores y en su forma de pensar ha provocado que las empresas implementen nuevas medidas sostenibles en sus empresas. De hecho, como se especifica en el artículo anterior, los clientes no solo se preocupan por la calidad de los productos, sino que, también buscan la sostenibilidad y el compromiso con el medioambiente a través de los productos que compran. Este hecho, puede provocar que un producto que se comercializa en dos establecimientos se adquiera en el más comprometido con la sostenibilidad. Además, los clientes se preocupan por el lugar de explotación de los recursos y la gestión de los residuos.

Debido a estas circunstancias, la implementación de un plan de desarrollo sostenible en las empresas está siendo cada vez más necesario para la evolución de la actividad empresarial. Por ello, se debe analizar qué comporta la aplicación de un sistema de desarrollo sostenible en una empresa.

El concepto de desarrollo sostenible implica límites, aunque no se trate de límites absolutos, sino de límites impuestos por el estado actual de la tecnología y la organización social en recursos medioambientales y la habilidad de la biosfera de absorber los efectos de las actividades humanas. Por otro lado, la tecnología y la organización social pueden ser gestionadas y mejoradas para dar paso a una nueva era de crecimiento económico. (Our Common Future, 1987)

De hecho, cabe mencionar que el desarrollo sostenible no es un estado estable, sino un proceso de transformación en el que el uso de recursos, la orientación de las inversiones, la dirección del progreso tecnológico y el cambio institucional se realizan de manera coherente con las necesidades actuales y posteriores.

Una empresa sostenible se caracteriza por diseñar y dirigir sus acciones y características hacia un estado futuro de sostenibilidad. Cuando una empresa hace de la sostenibilidad una ventaja competitiva, se distingue de sus competidores, proporciona beneficios positivos económicos y no es fácilmente duplicada. (Pfeffer, 1995)

¹⁶ Grupo BBVA (2022): “La sostenibilidad como principal criterio para el consumo post-Covid-19”

Además, las empresas deben de tener como objetivo la elaboración de producto respetuoso con el medio ambiente, es decir, que la empresa produzca bienes que tiendan a eliminar residuos perjudiciales, que minimicen los riesgos medioambientales que pueda ocasionar tanto la empresa como los productos y que utilicen y den prioridad al consumo de recursos renovables como materia prima.

Consecuentemente, la búsqueda de sostenibilidad ha modificado la perspectiva competitiva, y ha provocado que las empresas transformen su manera de actuar sobre productos, tecnología, procesos y modelos empresariales.

La implementación de un desarrollo sostenible provoca grandes modificaciones en la estructura organizativa y productiva. Además, al realizar este proceso debemos considerar que el desarrollo sostenible se guía por unos principios.

Los principios básicos del desarrollo sostenible persiguen el objetivo de equilibrar las necesidades actuales con las de futuras generaciones, promoviendo la armonía entre el crecimiento económico, la equidad social y la preservación del medio ambiente. Los principios básicos que rigen el concepto de “Desarrollo Sostenible” según el CEUPE¹⁷ son los siguientes:

- Principio de sostenibilidad: a raíz del Informe Brundtland, el desarrollo sostenible se define como el tipo de desarrollo que satisface las necesidades de las generaciones actuales sin poner en peligro las posibilidades de desarrollo de las generaciones futuras.
- Principio de equidad: principio según el cual cada persona tiene derecho, aunque no la obligación, a hacer uso de la misma cantidad de espacio ambiental (energía, materias primas no renovables, terreno agrícola, bosques, capacidad de absorción de CO₂, etc.).
- Principio de precaución: según el cual se establece la conveniencia de tomar medidas antes de tener la seguridad de que se van a producir determinados efectos, debido a la gravedad y alta probabilidad de éstos.
- Principio de responsabilidad diferenciada: principio según el cual las obligaciones que un país debe asumir se establecerán de acuerdo con su responsabilidad en el problema y su grado de desarrollo.

¹⁷ Administrador Centro Europeo de Postgrado. (2019). “Principales acontecimientos y principios del Desarrollo Sostenible” *Revista 2019*, 1:1.

- Principio de “quien contamina, paga”: principio según el cual los causantes de perjuicios o de un atentado al medio ambiente deben responder económicamente de las medidas para su corrección.

6. Relación entre sostenibilidad y rentabilidad empresarial

6.1. Estado de la cuestión hasta la actualidad

Para conocer la relación existente entre los conceptos de sostenibilidad y rentabilidad empresarial, hay que mencionar estudios realizados anteriormente, ya que facilitan información importante para desarrollar un estudio completo y eficiente.

Primero, mencionamos estudios sobre el efecto de las prácticas de sostenibilidad empresarial en la rentabilidad de las empresas, para conocer el efecto en el ámbito empresarial y, luego, profundizamos analizando cuál es el efecto en empresas familiares y españolas. Por ello, tras el análisis de los estudios se logran conocer los resultados y conclusiones extraídas hasta la actualidad. Gracias a la obtención de esta información, nos permite comparar las diferencias entre los efectos que provoca la sostenibilidad en cualquier tipo de empresa y los que causa en empresas familiares y españolas, tal y como se muestra a continuación:

En el artículo *“Sustainable Development and Corporate Performance: A Study Based on the Dow Jones Sustainability Index¹⁸”* realizado por López, M.V., García, A. & Rodríguez, L. (2007), se analiza la relación entre desarrollo sostenible y desempeño empresarial, basado en empresas que forman parte del *Dow Jones Sustainability Index (DJSI)* comparadas con otras que no forman parte de él. Los resultados del estudio muestran que se obtienen mejores resultados operativos, aunque la relación con la rentabilidad a corto plazo es negativa ya que deben destinar dinero fuera de su actividad principal.

¹⁸ López, V., García, A. y Rodríguez, L. (2007). “Sustainable Development and Corporate Performance: A study Based on the Dow Jones Sustainability Index”. *Corporate Ownership & Control*, 75: 285-300.

Transcurridos 10 años, la reconocida empresa Deloitte, en enero del 2017, expone un informe titulado *“2030 Purpose: Good business and a better future”*¹⁹, en él se calcula que las empresas que han asumido un fuerte compromiso con la sostenibilidad han logrado unos resultados superiores al 11% a los de sus competidores en el mercado de valores. Se indica que esta diferenciación se debe fundamentalmente a la capacidad de las empresas más sostenibles de involucrarse mejor con sus grupos de interés.

