



# Deusto

Universidad de Deusto  
Deustuko Unibertsitatea

ESTUDIO COMPARATIVO INTERNACIONAL DE LA  
DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN SOCIAL EN AMÉRICA  
LATINA: EL CASO DE CHILE, COLOMBIA Y MÉXICO

**TESIS DOCTORAL**

STELLA MALDONADO GARCÍA

San Sebastián, septiembre de 2015

UNIVERSIDAD DE DEUSTO (TERCER CICLO)

PROGRAMA: ECONOMÍA Y DIRECCIÓN DE EMPRESAS

**ESTUDIO COMPARATIVO INTERNACIONAL DE LA DIVULGACIÓN DE  
INFORMACIÓN SOCIAL EN AMÉRICA LATINA: EL CASO DE CHILE,  
COLOMBIA Y MÉXICO**

Tesis doctoral presentada por Stella Maldonado García

Dirigida por:

Nagore Aranguren Gómez (PhD)

Juan Vianey Gómez Jiménez (PhD)

(Firma)

(Firma)

La doctoranda

(Firma)

**San Sebastián, septiembre de 2015**

## Contenido

|                                                                                                                                       |           |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------|
| <b>CAPÍTULO 1. INTRODUCCIÓN</b>                                                                                                       | <b>13</b> |
| 1.1. Marco de la investigación                                                                                                        | 13        |
| 1.2. Planteamiento del problema y justificación del estudio                                                                           | 15        |
| 1.3. Objetivos del estudio                                                                                                            | 21        |
| 1.4. Metodología                                                                                                                      | 22        |
| 1.5. Estructura                                                                                                                       | 24        |
| <b>CAPÍTULO 2. LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA</b>                                                                              | <b>27</b> |
| 2.1. Aspectos generales sobre la responsabilidad social corporativa                                                                   | 28        |
| 2.1.1 Evolución histórica                                                                                                             | 28        |
| 2.1.2 Definición                                                                                                                      | 34        |
| 2.1.3 Categorías                                                                                                                      | 41        |
| 2.1.4 Tendencias                                                                                                                      | 46        |
| 2.2. La RSC en América Latina                                                                                                         | 48        |
| 2.2.1 La RSC en Chile                                                                                                                 | 50        |
| 2.2.2 La RSC en Colombia                                                                                                              | 51        |
| 2.2.3 La RSC en México                                                                                                                | 53        |
| <b>CAPÍTULO 3. LA REVELACIÓN SOBRE RSC Y LOS SISTEMAS DE INFORMACIÓN</b>                                                              | <b>57</b> |
| 3.1. La información sobre responsabilidad social corporativa                                                                          | 57        |
| 3.1.1 Evolución y concepto                                                                                                            | 57        |
| 3.1.2 Del enfoque <i>shareholder</i> al enfoque <i>stakeholder</i> : reportes específicos de información sobre responsabilidad social | 60        |
| 3.2. Teorías que explican la revelación de información sobre RSC                                                                      | 68        |
| 3.2.1 La teoría de la agencia                                                                                                         | 68        |

|                                                                                                                               |               |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| 3.2.2 La teoría de los <i>stakeholders</i>                                                                                    | 69            |
| 3.2.3 La teoría de la economía política de la contabilidad                                                                    | 70            |
| 3.2.4 La teoría de la legitimidad                                                                                             | 71            |
| <b>3.3. Normativa en materia de revelación sobre RSC</b>                                                                      | <b>73</b>     |
| 3.3.1 Normativa a nivel internacional                                                                                         | 73            |
| 3.3.2 Normativa en América Latina                                                                                             | 75            |
| <b>3.4. Limitaciones del sistema de información contable</b>                                                                  | <b>81</b>     |
| <b>3.5. Características de la información sobre RSC que dificultan su divulgación</b>                                         | <b>86</b>     |
| 3.5.1 Carácter voluntario                                                                                                     | 87            |
| 3.5.2 Carácter cualitativo                                                                                                    | 89            |
| <br><b>CAPÍTULO 4. REVISIÓN DE LA LITERATURA SOBRE DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA</b>       | <br><b>93</b> |
| <b>4.1. Literatura empírica previa relacionada con la divulgación de información sobre responsabilidad social corporativa</b> | <b>93</b>     |
| <b>4.2. Características de los estudios empíricos previos en materia de revelación de información sobre RSC</b>               | <b>112</b>    |
| 4.2.1 Contenido de la información sobre RSC                                                                                   | 112           |
| 4.2.2 Fuentes de información                                                                                                  | 115           |
| 4.2.3 Técnica de recolección de datos                                                                                         | 116           |
| 4.2.4 Sistemas de medición                                                                                                    | 117           |
| 4.2.5 Ámbito geográfico                                                                                                       | 119           |
| <b>4.3. Factores que influyen en la divulgación de información sobre RSC</b>                                                  | <b>121</b>    |
| 4.3.1 Factores asociados con el tamaño                                                                                        | 122           |
| 4.3.2 Factores asociados con el resultado financiero                                                                          | 126           |
| 4.3.3 Factores asociados con el país de origen                                                                                | 130           |
| 4.3.4 Factores asociados con el sector de actividad y el grado de exposición                                                  | 134           |
| 4.3.5 Factores asociados con la variable mercado                                                                              | 142           |
| 4.3.6 Factores asociados con la composición del capital y otros factores                                                      | 146           |
| <b>4.4. Hipótesis de estudio</b>                                                                                              | <b>150</b>    |
| 4.4.1 Hipótesis asociadas a las variables de tamaño                                                                           | 152           |
| 4.4.2 Hipótesis asociadas a las variables de resultados financieros                                                           | 153           |
| 4.4.3 Hipótesis asociadas a la variable de país de origen                                                                     | 154           |

|                                                                                                            |                |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| 4.4.4 Hipótesis asociada al sector de actividad y el grado de exposición de la industria                   | 155            |
| 4.4.5 Hipótesis asociadas a las variables de mercado                                                       | 157            |
| 4.4.6 Hipótesis asociada al origen de capital                                                              | 158            |
| <b>4.5. Modelo teórico y conceptual</b>                                                                    | <b>159</b>     |
| <br><b>CAPÍTULO 5. DISEÑO DE LA INVESTIGACIÓN</b>                                                          | <br><b>163</b> |
| <b>5.1. Selección de la población</b>                                                                      | <b>163</b>     |
| 5.1.1 Con relación al ámbito geográfico                                                                    | 163            |
| 5.1.2 Con relación a la población                                                                          | 165            |
| 5.1.3 Con relación al periodo de análisis                                                                  | 168            |
| <b>5.2. Fuentes de información</b>                                                                         | <b>168</b>     |
| <b>5.3. Descripción de los datos</b>                                                                       | <b>170</b>     |
| 5.3.1 Tamaño                                                                                               | 170            |
| 5.3.2 Sector                                                                                               | 171            |
| <b>5.4. Aspectos metodológicos para la recolección y medición de la información: análisis de contenido</b> | <b>173</b>     |
| 5.4.1 Fundamentos metodológicos del análisis de contenido                                                  | 173            |
| 5.4.2 Determinación de las categorías                                                                      | 174            |
| 5.4.3 Diseño de los índices de divulgación                                                                 | 176            |
| 5.4.4 Prueba de fiabilidad                                                                                 | 180            |
| <b>5.5. Definición de variables</b>                                                                        | <b>186</b>     |
| 5.5.1 Definición de las variables dependientes                                                             | 186            |
| 5.5.2 Definición de las variables independientes                                                           | 186            |
| <b>5.6. Técnicas de Análisis</b>                                                                           | <b>191</b>     |
| 5.6.1 Análisis descriptivo                                                                                 | 192            |
| 5.6.2 Análisis inferencial                                                                                 | 192            |
| <br><b>CAPÍTULO 6. ESTUDIO EMPÍRICO – ANÁLISIS DE RESULTADOS</b>                                           | <br><b>195</b> |
| <b>6.1. Publicación de informes de RSC</b>                                                                 | <b>195</b>     |
| <b>6.2. Grado de revelación de información sobre RSC</b>                                                   | <b>198</b>     |
| 6.2.1 Revelación de información por categorías                                                             | 198            |
| 6.2.2 Revelación de información por elementos                                                              | 214            |

|                                                                                                           |                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|
| <b>6.3. Factores determinantes de la divulgación de RSC</b>                                               | <b>226</b>     |
| 6.3.1 Factores determinantes de la divulgación de información sobre empleados                             | 228            |
| 6.3.2 Factores determinantes de la divulgación de información sobre medio ambiente                        | 229            |
| 6.3.3 Factores determinantes de la divulgación de información sobre comunidad                             | 230            |
| 6.3.4 Factores determinantes de la divulgación de información sobre consumidores y productos              | 231            |
| 6.3.5 Factores determinantes de la divulgación de información sobre el índice de derechos humanos y ética | 232            |
| 6.3.6 Factores determinantes de la divulgación general sobre RSC                                          | 233            |
| <b>6.4. Verificación de hipótesis</b>                                                                     | <b>234</b>     |
| <br><b>CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES, APORTACIONES DEL ESTUDIO, LIMITACIONES Y FUTURAS INVESTIGACIONES</b>     | <br><b>245</b> |
| <b>7.1. Conclusiones generales</b>                                                                        | <b>245</b>     |
| 7.1.1 Con relación a la publicación de informes                                                           | 246            |
| 7.1.2 Con relación al grado de divulgación de información sobre RSC                                       | 247            |
| 7.1.3 Con relación a la divulgación de información sobre las categorías                                   | 247            |
| 7.1.4 Con relación a la divulgación de información por sectores                                           | 248            |
| 7.1.5 Con relación a la divulgación de información sobre los elementos                                    | 249            |
| 7.1.6 Con relación a los factores determinantes de la divulgación de RSC                                  | 251            |
| 7.1.7 Con relación a la teoría de la legitimidad                                                          | 253            |
| <b>7.2. Aportaciones del estudio</b>                                                                      | <b>254</b>     |
| <b>7.3. Limitaciones y futuras investigaciones</b>                                                        | <b>259</b>     |
| 7.3.1 Limitaciones                                                                                        | 259            |
| 7.3.2 Futuras investigaciones                                                                             | 260            |
| <br><b>BIBLIOGRAFÍA</b>                                                                                   | <br><b>263</b> |
| <br><b>ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS</b>                                                                       | <br><b>299</b> |
| <br><b>ANEXOS</b>                                                                                         | <br><b>302</b> |

## ÍNDICE DE TABLAS

|                                                                                                                                                        |     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 1. Definiciones sobre la RSC en el ámbito académico.....                                                                                         | 35  |
| Tabla 2. Definiciones sobre RSC aportadas por organismos internacionales ..                                                                            | 38  |
| Tabla 3. Definiciones aportadas por organismos latinoamericanos .....                                                                                  | 39  |
| Tabla 4. Composición de la RSC .....                                                                                                                   | 45  |
| Tabla 5. Iniciativas relacionadas con la revelación de información sobre RSC                                                                           | 62  |
| Tabla 6. Otras iniciativas que contemplan la transparencia como elemento transversal.....                                                              | 64  |
| Tabla 7. Principales organismos promotores de la RSC en Colombia, Chile y México .....                                                                 | 66  |
| Tabla 8. Normativa en materia de revelación de información sobre RSC .....                                                                             | 74  |
| Tabla 9. Clasificación de los impactos de la empresa en monetizables y no monetizables. ....                                                           | 90  |
| Tabla 10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC .....                                                     | 95  |
| Tabla 11. Relación de estudios que han utilizado como variable el tamaño de la firma .....                                                             | 124 |
| Tabla 12. Relación de estudios que han utilizado variables financieras como factores explicativos del nivel de divulgación sobre RSC.....              | 128 |
| Tabla 13. Relación de estudios que han utilizado el país de origen como factor explicativo del nivel de divulgación sobre RSC .....                    | 132 |
| Tabla 14. Relación de estudios que han utilizado el sector como factor explicativo del nivel de divulgación sobre RSC.....                             | 136 |
| Tabla 15. Relación de estudios que han utilizado el perfil (grado de exposición) como variable explicativa .....                                       | 140 |
| Tabla 16. Relación de estudios que han utilizado variables de mercado como factor explicativo del nivel de divulgación sobre RSC .....                 | 144 |
| Tabla 17. Relación de estudios que han utilizado otras variables, internas y externas, como factor explicativo del nivel de divulgación sobre RSC..... | 148 |
| Tabla 18. Estadísticas sobre inversión extranjera directa (datos en millones de dólares) .....                                                         | 165 |
| Tabla 19. Composición y caracterización de las empresas de la población...                                                                             | 171 |
| Tabla 20. Clasificación sectorial con base en la CIIU.....                                                                                             | 171 |
| Tabla 21. Criterios en la definición de las categorías .....                                                                                           | 174 |

|                                                                                                                                 |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 22. Esquema de clasificación de Aranguren (2008) .....                                                                    | 176 |
| Tabla 23. Modelo general del esquema de clasificación de la información sobre RSC.....                                          | 178 |
| Tabla 24. Grados de fiabilidad de Krippendorff .....                                                                            | 181 |
| Tabla 25. Empresas seleccionadas en la primera fase de codificación .....                                                       | 183 |
| Tabla 26. Denominación de los informes corporativos de acuerdo al país de origen .....                                          | 196 |
| Tabla 27. Comportamiento sobre la presentación de informes por país .....                                                       | 197 |
| Tabla 28. Frecuencia de calificación con valor cero (0) en los índices para cada país .....                                     | 199 |
| Tabla 29. Comportamiento de la divulgación de información por categorías Chile .....                                            | 200 |
| Tabla 30. Comportamiento de la divulgación de información por categorías-Colombia .....                                         | 202 |
| Tabla 31. Comportamiento de la divulgación de información por categorías México .....                                           | 205 |
| Tabla 32. Comparativo de la divulgación de información por categoría para los tres países.....                                  | 209 |
| Tabla 33. Comparativo de la divulgación de información por categoría y sector para los tres países a partir de la mediana ..... | 212 |
| Tabla 34. Análisis de la información por elementos (información cuantitativa – cualitativa) Chile (escala 0-1) .....            | 216 |
| Tabla 35. Análisis de la información por elementos (información cuantitativa – cualitativa)- Colombia (escala 0-1) .....        | 218 |
| Tabla 36. Análisis de la información por elementos (información cuantitativa – cualitativa)- México (escala 0-1).....           | 220 |
| Tabla 37. Comparativo, a partir de la mediana, de los elementos de cada categoría en los tres países .....                      | 221 |
| Tabla 38. Análisis de regresión para la variable INEMP. ....                                                                    | 228 |
| Tabla 39. Análisis de regresión para la variable INMA.....                                                                      | 230 |
| Tabla 40. Análisis de regresión para la variable INCOM.....                                                                     | 231 |
| Tabla 41. Análisis de regresión para la variable INCYP .....                                                                    | 232 |
| Tabla 42. Análisis de regresión para la variable INDHE.....                                                                     | 233 |
| Tabla 43. Análisis de regresión para la variable INDIS. ....                                                                    | 234 |

|                                                                                               |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Tabla 44. Comprobación de hipótesis para la variable tamaño.....                              | 235 |
| Tabla 45. Comprobación de hipótesis para la variable resultados financieros.....              | 236 |
| Tabla 46. Comprobación de hipótesis para la variable país de origen .....                     | 237 |
| Tabla 47. Comprobación de hipótesis para la variable sector de actividad ....                 | 239 |
| Tabla 48. Comprobación de hipótesis para la variable grado de exposición según el sector..... | 241 |
| Tabla 49. Comprobación de hipótesis para las variables de mercado .....                       | 242 |
| Tabla 50. Comprobación de hipótesis para la variable origen del capital.....                  | 243 |

## ÍNDICE DE FIGURAS

|                                                                                                                                               |     |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Figura 1. Etapas del Desarrollo Histórico de la RSC.....                                                                                      | 34  |
| Figura 2. Pirámide de la Responsabilidad Social de Carroll.....                                                                               | 44  |
| Figura 3. Comparativo del porcentaje de empresas que presentar reportes de RSC en el sitio del GRI (25011-2013) .....                         | 65  |
| Figura 4. Modelo conceptual .....                                                                                                             | 161 |
| Figura 5. Composición de la población .....                                                                                                   | 167 |
| Figura 6. Informes anuales y de RSC por país.....                                                                                             | 169 |
| Figura 7. Composición sectorial por sector y por país.....                                                                                    | 172 |
| Figura 8. Proceso para la preparación de los datos en el análisis de contenido.....                                                           | 174 |
| Figura 9. Resultado de la prueba para tres codificadores .....                                                                                | 185 |
| Figura 10. Círculo de correlaciones entre los índices de divulgación de información sobre RSC de las empresas chilenas.....                   | 200 |
| Figura 11. Ubicación de las empresas chilenas en el primer plano factorial ..                                                                 | 201 |
| Figura 12. Círculo de correlaciones entre los índices de divulgación de información sobre RSC de las empresas colombianas .....               | 203 |
| Figura 13. Ubicación de las empresas colombianas en el primer plano factorial.....                                                            | 204 |
| Figura 14. Círculo de correlaciones entre los índices de divulgación de información sobre RSC de las empresas mexicanas .....                 | 206 |
| Figura 15. Ubicación de las empresas mexicanas en el primer plano factorial.....                                                              | 207 |
| Figura 16. Matriz de correlaciones de los índices de las diferentes categorías de RSC para los tres países (Chile, Colombia y México).....    | 207 |
| Figura 17. Comparativo de medianas para los índices de las diferentes categorías de RSC para los tres países (Chile, Colombia y México) ..... | 208 |
| Figura 18. Diagrama de Cajas para los Índices por Sector y País .....                                                                         | 213 |
| Figura 19. Comparativo entre países de la mediana de los elementos de la categoría Empleados .....                                            | 222 |
| Figura 20. Comparativo entre países de la mediana de los elementos de la categoría Medio ambiente .....                                       | 222 |
| Figura 21. Comparativo entre países de la mediana de los elementos de la categoría Comunidad .....                                            | 223 |

Figura 22. Comparativo entre países de la mediana de los elementos de la categoría Consumidores y productos..... 224

Figura 23. Comparativo entre países de la mediana de los elementos de la categoría Derechos humanos y ética ..... 224

## ÍNDICE DE ANEXOS

|                                                                                                               |     |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|
| Anexo 1. Lista de empresas que componen la población .....                                                    | 302 |
| Anexo 2. Categorías definidas por los organismos internacionales .....                                        | 303 |
| Anexo 3. Entidades promotoras de la RSE en Colombia, Chile y México .....                                     | 304 |
| Anexo 4. Esquema base de clasificación, Aranguren (2008) .....                                                | 305 |
| Anexo 5. Instrumento de recolección de información para los bancos en la categoría de medio ambiente. ....    | 313 |
| Anexo 6. Esquema de clasificación general ajustado .....                                                      | 315 |
| Anexo 7. Criterios definidos por los tres codificadores para la prueba de fiabilidad .....                    | 323 |
| Anexo 8. Factores y dimensiones de componentes principales para los índices de divulgación de Chile .....     | 324 |
| Anexo 9. <i>Ranking</i> de las empresas de Chile con base en el INDIS .....                                   | 325 |
| Anexo 10. Factores y dimensiones de componentes principales para los índices de divulgación de Colombia ..... | 326 |
| Anexo 11 <i>Ranking</i> de las empresas de Colombia con base en el INDIS .....                                | 327 |
| Anexo 12. Factores y dimensiones de componentes principales para los índices de divulgación de México .....   | 328 |
| Anexo 13. <i>Ranking</i> de las empresas de México con base en el INDIS .....                                 | 329 |
| Anexo 14. Selección del modelo, método Backward- variable INDIS .....                                         | 330 |
| Anexo 15. Selección del modelo, método Backward- variable INEMP .....                                         | 333 |
| Anexo 16. Selección del modelo, método <i>Backward</i> - variable INMA .....                                  | 336 |
| Anexo 17. Selección del modelo, método <i>Backward</i> - variable INCOM .....                                 | 339 |
| Anexo 18. Selección del modelo, método <i>Backward</i> - variable INCYP .....                                 | 343 |
| Anexo 19. Selección del modelo, método <i>Backward</i> - variable INDHE .....                                 | 347 |
| Anexo 20. Comprobación de supuesto para los modelos seleccionados .....                                       | 350 |
| Anexo 21. Pruebas gráficas de los supuestos de los modelos de regresión..                                     | 351 |

## Capítulo 1. Introducción

### 1.1. Marco de la investigación

La presente investigación se enmarca en el ámbito de la Responsabilidad Social Corporativa (en adelante RSC<sup>1</sup>), centrando su análisis en la revelación de información, en un ámbito geográfico poco estudiado como lo es América Latina, en el que este tema apenas está logrando un espacio, como un elemento de la agenda pública y empresarial.

