

# Crecimiento y rentabilidad de las empresas aragonesas

*La rentabilidad empresarial es uno de los elementos clave para ser competitivos y conseguir un crecimiento sostenido en el tiempo*

EL Consejo Económico y Social ha concluido el estudio **“Mapa de crecimiento y rentabilidad empresarial en Aragón durante la década 2005-2015”** realizado por el equipo de investigación de la Universidad de Zaragoza formado por Beatriz Cuéllar (investigadora principal), Yolanda Fuertes y Cristina Ferrer.



El estudio analiza la relación entre crecimiento y rentabilidad de las empresas aragonesas durante el período 2005-2015 con el fin de valorar el impacto del distinto contexto económico vivido antes y después de la crisis que se inició en 2008.

Tomando este punto de partida, el estudio persigue un **triple objetivo**:

- ▶ Elaborar un mapa de crecimiento-rentabilidad empresarial en Aragón, **clasificando las empresas** en diferentes **categorías** en función de sus resultados en ambas medidas.
- ▶ Analizar la **evolución** de estas empresas en los últimos diez años, observando cómo se han ido desplazando entre categorías, incluso cambiando de estrategia.
- ▶ Investigar el **vínculo entre responsabilidad social corporativa y performance financiera** de las empresas aragonesas.

El estudio contempla el **análisis de 6.225 empresas aragonesas** no financieras con al menos 10 empleados en los años 2005 y 2015. Tanto para la selección de la muestra, como para obtener la información necesaria, se ha utilizado la base de datos SABI.

*No todos los modelos de crecimiento son igual de válidos.  
El objetivo debería ser conseguir un crecimiento rentable y sostenido en el tiempo.*

# Clasificación de las empresas aragonesas

*Casi una cuarta parte de las empresas aragonesas alcanzan la categoría "estrella", frente al 21 % de "alta rentabilidad" y el 13% de "alto crecimiento"*

El estudio ordena y clasifica las empresas aragonesas, según sus indicadores de rentabilidad y de crecimiento, en **4 grandes categorías**, analizando su perfil y su evolución a lo largo del tiempo (el estudio contempla además una quinta categoría que denomina "promedio", cuyos valores de rentabilidad y crecimiento no son especialmente significativos):



# Trayectoria de las empresas aragonesas

*Una empresa "rentable" tiene el doble de posibilidades de pasar a ser una empresa "estrella" que una de "alto crecimiento"*

Partiendo de que el "**crecimiento rentable**" es el objetivo final, el estudio analiza cómo se alcanza: si es el crecimiento el que genera la rentabilidad o sucede a la inversa. Para ello se estudia la trayectoria seguida por las empresas y se constata que:

- ▶ Es mucho más probable alcanzar la **categoría "estrella"** cuando las empresas apuestan antes por ser rentables que por crecer.
- ▶ Las empresas que se centran en el crecimiento, en detrimento de la rentabilidad, tienen más posibilidades de convertirse en **empresas "mediocres"**.



## Evolución por sector de actividad

El estudio analiza también la evolución de las empresas estudiadas por sectores de actividad, constatando diferencias entre sectores:

### ▶ Los más estables:

#### Sector servicios

Es el más estable: aumentan tanto las empresas estrella como las de alto crecimiento.

#### Sector industrial

Crece las empresas estrella, pero disminuyen las de alta rentabilidad.

### ▶ Los que presentan mayor variación:

#### Sector construcción

Disminuyen significativamente las empresas estrella y las de alta rentabilidad, a causa de la crisis.

#### Sector agrario

Crece las empresas estrella y las de alta rentabilidad.

## Factores más significativos para alcanzar la categoría "estrella":

- ▶ La **juventud** de las empresas.
- ▶ La pertenencia a un **grupo de empresas**.
- ▶ Mayor número de **trabajadores** y aumento del coste medio del trabajador.
- ▶ Mayor **productividad** del factor trabajo.
- ▶ La actividad internacional y la **innovación**.



*La rentabilidad es el caballo que tira del carro del crecimiento. Obtener una alta rentabilidad, que genere capacidad de autofinanciación, es una buena estrategia a medio plazo.*

# Relación entre responsabilidad social y performance financiera

*El estudio indaga si existe algún vínculo entre la estrategia de responsabilidad social de la empresa y su rentabilidad y crecimiento*

Para ello el trabajo parte de la posición que ocupan en la en la matriz crecimiento-rentabilidad las empresas distinguidas con el **sello de responsabilidad social en Aragón (RSA)**. De las muestra de empresas objeto de estudio, 83 han obtenido el "sello RSA" (no hay datos sobre cuántas empresas han optado a esta distinción).

## Empresas que han obtenido el "sello RSA"

Analizando la posición de estas empresas con "sello RSA", el estudio concluye que la **rentabilidad** y la **responsabilidad social** son objetivos perfectamente compatibles, ya que las empresas "estrella" son socialmente más responsables.



## Calificaciones medias, por tipo de empresa, según los cuestionarios para obtener el "sello RSA"

También el estudio analiza las **calificaciones** medias obtenidas por cada categoría de empresa en los principales aspectos relacionados con la responsabilidad social corporativa, siendo las empresas "estrella" las que obtienen mayor puntuación, salvo en los aspectos medioambientales:

	Estrella	Alta rentabilidad	Alto crecimiento	Mediocre
1. General	3,96	3,95	3,34	3,63
2. Clientes	4,53	4,33	3,97	4,14
3. Personas empleadas	4,49	4,40	3,98	3,89
4. Proveedores	3,83	3,70	3,30	3,52
5. Social	3,43	3,40	2,92	3,16
6. Medioambiental	4,12	4,40	3,84	3,91
Calificación final	4,20	4,12	3,62	3,80

*Las empresas "estrella" son socialmente más responsables, tanto por número, como por las calificaciones obtenidas.*