Al cabo de 3 años, a través del estudio de Harvard Business School realizado en octubre de 2020 *“Social-impact efforts that create real value”*²⁰, se analiza el desempeño de más de 2.000 empresas de Estados Unidos durante 21 años, concluyendo que aquellas empresas que mejoraron en criterios materiales ASG, superaron significativamente a sus competidores. Los criterios ASG son utilizados para evaluar el desempeño de una empresa u organización en tres ámbitos clave de la sostenibilidad: ambiental, social y gubernamental. Esto sugiere que los inversores son capaces de diferenciar aquellas acciones de sostenibilidad que ofrecen valor para la empresa, a prácticas que solo buscan una mejor imagen.

Por otro lado, en el estudio *“Análisis de la relación entre rentabilidad y sostenibilidad empresarial en empresas peruanas”*²¹ de la revista *Compendium: Cuadernos de Economía y Administración*. Se concluye que la relación positiva entre ambas variables no obtiene un nivel significativo debido a que no todos los consumidores valoran las prácticas de sostenibilidad. Estos resultados concuerdan con lo expuesto por otros autores como Chouiard, Ellison y Ridgeway (2011), que resaltan la dificultad a la que se enfrentan las empresas que incorporan prácticas sostenibles.

Brain & Company y EcoVadis llevaron a cabo un estudio en abril de 2023 que se expone en el informe titulado *“Do ESG Efforts Create Value?”*²², que evaluaba el impacto de las actividades y los criterios ASG en 100.000 empresas. Como resultado, las empresas que disponían de estos criterios se correlacionaban con un mejor desempeño financiero, considerando el crecimiento de ingresos y el beneficio bruto.

¹⁹ Cruickshank, D. (2017). *“2030 Purpose: Good business and a better future”*. London: The Creative Studio at Deloitte.

²⁰ Serafeim, G. (2020). *“Social-Impact Efforts That Create Real Value”*. Cambridge: The Magazine (September-October 2020).

²¹ Chaihuaque, B. (2021). *“Análisis de la relación entre la rentabilidad y sostenibilidad empresarial en empresas peruanas”*. *Universidad Católica de Perú*, 2: 227-237.

²² Seemann, A., Guyton, S., Bianchi, A. y Han, J. (2023): *“Do ESG Efforts Create Value?”*. Brain & Company y EcoVadis.

Por último, el estudio más reciente es llevado a cabo por el Pacto Mundial de la ONU España y la Universidad de Oviedo sobre la rentabilidad económica y la agenda 2030 realizado en setiembre de 2023: *“La sostenibilidad como sinónimo de negocio para las empresas”*²³, en el que analizan la relación entre el desempeño en sostenibilidad y el crecimiento económico de las empresas españolas cotizadas. Las conclusiones del estudio muestran que la implementación de medidas sostenibles en la empresa tiene una relación muy significativa con el ámbito económico.

Se puede observar que, con el transcurso del tiempo, a medida que el compromiso con la sostenibilidad va ganando importancia, los resultados que se obtienen en los estudios empiezan a ser más positivos. Aun así, no queda claro que realmente exista una relación positiva entre ambas variables. Por otro lado, si profundizamos más en el tema y analizamos los efectos que tiene en empresas familiares o españolas, estos son los resultados que hemos obtenido:

El primer estudio mencionado se titula *“El reto de las empresas familiares para el siglo XXI: Prácticas empresariales enfocadas al desarrollo sostenible”*²⁴, concluye que las empresas familiares ecuatorianas se encuentran en una etapa trascendental para aprovechar las oportunidades que les presenta el mercado para enfocar sus actividades empresariales hacia el desarrollo sostenible. Destaca que las empresas familiares se caracterizan por la familiaridad que las convierte en un núcleo importante de generación de planes socialmente responsables, a diferencia de cualquier sociedad.

En el estudio anterior se muestra el análisis de los efectos en empresas familiares, pero no españolas, por contra, el que mostramos a continuación analiza los efectos en grandes empresas españolas, aunque no son familiares. Este estudio fue realizado por titulado: *“El cumplimiento de los ODS y sus efectos en la rentabilidad económica en la empresa cotizada española”*²⁵. Los resultados muestran que las empresas más preocupadas por la información de los ODS son aquellas con mayor

²³ Martínez, I. y Gómez, Silvia y Tascón, I. (2023): “La relación entre sostenibilidad y rentabilidad en ODS, Año 8 Rentabilidad Económica y Agenda 2030: la sostenibilidad como sinónimo de negocio para las empresas”. *Pacto Mundial de la ONU España*, 10.13140: RG.2.2.26486.98887.

²⁴ Pérez Espinoza, M. J., Uzcátegui Sánchez, C., y Brito Bravo, B. B. (2018). “El reto de las empresas familiares para el siglo XXI: Prácticas empresariales enfocadas al desarrollo sostenible”. *Universidad y Sociedad*, 10(2), 187-194.

²⁵ García, E., Martínez, J. y Sánchez, J. P. (2021): “El cumplimiento de los ODS y sus efectos en la rentabilidad económica en la empresa cotizada española”. *Revista de Contabilidad y Tributación*, 464: 195-220.

impacto social y, por otro lado, se concluye que a pesar del retorno positivo en la sociedad, economía y medio ambiente que tiene el seguimiento de los ODS, los resultados evidencian que esta revelación de información por parte de las grandes empresas españolas no tiene un efecto inmediato en la rentabilidad a corto plazo.

Por lo que hace a los últimos estudios, se concluye que el hecho de ser una empresa familiar permite una mejor adaptación a los cambios y, por lo tanto, resultaría menos costosa la implementación de prácticas sostenibles. Por otro lado, se observa que entre la rentabilidad de las grandes empresas españolas y las prácticas de sostenibilidad no existe una relación positiva clara.

Por último, el estudio que mostramos a continuación se encuentra focalizado en empresas familiares y españolas, por lo tanto, nos brinda información concreta sobre nuestro tema de estudio, tal y como se muestra a continuación:

El estudio se titula *“Influencia de la sostenibilidad en la rentabilidad de las empresas españolas del DJSI”*²⁶. En él, se concluye que no parece haber una relación clara entre rentabilidad y prácticas sostenibles del DJSI a corto plazo, la explicación puede deberse a que invertir en sostenibilidad supone gastos que no redimen a corto plazo, así como que los principales beneficios derivados de esta inversión pueden ser intangibles. Estos resultados concuerdan con los obtenidos por López, M.V., García, A. & Rodríguez, L. (2007) que realizan un análisis similar al actual, aunque no se encuentra enfocado en empresas españolas, tal y como se menciona anteriormente.

Tras analizar los estudios mencionados previamente, se concluye que a medida que focalizamos los análisis en nuestro tema de estudio, los resultados evidencian que la implementación de prácticas sostenibles conlleva gastos adicionales que dificultan el incremento de las ganancias de la empresa en el corto plazo. Por ello, la mayoría de los autores afirman que no existe una relación clara entre prácticas de sostenibilidad y rentabilidad empresarial a corto plazo.