De acuerdo con Restrepo (2003), la RSC surge como un mecanismo de regulación<sup>2</sup> de la actividad empresarial que busca mejorar las condiciones de vida de los diferentes grupos que de alguna manera se ven afectados por su actividad. Este nuevo modo de obrar se acentúa en momentos en que la actuación de las empresas se ha puesto en tela de juicio como consecuencia de los continuos - y cada vez más frecuentes - escándalos de corrupción y las profundas crisis financieras y empresariales que se han desatado en los últimos años. La liberación y desregulación del mercado, así como el fenómeno de la deslocalización<sup>3</sup> de los negocios (Pinillos y Fernández, 2011), ha generado, al mismo tiempo, nuevas expectativas y nuevos grupos de interés que demandan actitudes renovadas de las empresas, entre ellas, una mayor transparencia informativa.

En este orden de ideas, la RSC es la consecuencia directa de la relación empresa-sociedad y, más específicamente, de la forma como la empresa asume el impacto que su actividad causa en el entorno. Lizcano (2006; 21) plantea que “La responsabilidad social corporativa se presenta como un modelo emergente y alternativo de gestión que reconoce a la empresa como un entramado de relaciones, no sólo de propietarios y agentes-directivos, sino de todas aquellas

---

<sup>1</sup> La Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras (RACEF) reconoce que la responsabilidad corporativa (RC), la responsabilidad social corporativa (RSC) o responsabilidad social de la empresa (RSE), son expresiones de un mismo concepto que ponen de relieve el papel de la empresa en la sociedad más allá de su estricta actividad de negocio, por lo tanto, como quiera que sea su denominación, se está hablando de un mismo asunto. No obstante, el término “corporativo” es utilizado en los países desarrollados mientras que en los países de América Latina es frecuente el término “empresarial” (RACEF, 2007; 102). En el presente estudio se utilizará el término “corporativa” por ser más universal en el ámbito académico.

<sup>2</sup> Para Restrepo, según los preceptos del neoliberalismo, “...el mercado de manera espontánea tiende a crear una regulación entre los agentes privados que el Estado, cuando sea estrictamente necesario, consigna en leyes, normas y regulaciones” (Restrepo, 2003:23)

<sup>3</sup> Se hace referencia a los procesos de globalización e internacionalización de las empresas

partes o grupos interesados por la existencia y marcha de la empresa: empleados, clientes, proveedores, competidores, comunidad local, medio ambiente, y sociedad en general”.

La RSC no es un asunto nuevo. Sus inicios se remontan a finales del siglo XIX cuando algunos empresarios, a partir de acciones filantrópicas, reconocieron la necesidad de brindar a sus empleados beneficios adicionales al salario que mejoraran su calidad de vida<sup>4</sup>. Sin embargo, su aparición formal se sitúa en la década de 1940 con el surgimiento de las primeras iniciativas de auditorías sociales en Estados Unidos tras la gran depresión de 1930 (Zadek, Pruzan & Evans, 1997). A pesar del tiempo transcurrido y de los significativos avances, en la actualidad se considera que no se ha logrado su afianzamiento definitivo, ya que persiste cierta desconfianza sobre su viabilidad bajo el sistema económico imperante.

De Regil (2005) afirma que si la RSC es el reflejo de la situación social, aún se está muy lejos de cumplir sus preceptos, pues las profundas desigualdades sociales y la crisis económica ponen en entredicho su viabilidad. En este sentido, el autor manifiesta que la RSC se encuentra en estado rudimentario y que seguirá así hasta que se logre una verdadera democracia, ya que el estado actual de la economía de mercado es insostenible en el tiempo y no hay la voluntad política para cambiar las reglas de poder imperantes. De acuerdo con esas reglas, gobiernos y corporaciones se encuentran fuertemente ligados por lazos económicos y de poder difíciles de romper bajo las condiciones políticas, económicas y sociales actuales.

A pesar de lo anterior, se demanda de las empresas una mejor gestión de sus operaciones económicas, sociales y ambientales desde una perspectiva sostenible; también se espera de ellas una mayor transparencia informativa que responda a las nuevas expectativas sociales.

---

<sup>4</sup> Casado (2006) presenta algunos ejemplos de esta práctica: “A lo largo del siglo XIX y principios del siglo XX, grupos de empresarios empezaron a asumir responsabilidades más amplias que las meramente comerciales. Por ejemplo, en Inglaterra, el cuáquero *Joseph Rowntree* (1836-1925) dedicó gran parte de su riqueza, obtenida a raíz de la industria del cacao, a fondos sociales y de caridad. *George Cadbury* (1839-1922), también cuáquero y empresario de la industria del cacao, creía firmemente que si uno protegía la salud y bienestar de sus empleados, ellos protegerían mucho mejor la empresa” (Casado, 2006).

Como consecuencia de lo anterior, el tema de la transparencia de información o *accountability*<sup>5</sup> se configura como un eje transversal a la gestión de la RSC, ya que la preocupación por los temas de índole social y ambiental ha coadyuvado a la aparición de una masa crítica demandante de información. Esta dinámica informativa se encuentra en plena evolución en los países desarrollados (KPMG, 2011), pero su práctica no ha estado a la orden del día en América Latina.

El escaso desarrollo de la divulgación de información de RSC en los países de América Latina se atribuye a factores como la escasa legislación, el limitado poder de los medios frente a las grandes empresas, el coste asociado al tema de la elaboración del reporte, la cultura de la confidencialidad de la información y la trivialidad de los grupos de presión (Ayala, 2007).

Sin embargo, algunas empresas ya han iniciado un tímido tránsito hacia la elaboración de informes sociales (Miazzo, Bilbao & Bernardi, 2008). Evidencia de esta situación se encuentra en el estudio de KPMG (2011) en el que se demuestra el aumento de empresas de México y Brasil que reportan información social bajo las directrices del *Global Reporting Initiative* (GRI por sus siglas en inglés)<sup>6</sup>.

No obstante lo anterior, hay poco desarrollo en el diseño y elaboración de reportes y las empresas que lo desarrollan, en su mayoría, lo hacen siguiendo el comportamiento de las compañías multinacionales con las que tienen relación comercial (Ayala, 2007).

## **1.2. Planteamiento del problema y justificación del estudio**

Durante los últimos años, la empresa ha ampliado su espectro de actuación, logrando una importante influencia sobre la vida social, económica y política de los individuos. Producto de esta nueva realidad emergen, desde el seno de las organizaciones no gubernamentales, nuevos mecanismos de control que buscan

---

<sup>5</sup>El término *accountability* se puede definir como la obligación que tiene la organización para dar cuenta de sus actividades, aceptar la responsabilidad de ellos y dar a conocer los resultados de una manera transparente.

<sup>6</sup> El *Global Reporting Initiative* (GRI), constituido, en 1997, es una iniciativa conjunta entre el *Coalition for Environmentally Responsible Economies* (Ceres) y Pnuma (Programa de Naciones Unidas para el Medio Ambiente), que tiene como objetivo fomentar la calidad, el rigor y la utilidad de las memorias de sostenibilidad.

regular las actuaciones de la empresa tratando de exponer las externalidades negativas y minimizar los efectos que su actividad ocasiona. Esta nueva dinámica se ha extendido al ámbito gubernamental y empresarial, convirtiéndose poco a poco en un imperativo para el funcionamiento de las empresas dentro de la sociedad. Este es el caso de la responsabilidad social corporativa (RSC) que se ha convertido en prioridad de las agencias gubernamentales y no gubernamentales, con el fin de regular aspectos como el cuidado del medio ambiente, la equidad y justicia en el trabajo, la sostenibilidad económica y el respeto por los derechos humanos a nivel global (Nikolaeva & Bicho, 2011; Pinillos & Fernández, 2011).

Pese a que los diferentes grupos de interés desconfían de la denominada RSC (Pinillos & Fernández, 2011), ya que existe la sospecha de que sus prácticas han sido utilizadas como mecanismo manipulador de la opinión pública (Husillos, 2007), existen iniciativas a nivel gubernamental y privado que promueven la adopción de reglas claras y justas en las operaciones de las empresas. En esta línea, iniciativas como el pacto mundial, las directrices de la OCDE para las empresas multinacionales, la promulgación de los derechos humanos, las iniciativas de la OIT, los estándares ISO (ISO 14000 e ISO 26000, por ejemplo), la aparición de índices éticos (desarrollados para orientar las inversiones bursátiles) y las iniciativas para motivar la transparencia informativa (como el GRI), han orientado las acciones de las empresas.

Aunque los proyectos anteriores han tenido buena acogida y han sido aplicados por un importante número de empresas, el carácter voluntario de las prácticas de RSC dificulta la evaluación de su impacto debido a la heterogeneidad de los mecanismos de aplicación, principalmente en el tema divulgación de información. Este hecho ha motivado el desarrollo de nuevas iniciativas gubernamentales y privadas para establecer mecanismos de información mediante los cuales la comunicación entre grupos de interés y empresas sea eficiente y bajo criterios uniformes.

Uno de los problemas que persiste con mayor intensidad tiene que ver con la calidad de la información que la empresa transmite a la sociedad en cuanto a su veracidad, exactitud y exhaustividad. Bajo esta perspectiva, surge la necesidad

de proponer mecanismos que permitan a la empresa realizar informes que, además de cumplir con el objetivo de informar a los diferentes grupos de interés sobre las actividades empresariales, reúna las características antes descritas, de manera que así facilite el análisis y la comparación de la información divulgada y recupere la confianza de los diferentes usuarios.

Los mecanismos de información más utilizados por las empresas han servido para divulgar información contable-financiera, convirtiéndose en el principal vehículo de comunicación entre la empresa y sus partes interesadas (Cañibano, 2004). Sin embargo, estos informes son insuficientes a la hora de divulgar información de tipo social y medioambiental, pues la contabilidad financiera es incapaz de reflejar en sus cuentas las externalidades sociales y medioambientales generadas por su actividad (Gray, 2006).

Si bien, se han adelantado propuestas de contabilidad medioambiental, parece evidente la dificultad que tiene el actual sistema contable para representar estas nuevas externalidades (López & Rodríguez, 2004). Sumado a esta situación, no existen, en general, normas o regulaciones que obliguen a las empresas a brindar una información más detallada con relación a sus actividades sociales, incluidas en ellas las ambientales. Además, no hay suficientes instrumentos válidos ni metodologías estándar para medir la información de tipo social divulgada por las empresas.

En este orden de ideas, existen iniciativas, como la guía GRI, que tienen como objetivo ayudar a las empresas a generar informes dirigidos a sus *stakeholders*<sup>7</sup> para dar a conocer su comportamiento socialmente responsable. Actualmente, la mayoría de las entidades que emiten informes sociales lo hacen bajo esta guía (Moneva & Ortas, 2008; Ortas & Moneva, 2011), lo que permitirá en el futuro tener información estandarizada que facilite el análisis y la comparación (Ruiz, 2007).

Desde el punto de vista académico, existen sendos estudios que se han enfocado en el análisis de la RSC desde diferentes perspectivas. En cuanto a la literatura que estudia la divulgación de información social, ésta es abundante,

---

<sup>7</sup> El término *stakeholder* hace referencia a los terceros interesados en la actividad de la empresa

así como la que estudia los factores que influyen para que una empresa dé a conocer su comportamiento social a partir de informes públicos.

Una línea de investigación muy dinámica, es la que ha orientado su pesquisa hacia el análisis de los factores que influyen en la divulgación de información sobre RSC. En este campo encontramos investigaciones como las realizadas por Trotman & Bradley (1981); Patten (1991); Gray, Kouhy & Larvers (1995a); Hackston & Milne (1996); Moneva & Llena (2000); Gray, Mohammed, Power & Sinclair (2001); Newson & Deegan (2002); Simpson & Kohers (2002); Hibbitt (2003); Pérez (2006); Mahoney & Roberts (2007); Aranguren (2008) y Byus, Deis & Ouyang (2010), entre otros.

Con todo, la mayor parte de las investigaciones se han enfocado a analizar empresas de países desarrollados, principalmente en Europa y Norteamérica (Andrew, Gul, Guthrie & Teoh, 1989; Rahman, 2001; Aranguren, 2008), que cuentan con empresas de gran tamaño y un mercado de valores desarrollado. Lo anterior sin desconocer los trabajos que se han realizado sobre empresas de países en desarrollo como los elaborados por Singh & Ahuja (1983) en la India, o Andrew *et al.*, (1989) y Saleh (2009) quienes analizaron empresas de Malasia, o como los trabajos de Newson & Deegan (2002) quienes involucraron en su muestra empresas de Singapur y Corea del Sur, y el de Garza (2008) que realizó su análisis sobre países de América Latina.

Si bien, no se encuentra un número importante de estudios empíricos sobre la divulgación de información en América Latina, si existen importantes trabajos dirigidos al análisis de la evolución del concepto, su aplicación y las dimensiones sobre las cuales están trabajando las empresas (ver por ejemplo a Teixidó, Chavaria & Castro, 2002; Bigné, Chumpitaz, Andreu & Swaen, 2005; Solarte, 2006; Yepes & Ospina, 2006; Yepes, Peña y Sánchez, 2007; Suárez, 2007; Fuenzalida & Torres, 2008, y Herrera & Abreau, 2008). Otros aportes se pueden observar en los trabajos realizados por autores como Agüero (2002); Sanborn & Portocarrero (2003); Haslam (2003) y (2004); Correa, Flynn & Amit, 2004; Bedicks & Arrunda (2005); Vives, Corral & Isusi (2005); Peinado-Vara (2006) y Casado & Roser (2009), entre otros, quienes adelantaron estudios dirigidos a entender las dinámicas de la RSC en Latinoamérica.

En cuanto al análisis de la medición y la información divulgada sobre RSC, son escasos los estudios en América Latina. Está por ejemplo el trabajo de Roitstein (2004) que hizo una revisión sobre el desarrollo de la RSC en Argentina incluyendo una exploración sobre el tema del *reporting*, mientras que Araya (2006) analizó la dinámica divulgativa de 250 empresas de la región. Por otro lado está la investigación realizada por Lindgreen, Cordoba, Maon & Mendoza (2010), quienes a partir de un estudio de casos, definieron las estrategias utilizadas por las empresas en Colombia para dinamizar la RSC.

Por el lado de Sur y Centro América se encuentran, entre otros, los trabajos de Logsdon, Thomas & Van Buren (2006) y Weyzig (2007) que investigaron empresas mexicanas o Herrera & Abreu (2008) quienes analizaron empresas colombianas. En términos generales, no hay evidencia de la existencia de una abundante literatura que refleje un análisis empírico sobre la divulgación de información por parte de las empresas de América Latina.

México parece ser el país más estudiado. Así, se encuentran algunos estudios que se acercan al análisis de la divulgación de información, además de los ya mencionados, que incluyen las empresas de este país en la población analizada (Chow y Wong-Boren, 1987; Gómez, 2003; Haslam, 2004; Pérez, 2006; De la Garza, 2007; Leucona, 2007; Mercado & García, 2007; Barroso, 2008; Garza, 2008, y otros). En Chile se reconoce el estudio realizado por Aranguren & Martínez (2010).

La ausencia de estudios en la región ha puesto de manifiesto otra cuestión relevante que tampoco ha sido abordada en la literatura sobre América Latina y que tiene que ver con la metodología de medición de la información. Si bien, el análisis de contenido no es desconocido, éste no ha sido utilizado en investigaciones sobre la divulgación y medición de la información de RSC, con lo cual la aplicación de pruebas de fiabilidad tampoco ha estado presente.

Otro aspecto a considerar en el análisis, para garantizar la estabilidad de los datos, es la estructura y el contenido de la información divulgada por las empresas, que por lo general, está vinculada con propuestas internacionales como la del GRI, siguiendo la tendencia de las empresas multinacionales que

tienen negocios en estos países. Así las cosas, aspectos como la violación a los derechos humanos, la participación de las empresas en las campañas políticas, la corrupción y la financiación de grupos por fuera de la ley que, si bien, no son problemas muy sensibles en los países desarrollados, están a la orden del día en América Latina y se consideran asuntos críticos para el desarrollo de la región, aunque aparentemente en las agendas de estos países no han sido considerado como prioritarios (Correa, *et al.*, 2004).

Si bien, la globalización y la apertura económica han favorecido la RSC en la región, también han sido un factor condicionador de sus prácticas divulgativas. Los países con mayor desarrollo de actividad comercial extranjera y mayor inversión extranjera directa tienden a generar un mayor volumen de divulgación de información, como es el caso de México que, por estar fuertemente ligado al comercio de los Estados Unidos, presenta una importante dinámica de inversión extranjera.

Algo similar sucedió con Chile, que fue el primer país de la región en abrir sus fronteras al comercio exterior. Ese mayor volumen de información se ha visto evidenciado en la tendencia creciente de reportes basados en la propuesta del GRI; entre el año 1999 y el año 2013, es Brasil quien mayor cantidad de reportes registra en la plataforma del GRI, 958 reportes, seguido por Colombia con 299, Chile con 241, Argentina con 228 y México con 217.

Las empresas de los países con mayor dinámica económica y actividad comercial son incluidas de manera frecuente en los estudios sobre el tema de la RSC y de divulgación de información relativa a aspectos sociales y medioambientales, ya que son de las primeras en iniciar protocolos de divulgación de información pública financiera y no financiera. Lo anterior debido a la presión a la que se ven sometidas por su relación con compañías multinacionales, lo mismo que por el mayor desarrollo del mercado de valores. Ver por ejemplo los estudios realizados por Araya, 2006; Garza, 2008; Wanderley, Lucian, Farache & de Sousa Filho, 2008; Pérez-Batres, Miller & Pisani, 2010; João, Serralvo & Cardozo, 2011 que incluyen en sus estudios a empresas de México y Chile.

En consideración de lo anteriormente anotado, este estudio centra su atención en tres países de América Latina: México, Chile y Colombia, naciones en las que el origen de la RSC está estrechamente ligado a los procesos de globalización y apertura económica y han demostrado una dinámica importante en la emisión de informes relativos a la RSC<sup>8</sup> (Pérez, 2006 & Limón, 2007).

Por todos los aspectos identificados y presentados atrás, se considera relevante iniciar una línea de investigación empírica sobre el tema de la divulgación de información de RSC y de sus factores determinantes. Un objetivo marco motiva esta intención, comparar los resultados del estudio contra los hallazgos efectuados en los países desarrollados, sobre los cuales se encuentran sendas investigaciones, en procura de identificar y establecer elementos que permitan entender y enriquecer las dinámicas propias. Además, y como lo anotaba Haslam (2004), es importante promover investigaciones en la región que permitan entender el fenómeno para diseñar acciones que posibiliten su implantación desde una perspectiva integral.

De cara a esta realidad y considerando la importancia que tiene el tema de la transparencia informativa en la región, el presente trabajo busca realizar una aportación al conocimiento de la dinámica divulgativa de las empresas en América Latina, en particular en Chile, Colombia y México. Se pretende iniciar un proceso de reconocimiento de esta realidad, concretamente sobre las características y contenido de los informes de RSC y, sumado a ello, la medición de los datos allí consignados, así como la determinación de los factores que inciden en la divulgación de este tipo de información por parte de las empresas de estos países.

### **1.3. Objetivos del estudio**

De acuerdo con lo antes expuesto, el presente estudio tiene como objetivo *medir y comparar la revelación de información sobre responsabilidad social en las*

---

<sup>8</sup> Brasil es uno de los países con mayor inversión extranjera directa (calculada en dólares) y sus empresas presentan un alto volumen de información en la plataforma del GRI, no obstante, este país no ha sido tenido en cuenta en el presente estudio, ya que la mayor parte de sus informes están en idioma portugués lo que dificultaba su lectura.

*empresas cotizadas que pertenecen al principal índice bursátil de la bolsa de valores de Chile, Colombia y México*

El objetivo general se concreta a su vez en los siguientes objetivos específicos:

- Medir el nivel de divulgación de información por categoría y por elemento de responsabilidad social corporativa, para cada empresa objeto de estudio.
- Establecer una clasificación por empresas, a partir del índice de divulgación de información de responsabilidad social corporativa para cada país.
- Identificar el comportamiento divulgativo de las empresas objeto de estudio, por categoría, para cada país.
- Identificar el comportamiento divulgativo de las empresas objeto de estudio, por elemento, para cada país.
- Describir el comportamiento del índice de divulgación de información social para cada país y empresa objeto de estudio, de acuerdo con el sector, el grado de exposición y el origen del capital.
- Determinar la relación existente entre el grado de divulgación de información de responsabilidad social corporativa y características de tamaño, rendimiento económico, sector de la industria, grado de exposición, país de origen y composición del capital de las empresas objeto de estudio.

#### **1.4. Metodología**

Con el fin de desarrollar los objetivos propuestos, el primer paso llevado a cabo consistió en seleccionar, de las principales bases de datos y otras fuentes de información, estudios relativos al tema de la divulgación de información sobre RSC, teniendo como parámetro de selección aquellos estudios enfocados en empresas en países desarrollados y estudios adelantados en empresas de países en vías de desarrollo y emergentes. Dentro de cada grupo se analizaron estudios comparativos y estudios en empresas pertenecientes a un solo país con el objetivo de conocer y analizar la metodología utilizada en cada clase de estudio.

Esta revisión exhaustiva y estructurada de la literatura, permitió identificar las características más relevantes de los estudios previos tales como: mecanismos de comunicación, ámbito geográfico, población o muestra, técnicas de recolección de información, variables incluidas en los estudios y técnicas estadísticas utilizadas. Lo anterior guió la construcción del modelo conceptual y la determinación de las hipótesis que guiaron la estructura del estudio empírico.

En lo que al estudio empírico respecta, se utilizó la técnica de análisis de contenido a partir de la cual se estructuró el esquema de clasificación con base en la propuesta de Aranguren (2008), que propone cinco categorías de RSC, con 30 elementos y 211 indicadores, ajustando la propuesta final a la realidad de las empresas de la región.

Con el fin de medir la información divulgada, se han construido una serie de índices de acuerdo al esquema de clasificación por categorías, distinguiendo la información cualitativa de la información cuantitativa. Estos índices se obtienen a partir de calificar cada indicador (cualitativo y cuantitativo) con cero (0) si éste no se encuentra mencionado en el informe y con uno (1) si el indicador está presente. La asignación de la calificación estuvo acompañada de un protocolo que consistía en una serie de pautas de codificación y medición que permitieron recoger los datos de los reportes de las empresas, de la población objeto de estudio, de manera uniforme por cada uno de los codificadores. Adicionalmente, y para comprobar la estabilidad y la reproductibilidad de los datos, se realizó una prueba de fiabilidad utilizando el Alfa de Krippendorff.

Esta prueba se realizó en dos fases. La primera contó con dos codificadores y la segunda incluyó la participación de un tercer codificador. Posteriormente, y con la construcción de los índices se midió la amplitud de la información divulgada para cada empresa. Los resultados sirvieron de insumo para realizar un análisis descriptivo sobre el comportamiento divulgativo de las empresas para cada país y para comparar el comportamiento divulgativo de las mismas.

El análisis inferencial, que permitió determinar los factores que influyen en el grado de divulgación, se realizó a partir de un análisis multivariado utilizando regresiones lineales múltiples, lo que permitió analizar la relación existente entre

el índice de divulgación de información y las variables independientes seleccionadas, como son el tamaño, los resultados económicos, el origen del capital, variables de mercado y el grado de exposición de acuerdo con el sector al cual pertenecen las empresas.

### **1.5. Estructura.**

Con el fin de desarrollar los objetivos propuestos, el trabajo se estructuró en siete capítulos como se presenta a continuación:

**Capítulo 1. Introducción.** En este se exponen el planteamiento del problema, los argumentos que justifican el trabajo, los objetivos y algunas consideraciones generales sobre metodología y resultados.

**Capítulo 2. La responsabilidad social corporativa.** Este capítulo sirve como antesala al tema propuesto, ya que trabaja aspectos generales de la RSC desde el punto de vista teórico. En él se desarrolla un recorrido por la historia de la RSC, se plantean las diferentes posturas en cuanto al concepto, las categorías que la componen y la tendencia actual, para finalizar con un análisis de la RSC en América Latina.

**Capítulo 3. Los sistemas de información y la revelación sobre RSC.** En el tercer capítulo se ofrece una descripción de la evolución de la divulgación de información sobre RSC, el concepto, su contenido, los mecanismos de divulgación a lo largo de la historia y estado actual de la temática. También se ofrece una reflexión sobre los alcances de los sistemas de información en materia de divulgación y se describen las limitaciones de los sistemas de contabilidad para divulgar información de tipo social, así como sobre las diferentes teorías bajo las cuales los autores han explicado el fenómeno divulgativo en las empresas. Para complementar el tema de los sistemas de información de RSC, se hace una descripción acerca de las diferentes iniciativas de reporte y se dan a conocer las normas que sobre revelación de información de RSC hay a nivel internacional en general y en América Latina en particular, haciendo énfasis en la normativa de los países objeto de análisis.

**Capítulo 4. Revisión de la literatura sobre divulgación de información de responsabilidad social corporativa.** En este capítulo se analiza la literatura empírica sobre el tema de la divulgación de información de RSC, enfatizando en los estudios que basan su análisis en la medición y la determinación de los factores que impulsan a las empresas a divulgar información sobre RSC. Si bien, se realizó un análisis de los estudios que dan cuenta del comportamiento divulgativo en materia de información sobre RSC de las empresas en todos los países, se hizo énfasis en estudios que dieran cuenta de la investigación en empresas pertenecientes a América Latina. Sin embargo, la mayor parte de estudios hacen su análisis en empresas de países desarrollados.

En este capítulo se trabajó, en particular, sobre las características de los estudios empíricos previos, focalizando el análisis en aquellos que evaluaron los factores asociados a la revelación de información sobre RSC. Así, a partir de la información recabada, se sugiere un marco teórico y conceptual y se plantean las hipótesis que guían la presente investigación.

**Capítulo 5. Diseño de la investigación.** En el quinto capítulo se describe cómo se determinó la población, la selección de variables, la justificación del ámbito geográfico, así como los aspectos metodológicos para la recolección y medición de la información (análisis de contenido). Se explica la elaboración del índice de medición de la información y la selección y aplicación de las técnicas de análisis y tratamiento de los datos.

**Capítulo 6. Estudio empírico – análisis de resultados.** En el capítulo sexto se analiza la publicación de informes de RSC en los países objeto de análisis, se mide y analiza el resultado de la medición realizada para conocer el grado de revelación de información sobre RSC en las empresas analizadas y se hace un comparativo entre países. Posteriormente, se realizan pruebas estadísticas con los índices calculados para determinar la influencia de las variables seleccionadas en el nivel de divulgación de información reportada y se efectúa la comprobación de hipótesis.

**Capítulo 7. Conclusiones generales.** Finalmente, en el séptimo capítulo se exponen las conclusiones, las limitaciones del estudio y se trazan, a manera de propuesta, posibles líneas de investigación y las implicaciones del estudio.

## Capítulo 2. La responsabilidad social corporativa

La RSC es un tema que se incorporó en el lenguaje empresarial desde hace varias décadas, como consecuencia de las presiones sociales que provocaron una renovación permanente del esquema de los negocios, llevando a las empresas a asumir nuevas responsabilidades e involucrar a múltiples agentes en sus actividades, su plan de negocios y su discurso (Ortas & Moneva, 2011, Bayoud, *et al.*, 2012). La formación del concepto moderno se consolidó en el mundo anglosajón y ha sido promovido, principalmente, por las empresas multinacionales (Berbel, 2010).

El inicio de su aplicación práctica se ubica en los Estados Unidos a partir de la realización, por parte de las empresas, de actividades dirigidas a mejorar el bienestar de sus empleados y la comunidad, motivadas por los problemas sociales que surgieron tras la gran depresión de los años treinta del siglo pasado. La RSC se consolidó de manera formal en 1940 con la aplicación, en Estados Unidos, de las auditorías sociales (Zadek *et al.*, 1997). En Europa, sin embargo, su origen fue definido por la legislación y la restricción, más que por el debate y la práctica empresarial, por lo que en sus inicios no hubo gran discusión en el interior de la empresa (Acquier, 2005). La concepción contemporánea de la RSC en Europa se configuró a partir de la definición de desarrollo sostenible acuñado en el informe Brundtland (1987), que sirvió como marco de referencia para renovar el tema de la RSC en las empresas<sup>9</sup> (Acquier, 2005).

En la actualidad el tema se debate en un contexto de crisis mundial que pone en entredicho su permanencia en virtud del coste que sus prácticas pueden tener para las compañías, versus sus beneficios. En este sentido, los investigadores aún están realizando estudios teóricos y empíricos para determinar la viabilidad de la RSC en épocas de crisis, bajo un contexto de políticas neoliberales que han desfigurado el entramado de relaciones que originaron el sistema capitalista (De Regil, 2005).

---

<sup>9</sup>Acquier (2005) manifiesta que el concepto de desarrollo sostenible ha sido, más que una transposición a la gestión de las empresas, una oportunidad para actualizar y generalizar el concepto de la RSC. En este sentido, la RSC hace referencia a la aceptación, por parte de los empresarios, de nuevas responsabilidades que los invitan a realizar actividades de tipo social, buscando una mayor integración con la comunidad y su entorno ambiental.

Este escenario económico y político ha planteado una nueva ecuación en la cual la relación Estado-sindicato-empresa, que marcaba el equilibrio de la relación del capital con el trabajo, se ha roto, dando paso a un nuevo sistema de relaciones que aún no se define. Lo que sí parece quedar claro en este nuevo esquema es la pérdida de poder del Estado y del sindicato (los trabajadores), poder que se ha trasladado a las grandes corporaciones que hoy por hoy deciden muchos aspectos sobre el futuro del sistema (Casado, 2006), creando una nueva agenda de responsabilidades.

El presente capítulo tiene como objetivo realizar un acercamiento al desarrollo de la RSC a partir de un análisis de su evolución histórica, presentando el conjunto diverso de definiciones propuestas, las categorías que la componen, además de las tendencias y desafíos que se han planteado a lo largo del tiempo, hasta lograr la percepción actual, desde el punto de vista de la organización.

## **2.1. Aspectos generales sobre la responsabilidad social corporativa**

### **2.1.1 Evolución histórica**

No hay acuerdo en los orígenes de lo que hoy se conoce como RSC (Acquier, 2005; Montiel, 2008). Algunos estudios sitúan su aparición hacia 1889, año en el que se editó el libro *“The Gospel of Wealth”* de Andrew Carnegie, en el cual se planteó que las empresas y las personas más adineradas debían actuar como administradoras de la riqueza en virtud del bien de toda la sociedad (Teixodó *et al.*, 2002)<sup>10</sup>. El primer referente formal sobre el concepto de responsabilidad social se encuentra en Carnegie (1889), quien consideraba que la buena administración de la empresa permitía brindar beneficios a la sociedad y ayudar a los menos favorecidos, lo que sugiere un enfoque filantrópico que se conserva a lo largo de la década de 1920.

Sin embargo, según Zadek *et al.*, (1997), el origen de la aplicación práctica de la RSC se sitúa a partir de los años 40 del siglo pasado con la aparición, tras la

---

<sup>10</sup> En esa época había ya ejemplos de acciones filantrópicas por parte de algunos empresarios que atendían fundamentalmente los intereses y expectativas de los empleados, como fue el caso de Henry Ford y Robert Wood Johnson quienes implementaron políticas para el mejoramiento de la calidad de vida de sus empleados (Casado, 2006).

gran depresión de 1930, de las primeras auditorías sociales en los Estados Unidos. Durante este periodo se conserva el carácter filontrópico llevado a un estadio de consolidación y desarrollo empresarial. Lo anterior, sumado a los estragos de la segunda guerra mundial, provocó, por parte de las empresas, un paternalismo social con el objetivo de mejorar la estabilidad y calidad de vida de los trabajadores para aliviar las tensiones producidas en lo económico y político, lo que garantizaba un mínimo de capacidad de consumo que reactivaría la maltrecha economía (Murphy, 1979; Carroll & Shabana, 2010).

Bowen, autor del libro *Responsibilities of the Businessmen*, identificó la reaparición del discurso de la responsabilidad social (en los años 50 del siglo pasado) tanto en el gobierno como en los círculos empresariales y la definió como una "...tercera vía entre una economía basada en la doctrina de la *laissez faire* y una economía planificada" (Bowen, 1953, en Acquier, 2005:40). Para Bowen, la RSC debería enmarcar las obligaciones de los hombres de negocios en torno a establecer "políticas, plantear objetivos, tomar decisiones y seguir las líneas de acción deseables en términos de valores y necesidades de la sociedad" (Yepes *et al.*, 2007; 96). Este periodo se caracterizó, además, por la toma de conciencia pública sobre la capacidad que podría tener el sector privado para influir y ayudar a solucionar los problemas sociales.

En la década de 1950 se destacaron tres elementos que ayudaron a delinear el concepto de la RSC: la reconfiguración del papel del directivo como administrador de lo público, la reclamación del equilibrio de la competencia por los recursos corporativos y la filantropía corporativa manifiesta en el apoyo de las empresas a causas sociales (Frederick, 2006, citado en Carroll & Shabana, 2010). Sin embargo, para las décadas de 1950 y 1960 la RSC permaneció enmarcada en las acciones benéficas materializadas en donaciones, aportes a las universidades y trato justo a los empleados, caracterizando sus acciones como un gesto voluntario del empresario.

Durante la década de 1960 se fijó una posición más clara sobre la relación empresa-sociedad (Casado, 2006; Yepes *et al.*, 2007; Aranguren, 2008). Los grandes conflictos de esta década pusieron en la palestra pública problemas relacionados con las desigualdades sociales de los trabajadores y de las

minorías, el deterioro del medioambiente y la concentración de la riqueza cuyo efecto directo fue el aumento de la pobreza en el mundo. La consolidación de las grandes corporaciones, el oligopolio transnacional y el auge del comercio internacional, con sus consecuencias sobre la sociedad, enmarcaron, igualmente, la nueva caracterización y evolución de la responsabilidad social (Cuesta, 2005).

Es así como las miradas se dirigieron hacia la empresa con el fin de exigirle soluciones efectivas para los problemas sociales. En consecuencia, a partir de los años 60 se consolidó la publicación de informes sobre la acción social y la ética de las empresas (Agüero, 2002; Teixidó *et al.*, 2002; Casado, 2006; Yepes *et al.*, 2007; Aranguren, 2008), lo que evidenció una aceptación de esta nueva realidad.