Por otro lado, cabe destacar que la importancia y el compromiso por parte de las empresas con el desarrollo sostenible es cada vez mayor y ha evolucionado mucho en los últimos años. Debido a ello, es posible concluir que los estudios realizados con

²⁶ Rosales Hernández, M. y García Diez, J. (2014). *Influencia de la sostenibilidad en la rentabilidad de las empresas españolas del DJSI*. Oviedo: Centro internacional de postgrado.

anterioridad a la adopción por parte de las empresas de las prácticas de desarrollo sostenible empresarial no muestran resultados semejantes a los actuales.

Por último, tras analizar los resultados obtenidos, consideramos que es un tema del que carece información, ya que al ser un tema actual la mayoría de los estudios realizados disponen de información limitada a la hora de desarrollar un análisis extenso. Aun así, cabe destacar que la visión del empresario al realizar una inversión se basa en obtener beneficio a largo plazo, por ello, habitualmente la inversión no se recupera en un período corto de tiempo. Es por ello por lo que consideramos que algunos de los estudios realizados no muestran realmente si existe relación positiva entre rentabilidad y sostenibilidad empresarial.

6.2. Formulación de las hipótesis

Tras realizar el análisis teórico expuesto en los apartados anteriores, consideramos que nuestro estudio debe dar respuesta a cuáles son los efectos y la relación entre ambas variables. Así, conoceremos si existe una relación positiva entre ambas variables o, por el contrario, una negativa o nula. Por ello, nuestras hipótesis se componen de la siguiente manera:

H1: “La rentabilidad económica (ROA) de las grandes empresas familiares españolas se encuentra positivamente relacionada con las prácticas de desarrollo sostenible”.

H2: “La rentabilidad financiera (ROE) de las grandes empresas familiares españolas se encuentra positivamente relacionada con las prácticas de desarrollo sostenible”.

De esta forma, se conocerán los efectos de las prácticas sostenibles tanto en el ámbito económico como en el financiero de las grandes empresas familiares españolas.

6.3. Indicadores

En referencia a los indicadores que ayudan a analizar la sostenibilidad y la rentabilidad empresarial, el MERCOS es la herramienta de estudio de la sostenibilidad imprescindible donde se detallan las sociedades más comprometidas y responsables con el medioambiente. Respecto a la rentabilidad, se utilizarán dos indicadores

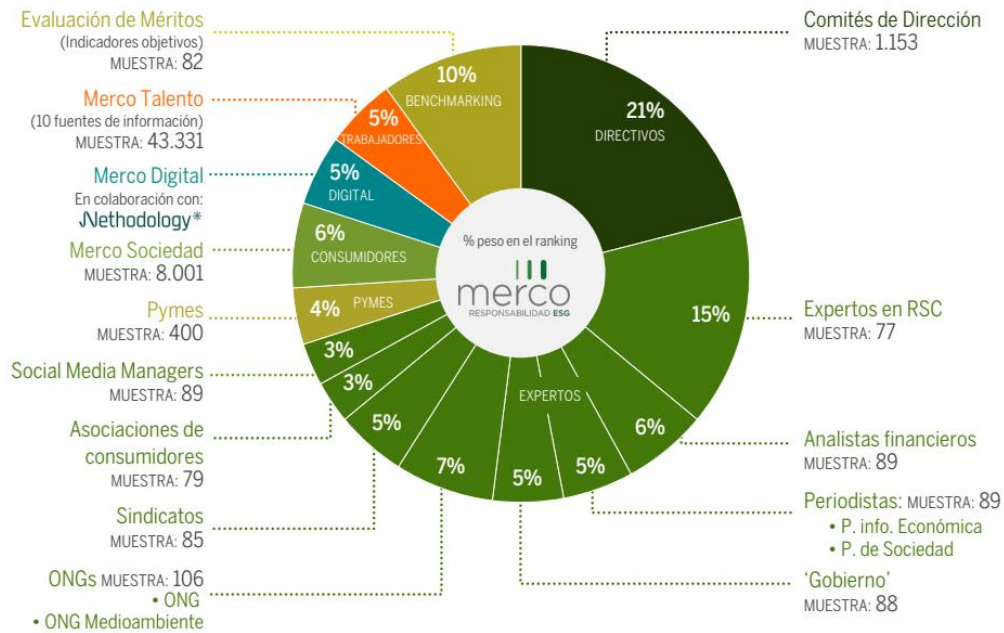
fundamentales como son la rentabilidad económica (ROA) y financiera (ROE), tal y cómo se ha comentado en el apartado anterior.

Para iniciar, se debe introducir el Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO), puesto que es una de las herramientas de referencia en la medición de la reputación corporativa de las empresas que operan en nuestro país. Este reconocimiento surge del rigor en su elaboración, puesto que realizan un proceso llevado a cabo por Análisis e Investigación, como de su carácter integral, que le lleva a recoger los puntos de vista de los diferentes stakeholders acerca de la reputación empresarial.

El Merco cuenta con seis monitores dirigidos al ámbito empresarial, entre los cuales destaca la familia Merco que es una herramienta que realiza una valoración de las empresas con mayor Responsabilidad y Gobierno Corporativo. Esta herramienta permite conocer con mayor exactitud las empresas españolas más comprometidas con el medioambiente y analizar su puesto en el ranking respecto a las demás. Gracias al ranking elaborado por el MERCO, se indica la posición en base a la designación de unos puntos que se otorgan en relación con su implicación con la sostenibilidad.

Respecto a la metodología que se utiliza para establecer los criterios de valoración que acaban otorgando una posición en el Ranking del Merco, destaca que utilizan una metodología muy elaborada y completa. Para realizar los rankings definitivos publicados, el MERCO realiza 7 evaluaciones generales a las empresas objeto de estudio, tiene 25 fuentes de información fidedignas y, además, ha realizado 53.587 encuestas. La muestra de las encuestas está fragmentada en diferentes ámbitos, y cada uno obtiene un peso propio e independiente en el ranking. Por lo tanto, la suma de cada uno de los pesos debe sumar la totalidad del 100% y, se distribuyen de la siguiente manera:

Tabla 5: Ilustración de los pesos en el ranking MERCO



Fuente: Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOS)

Una vez expuestas las diferentes ponderaciones que se utilizan para elaborar el ranking, se observa que las áreas con mayor representatividad son el Comité de Dirección (los Directivos de las sociedades) y los expertos en Responsabilidad Social Corporativa (RSC). Por el contrario, se muestra que las asociaciones de consumidores y los profesionales encargados de planificar y ejecutar la estrategia de en redes sociales de la marca u organización son los sectores con menor representación en el ranking.

No obstante, se debe mencionar que el universo de la encuesta se rige por empresas que facturan más de 50 millones de euros en España, han formado parte del ranking en años anteriores y que han formado parte de la población encuestada en años anteriores. Gracias a estos criterios, filtra a las grandes empresas por su volumen de negocios y, además, deben de ser objeto de estudios previos. Provocando así que las empresas que despuntan de un año a otro y disminuyen drásticamente su volumen de facturación a posteriori, no se consideren objeto de estudio, ya que no son grandes empresas con estabilidad económica y financiera instaurada.

Cabe reseñar que, el MERCOS no solo realiza un ranking general de las empresas, sino que también hace uso de los criterios ESG (Environmental, Social and Gobernante). Estos son factores ambientales, sociales y de gobernanza que se utilizan para medir el desempeño de una empresa según sostenibilidad y responsabilidad corporativa. Las empresas que se desempeñan bien en términos de

ESG son consideradas más propensas a tener un rendimiento financiero sostenible y estable²⁷.

A continuación, se detalla que comprenden los criterios ESG:

- Criterios ambientales (E): se refieren a las prácticas y políticas de una empresa en relación con el medio ambiente, incluyendo el impacto ambiental de sus operaciones, su uso de recursos naturales y su gestión de residuos, además de otros factores como las emisiones de gases de efecto invernadero, la protección de la biodiversidad o su impacto en la deforestación. Entre los criterios ambientales se pone especial foco también en los esfuerzos de una empresa para reducir su impacto medioambiental para convertirse en una empresa positiva para el clima.

- Los criterios sociales (S): se refieren a los valores corporativos de una compañía a través de las prácticas y políticas empresariales puestos en marcha en relación con las personas y las comunidades, incluyendo la igualdad de oportunidades, la seguridad en el lugar de trabajo, la diversidad e inclusión, y las relaciones con los grupos de interés.

- Los criterios de gobernanza (G): se refieren a la estructura y gestión de una empresa, incluyendo la transparencia empresarial, la responsabilidad corporativa, la ética y el cumplimiento de las leyes y regulaciones.

-

Gracias a ello, el MERCOSUR realiza un ranking adicional dividido en los tres criterios mencionados, donde se clasifican las empresas según el compromiso con los diferentes parámetros. Por lo tanto, cuanto más compromiso y más involucradas estén con los criterios obtendrán una posición mejor frente a las demás.

En cuanto a los indicadores que se usarán para el análisis de la rentabilidad empresarial, se presentan los siguientes:

- Rentabilidad económica: para obtener la rentabilidad económica de una empresa se debe comparar el resultado alcanzado por la empresa antes de impuestos (BAIT), con los activos empleados para el logro de tal resultado, con independencia de la procedencia de los recursos financieros implicados.

De esta manera, la fórmula sería la siguiente:

²⁷ Administrador Henkel Global. (2024). "¿Qué son los criterios ESG y cómo medir la sostenibilidad empresarial?". Comunicación presentada en *el Espacio de actualidad* de la página web oficial de la empresa Henkel Global: <https://www.henkel.es/actualidad/2023-03-21-esg-criterios-sostenibilidad-1811318#:~:text=Los%20criterios%20ESG%20>

Rentabilidad Económica = BAIT / Activos totales

Gracias al cálculo de esta rentabilidad, se conoce la capacidad efectiva de la empresa para obtener rendimientos a partir de los capitales invertidos o recursos disponibles. Es decir, nos indica el beneficio antes de impuestos que se obtendrá por cada euro de activo de la empresa. Es una herramienta útil para comprender la generación de beneficio que obtiene una inversión realizada, sin considerar la estructura de financiación. Además, también ayuda a entender la viabilidad económica del negocio. Cabe destacar que, una rentabilidad económica pequeña indica un exceso de inversiones en relación con la cifra de negocios, ineficiencia en el desarrollo de la función de aprovisionamiento, producción y distribución, o un inadecuado estilo de dirección. Por consiguiente, el objetivo de toda sociedad es obtener una rentabilidad económica considerablemente alta.

- Rentabilidad financiera: a diferencia de la rentabilidad económica, la financiera sustituye en el denominador el activo total por los fondos propios, y en el numerador el resultado del ejercicio por el resultado neto. Por lo tanto, el cálculo para obtener la rentabilidad financiera quedaría definido de la siguiente manera:

Rentabilidad Financiera = Resultado neto / Fondos Propios

Así pues, la realización del cálculo anterior permite conocer el beneficio que obtiene una sociedad en relación con los recursos propios sin contar el endeudamiento. Por lo tanto, esta ratio permite que los accionistas conozcan las ganancias con respecto al capital propio invertido, y puedan decidir si conviene invertir en un negocio o dejar de hacerlo en uno que ya lo habían hecho previamente.

Si el resultado obtenido en esta ratio por una sociedad es inferior o poco superior al del mercado financiero, no habrá inversores dispuestos a invertir sus fondos en la misma, ya que asumirían un riesgo mayor que la rentabilidad percibida. Por ello, toda empresa busca obtener un resultado suficientemente alto como atractivo para los inversores.

Por último, los indicadores estadísticos que utilizaremos para medir la relación entre ambas variables son los siguientes:

- Gráfico de dispersión: nos permite visualizar la relación entre ambas variables, de forma que los valores obtenidos en el ranking de las empresas familiares españolas con mayor desempeño sostenible formaran el eje X y, por otro lado, la rentabilidad económica o financiera formará el eje Y.

Por tal de ejecutar el gráfico, se utilizará la función “Insertar Gráfico de dispersión” de Excel. Tras la realización del gráfico, se añade la línea de tendencia, la cual nos indica la relación existente entre ambas variables.

- Coefficiente de correlación de Pearson: permite medir la fuerza direccional de la relación lineal entre ambas variables. El rango de valores se encuentra entre -1 y 1 , indicando una correlación negativa en valores próximos a -1 y una correlación positiva en valores próximos a 1 . Previamente a calcular el coeficiente, mediante las funciones que proporciona el Excel, se debe calcular la varianza por separado de ambas variables y, también la covarianza entre ambas. Por lo tanto, con la finalidad de obtener el coeficiente se hará uso de la siguiente fórmula:

$$\text{Coef. Correlación} = \text{Covarianza (X, Y)} / \text{Raíz (Varianza (X) x Varianza (Y))}$$

Este cálculo nos permitirá conocer con exactitud cómo de relacionadas se encuentran las variables mencionadas.

Aplicación práctica

7. Metodología

La metodología que se utiliza para tratar de obtener una respuesta a las hipótesis planteadas en el apartado anterior consistirá, primeramente, en la realización de una filtración de los datos que nos muestra el MERCO sobre el ranking de las 100 empresas más involucradas en las prácticas de desarrollo sostenible y que facturan más de 50 millones en España.