Según Nieto & Fernández (2004), en la década de 1970 se configuraron dos corrientes claramente definidas y antagónicas; por un lado, la corriente de los accionistas que, bajo un enfoque netamente financiero, entendió que la empresa no debía ocuparse de actividades distintas a la de defender el patrimonio de aquellos, y por el otro, la corriente de quienes afirmaban que la empresa debía extender sus actividades a otros grupos de interés diferentes de los inversores o dueños (Prado *et al.*, 2013)

La segunda corriente se basó en un principio de colectividad amplio en el que los accionistas son un grupo más entre los muchos a quienes la empresa debe dirigir sus acciones. Autores como Bowen (1953) y Holmes (1976) reconocen la relación de la empresa con diversos grupos de interés. Sin embargo, es Freeman (1984) quien logró, en un momento crucial del desarrollo económico, consolidar dicho planteamiento reconociendo como grupos de interés (*stakeholders*) a todos los colectivos que afectan y se ven afectados por las actividades de la empresa, por lo que deben ser integrados en el proceso de toma de decisiones (Toro, 2006; PradoLorenzo, *et al.*, 2012).

Bajo este contexto económico, social y político se crea el llamado Club de Roma que, reunido por primera vez en 1968, se dio a la tarea de analizar los problemas mundiales generados por el desarrollo económico. El resultado de estos estudios

se condensó en el informe conocido como *En torno a los límites del crecimiento* o el conocido *Informe Meadows*, en el que se advirtió sobre los problemas sociales y medioambientales que afrontaría la sociedad de no realizar cambios urgentes en el modelo de desarrollo imperante. Los temas tratados en el *Informe Meadows* ayudaron a orientar y concretar las nuevas responsabilidades de la empresa en la sociedad (Pinillos & Fernández, 2011).

Acquier (2005) distingue dos corrientes que predominaron durante las décadas de 1960 y 1970. La primera, con un enfoque netamente cualitativo bajo el cual los principios morales de los administradores subyacían a la acción gerencial (Davis, 1960; Eels & Walton, 1961; y Backman, 1975). La segunda, con un enfoque voluntario pero vinculante a través de las leyes, proponía un conjunto de obligaciones de la empresa hacia la sociedad (McGuire, 1963; Ackerman & Bauer, 1976; y Frederick (1978). Autores como Castillo (2002) reconocieron la década de 1970 como uno de los periodos más prolíferos en investigación académica y desarrollo de iniciativas por parte de los organismos internacionales.

La década de 1980 fue un periodo difícil para el desarrollo de la RSC, ya que las empresas encontraron un espacio adecuado para establecer sus propios términos en torno a la forma como se relacionaban con la sociedad (Zadek *et al.*, 1997)<sup>11</sup>. Los controles ejercidos sobre las grandes corporaciones no fueron suficientes para intervenir en las acciones de la empresa, puesto que el desarrollo de la economía presentaba cifras positivas (para algunos países) y la expansión de las grandes corporaciones estaba dando buenos réditos económicos.

Así, durante la década en mención, las grandes corporaciones desarrollaron una ética guiada por los principios del administrador, dejando de lado las posturas logradas durante la década anterior en relación con la RSC. Sin embargo, los esfuerzos académicos no se detuvieron y enfocaron su trabajo hacia investigaciones e intervenciones que permitieron anclar el concepto de RSC en

---

<sup>11</sup>El autor hace referencia al impacto que tuvo la eclosión del neoliberalismo en el campo económico, social y político.

el marco de la estrategia empresarial, socavado por los acontecimientos sociopolíticos y las nuevas condiciones económicas.

Este esfuerzo, según Acquier (2005), se centró principalmente en dos ejes: el primero trata sobre el estudio de la RSC y el desempeño económico de la firma; y el segundo, sobre la relación de la RSC y los *stakeholders*, ya mencionado por Bowen (1953) y Heald (1961). En forma paralela las organizaciones sociales iniciaron campañas de presión motivadas por las fuertes desigualdades que se generaron a partir del nuevo paradigma económico. Se fortaleció el concepto de los grupos de interés y de desarrollo sostenible, logrando sensibilizar a la sociedad sobre la responsabilidad que las empresas debían asumir frente a los nuevos conflictos sociales y medioambientales.

La visión de los *stakeholders* tomó fuerza y logró un salto cualitativo importante en la concepción de la RSC. Se atribuyó un sentido amplio al concepto, pues se incluyó dentro de las actividades empresariales la preocupación de otros grupos que no habían sido considerados hasta ahora. Se iniciaron las discusiones de los organismos multilaterales y se fortaleció el concepto de desarrollo sostenible acuñado durante los años setenta. Para Cuesta (2005), durante estos años ya la RSC, considerada parte de la empresa, era un conjunto de actividades que debían ser administradas. Así, se les atribuyó a los grupos de interés un espacio que antes no había sido reconocido (Prado-Lorenzo, *et al.*, 2012).

La década de 1990, heredera del concepto de desarrollo sostenible, se caracterizó por el aplazamiento de los temas sociales en virtud de la euforia de los mercados generada por la reactivación económica. Sin embargo, durante estos años y hasta los primeros años del siglo XXI, se logró un progreso en cuanto a la dinámica de la circulación de experiencias en todo el mundo y a la proliferación de estudios empíricos que explicaban el comportamiento y el impacto de la dinámica de la RSC en las empresas. Adicionalmente, aparecieron diferentes propuestas que invitaban a desarrollar modelos de gestión y transparencia informativa a partir de la normalización y estandarización de los temas relacionados con la RSC, basados en el principio de legitimación del comportamiento social de la empresa frente a sus grupos de interés (Gray, Owen & Adams, 1996).

Cuesta (2005) reconoce que durante esta época los organismos internacionales y los grupos multisectoriales desempeñaron un papel importante en la promoción y divulgación del tema de la RSC a través del desarrollo de estándares, códigos de conducta, directrices, normas y otros instrumentos que facilitaron la puesta en práctica de la responsabilidad social en las empresas. Para este momento el concepto de RSC incluyó los temas de los grupos de interés, el desarrollo sostenible y la gestión de las actividades de RSC como elementos constitutivos de la estrategia empresarial.

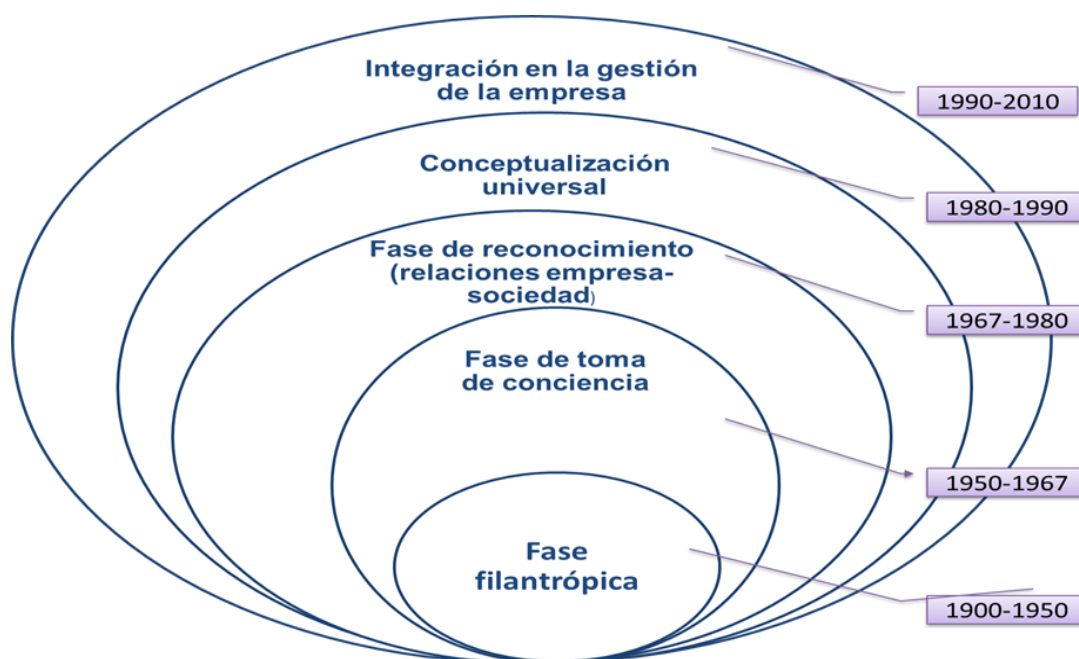
El concepto de desarrollo sostenible, acuñado durante las dos últimas décadas del siglo XX, generó un movimiento hacia la sustentabilidad social y medioambiental que afectó no solo las esferas de lo macroeconómico. Con respecto a la empresa, su efecto fue igualmente importante, pues se logró la internacionalización de la RSC durante la primera década del siglo XXI (Carroll & Shabana, 2010). Esta corriente tuvo como objetivo ayudar a mitigar las secuelas de una profunda crisis económica y política que, por efectos de la globalización, se irradió a todos los rincones del planeta. En esta primera década del siglo XXI, una vez lograda la inclusión de la RSC en la estrategia empresarial, el debate ha persistido.

En este nuevo escenario se reconocen dos tendencias basadas en el derecho: aquella que considera la responsabilidad social como un “sacrosanto principio liberal de responsabilidad por culpa”; y la que le atribuye un “nuevo principio, más social, de responsabilidad objetiva o sin causa” (Fuentes, 2006). Así, la RSC pasa de ser un tema de voluntades a uno de responsabilidad inherente a la actividad empresarial.

Bajo esta misma tendencia, hay quienes sostienen que la RSC ha logrado arraigarse de manera importante en la gestión de la empresa (Cuesta, 2005), sin embargo, “... siguen existiendo múltiples controversias acerca de su concepto, voluntariedad, conveniencia y relación con el rendimiento financiero” (Miras, Carrasco & Escobar 2011; 3). Autores como Porter & Kramer (2006) sostienen que el poco avance de la RSC se debe a que los enfoques predominantes son fragmentados y desconectados de la estrategia del negocio perdiendo la posibilidad de convertirse en una fuente de ventaja competitiva.

De acuerdo con lo expuesto, se pueden distinguir varias fases en el desarrollo y afincamiento de la RSC: la filantrópica, la toma de conciencia, el afianzamiento de la relación empresa- sociedad, conceptualización universal del tema y la inclusión en la estrategia empresarial (ver Figura 1).

**Figura 1. Etapas del Desarrollo Histórico de la RSC.**



*Fuente: elaboración propia*

### 2.1.2 Definición

Existen diversas definiciones y posiciones sobre lo que se entiende por RSC (Miras *et al.*, 2011; González, *et al.*, 2013; Haro, *et al.*, 2012), aunque la mayoría de ellas giran en torno al mismo asunto (Dahlsrud, 2008<sup>12</sup>). No obstante, la falta de unidad en lo que respecta a la conceptualización obstaculiza el análisis sobre las prácticas que desarrollan las empresas. Lo anterior debido a la dificultad que supone delimitar y definir las fronteras entre las acciones empresariales y las prácticas de RSC. Prueba de lo anterior se encuentra en los estudios de Matten & Moon (2008) y Montiel (2008), quienes realizaron una revisión del concepto de la RSC y encontraron gran variedad de definiciones. Sin embargo, a partir de

<sup>12</sup> El autor, que hace un análisis de contenido sobre 35 diferentes definiciones de RSC, llega a la conclusión de que si bien hay la percepción de una gran variedad de definiciones, realmente no son tantas, ya que todas giran en torno a un mismo asunto pero con diferentes sesgos, dependiendo del contexto en el cual se quiera aplicar. En este sentido, la unificación del concepto tendría que abordarse desde el reconocimiento de las diferencias contextuales de cada región.

estos estudios los autores identificaron algunas propuestas que permitieron avances significativos en la construcción del concepto de RSC. En la Tabla 1 se presenta el resumen de algunas definiciones que, de acuerdo con la literatura, han significado una ruptura y, a la vez, un avance conceptual en el tema, proporcionando mayor claridad y precisión en el análisis del mismo.

Sin pretender exhaustividad, en la Tabla 1 se han considerado aquellos autores que han logrado reconocimiento y aceptación al ser tomados como referentes en la literatura.

**Tabla 1. Definiciones sobre la RSC en el ámbito académico<sup>13</sup>.**

| Nombre                | Definición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-----------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Carnegie, (1889)      | La RSC se limita a la administración de la riqueza por parte de las personas adineradas quienes deben buscar el bien de toda la sociedad.                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Bowen, (1953)         | Se refiere a la idea, ahora ampliamente expresada, de que la aceptación voluntaria de la responsabilidad social por parte de los hombres de negocios es o podrá ser un medio práctico para afrontar los problemas económicos y alcanzar las metas que busca la sociedad.                                                                                                                                                               |
| Frederick, (1960)     | Los empresarios deben supervisar la operación del sistema económico con el fin de garantizar el cumplimiento de las expectativas del público, logrando mejorar el bienestar económico a través de un buen proceso de producción y distribución. En este sentido, los recursos económicos y humanos utilizados en el circuito económico deben servir para fines sociales amplios y no para satisfacer los estrechos intereses privados. |
| Carroll, (1979)       | La responsabilidad social de las empresas comprende los campos económico, jurídico, ético y discrecional que responden a las expectativas que la sociedad tiene de las organizaciones en un periodo determinado.                                                                                                                                                                                                                       |
| Freeman, (1984)       | La responsabilidad social está enmarcada en el concepto de la teoría de los <i>stakeholders</i> o grupos de interés, que identifica cómo, una persona o un grupo de personas, afectan y son afectadas por el logro de los objetivos de las organizaciones.                                                                                                                                                                             |
| Matten & Moon, (2008) | Afirman que la RSC refleja los imperativos y las consecuencias sociales del éxito en los negocios y se compone de políticas articuladas claras, comunicación y prácticas que reflejan la responsabilidad de la empresa con buena parte de la sociedad.                                                                                                                                                                                 |

**Fuente: elaboración propia**

De acuerdo con autores como Yepes, *et al.*, (2007), el periplo se inició con Carnegie (1889), autor del libro *The Gospel of Wealth*, quien fue considerado como pionero en el desarrollo del concepto en una época en la que incluso las acciones filantrópicas eran escasas. Así, su posición fue visionaria en relación con lo que acontecería más adelante, sobre todo en los años posteriores a la

<sup>13</sup>No todos los autores que escriben sobre el tema elaboran una definición propia (Montiel, 2008). Son pocos los estudios sobre la construcción conceptual, sin embargo, ha habido puntos de inflexión en las diferentes etapas de evolución (Yepes, *et al.*, 2007).

gran depresión de 1930, época en la cual la atención a asuntos sociales y laborales, principalmente, fue un elemento necesario para la reconstrucción de la economía a nivel mundial.

Bowen (1953) aportó una visión formal, más estructurada y clara, y es considerado como el precursor del concepto moderno de la RSC, siendo su libro *Social Responsibilities of the Businessman* un hito en la historia de la RSC (Matten & Moon, 2008). Para la década de 1960 fue Frederick (1960) quien avanzó en el concepto cuando incluyó en su propuesta dos elementos importantes: en primer lugar, el relacionado con el reconocimiento de los aspectos humanos como factor determinante en la gestión de la empresa; y el segundo, la inclusión del concepto del interés colectivo sobre el interés común en el ámbito de los negocios (Freeman & Hasnaoui, 2010).

Siguiendo a Montiel (2008), es la definición de Carroll (1979) la más utilizada durante las últimas décadas. El autor afirma que antes de Carroll no se encuentra en los artículos científicos una clara definición que ayude a entender y gestionar los asuntos de la empresa relacionados con la RSC. Carroll (1979) desarrolló un modelo de RSC que involucró los componentes que consideraba, las empresas debían desarrollar, para mantener comportamientos socialmente responsables. Estos elementos son el económico, el legal, el ético y el voluntariado o filantrópico. La propuesta inicial fue ajustada por Carroll en 1991 a partir de la estructuración de la llamada Pirámide de la RSC. No obstante, y reconociendo el avance logrado, la propuesta de Carroll dejó vigente el paradigma económico contenido en las definiciones anteriores (Freeman y Hasnaoui, 2010).

Posterior al planteamiento de Carroll surgió la propuesta de Freeman (1984), cuya definición involucró el concepto de los grupos de interés (*stakeholders*). A partir de ese momento el término de *stakeholders* se ha tenido en cuenta en la construcción del concepto y como elemento fundamental en la práctica empresarial.

En la actualidad, la construcción del concepto de RSC involucra elementos adicionales relacionados con consideraciones de tipo operativo y estratégico. Es así como temas sobre políticas, objetivos, planes y proyectos, se reflejan en las

nuevas propuestas (p. ej.: la propuesta de Matten & Moon, 2008). Otros autores han dado continuidad a la construcción del concepto refinando su aplicación práctica al considerar la RSC como parte de la estrategia empresarial y como un elemento para lograr mayor competitividad (Gómez, 2003; Vicente, Ruiz, Tamayo & Balderas, 2004; Rodríguez, 2007; García, Gibaja, & Mújica, 2009).

Yepes *et al.*, (2007) sintetizaron el concepto cuando definieron la RSC como un consenso, una idea validada colectivamente (paradigma) sobre el comportamiento de los diferentes actores sociales en un determinado espacio llamado empresa. Esta idea se materializa a partir de un juicio de valor que la sociedad, o parte de ella, crea condenando o legitimando la conducta de alguno de sus miembros a través de mecanismos legales, políticos y morales. En este sentido, los autores consideraron que la responsabilidad social es la expresión de una ética sobre lo público, a partir de unos valores sociales compartidos que permiten la legitimación de las acciones empresariales frente a los diferentes agentes sociales.

Desde el punto de vista práctico, autores como Fernández (2009) y Camejo (2007) plantearon que la RSC se resume en la formalización de políticas y sistemas de gestión en los ámbitos económico, social y medioambiental, en la transparencia sobre los resultados alcanzados y, por último, en el escrutinio externo de los resultados (ver también a Moreno, 2004; Cuesta & Galindo, 2005; Giner & Gil, 2006; Lizcano, 2006 y Wagenberg, 2006, entre otros). De acuerdo con lo anterior, una empresa ejerce su RSC cuando satisface las necesidades y expectativas de sus diferentes grupos de interés en temas sociales, ambientales y económicos.

La consolidación de un mercado global, junto con la hegemonía y el poder de las empresas multinacionales, han llevado a los organismos multilaterales, intergubernamentales, no gubernamentales y privados, y al Estado mismo, a incluir el tema de la RSC en la agenda política y privada desde las propias empresas (Berbel, Reyes & Gómez, 2007).