A partir de este ranking, para adaptar la muestra a nuestro estudio, se desarrollan dos filtraciones consistentes en analizar cuáles son familiares y españolas. Esta filtración se realiza a través de la base de datos SABI, Sistema de Análisis de Balances Ibéricos. A través de él, se identifican las empresas españolas, después de conocer el lugar de residencia de la sede empresarial y el lugar del desarrollo de su ejercicio económico.

Tras esta primera filtración, de la cual se obtienen las grandes empresas españolas con mayor implicación en prácticas sostenibles, aplicaremos el segundo filtro, que consistirá en identificar cuáles son empresas familiares españolas mediante la información que nos brinda esta base de datos, analizando la participación familiar en las acciones o propiedad de la empresa y que se cumpla la condición de que al menos un representante de la familia que fundó la compañía participe en la gestión o gobierno de ella.

Tras finalizar este primer proceso, se calcularán para la muestra resultante las rentabilidades económicas y financieras para cada una de ellas. Tomando para ello, los datos proporcionados por la base de datos SABI.

A continuación, una vez calculados los indicadores de rentabilidad anteriores, a través de los datos que nos ofrece el MERCO sobre el ranking general y los rankings clasificados según los criterios ESG, se tratará de dar respuesta a las hipótesis planteadas en el apartado anterior.

Por último, realizaremos un análisis estadístico de la comparativa entre ambas variables, a través de gráficos de dispersión y del coeficiente de correlación de Pearson. De este modo, el análisis nos permitirá conocer si realmente existe la relación positiva planteada en nuestras hipótesis.

7.1. Filtración de datos

Primeramente, se deben presentar las cien empresas que componen la muestra del estudio a realizar. Así pues, la muestra estaría compuesta por las siguientes empresas, tomando como referencia el ranking expuesto por el MERCO:

Tabla 6: Las 100 empresas con mayor responsabilidad medioambiental en España, según MERCO (2023)²⁸

1	GRUPO SOCIAL ONCE	26	SEAT	51	LIDL	76	THE ADECO GROUP
2	INDITEX	27	ACCIONA	52	ESADE	77	PWC
3	MERCADONA	28	DAMM	53	TOYOTA	78	GOOGLE
4	IKEA	29	CORREOS	54	TRIODOS BANK	79	JOHNSON AND JOHNSON
5	MAPFRE	30	ECOLIF	55	BAYER	80	BMW
6	MAHOU SAN MIGUEL	31	DKV	56	ING	81	ORANGE
7	MUTUA MADRILEÑA	32	CAPSA-CENTRAL LECHEIRA ASTURIANA	57	L'ORÉAL	82	FERROVIAL
8	CAIXABANK	33	SIEMENS	58	CEPSA	83	GRUPO PLANETA
9	LEYDOR MELIN	34	P&G (PROCTER AND GAMBLE)	59	ESIC	84	3M
10	DANONE	35	GRUPO QUIRÓNSALUD	60	UNILEVER	85	DELOITTE
11	REPSOL	36	CLÍNICA UNIVERSIDAD DE NAVARRA	61	GARRIGUES	86	NOVARTIS
12	HEINEKEN	37	LA FAGEDA	62	LÍNEA DIRECTA	87	HOLALUZ
13	COCA-COLA	38	BANKINTER	63	EAE BUSINESS SCHOOL	88	GESTAMP
14	NESTLÉ	39	EROSKI	64	SANTALUCÍA SEGUROS	89	AIRBUS
15	TELEFÓNICA	40	HP	65	AENA	90	ACCENTURE
16	CORPORACIÓN HUGO DE RIVERA	41	NH HOTEL GROUP	66	Pfizer	91	TESLA
17	DECATHLON	42	renfe	67	APPLE	92	AMADEUS
18	EL CORTE INGLÉS	43	BANCO SABADELL	68	ELPOZO GRUPO FUERTES	93	ANTOLIN
19	REVA	44	ENDESA	69	IESE	94	INDRA
20	SANTAS	45	Naturgy	70	IBM	95	AMAZON
21	SANTANDER	46	MANGO	71	KUTXA BANK	96	IAG
22	IBERDROLA	47	AXA	72	IE UNIVERSITY	97	CUATRECASAS
23	PASCUAL	48	Carrefour	73	MERCEDES-BENZ	98	GRIFOLS
24	CAMPOFREO	49	MICROSOFT	74	ABANCA	99	GRUPO ACS
25	MELIÁ HOTELS INTERNATIONAL	50	ALSA	75	EY (ERNST & YOUNG)	100	GRUPO PRISA

Una vez expuestas las empresas objeto de estudio, se efectúa una primera filtración que consiste en concretar las sociedades tuvieron su origen en territorio español, y

²⁸ Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOS). (2024). "Las empresas más responsables en términos ESG de España. 2023"

cuales surgieron en un país diferente al mencionado. Gracias a esto, podremos reducir la muestra, únicamente, a las empresas consideradas españolas.

Una vez se ha realizado esta primera filtración, se evalúa que entidades resultantes de la primera filtración siguen los criterios para poder ser consideradas empresas familiares. Cabe reseñar que, se han considerado como familiares las empresas que comparten al menos una representación familiar, a parte del presidente o fundador de la sociedad, dentro de los puestos laborales de vicepresidente/a, administrador/a o secretario/a.

De esta manera, la lista de empresas definitiva que conformaran la muestra del estudio, después de realizar las filtraciones mencionadas, es la siguiente:

Tabla 7: Lista de empresas familiares y españolas que pertenecen al ranking de responsabilidad MERCO

Empresas	Primer Filtro	Segundo Filtro	Consideración
Inditex	SÍ	SÍ	SÍ
Mercadona	SÍ	SÍ	SÍ
Mahou San Miguel	SÍ	SÍ	SÍ
Corporación Hijos de Rivera	SÍ	SÍ	SÍ
El Corte Inglés	SÍ	SÍ	SÍ
Santander	SÍ	SÍ	SÍ
Pascual	SÍ	SÍ	SÍ
Meliá Hotels International	SÍ	SÍ	SÍ
Acciona	SÍ	SÍ	SÍ
CAPSA- Central Lechera Asturiana	SÍ	SÍ	SÍ
Mango	SÍ	SÍ	SÍ
El Pozo-Grupo Fuertes	SÍ	SÍ	SÍ
Grupo Planeta	SÍ	SÍ	SÍ
Gestamp	SÍ	SÍ	SÍ
Grifols	SÍ	SÍ	SÍ
Grupo ACS	SÍ	SÍ	SÍ

Fuente: elaboración propia

Tras la filtración, de las 100 empresas más comprometidas con el medio ambiente tan solo 16 se consideran españolas y familiares. Por ello, nuestro estudio se desarrollará en función a la muestra mostrada anteriormente.

7.2. Cálculo de las rentabilidades

El siguiente paso consiste en determinar y analizar las rentabilidades económicas y financieras de cada sociedad extrayendo los datos de la base de datos SABI. Por ello, se ha realizado la siguiente tabla donde se muestran las variables utilizadas para el cálculo y el resultado de la rentabilidad financiera.

Respecto a la rentabilidad financiera, se debe realizar la fracción entre las variables, tomando como denominador el beneficio antes de impuestos y tributos (BAIT), y como numerador activo total de las sociedades en el año 2023. Tal como se muestra, a continuación:

Tabla 8: Cálculo de la rentabilidad económica

Empresas	Activo Total	BAIT	Rent. Económica
Inditex	22.747,00	2.264,00	9,95%
Mercadona	13.325.054,00	1.316.024,00	9,88%
Mahou San Miguel	2.075.692,00	160.788,00	7,75%
Corporación Hijos de Rivera	242.848,30	40.642,71	16,74%
El Corte Inglés	9.991.175,00	782.515,00	7,83%
Santander	179.706,20	3.922,00	2,18%
Pascual	435.394,00	-26.821,00	-6,16%
Meliá Hotels International	2.717.003,00	-12.479,00	-0,46%
Acciona	9.612,00	11,00	0,11%
CAPSA- Central Lechera Asturiana	474.415,00	66.303,00	13,98%
Mango	160.090,00	241,00	0,15%
El Pozo-Grupo Fuertes	193.073,22	245,69	0,13%
Grupo Planeta	467.544,00	-2.885,00	-0,62%
Gestamp	4.992.720,72	77.696,57	1,56%
Grifols	12.961.217,00	-318.310,00	-2,46%
Grupo ACS	10.934.142,00	1.236.666,00	11,31%

(en Miles de euros)

Fuente: elaboración propia

Respecto al cálculo de la rentabilidad financiera, se debe realizar la misma operación, pero tomando como numerador el resultado neto, y como denominador los fondos propios de las sociedades. Los resultados obtenidos son los siguientes:

Tabla 9: Cálculo de la rentabilidad financiero

Empresas	Fondos Propios	Resultado neto	Rent. Financiera
Inditex	18.772,00	2.263,90	12,06%
Mercadona	8.336.574,00	1.316.345,03	15,79%
Mahou San Miguel	1.530.996,00	160.754,58	10,50%
Corporación Hijos de Rivera	201.611,42	40.644,86	20,16%
El Corte Inglés	4.084.411,00	782.573,15	19,16%
Santander	104.241,00	12.884,19	12,36%
Pascual	21.600,00	-33.303,64	-154,18%
Meliá Hotels International	754.931,00	-12.456,36	-1,65%
Acciona	4.168,00	10,84	0,26%
CAPSA- Central Lechera Asturiana	405.325,00	66.311,17	16,36%
Mango	159.421,00	239,13	0,15%
El Pozo-Grupo Fuertes	173.351,24	242,69	0,14%
Grupo Planeta	156.162,00	-2.889,00	-1,85%
Gestamp	787.007,57	77.677,65	9,87%
Grifols	2.101.487,00	-318.375,28	-15,15%
Grupo ACS	7.861.310,00	1.236.584,06	15,73%

(en Miles de euros)

Fuente: elaboración propia

Se debe mencionar que, la unidad de medida utilizada para expresar los importes son los miles de euros, medida habitual utilizada por Sabi.

Destaca el resultado obtenido de la empresa Pascual en 2023. Este resultado no se considerará a la hora de realizar los cálculos estadísticos, ya que la empresa en ese período obtiene unos resultados económicos y financieros muy negativos. No representando así, un beneficio anual medio de una empresa tan considerada. Debido a ello, si fuese considerada en la muestra no se obtendrían unos resultados acordes a la realidad de la entidad, distorsionando así el resultado de nuestro estudio. Para finalizar, gracias al cálculo de estas rentabilidades se dispone de los datos necesarios para realizar los cálculos estadísticos que nos permiten dar una respuesta objetiva y numérica a las hipótesis planteadas.

8. Resultados

En este apartado, se desarrollan los cálculos estadísticos mencionados a través de la herramienta Excel. En primer lugar, se expone una tabla descriptiva a cerca de la puntuación de Sostenibilidad obtenida según MERCO, junto a la rentabilidad económica y financiera de cada una de las empresas que han superado los filtros anteriores. Tal y cómo se muestra a continuación:

Tabla 10: Información relativa a la sostenibilidad y rentabilidad

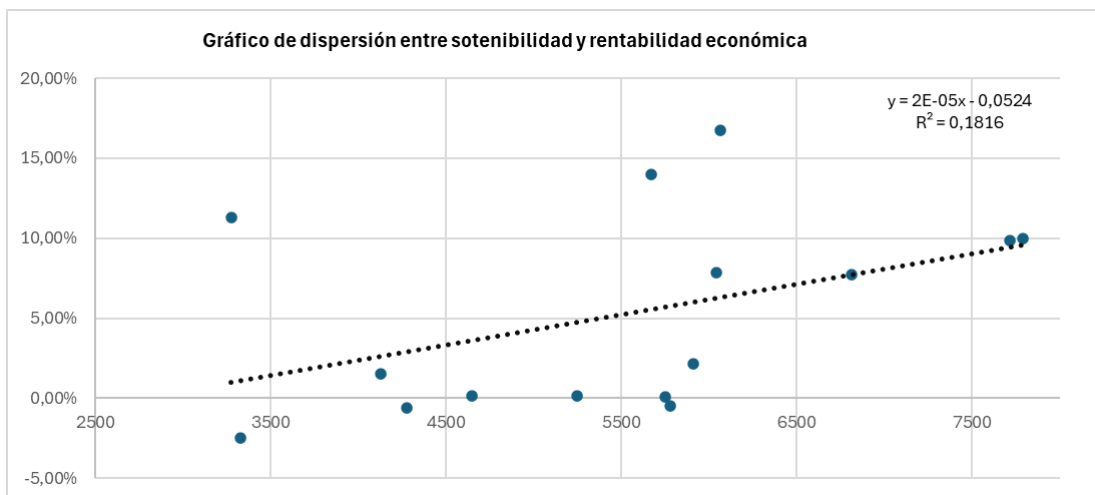
Empresas	Puntuación Sostenibilidad	Rent. Económica	Rent. Financiera
Inditex	7787	9,95%	12,06%
Mercadona	7718	9,88%	15,79%
Mahou San Miguel	6813	7,75%	10,50%
Corporación Hijos de Rivera	6064	16,74%	20,16%
El Corte Inglés	6041	7,83%	19,16%
Santander	5912	2,18%	12,36%
Meliá Hotels International	5782	-0,46%	-1,65%
Acciona	5749	0,11%	0,26%
CAPSA- Central Lechera Asturiana	5669	13,98%	16,36%
Mango	5250	0,15%	0,15%
El Pozo-Grupo Fuertes	4647	0,13%	0,14%
Grupo Planeta	4278	-0,62%	-1,85%
Gestamp	4132	1,56%	9,87%
Grifols	3330	-2,46%	-15,15%
Grupo ACS	3276	11,31%	15,73%

Fuente: elaboración propia

A través de esta tabla, se realiza un primer gráfico de dispersión entre la variable X, correspondiente a la puntuación obtenida por las empresas que componen la muestra, y la variable Y, correspondiente a la rentabilidad económica de cada una, a través de la función “Insertar: Gráfico de Dispersión”, de Excel.