Como consecuencia de lo anterior, existen muchas propuestas conceptuales desarrolladas por estos organismos que han trascendido en los planes y

proyectos de las diferentes organizaciones. Siguiendo a Berbel, *et al.*, (2007; 31) “...Estas miradas enfocan la responsabilidad social corporativa como una acción que trasciende lo accesorio en la empresa”. En la Tabla 2 se muestran algunas de las construcciones conceptuales más difundidas, aportadas por los organismos multilaterales.

**Tabla 2. Definiciones sobre RSC aportadas por organismos internacionales**

| Organismo                                                                        | Definición                                                                                                                                                                                                                                                               |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| La Confederación Española De Organizaciones Empresariales (CEOE). España (1977). | La RSC comprende una serie de actividades tendientes a lograr el progreso y desarrollo de la sociedad, partiendo de unos principios básicos: voluntariedad, diversidad y adicionalidad, acompañados por criterios de transparencia, diálogo, eficiencia y valor añadido. |
| <i>Business for Social Responsibility</i> (BSR), Estados Unidos (1992).          | La RSE es la administración de un negocio de forma que cumpla o sobrepase las expectativas éticas, legales, comerciales y públicas de la sociedad.                                                                                                                       |
| <i>Prince of Wales Business Leadership Forum</i> (PWBLF), Inglaterra (1995)      | La RSC es el conjunto de prácticas empresariales abiertas y transparentes basadas en valores éticos y en el respeto hacia los empleados, las comunidades y el ambiente.                                                                                                  |
| <i>Future Foundation</i> . Reino Unido (1996)                                    | La RSC consiste en que la empresa comprenda y tenga en cuenta los intereses y puntos de vista de las personas y el entorno más amplio en el que se opera de una forma regular.                                                                                           |
| <i>World Business Council for Sustainable Development</i> (WBCSD), Suiza (1999). | Compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de la colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar su calidad de vida.                                |
| Libro Verde (Comisión de las Comunidades Europeas, 2001)                         | Contribución voluntaria de las empresas al logro de una sociedad mejor y un medio ambiente más limpio asumiendo voluntariamente compromisos que van más allá de las obligaciones reglamentarias y convencionales.                                                        |
| Organización Internacional de Empleadores (2003)                                 | Iniciativas desarrolladas por las empresas, de manera voluntaria, que integran inquietudes sociales y ambientales para la gestión de sus operaciones y la interacción con sus allegados.                                                                                 |

**Fuente: elaboración propia**

En América Latina no se ha logrado un avance significativo en materia de RSC, sin embargo, existen progresos importantes en la conformación de organizaciones, tanto nacionales como internacionales, que apoyan y dinamizan el trabajo de las empresas en prácticas y actividades que incluyen nuevos conceptos sobre su papel en la sociedad. Las definiciones aportadas por algunas de las asociaciones y organizaciones más relevantes, que trabajan sobre el tema en América Latina, se recogen en la Tabla 3.

**Tabla 3. Definiciones aportadas por organismos latinoamericanos**

| Nombre                                                                              | Definición                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
|-------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Forum Empresa                                                                       | La RSC es una forma nueva de hacer negocios. Bajo este esquema, la empresa debe gestionar sus operaciones económicas, sociales y ambientales desde una perspectiva sostenible. Además, debe reconocer que sus acciones están dirigidas a la satisfacción de más de un usuario, es decir, debe reconocer a todos aquellos interesados con los que se relaciona: accionistas, empleados, proveedores, clientes y comunidad bajo el esquema de desarrollo sustentable. |
| Red Puentes                                                                         | La RSC es el equilibrio entre la rentabilidad económica, el respeto a los derechos humanos, el bienestar social y la protección ambiental.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| CRS Américas del Banco Interamericano de Desarrollo                                 | Define el desarrollo sostenible empresarial como la visión de largo plazo que busca el equilibrio entre el crecimiento económico, progreso social y el balance ecológico, dentro de un proceso de mejoramiento continuo de la acción empresarial que garantice una mejor calidad de vida para las generaciones presentes y futuras.                                                                                                                                 |
| Red regional del <i>World Business Council For Sustainable Development</i> (WBCSD). | La RSC es el compromiso que tienen 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.                                                                                                                                                                                                                                          |
| FOCAL (Fundación Canadiense Para Las Américas)                                      | La RSC se traduce en la promoción del buen gobierno, la prosperidad económica y la justicia social, basada en principios de integridad intelectual, diversidad racial e igualdad de género.                                                                                                                                                                                                                                                                         |

**Fuente:** elaboración propia

Una característica particular de la región es el dominio de posiciones foráneas, producto del influjo de las empresas multinacionales. Como consecuencia de lo anterior, en América Latina la conformación del concepto formal de RSC ha estado afectada por las corrientes instituidas en los países desarrollados (Kolk & Van Tulder, 2010), conservando en la práctica un alto grado de filantropía y beneficencia, producto de la fuerte influencia de la tradición y la religión.

Si bien, existen diferentes definiciones y conceptos, también se encuentran coincidencias entre las distintas propuestas, ya que estas recogen características y elementos similares (Haro et al., 2012). Siguiendo a Correa *et al.*, (2004), las características comunes compartidas entre las múltiples definiciones son las siguientes:

- La relevancia social de la empresa. El papel de la empresa no puede limitarse exclusivamente a su actividad económica. Los efectos de sus operaciones sobre la sociedad deben tenerse en cuenta, y en tal sentido, la empresa estará obligada a ejecutar acciones que permitan minimizar los impactos negativos, interiorizando los costos sociales y ambientales, y

manteniendo los impactos positivos para el bienestar de las personas y el mantenimiento del medioambiente.

- La gestión de efectos. Tiene que ver con la identificación y gestión de los impactos de la empresa a lo largo de su cadena de valor que afectan tanto a su público interno como al externo, incluyendo el impacto al medio ambiente y a la sostenibilidad económica de la sociedad.
- Consulta y comunicación con públicos interesados. Teniendo en cuenta que la RSC involucra diversos agentes interesados en la actividad de la empresa, la comunicación y el diálogo son imperativos en su desarrollo. Es así como la transparencia es un elemento transversal al tema de la RSC y como tal, requiere de mecanismos para su ejecución. Se parte de la premisa de que la empresa no puede medir sola su relevancia social y tiene, además, un conjunto de agentes interesados propios de su entorno, por lo que deberá no solo informarles, sino también establecer relaciones y contar con su opinión y participación en el diseño de su gestión en temas relacionados con la RSC.

Yepes *et al.*, (2007) manifiestan que los puntos de encuentro se sitúan en torno a las actividades de la empresa, concentradas en la mitigación de sus efectos y en el reconocimiento de los grupos de interés. Otros autores, como Corres (2004), encuentran el carácter voluntario como un elemento común en las diferentes definiciones motivado por la falta de claridad conceptual y la usencia de una legislación que la regule. En cuanto a las diferencias, Yepes *et al.*, (2007) sostienen que estas giran en torno a las motivaciones para ejecutar acciones de RSC, el poder de decisión de la empresa frente a la ejecución de acciones de responsabilidad social y la necesidad de realizar inversiones de recursos en las mismas.

Ante la falta de unidad de criterio frente al concepto, para esta investigación se acogerá la definición aportada por *Forum Empresa*, para quien la RSC es "...una forma nueva de hacer negocios, donde la empresa debe gestionar sus operaciones económicas, sociales y ambientales desde una perspectiva sostenible. Adicionalmente, debe reconocer que sus acciones están enfocadas

a la satisfacción de más de un usuario, es decir, debe reconocer a todos aquellos interesados con los que se relaciona: accionistas, empleados, proveedores, clientes y comunidad bajo el esquema de gestionar hoy para la sostenibilidad futura no solo de la empresa, también de las futuras generaciones”<sup>14</sup>.

El criterio que fundamenta la elección de este concepto obedece a dos razones. En primer lugar, la mencionada definición recoge los elementos de otras concepciones a nivel internacional, como son sus dimensiones (económica, social y medioambiental), la inclusión del concepto de sostenibilidad y el reconocimiento de los grupos de interés. Por otro lado, el radio de acción que tiene esta organización, ya que convoca a 19 países de América bajo un mismo programa y bajo sólidos intereses comunes.

Después de haber definido el origen y delimitado el concepto, es necesario delimitar también su campo de acción, considerando el amplio espectro que compromete la RSC en el interior de las organizaciones. El siguiente apartado busca esclarecer estos límites y determinar las categorías de la RSC que se deben tener en cuenta.

### **2.1.3 Categorías.**

De acuerdo con Castillo (2002) el contenido de la responsabilidad de la empresa es cambiante, dependiendo de factores tales como su dimensión, sector de actividad, influencia, contexto geográfico, histórico, político y social, por lo que es de esperarse que los contenidos de la RSC cambien de acuerdo con la época y el ámbito geográfico. Sin embargo, y debido a su carácter voluntario, no existe de manera formal una norma o legislación que establezca cuáles deben ser los campos de acción o las categorías que componen la RSC.

Como lo manifiesta Lizcano (2009), las empresas han tenido una transformación significativa, lo que ha conducido a que las demandas del mundo globalizado

---

<sup>14</sup>Esta ONG se constituyó como una alianza hemisférica de organizaciones empresariales, que tiene como objetivo principal promover prácticas de responsabilidad social en la región. Dentro de sus actividades está la de apoyar a las empresas de la región para compatibilizar el éxito comercial, demostrando respeto por los valores éticos en sus negocios y en la relación con sus empleados, con la comunidad y con el medio ambiente. Forum Empresa es una red de 21 organizaciones sin fines de lucro, de base empresarial, que promueve la RSC en todas las Américas, desde Canadá hasta Chile. Tiene presencia en 19 países y cuenta con cerca de 3.400 empresas asociadas a sus miembros y afiliados. (para ampliar la información se puede consultar <http://www.empresa.org/>).

exijan cada vez más la responsabilidad y la transparencia de las organizaciones, obligándolas a la inclusión de otras categorías que cumplan con las demandas de los diferentes grupos de interés.

En este orden de ideas, un elemento que se agregó a las actividades de responsabilidad social fue la preocupación por el medioambiente, que se acentuó en los años 70 y se consolidó en la década de 1980, consecuencia de los graves desastres medioambientales, como los ocurridos con el superpetrolero *Torrey Canyon* el 18 de marzo de 1967 en las Islas Scilly, al Suroeste de Cornwall (Inglaterra), y el escape de una nube tóxica de la planta de pesticidas de Unión Carbide en Bhopal, India, en 1984, entre otros<sup>15</sup>. El calentamiento global producido por la tala de bosques, el vertido de desechos tóxicos al mar y a la atmósfera, la explotación irracional de recursos naturales no renovables y las prácticas productivas sin control que realizan las empresas, han sido temas que ocupan la agenda internacional y las presionan para incluir dentro de sus actividades y responsabilidades los asuntos relativos a la RSC.

Autores como Deegan & Gordon (1996), Deegan, *et al.*, (2002) y López & Rodríguez (2004) dan cuenta de la importancia que estos desastres han tenido en la toma de conciencia sobre la gran responsabilidad de las empresas frente a las comunidades del entorno en que despliegan su actividad productiva. Las situaciones descritas han dado lugar a un fuerte y dinámico movimiento ecologista liderado por diferentes agentes sociales. En primer lugar, están las organizaciones no gubernamentales que luchan por un mejor cuidado del medio ambiente<sup>16</sup>, lo que ha generado diferentes corrientes desde la sociedad civil que exigen una mayor responsabilidad corporativa (Deegan, *et al.*, 2002).

En segundo lugar, los organismos estatales han presentado propuestas jurídicas encaminadas a diseñar normas para reglamentar el quehacer empresarial en materia medioambiental<sup>17</sup> y, por último, se encuentra la academia con el

---

<sup>15</sup>Otros hechos que marcaron esta tendencia fueron la explosión del reactor nuclear registrada en Chernóbil el 26 de abril de 1986; el vertido de petróleo causado por el buque-tanque Valdés de la Exxon, ocurrido frente a las costas de Alaska el 24 de marzo de 1989; el del petrolero Mar Egeo, el 3 de diciembre de 1992, frente a la entrada del puerto de La Coruña, en España, entre otros.

<sup>16</sup> Ejemplo de ello es la ONG *Green Peace*, cuya actividad es reconocida mundialmente.

<sup>17</sup> P. ej.: el Decreto 1220 de 2005 en Colombia que restringe las licencias para la ejecución de proyectos o actividades productivas que puedan generar un deterioro grave a los recursos naturales no renovables o al medioambiente o introducir modificaciones considerables o notorias al paisaje. En España se encuentra el

desarrollo de diferentes líneas de investigación orientadas a revisar el comportamiento de las empresas frente al tema medioambiental (p. ej.: Archel & Lizarraga, 2001; Brammer & Pavelin, 2006 y Llena, Moneva & Hernández, 2007, entre otros).

De otro lado, la crisis de confianza desatada por los escándalos financieros y la quiebra de grandes corporaciones debido al uso inapropiado de los recursos, ampliaron el espectro de la responsabilidad de las empresas. En palabras de Perdiguero & López (2005), estos escándalos han tenido un indiscutible efecto en la destrucción de la confianza de los ciudadanos en la gestión de las grandes empresas. La situación descrita motivó la aparición de propuestas encaminadas a mejorar el manejo de los recursos, la administración de las empresas y la transparencia corporativa.

Los principios de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE por sus siglas en inglés), la Ley Sarbenes Oxley y movimientos como el *Business Ethics* y los informes Cadbury, Winter, Higos; los españoles Olivencia, Aldana, etc., orientados hacia el tema de gobierno corporativo son algunos ejemplos de esta tendencia (Ayala, 2007)<sup>18</sup>.

Bajo este panorama, la acción de la responsabilidad social de las empresas amplió su frontera y pasó a incluir asuntos relacionados con la ética en los negocios, el respeto a los derechos humanos, el impacto de las empresas en las comunidades de su entorno, el respeto por el consumidor, la seguridad de los productos, la corrupción y el manejo económico responsable de los recursos.

Desde el ámbito académico se proponen modelos que buscan acoger este nuevo paradigma. Carroll (1991), por ejemplo, planteó un modelo que incluye los nuevos ámbitos de actuación de la RSC (ver Figura 2). El modelo considera cuatro categorías que el autor denomina responsabilidades: económicas,

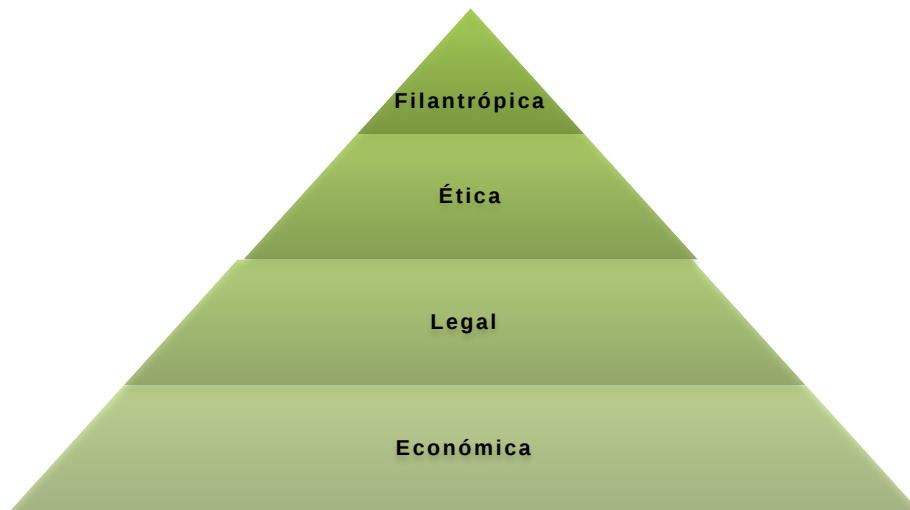
---

estándar contable del 25 de marzo de 2002 que obliga a las empresas a incluir información sobre el medioambiente en sus informes anuales.

<sup>18</sup> Estos hechos motivaron la aparición de iniciativas como las directrices de la OCDE para las compañías multinacionales que consisten en una serie de recomendaciones dispuestas por los gobiernos a las empresas multinacionales, dirigidas a motivar una conducta empresarial responsable, compatible con las legislaciones de cada país. La Ley Sarbanes Oxley en Estados Unidos, motivada por los escándalos de las corporaciones en Estados Unidos es otro ejemplo de estas preocupaciones. Esta ley busca mejorar los controles y garantizar una mayor transparencia de la información financiera.

legales, éticas y filantrópicas (o voluntarias). Wood (1991a), citado por Ayala (2007), hace una propuesta diferente que contempla tres niveles: el nivel institucional, el nivel corporativo y el nivel individual.

**Figura 2. Pirámide de la Responsabilidad Social de Carroll**



**Fuente: Carroll (1991)**

Para la década de 1990 se ampliaron los campos de interés de la responsabilidad social de las empresas; asuntos como la ética empresarial, la teoría de los grupos de interés, el comportamiento social de la empresa y el concepto de “ciudadanía empresarial” mostraron una visión más amplia del problema (Castillo, 2002). Como se puede observar en el modelo de Carroll (1991), la responsabilidad económica ocupa un primer nivel, lo cual muestra la importancia que el autor atribuye a esta dimensión, dejando en último lugar las responsabilidades filantrópicas. El modelo de Carroll ha sido ampliamente aceptado, ya que su propuesta introduce la RSC en la estrategia empresarial, de manera que pueda ser gestionada y esté alineada con los objetivos corporativos.

Autores como Mamos & Vidal (2005) propusieron dos dimensiones sobre las cuales se debe gestionar la RSC, la interna y la externa, clasificando sus categorías de acuerdo con los grupos de interés. En su propuesta, los temas sociales y medioambientales están igualmente presentes. Los factores económico y legal no están explícitos pero se supone incluidos, puesto que para lograr el desarrollo de las dos categorías mencionadas, la empresa debe lograr un equilibrio financiero y un óptimo manejo de los recursos. (Ver Tabla 4).

**Tabla 4. Composición de la RSC**

| <b>Dimensión Interna</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              | <b>Dimensión Externa</b>                                                                                                                                                         |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>Prácticas responsables en el ámbito social:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gestión de recursos humanos</li> <li>• Salud y seguridad en el trabajo</li> <li>• Ajustes empresariales (en épocas de crisis)</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                  | Apoyo a actividades lúdicas, deportivas o culturales a nivel local.                                                                                                              |
| <i>Prácticas respetuosas con el medioambiente:</i> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reducción del consumo de materiales por <b>output</b>.</li> <li>• Reducción del consumo de energía por <b>output</b>.</li> <li>• Aumentar el reciclaje de los materiales a lo largo del ciclo de vida del producto.</li> <li>• Promover la utilización sostenible de recursos renovables.</li> <li>• Favorecer la durabilidad de los objetos</li> <li>• Aumentar el aprovechamiento de los bienes y servicios.</li> </ul> | Colaboración con organizaciones de defensa del medio ambiente.<br><br>Fomento del desarrollo económico local.<br><br>Realización de donaciones para acciones de interés general. |

**Fuente:** elaboración propia a partir de Mamos & Vidal (2005)

Para Casado (2006) las categorías de la RSC se pueden resumir en los siguientes elementos: derechos humanos, gobernanza, ética y buena conducta, desarrollo económico local, normas de seguridad e higiene, sostenibilidad medioambiental y principios de igualdad. Areizaga (2004), por su lado, propone que las categorías que conforman la responsabilidad social se relacionan con la obtención de beneficio (eficiencia de bienes y servicios), el cumplimiento del marco jurídico, el respeto al medio ambiente y las relaciones con los trabajadores, el comportamiento ético de la dirección, el beneficio de la comunidad (los más desfavorecidos) y la comunicación transparente y veraz.

En la misma dirección, los organismos multilaterales han contribuido a precisar las categorías que componen la RSC. Iniciativas como el Pacto Mundial de las Naciones Unidas, las líneas directrices de la OCDE, El Libro Verde de la Comisión Europea, La declaración tripartita de la OIT, El Foro Europeo *Multistakeholder*, el *Global Reporting Initiative* (para el tema de transparencia), la ISO14000, la propuesta de la ISO26000, la SA8000 y la AA1000, entre otras, son iniciativas que han alimentado y establecido los contenidos de la RSC (Fraile & Fradejas, 2012).

De una forma u otra, las diferentes propuestas coinciden en afirmar que la empresa debe responder a las necesidades de sus *stakeholders* y, además, responder a las necesidades de la sociedad si quiere ser sostenible en el tiempo,

por lo que las categorías que se perciben en cada propuesta engloban asuntos relativos al medio ambiente, la comunidad, los consumidores, los empleados, la ética empresarial, que incluye el tema de gobierno corporativo (Fraile & Fradejas, 2012), y la sostenibilidad financiera.

#### **2.1.4 Tendencias.**

Dos son las corrientes principales que han caracterizado el desarrollo de la RSC. La primera, marcada por el interés económico que sostiene que la obligación de la empresa es generar beneficios económicos, aunque no desconoce la responsabilidad social como un objetivo colateral a la función de la empresa (Argandoña, 2005); la segunda, la corriente social, que considera a la empresa como un actor “socializador”<sup>19</sup> que debe buscar el equilibrio a partir de una nueva cultura compartida, en la cual el trabajo consensuado debe ser el modo de operar de las organizaciones.

Si bien, la segunda corriente es la que parece imperar en la actualidad, aún quedan preguntas por resolver. La primera pregunta, recurrente y no resuelta, es el tema de la relación entre las actividades de RSC y el desempeño financiero. Algunos trabajos académicos se han centrado en identificar esta relación (ver p. ej.: Waddock & Graves, 1997; Allouche & Laroche, 2005; Mahoney & Roberts, 2007; Albareda & Balaguer, 2008, entre otros) con el fin de determinar si la RSC genera valor para los accionistas y para la sociedad en general (Ruiz, 2007); algunos han buscado esta relación midiendo la correlación entre el desempeño financiero y la pertenencia a un índice de responsabilidad social como el *The Dow Jones Sustainability Index* (p. ej.: el trabajo de Byus, et al., 2010), sin embargo, los resultados no son concluyentes<sup>20</sup>.

---

<sup>19</sup> Este enfoque surge a partir de la nueva reorganización de las funciones sociales que pasan del Estado a la empresa privada, lo que genera necesariamente que éstas deban asumir compromisos más allá de los estrictamente económicos, ya que el centro de la vida social gira alrededor de la actividad empresarial. La hegemonía de la empresa con la privatización de muchas de las funciones del Estado son la causa de este cambio. Además, el notable poder económico de las grandes corporaciones les ha otorgado una enorme capacidad de influir e intervenir en lo político y lo social.

<sup>20</sup> Los estudios que tratan de explicar esta relación se han incrementado durante los últimos años, sin embargo, por diferentes razones (tamaño de la muestra, característica del país de origen, inconsistencia metodológica, etc.) no hay un resultado concluyente que pueda avalar esta relación. Tampoco se ha encontrado la variable o variables exactas que influyen en el desarrollo de la RSC, ya que se trata de un problema complejo en el que confluyen múltiples variables financieras y no financieras (Allouche y Laroche, 2005).

La segunda pregunta tiene que ver con la posibilidad real del desarrollo de la RSC en un sistema capitalista neoliberal, ya que ésta involucra un nuevo concepto de redistribución de la riqueza que claramente va en contravía de los preceptos del capitalismo. Así, si la actividad de la empresa genera externalidades negativas cuyo costo debe ser cubierto por la firma, la tendencia será a rechazar esta propuesta, ya que el objetivo principal de la empresa, como institución económica que debe actuar con criterios de eficiencia, es maximizar beneficios, por lo que no estará dispuesta a asumir costos adicionales. Bajo este criterio, el tema de la RSC tenderá a desaparecer<sup>21</sup>.

De acuerdo con lo anterior, autores como White (2005), afirman que la configuración actual de la sociedad no es sostenible en el tiempo, puesto que el poder logrado por las grandes corporaciones, que generó un abandono por parte del gobierno de algunas de sus obligaciones sociales, produciría un efecto contraproducente que tomaría una de estas vías: que las tensiones entre sociedad-empresa-gobierno logren cambiar nuevamente el panorama económico retornando al Estado sus obligaciones primarias (lo que daría lugar a la desaparición de la RSC); o que las empresas logren mantener su relación de poder e implementen la RSC como muro de contención para los conflictos e inconformidades de la sociedad, lo que generaría una tensión permanente entre la empresa y los grupos de interés, incluyendo al Estado mismo.

La tercera pregunta tiene que ver con la posibilidad de su implementación normativa. Aunque en Europa el desarrollo de la RSC fue más normativo y restrictivo que en Estados Unidos (Acquier, 2005), el carácter voluntario de su aplicación ha permanecido y ha permeado las iniciativas en todo el mundo. Existen posiciones desde el sector privado en contra de la obligatoriedad de la RSC (Enrique, Chumpitaz, Andreu & Swaen, 2005) bajo el supuesto de que el Estado, entendido como un estado social de derecho, implementaría políticas que mejorarían el panorama social. Adicionalmente, como un segundo

---

<sup>21</sup>El fenómeno de la globalización ha permitido que las empresas logren mantenerse y legitimarse aun presentando comportamientos contrarios a la filosofía de la RSC. Esto se puede evidenciar con el funcionamiento de las empresas multinacionales que logran mantener sus beneficios económicos atomizando su producción, llevándola a espacios geográficos donde hay mayor laxitud en las leyes laborales, ambientales y comerciales. Otro mecanismo utilizado por las empresas es el uso del *marketing* para mantener y mejorar su imagen corporativa.

argumento, al hacer obligatoria la RSC se generaría un impuesto social indirecto que difícilmente las empresas asumirían sin menoscabar su músculo financiero.

A pesar del carácter voluntario de la aplicación de la RSC, existen regulaciones en lo ambiental y laboral en la mayoría de los países, aunque no parecen ser medidas suficientes frente al importante impacto que aún tiene la actividad empresarial. Por este motivo existe cada vez más presión para implementar leyes y normas que ayuden a regular y minimizar estos impactos, con lo cual se busca mayor equidad social y la reducción del riesgo ambiental que genera la explotación indiscriminada de los recursos naturales y la utilización de elementos contaminantes en la producción, así como la disposición de desechos tóxicos.

En conclusión, no hay claridad sobre el futuro de la RSC, a pesar de ser un imperativo categórico en la sostenibilidad empresarial; su futuro dependerá del resultado del pulso político y social frente a los mecanismos que se deben utilizar para mantener el desarrollo económico y la sostenibilidad social y ambiental. Los últimos acontecimientos mundiales parecen marcar el camino hacia una reconfiguración del poder económico global que vendrá acompañado de políticas restrictivas en el campo laboral y social y que definirán el camino de la RSC .

## **2.2. La RSC en América Latina**

Se puede decir que la historia de la RSC en América Latina se divide en cinco fases o periodos. Un primer periodo en el cual se realizaban actividades de tipo benéfico con un carácter marcadamente religioso. Un segundo periodo de desarrollo de la filantropía, en el cual los protagonistas principales de la vida nacional en las diferentes regiones eran el Estado y las empresas. Un tercer momento, caracterizado por la aparición formal de las fundaciones que desarrollaban acciones de tipo benéfico. En la cuarta fase, enmarcada en la década de 1980, apareció el concepto de inversión social y, para la década de 1990, que corresponde a la quinta fase, se incluyó el tema en las agendas empresariales y se comenzó a utilizar el término de RSC de manera formal. Ya para el siglo XXI el término es ampliamente utilizado por diferentes sectores con un vasto reconocimiento en los ámbitos empresarial, académico y gubernamental (Vives *et al.*, 2005).

Hay en la región una importante dinámica en cuanto a las prácticas y actividades de RSC por parte de las empresas y otros agentes privados. Existe una variedad de iniciativas de tipo social que tienden a mejorar las condiciones de vida de los empleados y la comunidad. Sin embargo, la reflexión sobre la materia es un aspecto relativamente nuevo, pues hasta hace unos pocos años la RSC era todavía una consideración secundaria en los negocios de las empresas latinoamericanas.

En la actualidad, el lenguaje de la RSC es cada vez más común entre los empresarios de la región. Así, del enfoque tradicional de la filantropía como primera relación entre la empresa y la sociedad, se ha ido avanzando lentamente hacia la concepción de la RSC como parte de la gestión de los negocios y se ha logrado que aspectos como el comportamiento ético de la empresa, las condiciones de los trabajadores, el desarrollo comunitario y el impacto sobre el medio ambiente se incorporen en las agendas empresariales y gremiales (CEPAL, 2004).

La responsabilidad social en América Latina se caracteriza por la diversidad que existe en torno a esta temática en cada país, derivada de las diferencias en sus prácticas empresariales, su propia historia local o el nivel de exigencia de los consumidores. Así por ejemplo, en México hay una fuerte presencia de problemas relacionados con las comunidades indígenas, mientras que en Colombia predomina el tema afrodescendiente por ser un país con un alto índice de población negra y esto marca de manera importante la agenda de gobierno y los temas empresariales en lo que respecta a la comunidad. En Chile, país con una predominante industria extractiva, los problemas más relevantes giran alrededor del deterioro medioambiental y la ocupación de territorios indígenas.

La preocupación por la responsabilidad social en la región ha sido liderada principalmente por organizaciones sin ánimo de lucro con origen en Europa o Estados Unidos, apoyadas por grandes empresas multinacionales que operan en la región y que promueven el carácter voluntario de la RSC (Correa, *et al.*, 2004). Esto es así porque en un mundo globalizado como el actual, las empresas multinacionales están sujetas a un escrutinio social cada vez más amplio (Lecuona, 2007), y para mantener su reputación e imagen corporativa deben

garantizar el cumplimiento de estándares, normas y valores corporativos en las operaciones y negocios que tengan con los países en desarrollo. Producto de esta influencia, en América Latina la conformación del concepto de RSC ha estado marcada por las corrientes instituidas en los países desarrollados, aunque conservando en la práctica un alto grado de filantropía y beneficencia.

### **2.2.1 La RSC en Chile.**

La RSC en Chile, como sucede en otros países latinoamericanos, se practica por medio de acciones filantrópicas o benéficas con una marcada influencia de la Iglesia Católica. Aunque la literatura sobre este aspecto es escasa, existen trabajos valiosos como Agüero (2002) y Teixidó, *et al.*, (2002) que permiten examinar su evolución.

Dos elementos explican los orígenes de la RSC en Chile. Por un lado, la crisis del salitre que generó un cambio en la actitud de los empresarios, quienes en colaboración con la Iglesia Católica, acometieron las primeras actividades orientadas a mitigar las falencias del Estado y el fuerte impacto que tuvo la explotación del mineral en el medio ambiente y en la sociedad durante este periodo (Teixidó, *et. al.*, 2002; Fuenzalida & Torres, 2008). Por otro lado, el proceso de apertura, desregulación y globalización de la economía chilena, producto de las políticas dictatoriales del presidente Pinochet, que lograron desarticular aún más la RSC de la estrategia de la empresa, reduciéndola a simples acciones filantrópicas y benéficas bajo el poder del sector religioso (Agüero, 2002; Teixidó, *et al.*, 2002; Suárez, 2007).

Las empresas multinacionales han representado un papel preponderante en el ámbito de la RSC. Al igual que ha sucedido en otros países, la inversión extranjera y el establecimiento de empresas foráneas en la región, impulsaron la adopción de modelos de responsabilidad social (Suarez, 2007). Sin embargo, para el caso de Chile, esto ha sido contradictorio, ya que los modelos ofrecidos han sido implantados desde el extranjero y no se han alineado con la cultura y las expectativas de la sociedad (Agüero, 2002). Más aun, el tema de la transparencia informativa, que en otros espacios hace parte inequívoca de la RSC, puede no ser percibido de la misma manera en Chile a raíz de los rezagos

del conflicto generado en la dictadura y el duro proceso de transición que aún hoy hace parte de la agenda pública.

En la actualidad se pueden observar dos tendencias que marcan el accionar de la RSC en Chile. La primera tiene un carácter benéfico guiado por principios religiosos que se materializa en donaciones en dinero destinadas al apoyo de los grupos marginales a través de entidades sin ánimo de lucro. La segunda, bajo un concepto más moderno de RSC, tiene un carácter estratégico desde el punto de vista del negocio, aunque conserva el enfoque corto placista, materializado en actividades destinadas a apoyar las redes de los dueños o accionistas que se ocupan de programas o proyectos sociales (Texiodó *et al.*, 2002). Esta figura está muy cercana a lo que sucede en Colombia y México con las empresas familiares que destinan recursos a aquellas redes personales e informales de acuerdo con sus gustos o preferencias.

### **2.2.2 La RSC en Colombia.**

En los inicios del siglo XX se pueden encontrar las primeras manifestaciones de RSC en Colombia, bajo la figura de actividades de caridad, dirigidas hacia las poblaciones más pobres y marginadas. Estas actividades, esporádicas y desarticuladas, eran realizadas por empresarios líderes de la región y se canalizaban a través de la Iglesia Católica (Agüero, 2005; Casas, Oberlaender & Sanín, 2007). Es importante, en el contexto colombiano y latinoamericano, no perder de vista que fueron algunos sectores de la Iglesia Católica los que asumieron, desde la época de la conquista, la defensa de las poblaciones marginadas (indígenas, afro-decendientes, campesinos), tradición filantrópica y de beneficencia que se ha mantenido hasta nuestros días (Rojas & Olaya, 2012).

Los procesos de industrialización, el desarrollo de la explotación cafetera y la dinámica lograda por la actividad económica, impulsaron al empresariado a adoptar de manera más sistemática acciones filantrópicas con el fin de suavizar las tensiones sociales y lograr mayor movilidad en su actividad empresarial. La época de la violencia, como se llamó a la guerra civil que tuvo lugar en Colombia durante la década de 1950, y la entrada de los grupos de izquierda durante la

década de 1960, afianzaron las actividades filantrópicas que buscaban atenuar los efectos del conflicto.

La creación de fundaciones fue una de las características principales de este movimiento filantrópico; estas organizaciones, creadas con capital privado y con el apoyo del gobierno, se encargaron de realizar actividades de tinte asistencialista dirigidas especialmente a proteger y mejorar la calidad de vida de los trabajadores y sus familias. De esta manera se estrechaban los vínculos con los asalariados y se reducían las tensiones que el conflicto generaba (Casas *et al.*, 2007).

Durante los años 70 y 80 la dinámica continuó y surgieron nuevas fundaciones empresariales, sin embargo, no se dio un cambio importante en la concepción de las actividades sociales empresariales y se mantuvo el enfoque filantrópico y benéfico que se había implantado hasta aquel momento. Para los últimos años de la década de 1990 e inicios del siglo XXI, el fuerte deterioro de las instituciones, los problemas de narcotráfico y violencia por parte de grupos armados, las presiones extranjeras para fomentar actividades que permitieran una mayor equidad económica y una mayor justicia social, sumado a los procesos de industrialización y globalización, impulsaron y reactivaron la actividad filantrópica de las organizaciones sin ánimo de lucro y la creación de más fundaciones.

Los fuertes cambios sociales y económicos experimentados en la región lograron impulsar poco a poco la apropiación del concepto de la RSC, lo que llevó a ampliar el ámbito de acción de las fundaciones, incorporando otros espacios de actuación y desarrollando actividades dirigidas a un número plural de agentes (Agüero, 2002; Sanborn & Portocarrero, 2003; Casas *et al.*, 2007). Para Casas *et al.*, (2007), a pesar de todo, la labor de algunas fundaciones ha generado un sentimiento antiempresarial, fruto del descontento social creado por la pronunciada inequidad económica, lo cual motivó la desconfianza y la ruptura de vínculos entre el tejido empresarial, los trabajadores y la comunidad. Como resultado de esta situación las empresas se han preocupado por ampliar el ámbito de la responsabilidad social, pues han visto la necesidad de repensar el papel de las fundaciones.

No obstante, las fundaciones han logrado un sustancial desarrollo y han realizado significativos aportes, inclusive desde lo económico, a los sectores más deprimidos de la población. No así las organizaciones promotoras de la RSC, como el Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible (CECODES) y el Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial (CCRE) que no han logrado mayor cohesión. Una de las razones para que esto sea así, según Agüero (2002), es que tales organizaciones fueron creadas al margen de la iniciativa empresarial, lo que generó un desconocimiento por parte de las empresas, que prefieren continuar con esfuerzos aislados, ya que no se ven representadas por estas organizaciones.

En consecuencia, autores como Agüero (2002) y Casas *et al.*, (2007) han argumentado que en Colombia las actividades de RSC tienden a parecerse más a acciones filantrópicas, contrario a países como Brasil y Chile, donde han logrado acercarse más al concepto. Por el contrario, para Sanborn & Portocarrero (2003), son Brasil y Colombia los países más dinámicos en América Latina en la realización de acciones filantrópicas y de RSC<sup>22</sup>. En conclusión, y de acuerdo con lo expuesto en los apartados anteriores, la RSC en Colombia se encuentra apenas en etapa embrionaria, y aunque, como lo manifiestan Gutiérrez, Avella & Villar (2006), ya está en las diferentes agendas públicas y privadas, su inserción en la vida empresarial aún está lejos. Se requiere de la voluntad política del Estado y de las empresas, además de una mayor apropiación del concepto, para, finalmente, desligarla de la concepción filantrópica.