Los resultados obtenidos corresponden al siguiente gráfico:

Tabla 11: Gráfico de dispersión entre sostenibilidad y rentabilidad económica



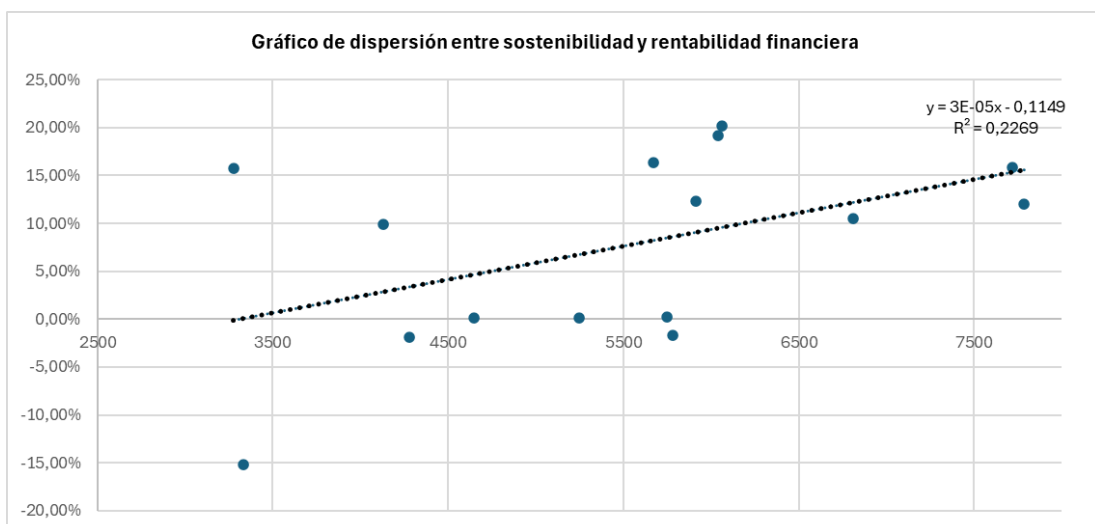
Fuente: elaboración propia

Tal y cómo se observa, se obtiene una línea de tendencia positiva, indicando así, la relación lineal positiva, existente entre ambas variables. No obstante, cabe reseñar que existe una fuerza de correlación débil, ya que algunos de los datos sufren importantes desviaciones respecto a la línea de tendencia obtenida.

Seguidamente, se realiza el mismo procedimiento para obtener el gráfico de dispersión entre la puntuación de sostenibilidad y la rentabilidad financiera.

El resultado obtenido se muestra a continuación:

Tabla 12: Gráfico de dispersión entre sostenibilidad y rentabilidad financiera



Fuente: elaboración propia

En este segundo gráfico, se obtiene el mismo resultado que para la rentabilidad económica. Indicando así, la relación existente entre la rentabilidad financiera y la puntuación de sostenibilidad de las empresas familiares y españolas. Destaca que, el resultado obtenido, para la rentabilidad financiera, muestra una relación lineal positiva aún mayor respecto la rentabilidad económica. No obstante, la fuerza de correlación existente entre ambas variables es débil. La obtención de un resultado de escasa concentración se debe a la presencia de valores atípicos en la muestra utilizada.

Una vez presentados los gráficos de dispersión entre la sostenibilidad y las diferentes rentabilidades, para conocer con exactitud la correlación entre ambas variables, se usa el coeficiente de correlación de Pearson. Dicho coeficiente, se calcula a través de la fórmula indicada anteriormente y haciendo uso de las funciones de Excel para determinar las varianzas y covarianza. Una vez efectuado lo anterior, se puede determinar el coeficiente resultante entre las variables. Respecto a la rentabilidad económica y la puntuación de Sostenibilidad, se obtenido el siguiente resultado:

- Varianza de X (Puntuación MERCO) = 1.902.441,55
- Varianza de Y (Rentabilidad Económica) = 0,00378
- Covarianza (X, Y) = 36,14
- **Coef. Correlación = $36,14 / \sqrt{(1.902.441,55 \times 0,00378)} = 0,4261$**

Tras el resultado obtenido, podemos confirmar que nuestra primera hipótesis es cierta, ya que se obtiene un coeficiente positivo. Indicando así, la existencia de una correlación positiva entre la rentabilidad económica y las prácticas de sostenibilidad que lleva a cabo la empresa, representadas por la puntuación de Sostenibilidad (MERCO).

Por último, se efectúa el mismo análisis para conocer cuál es la correlación entre la rentabilidad financiera y las prácticas sostenibles, a través del mencionado coeficiente de correlación. Obteniendo el resultado mostrado a continuación:

- Varianza de X (Puntuación MERCO) = 1.902.441,55

- Varianza de Y (Rentabilidad Financiera) = 0,01011
- Covariancia (X, Y) = 66,05
- **Coef. Correlación = $66,05 / \sqrt{(1.902.441,55 \times 0,01011)} = 0,4763$**

Los resultados muestran que la correlación entre ambas variables es aún mayor que la obtenida en la rentabilidad económica, por lo que podemos concluir que nuestra segunda hipótesis también se cumple.

De hecho, al obtener ambos resultados en el intervalo [0'3, 0'5], podemos concretar que la correlación existente entre la rentabilidad económica y financiera y las prácticas sostenibles es moderada casi fuerte, ya que a partir del 0'5 se considera fuerte. Por lo tanto, se evidencia que la relación existente es lineal y positiva.

9. Conclusiones

Para finalizar, debemos destacar la importancia del tema tratado a lo largo del estudio, ya que se puede evidenciar la creciente implicación medioambiental por parte de las empresas en los últimos años. Se considera un tema esencial que implica cómo debemos vivir hoy si queremos un futuro mejor. El punto de inflexión se sitúa con la llamada “Agenda 2030”, un plan de acciones a favor de las personas, el planeta y la prosperidad. En él, las empresas adquirieron el papel de actores indispensables del desarrollo sostenible.

Cabe mencionar que, el hecho de ser un tema actual provoca la existencia de información limitada a cerca de las prácticas de desarrollo sostenible llevadas a cabo por las empresas a lo largo del tiempo. Por ello, nuestro estudio se ha centrado en las prácticas de 2023. Aun así, considerando que las empresas no se habían involucrado en este tipo de prácticas hasta la actualidad, tampoco sería fiable considerar las prácticas utilizadas años atrás, ya que ni se destinaba gran inversión ni podía afectar en la rentabilidad al no ser tan conscientes de la problemática existente.

Por otro lado, por lo que hace al estudio que hemos realizado, cabe destacar que la muestra utilizada ha sido de tan solo 15 empresas ya que tuvimos que realizar una filtración de la información lograda para poderla adaptar a nuestro estudio, que se encuentra enfocado en las grandes empresas familiares españolas, que tal y cómo ya se comentó previamente, suponen una gran importancia en la economía del país.

Haciendo referencia a los resultados obtenidos, se puede concluir que nuestras hipótesis eran ciertas y, por lo tanto, afirmamos que, en la actualidad, se ha logrado que la implementación de prácticas sostenibles en una empresa provoque efectos positivos en su rentabilidad económica y financiera. Esto es debido principalmente a la Agenda 2030 y la implicación mundial en el tema. Por ello, los estudios realizados anteriormente no muestran resultados tan claros como los nuestros, ya que el punto de inflexión drástico ha sido en estos últimos años.

Por último, tras conocer los resultados del estudio, nos gustaría considerar a la sostenibilidad como una oportunidad para hacer crecer económicamente los negocios mientras se ayuda al planeta. Por ello, tras el conocimiento logrado a lo largo del estudio, queremos destacar algunas acciones sostenibles que consideramos que pueden tener un mayor impacto en los resultados de la empresa,

como fomentar las finanzas sostenibles, a través de productos financieros que incluyen criterios ASG, acceder a nuevos modelos de negocio sostenibles, como productos ecológicos y, por último, la innovación en procesos y materiales más sostenibles, todo ello provocará la fidelidad de clientes involucrados con el medioambiente.

10. Bibliografía

Administrador Centro Europeo de Postgrado. (2019). "Principales acontecimientos y principios del Desarrollo Sostenible" Revista 2019, 1:1.

Administrador Henkel Global. (2024). "¿Qué son los criterios ESG y cómo medir la sostenibilidad empresarial?". Comunicación presentada en *el Espacio de actualidad* de la página web oficial de la empresa Henkel Global: <https://www.henkel.es/actualidad/2023-03-21-esg-criterios-sostenibilidad-1811318#:~:text=Los%20criterios%20ESG%20>

Art.2. Ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible.

Asamblea General de las Naciones Unidas (1983): "*Desarrollo Sostenible*". Comunicación presentada por el presidente del 65º período de sesiones.

Chaihuaque, B. (2021). "Análisis de la relación entre la rentabilidad y sostenibilidad empresarial en empresas peruanas". *Universidad Católica de Perú*, 2: 227-237.

Charlo, M. J., Núñez, M. y Sánchez, M. (2016). "Perfil de la empresa familiar en España y Andalucía". *Regional and Sectoral Economic Studies*, 16-2: 168-184.

Cruickshank, D. (2017). "2030 Purpose: Good business and a better future". London: The Creative Studio at Deloitte.

Claver, E. Molina, J.A. y Zaragoza, P.C. (2015). "Complejidad y empresa familiar". *Revista de Empresa Familiar*, 5: 39-52.

Corona, J. (2024). "Definición oficial de Empresa Familiar". Murcia: Universidad de Murcia & UPCT.

Erales, A. (2023). "La importancia de las empresas familiares para la economía del mundo". *LinkedIn*, 1: 1.

Gallego, I. (2012). *La empresa familiar. Su concepto y delimitación jurídica*. Córdoba: Universidad de Córdoba.

Instituto de la Empresa Familiar. (2021). "Radiografía de la empresa familiar".

García, E., Martínez, J. y Sánchez, J. P. (2021): "El cumplimiento de los ODS y sus efectos en la rentabilidad económica en la empresa cotizada española". *Revista de Contabilidad y Tributación*, 464: 195-220.

Garzón, M. y Ibarra, A. (2014). "Revisión sobre la Sostenibilidad Empresarial". *Revista de Estudios Avanzados de Liderazgo*, 3: 53-77.

Gil, A.M. y Barcellos, L. (2010). "Los desafíos para la sostenibilidad empresarial en el Siglo XXI." *Revista Galega de Economía*, 20: 1-22.

Leach, P. (2002). *La empresa familiar*. Barcelona: Ediciones Granica.

- López, V., García, A. y Rodríguez, L. (2007). "Sustainable Development and Corporate Performance: A study Based on the Dow Jones Sustainability Index". *Corporate Ownership & Control*, 75: 285-300.
- Mandl, I. (2008). "Overview of Family Business Relevant Issues". Viena: Austrian Institute for SME Research.
- Martínez, I. y Gómez, Silvia y Tascón, I. (2023): "La relación entre sostenibilidad y rentabilidad en ODS, Año 8 Rentabilidad Económica y Agenda 2030: la sostenibilidad como sinónimo de negocio para las empresas". *Pacto Mundial de la ONU España*, 10.13140: RG.2.2.26486.98887.
- Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCOC). (2024). "*Las empresas más responsables en términos ESG de España. 2023*"
- Our Common Future (1987): Report of the World Commission on Environment and Development.
- Pérez Espinoza, M. J., Uzcátegui Sánchez, C., y Brito Bravo, B. B. (2018). "El reto de las empresas familiares para el siglo XXI: Prácticas empresariales enfocadas al desarrollo sostenible". *Universidad y Sociedad*, 10(2), 187-194.
- Pfeffer, Jeffrey. (1995) "Competitive Advantage Through People." Scribd, Scribd.
- Rosales Hernández, M. y García Díez, J. (2014). *Influencia de la sostenibilidad en la rentabilidad de las empresas españolas del DJSI*. Oviedo: Centro internacional de postgrado.
- Sastre, E. (2020). "Qué es una empresa familiar". Barcelona: Instituto de la empresa familiar.
- Seemann, A., Guyoton, S., Bianchi, A. y Han, J. (2023): "Do ESG Efforts Create Value?". Brain & Company y EcoVadis.
- Serafeim, G. (2020). "Social-Impact Efforts That Create Real Value". Cambridge: The Magazine (September-October 2020).