### **2.2.3 La RSC en México.**

México, al igual que la mayor parte de los países del centro y sur de América, comparte una fuerte tradición filantrópica y de beneficencia, la cual se mantiene a pesar de los cambios implementados, constituyéndose las empresas en las

---

<sup>22</sup>Sanborn y Portocarrero (2003;15) muestran cómo, en encuestas realizadas en varios países de la región, entre el 85% y el 90 % de las grandes corporaciones en Colombia realizan algún tipo de actividad filantrópica como donaciones financieras o en especie, programas dirigidos al bienestar de los empleados, programas de voluntariado y actividades directas de tipo social. En términos de inversión, para el año 2000 se identificaron 94 fundaciones que poseían activos por valor aproximado de US\$1.000 millones lo que equivaldría al 1% del PIB y al 54% del gasto público total. De este grupo, solo 10 grandes fundaciones abarcaban el 97.7% del total de activos.

herederas de esta costumbre (Agüero, 2002). Como consecuencia de la gran influencia que ejerció la Iglesia Católica en el desarrollo de la nación, durante los procesos de la conquista y de la colonia, las actividades sociales eran dirigidas por el clero, y aunque las actividades benéficas fueron secularizadas por el Estado, las organizaciones católicas se mantuvieron<sup>23</sup>. Las acciones llevadas a cabo en México, al igual que en Colombia, se han orientado hacia la protección de los indígenas, los pobres y los desamparados (Pérez, 2006).

Una diferencia importante, frente al proceso vivido en Colombia, tiene que ver con las decisiones tomadas por el Estado en el siglo XIX con la secularización de la beneficencia pública realizada por Benito Juárez en 1860, que condujo a la creación de la Dirección General de Fondos de Beneficencia, adscrita al Ministerio del Interior. La nacionalización de las propiedades de la Iglesia Católica frenó las donaciones de las organizaciones privadas, lo que trajo como consecuencia que el Estado asumiera las acciones de beneficencia (Agüero, 2002). Sin embargo, al carecer el Estado de recursos para atender las crecientes demandas de asistencialismo, promulgó leyes fiscales y garantías legales que fomentaron la caridad privada, permitiendo que organizaciones benéficas privadas laicas y eclesiásticas retomaran las actividades de esta naturaleza (Agüero, 2002; Pérez, 2006).

En la década de 1970, las donaciones privadas recibieron un fuerte impulso. Se creó la Asesoría de Microempresas Asociación Civil (ADMIC A.C.), que comenzó su andadura en 1979, y se conformaron así los grandes patronatos de las universidades privadas que dinamizaron el proceso (Pérez, 2006). En ese periodo sobrevino un fenómeno importante. Reconocidos empresarios, asociados a grandes compañías y fundaciones, iniciaron actividades de tipo filantrópico, muy cercanas al concepto actual de RSC<sup>24</sup>. Si bien, estas acciones eran aisladas y se hacían de manera voluntaria, esto generó una mayor conciencia sobre la necesidad de involucrar acciones de responsabilidad social vinculadas a las actividades empresariales.

---

<sup>23</sup>Un ejemplo de esta situación lo presentan Sanborn y Portocarrero (2003) con la Nacional Monte de Piedad (NMP), organización fundada hace 228 años y que aporta aproximadamente el 40% del total de las donaciones hechas por fundaciones privadas en el país y atiende a más de ocho millones de personas.

<sup>24</sup>Un tercio de las 74 fundaciones privadas donantes de México pertenecían o habían sido fundadas por individuos o familias (Pérez, 2006)

Las catástrofes naturales acaecidas en 1985 generaron un despertar de la conciencia social y el papel de las ONGs se inclinó hacia el campo económico. En 1988 fue creado el Centro Mexicano para la Filantropía (CEMEFI), como una iniciativa privada, cuyo objetivo era desarrollar la filantropía en México y en el extranjero. Durante los años noventa se expandió aún más el llamado tercer sector, se fundó la Comisión Nacional de los Derechos Humanos y se desarrolló una estrecha colaboración entre estas organizaciones y el Estado (Pérez, 2006).

Durante la primera década del presente siglo, debido a las políticas del presidente Fox, se propagó un clima más favorable para la participación de las empresas en la inversión social y la creación de organizaciones privadas con el mismo fin. Sin embargo, de acuerdo con Weyzig (2007), la RSC en México se encuentra aún en una fase temprana, ya que los gerentes o dueños de empresa no relacionan las acciones filantrópicas con el negocio y no buscan la interacción con la sociedad civil.

Para Pérez (2006), no obstante, durante los últimos años se ha despertado una conciencia civil que ha llevado a aumentar la influencia a través de la conformación de grupos de presión. La autora sugiere que las razones de este “despertar” pueden atribuirse a los continuos desastres naturales y a la desconfianza que se ha suscitado sobre la clase dirigente y las empresas, en virtud de los continuos escándalos financieros y de corrupción de los últimos años. A las razones anteriores, Agüero (2002) añade la falta de confianza en los procesos de globalización y la injerencia de las multinacionales en la región, motivada por la cercanía fronteriza con los Estados Unidos.

Siguiendo a Agüero (2002), se observa que en México existen dos formas de aplicar acciones benéficas o filantrópicas. La primera, con el concurso personal de los dueños de las empresas, sobre todo en el caso de empresas familiares, en donde se crean redes personales e informales. Estas actividades se mantienen al margen de la estrategia empresarial y se desarrollan de manera voluntaria por parte de los dueños. La segunda, corresponde a la relación entre la RSC y el mercadeo; en este caso la empresa promueve proyectos oportunos con el fin de mantener una favorable reputación ante los consumidores, convirtiéndose esto en una práctica común de las empresas mexicanas.



### **Capítulo 3. La revelación sobre RSC y los sistemas de información.**

Como consecuencia de las nuevas presiones de los grupos de interés sobre la actividad empresarial, se ha abierto la discusión, por parte de gobiernos, diferentes organismos multilaterales y círculos empresariales, en torno a la necesidad de crear mecanismos idóneos que permitan satisfacer la necesidad informativa de los múltiples usuarios de la comunicación corporativa no financiera (Sabaté, 2001; Archel, 2003), ampliando el sistema de divulgación de información financiera a temáticas que no necesariamente hacen parte directa del sistema de información contable (Bayoud, *et al.*, 2012).

El diseño de nuevas propuestas sobre sistemas informativos para mejorar la divulgación de información corporativa ha estado presente desde la última década del siglo pasado (Ortas & Moneva, 2011), en razón a que los inversionistas, empresarios y académicos consideran que la contabilidad tradicional no tiene la capacidad explicativa suficiente para satisfacer las crecientes necesidades de información por parte de los diferentes grupos de interés (Lev, 2003), ya que ésta, basándose en información cuantitativa, deja de lado fenómenos que, por su naturaleza, no pueden ser fácilmente cuantificables.

El presente capítulo trata estas cuestiones, resaltando la importancia de la información sobre RSC y las tendencias relacionadas con la presentación de los informes corporativos. Igualmente, se presenta una síntesis de las teorías que explican la dinámica divulgativa de las empresas y se exponen las iniciativas internacionales relativas a los mecanismos de revelación de información sobre RSC, así como la normativa vigente. Para finalizar, se expone de manera breve una reflexión sobre las limitaciones del sistema contable y algunas características de la información sobre RSC que limitan su divulgación.

#### **3.1. La información sobre responsabilidad social corporativa**

##### **3.1.1 Evolución y concepto.**

En el campo de la información económico-financiera, la obligatoriedad de revelar públicamente los resultados se remonta a principios de la década de 1930, motivada por la crisis económica de 1929 que, junto con innumerables

escándalos financieros de corrupción, provocó la creación de mecanismos de control entre los cuales estaba la presentación obligatoria de información sobre el manejo de la empresa.

Con el fin de regular los mercados financieros y garantizar la transparencia informativa de las empresas que cotizaban en bolsa (principalmente), se creó la **Security Exchange Commission** (SEC por sus siglas en inglés)<sup>25</sup> y se aprobó la Ley de Títulos Valores entre 1933 y 1934. El enfoque patrimonialista hizo que la demanda de información se centrara en los datos económico-financieros cuyo objetivo se centraba en proporcionar información financiera a los accionistas (Ortas & Moneva, 2011). Sin embargo, a raíz de los cambios en la economía y del evidente deterioro social y medioambiental, las demandas de información ampliaron no solo su campo de acción sino también los agentes hacia los cuales se dirigía (De Lara Bueno, 2003; Perdiguero & López, 2005; Hubbard, 2011).

La información sobre responsabilidad social corporativa inició su periplo de desarrollo formal a partir de los innumerables escándalos contables y financieros de los cuales fueron protagonistas importantes empresas globales (Moneva, 2007). No obstante, el desarrollo de los negocios y de la economía ya reclamaba una mayor transparencia informativa, consecuencia de la democratización del capital y la configuración de diversos grupos de presión que se mostraban interesados en la información empresarial. Fruto de estas presiones, se acuñó el término de *información de base social o información sobre responsabilidad social*, como ha sido denominada por algunos autores, para englobar, bajo el sistema informativo imperante, datos de tipo social, ambiental y financiero conocido como *Triple Bottom Line* (Prado, et al., 2013)<sup>26</sup>.

Es Elkington (1997) quien reforzó el enfoque de TBL y el desarrollo sostenible, incluyendo como elemento relevante la comunicación de las empresas con los grupos de interés. El informe de triple línea de resultados, como se denomina al

---

<sup>25</sup>Esta ley, junto con la *Securities Exchange Act* de 1934, que creó la SEC, fue diseñada para restaurar la confianza de los inversores. Su objetivo principal fue velar por la promoción de una mayor transparencia informativa que garantizara a todos los participantes del mercado de valores el acceso a la información de las empresas ofertantes.

<sup>26</sup> La *Triple Bottom Line* (TBL) hace referencia a la información que emite una empresa comprometida con asuntos económicos, ambientales y sociales bajo el concepto de desarrollo sostenible (Ortas & Moneva, 2011). También conocida como triple cuenta de resultados, es presentada en los reportes corporativos como información, en la mayoría de los casos, voluntaria.

marco de información tripartita que pone de manifiesto el desempeño económico, ambiental y social, es decir, el informe que se basa en la TBL, ayuda a materializar el principio de la transparencia informativa.

Aunque el concepto de la TBL logra su popularización en 1997, los primeros indicios de comunicación de información sobre RSC se encuentran en la década de 1960 en los Estados Unidos, época en la que se utilizaron las cuentas de gastos sociales (que incluían información relacionada con asuntos laborales, gastos medioambientales y en general inversiones filantrópicas) denominadas “contribuciones sociales” y se presentó el primer balance social en 1969 (Perdiguero & López, 2005; Ortas & Moneva, 2011).

Es así como se populariza el concepto de rendición de cuentas (*accountability*), asociado a la transparencia informativa. Este hace referencia a la obligación que tienen las empresas de informar a sus diferentes grupos de interés, acerca de las implicaciones que tienen sus actividades en cada uno de ellos y la manera como la empresa minimiza dichos impactos. Este concepto genera un cambio radical en las formas de relación de las empresas con los diferentes *stakeholders*, ya que involucra una amplia gama de agentes sociales que reclaman el derecho a conocer las externalidades y el actuar de la empresa.

El incremento de las demandas de información está fuertemente ligado a la responsabilidad social corporativa; la transparencia informativa se convierte en una necesidad básica desde el momento en que los grupos de interés pierden confianza en las actividades de la empresa. AECA, en su documento n.º 1 sobre RSC, pone de manifiesto que la transparencia “*Es la pieza básica de la RSC. Está basada en el acceso a la información que la organización proporciona sobre su comportamiento social y que es permeable a las expectativas sociales*” (AECA, 2004; 43).

A partir de este desarrollo y de la importancia que alcanza la información de tipo social, se hace necesario definir sus características. AECA (2004) precisa como principios básicos de la RSC la transparencia, la materialidad, la verificabilidad, la visión amplia, la mejora continua y la naturaleza social de la empresa. La

transparencia, como principio básico, hace mención al acceso a la información por parte de los grupos de interés (Moneva, 2007).

La información sobre RSC<sup>27</sup> puede definirse entonces, como un dispositivo de control (Lizcano, 2009) que permite a los diferentes grupos de presión vigilar las actividades que desarrollan las empresas en materia ambiental y social, y que sirve como mecanismo de legitimación de la empresa hacia la sociedad o hacia sus grupos de interés (*stakeholders*). Siguiendo a Gray, Owen y Adams (1996) se puede colegir que la divulgación de información sobre RSC hace referencia a la comunicación de las acciones y efectos de las actividades sociales y ambientales de las organizaciones a los diferentes grupos de interés dentro de la sociedad (Bayoud, *et al.*, 2012).

### **3.1.2 Del enfoque *shareholder* al enfoque *stakeholder*: reportes específicos de información sobre responsabilidad social.**

La corriente de los *shareholders* (Friedman, 1966) ha dado paso, como se anotó en el apartado anterior, a una nueva corriente, la de los *stakeholder* (De Godos Díez, *et al.*, 2012). Lo anterior en respuesta a la presión de los diferentes grupos de interés, en especial la de los empleados y organizaciones ecologistas (García, 1978; Gray, *et al.*, 2001), como consecuencia de las “... profundas interrelaciones que se tejen entre los distintos agentes sociales y que influyen más allá del simple ejercicio de su actividad económica” (García Echevarría, 1982, p. 12; en Moneva & Llena, 1996; 364). El cambio del enfoque *shareholder* al enfoque *stakeholder* sugiere también un cambio en la oferta informativa y la estructura de los informes corporativos.

Un ejemplo de ello es la aparición (en 1977) de la ley laboral francesa que obligaba a las empresas a reportar un balance social<sup>28</sup> con información dirigida a sus empleados. La tendencia a monetizar y presentar contenidos destinados a

---

<sup>27</sup>AECA (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas) en su documento N.º 1, reconoce la existencia de diversos términos para hacer referencia a las actividades de tipo social y ambiental desarrolladas por la empresa. Sin embargo, el término adoptado por ella es el de Responsabilidad Social Corporativa, con lo cual al hacer referencia a la información sobre el tema, utiliza la denominación de Información sobre Responsabilidad Social Corporativa, término utilizado en este trabajo, a pesar de reconocer la variedad de denominaciones utilizadas en diferentes ámbitos (Gray, *et al.*, 2010).

<sup>28</sup>El balance social hace referencia a un reporte empresarial con contenido social que buscaba presentar información de tipo social bajo los mismos parámetros del balance financiero. Para Moneva y Ortas (2009; 142) este informe no tuvo mucha aceptación debido a la heterogeneidad que se presentó en su utilización.

minimizar los riesgos financieros ha favorecido la oferta de comunicación voluntaria en los reportes anuales o a través de la publicación de informes separados, como el de sostenibilidad.

En esta misma línea, varios países europeos, por ejemplo Holanda, añadían a las memorias anuales de la empresa, o publicaban por separado, un informe social. Algunas iniciativas alemanas en los años setenta también dieron cuenta de la preocupación por la evaluación y medida de las actividades sociales de la empresa, y para ello utilizaron el balance social y crearon legislación relativa al tema.

Hacia 1975 se publicó el *Corporate Report* promulgado por la Asociación de Estándares de Contabilidad (ASSC) como una propuesta para la emisión de estados financieros que contemplara los aspectos sociales. Su aparición es evidencia de un cambio de paradigma en la divulgación de información corporativa, ya que hace énfasis en la necesidad de suministrar información dirigida a diferentes grupos de interés (Archel, 2003; 574). En 1977 se expidió la Ley Francesa sobre el Balance social (aplicado en 1979). Este balance, de carácter interno, recogía, principalmente, información sobre asuntos relativos a los empleados (Perdiguero & López, 2005).

Las décadas de 1980 y 1990, marcadas por los escándalos financieros y medioambientales, generaron una mayor presión de la sociedad civil sobre las empresas, por lo que éstas se vieron forzadas a divulgar información sobre la RSC con el fin de mejorar su imagen ante la sociedad (Patten, 1992; Blackburn, Doran & Shrader, 1994; Moneva & Llena, 1996; Brown & Deegan, 1998; Bayoud, *et al.*, 2012). Ejemplo de lo anterior se encuentra en empresas como *Body Shop*, *Shell*, *Cooperative Bank*, *British Petroleum*, *Traidcradf* o *Ben and Jerry's* que iniciaron la elaboración de los primeros informes sociales<sup>29</sup>. En la década de 1980 se percibió un estancamiento en materia de la conformación de los reportes en Estados Unidos, aunque, Europa y Japón lograron avances importantes, principalmente gracias a la legislación sobre el tema (Kolk, 2003).

---

<sup>29</sup> Dos elementos favorecen el auge de los informes sociales. Por un lado, la aparición de los llamados índices éticos y, por otro, el desarrollo de criterios de selección de inversiones sociales que se desarrollaron en Estados Unidos y en Inglaterra durante los años 80 (Perdiguero y López, 2005).

En la Tabla 5 se presentan algunas iniciativas que han contribuido a la revelación de información a grupos de interés, cuyo eje central ha sido la RSC.

**Tabla 5. Iniciativas relacionadas con la revelación de información sobre RSC**

| Iniciativa                                                                     | Institución                                                                                                      | Aporte a la revelación de información sobre RSC                                                                                                                                                                           |
|--------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <i>The Corporate Report</i>                                                    | ASSC ( <i>Accounting Standards Steering Committee</i> , 1975)                                                    | Primera iniciativa de reporte que reconoce el derecho de otros usuarios, diferentes a los inversionistas, a recibir información.                                                                                          |
| <i>Assurance Standard</i> AA1000                                               | ISEA ( <i>Institute for Social and Ethical Accountability</i> , 1999)                                            | Presenta una serie de principios y procesos que buscan proveer una herramienta para el manejo de la contabilidad social, la realización de auditorías y la elaboración de informes sociales sobre la gestión empresarial. |
| <i>Global Reporting Initiative</i> (GRI)                                       | CERES ( <i>Coalition for Environmentally Responsible Economies</i> , 1997)                                       | Tiene como objetivo fomentar la calidad, el rigor y la utilidad de las memorias de sostenibilidad.                                                                                                                        |
| Norma de Empresa SGE 21                                                        | FORÉTICA (Red global de organizaciones y profesionales implicados en el desarrollo de la responsabilidad social) | Se consolida como el primer sistema europeo de gestión de la responsabilidad social que permite, de manera voluntaria, auditar procesos y alcanzar una certificación en gestión ética y responsable.                      |
| Taxonomía XBRL ( <i>Extensible Business Reporting Language</i> ) <sup>30</sup> | (AECA) Asociación Española de Contabilidad y Administración                                                      | A partir de la creación de un Cuadro Central de Indicadores (CCI), busca ayudar al establecimiento de un marco común y unos principios básicos para la normalización y estandarización de la información sobre RSC.       |

**Fuente:** elaboración propia

Los índices bursátiles se han constituido también en iniciativas importantes a la hora de activar el tema de la divulgación de información sobre RSC. Conocidos como FTSE4Good, corresponden a una serie de índices que han sido diseñados para medir objetivamente el desempeño de las empresas que cumplen con las normas sobre responsabilidad corporativa, reconocidas a nivel mundial. Estos, que miden la transparencia en la gestión, se han convertido en una herramienta valiosa para los consultores, los propietarios de activos, los gestores de fondos, bancos de inversión, las bolsas de valores e inversionistas a la hora de evaluar la inversión responsable.

<sup>30</sup> El XBRL es un lenguaje de máquinas utilizado para difundir información financiera de las empresas en forma digital. Este sistema permite transmitir de manera homogénea gran cantidad de información, no sólo cuantitativa sino también cualitativa con total fiabilidad. La organización XBRL ha validado una propuesta presentada por AECA (XBRL-RSC), compuesta por cerca de 500 indicadores y ha elaborado, adicionalmente, un *software* de libre utilización con el fin de crear una base de datos, o rastro de memorias o informes de RSC, en este formato, que permita el análisis comparado instantáneo de los mismos (Lizcano, 2009).

Además, iniciativas recientes como la creación de La Norma de Empresa SGE21<sup>31</sup> por parte de FORÉTICA y la nueva Comunicación de la Comisión Europea<sup>32</sup>, que incluye un apartado sobre mejora de la divulgación de información sobre RSC por parte de las empresas, son ejemplos de la dinámica del tema de la divulgación y la transparencia informativa.

Según Gray *et al.*, (2010), a partir de la década de 1990 proliferaron los informes de sostenibilidad<sup>33</sup>, debido a la creciente preocupación medioambiental, a la expansión del término “sostenibilidad” difundido con la publicación del Informe Brundtland en 1987 y a la aparición de nuevos grupos sociales de presión (Moneva & Llena, 2000; Prado *et al.*, 2013).

En los últimos años, el esfuerzo se ha dirigido a estandarizar elementos como el contenido, el alcance y la estructura de los informes, bajo el argumento de nuevos cambios en el entorno que invitan a ofrecer una imagen más completa del ámbito empresarial en virtud de la complejidad y dinámica que ha alcanzado la actividad de la empresa y su efecto en la sociedad (Lizcano, Flores & Rejón, 2011). Otras iniciativas de revelación de información sobre RSC que han surgido al amparo del enfoque *stakeholder*, se pueden apreciar en la Tabla 6.

A pesar del desarrollo logrado, hoy no hay consenso sobre la forma como se debe presentar la información de RSC ni sobre su contenido. En este sentido, Ortiz- Martínez & Crowther (2006) y Perdiguero & López (2005) coinciden en afirmar que la gran variedad de informes y denominaciones tienden a confundir y no conducen al desarrollo de propuestas que permitan estandarizar la presentación de informes sobre RSC para facilitar el análisis y la comprensión de la información divulgada por las empresas. La iniciativa de la *Global Reporting Initiative* (GRI) parece ser la propuesta de mayor aceptación para la preparación y divulgación de información sobre RSC (Choudhuri & Chakraborty, 2009), lo que augura un avance en materia de estandarización.

---

<sup>31</sup>La primera norma europea que establece los requisitos que debe cumplir una organización para integrar en su estrategia y gestión la RSE

<sup>32</sup> Comunicación n.º 681 del 25 de octubre de 2011 de la Comisión Europea

<sup>33</sup> Dependiendo de la región el informe financiero recibe diferente denominación. En algunos países es común la denominación de memoria anual aunque también se conoce como informe anual o informe de gestión. En esta tesis se utiliza el término de informe anual ya que es un término muy utilizado en la región.

**Tabla 6. Otras iniciativas que contemplan la transparencia como elemento transversal**

| Iniciativa                                                                       | Institución                                                              | Aporte a la revelación de información sobre RSC                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pacto Mundial de las Naciones Unidas                                             | Naciones Unidas                                                          | Principios sobre derechos humanos, asuntos laborales, medioambientales y de lucha contra la corrupción. Promueve un informe de progreso sobre los avances logrados en cada principio.                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Directrices de la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Internacional | OCDE (Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económicos, 2000) | Directrices voluntarias que promuevan la transparencia empresarial en materia de relaciones laborales, gestión medioambiental, sobornos, competencia, intereses de los consumidores y difusión de ciencia y tecnología.                                                                                                                                                                                                                              |
| El Libro Verde                                                                   | Comisión Europea (2001)                                                  | Impulsa la transparencia y la fiabilidad de la evaluación y la validación de los datos presentados por las empresas. Incluye un apartado relativo a informes y auditorías sobre la responsabilidad social, dando así relevancia al tema de la transparencia informativa. Promociona una iniciativa que exhorta a las empresas con más de 1000 trabajadores a publicar (de manera voluntaria), un informe sobre la gestión del cambio <sup>34</sup> . |
| Normativa SA 8000 de Responsabilidad Social                                      | CEP ( <i>Council on Economic Priorities</i> )                            | Fomenta una serie de códigos básicos relacionados con los derechos humanos y las condiciones de trabajo. Establece parámetros para la comunicación externa y la verificación de terceros.                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Declaración tripartita de la OIT                                                 | OIT (Organización Internacional del Trabajo, 1977)                       | Declaración tripartita de principios sobre las empresas multinacionales y la política social a partir del llamado Diálogo Social. Los principios de la Declaración favorecen el entendimiento mutuo, la participación, la transparencia y la responsabilidad social.                                                                                                                                                                                 |
| ISO 26000                                                                        | ISO ( <i>International Organization for Standardization</i> )            | Establece líneas directrices en materia de responsabilidad social para las empresas. Incluye dos principios sobre la responsabilidad de rendir cuentas (responder por sus impactos) y la transparencia en cuanto a las decisiones y las actividades desarrolladas.                                                                                                                                                                                   |

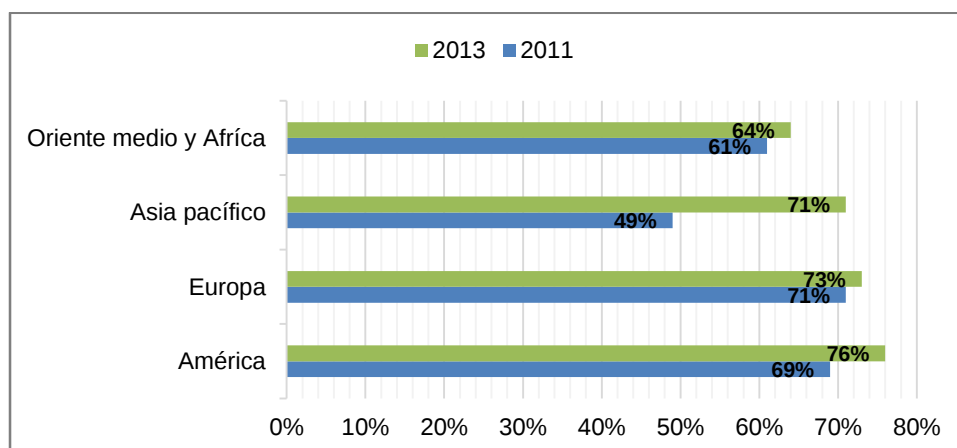
**Fuente: elaboración propia con base en Pinillos & Fernández (2011)**

En la Figura 3 se muestra la evolución que ha tenido la publicación de informes, medida a través de los reportes depositados en el sitio electrónico del *Global Reporting Initiative*. Como se puede observar, del año 2011 hasta el año 2013 ha habido un aumento importante en el número de reportes depositados en el sitio web del Global Reporting, para las regiones de Asia Pacífico en donde pasa de un 49% al 71% y en América que pasa de 69% al 76%, superando a la región de Oriente Medio y África que están por debajo de este porcentaje y solo

<sup>34</sup> Hace referencia a un informe anual sobre el empleo y las condiciones laborales que deberán realizar las empresas en consulta con sus empleados y otros grupos relacionados.

aumenta en 3 puntos porcentuales de 2011 a 2013. Sin embargo, el tema de la calidad de los mismos y la frecuencia y permanencia de las empresas, no ha sido analizado para las empresas de estos países.

**Figura 3. Comparativo del porcentaje de empresas que presentar reportes de RSC en el sitio del GRI (2011-2013)**



**Fuente:** Elaboración propia con base en *The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013*

El informe de KPMG evidencia que en países como Brasil y México se ha disminuido la cantidad de informes reportados, no así en Chile y Colombia, países en los cuales hay evidencia de un mayor número de empresas emitiendo y depositando sus informes en la plataforma. Chile y Brasil están entre los países de la región que más reportan y el aumento de informes a nivel de América se debe, en parte, a la inclusión de Colombia que presenta un nivel alto de reportes depositados.

América Latina no ha sido prolífera en iniciativas para revelación de información sobre RSC. La tendencia en su comportamiento ha estado vinculada a la actuación de las empresas multinacionales, en razón a que éstas buscan que sus filiales establecidas en los países de América Latina cumplan con los mismos estándares y normas que son aplicados en sus países de origen, siempre en concordancia con la legislación vigente en cada uno de ellos (Casado & Roser, 2009).

Las entidades promotoras de la RSC en los países objeto de estudio (ver Tabla 7), incluyen el tema de la divulgación de información como un elemento importante en sus planes de difusión, apoyo y capacitación.

**Tabla 7. Principales organismos promotores de la RSC en Colombia, Chile y México**

| País     | Institución                                                            | Descripción                                                                                                                                                            | Aportación                                                                                                                                                                |
|----------|------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| COLOMBIA | CCRE (Centro Colombiano de Responsabilidad Social).                    | ONG dedicada a la asesoría en temas de RSC y ética.                                                                                                                    | Asesoría en el diseño de procesos comunicativos internos y externos.                                                                                                      |
|          | (CECODES) Consejo Empresarial Colombiano para el desarrollo sostenible | Representante colombiano del WBCSD <sup>35</sup>                                                                                                                       | Orientación para la elaboración de la memoria siguiendo la GRI.                                                                                                           |
|          | (ANDI) Asociación Nacional de Empresarios de Colombia                  | ONG que tiene como objetivo difundir principios políticos, económicos y sociales.                                                                                      | Ofrece una “Caja de Herramientas” para el desarrollo de la RSC y la transparencia.                                                                                        |
|          | Colombia Incluyente                                                    | Alianza de fundaciones cuyo propósito es fortalecer el ejercicio de la RSC                                                                                             | Ofrece información útil sobre el reporte de sostenibilidad.                                                                                                               |
| CHILE    | ACCIÓNRSE                                                              | Organización sin fines de lucro que agrupa a empresas socias para el desarrollo de la RSC                                                                              | La organización ofrece asesoría en la elaboración de reporte.                                                                                                             |
|          | PROHUMANA                                                              | Organización sin fines de lucro que desarrolla su trabajo en el área de la Responsabilidad Social Empresarial y Ciudadana.                                             | Aporta a la elaboración de propuestas legislativas y normativas, asesora en desarrollo de reportes y evaluación sobre la RSC.                                             |
|          | VINCULAR Responsabilidad Social                                        | Organización pionera en el desarrollo e implementación de instrumentos de gestión de RSC.                                                                              | Apoya la elaboración y verificación externa de los informes de sostenibilidad con base en el GRI.                                                                         |
| MÉXICO   | CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía)                           | Asociación de carácter civil, que promueve y articula la participación filantrópica y socialmente responsable.                                                         | Cuenta con un proceso de acreditación y auditoría que obliga a que las empresas tengan un proceso de comunicación y transparencia.                                        |
|          | AliaRSE (Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial de México)  | Alianza: COPARMEX, CCE, CONCAMIN, USEM, Cemefi, Caux Round Table Mexico e Impulsa, comprometida en promover la RSE.                                                    | Promueve la cultura de RSE y la transparencia. Para esto anima a sus miembros a realizar memorias de sostenibilidad.                                                      |
|          | CORPAMEX (Confederación patronal de la República Mexicana)             | Es un sindicato patronal de afiliación voluntaria, que aglutina empresarios de todos los sectores, que buscan en ella su representación en el ámbito laboral y social. | Su objetivo estratégico es Impulsar la transparencia como mecanismo de control directo de la sociedad. A través del acceso libre a la información actualizada y uniforme. |

**Fuente: elaboración propia**

La mayoría de propuestas utilizan la GRI<sup>36</sup> como referente para el aspecto de la elaboración de memorias o informes de sostenibilidad y desde la organización se ofrece acompañamiento, orientación y capacitación a las empresas con el fin de generar conciencia sobre la importancia de la sostenibilidad, el diálogo con los grupos de interés y la inclusión de la revelación de información como parte de la gestión empresarial. Consecuencia de ello, para el año 2011 un mayor número de empresas latinoamericanas se encontraban en la red del GRI, representando el 11% del total de informes, lo que ubica a esta región en el cuarto lugar después de Europa, Asia y Norteamérica (Gómez-Villegas & Quintalilla, 2012).

<sup>35</sup> World Business Council for Sustainable Development, asociación mundial que trabaja por el desarrollo sostenible dirigido al tejido empresarial de los países

<sup>36</sup> Al hacer referencia a **LA GRI** se está haciendo mención a la guía propuesta por la organización GRI.

Esta mayor dinámica en la divulgación bajo la Guía GRI parece tener explicación por la influencia de empresas foráneas, ya que las empresas que se encuentran en la base de datos son, en su mayoría, filiales de casas matrices extranjeras (Gómez, *et al.*, 2012). Los países que más reportan en la región son los de mayor dinámica comercial con el exterior, que han logrado cierto grado de desarrollo económico y que tienen sendos tratados de libre comercio, lo que en cierta forma obliga a sus empresas a seguir la tendencia internacional en materia de RSC y de rendición de cuentas, como elementos clave para la inserción en los mercados internacionales.

La tendencia actual lleva a pensar en una integración de la información financiera con la información no financiera bajo la estructuración de un informe integrado que ayude a la estandarización de la información. En este sentido, en el documento titulado *Tomorrow's Corporate Reporting: A critical system at risk*<sup>37</sup>, se concluye que el sistema de información corporativa está en riesgo debido a la ausencia de parámetros claros para el reporte, la falta de conexión entre la estrategia, la gestión, las operaciones y los resultados financieros y no financieros, y la asimetría de información que no favorece a los diversos grupos de interés. Así, se hace necesario tomar medidas, ya que esta situación podría conducir a la toma de decisiones equivocadas por parte de los inversores y demás grupos de interés y con ello generar un retroceso en la credibilidad de los *stakeholders* hacia la información corporativa.

En esta línea, el concepto de “informe integrado” ha surgido como una respuesta a la problemática de la revelación de información (KPMG, 2011) y ha adquirido relevancia a nivel internacional con la creación del *International Integrated Reporting Committee* (IIRC) en el año 2010, en razón de la necesidad de proveer información accesible, de fácil utilización y aplicable a todos los sectores de actividad (Lizcano, 2011). Como informe integrado se entiende aquel reporte corporativo que reúne diversos puntos de vista (de los diferentes *stakeholders*) sobre varias dimensiones de actividad de la empresa (social, ambiental y

---

<sup>37</sup>Este documento es producto de un estudio elaborado por la consultora internacional *Price Waterhouse Cooper* (PWC) en colaboración con el *Chartered Institute of Management Accountants* (CIMA) y el *Think Tank Tomorrow's Company*.

económica) junto con los resultados financieros de las diversas unidades de la empresa (Zubair, Mehmood & Hussain, 2011).

### **3.2. Teorías que explican la revelación de información sobre RSC**

Un aspecto de amplia discusión en la literatura tiene que ver con las perspectivas teóricas expuestas por diferentes autores para explicar la tendencia divulgativa de las empresas (Ortas & Moneva, 2011). Para Gray *et al.*, (2010) aún persiste la necesidad de realizar un análisis profundo de las motivaciones que impulsan la divulgación de información de RSC, porque, la comunicación social de las empresas está influenciada por los cambios en la política y en la economía. Así, el comportamiento de los empresarios dependerá del sistema político imperante y del comportamiento de los diferentes grupos de interés que, a causa de los evidentes desequilibrios sociales y medioambientales, instan a los gobiernos y a las empresas a adoptar un comportamiento más responsable y transparente

Si bien, falta profundizar en el estudio de una teoría que explique los aspectos fundamentales sobre el proceso divulgativo empresarial, como lo manifiestan Verrecchia (2001) y Gray *et al.*, (2010), existen numerosos estudios que exponen las motivaciones que llevan a las empresas a divulgar información sobre RSC (Moneva & Llena, 1996 y 2000; Archel & Lizarraga, 2001; Archel, 2003; Husillos, 2004; Brammer & Pavelin, 2006; Ayala, 2007; Byus *et al.*, 2010).

Las teorías más habituales en la literatura son: la teoría de la agencia, la teoría de la legitimidad, la teoría de los *stakeholders* y la teoría de la economía política de la contabilidad (Gray, *et al.*, 1996; Guthrie & Parker, 1989; Patten, 1992; Roberts, 1992; Deegan, 2002; Idowu & Towler, 2004, Tilling, 2004, entre otros). A continuación se hace un breve resumen de cada una de ellas.

#### **3.2.1 La teoría de la agencia.**

Esta teoría está relacionada con el paradigma de la utilidad, en la que el objetivo de la información contable (y de la contabilidad en particular), es que el agente administrador notifique a los accionistas e inversores el resultado de las actividades de la empresa en términos de beneficio económico. La relación de agencia se configura cuando un agente depende de la acción de otro, es decir,

la relación de agencia se podría configurar cuando existe un “contrato explícito” entre los dos agentes, en el que uno de los dos, el administrador o gerente, en el caso de la organización, se compromete a ejecutar las acciones necesarias en pro del beneficio de la otra parte, el accionista o inversor (Pratt & Zeckhauser, 1991 y Jensen & Meckling, 1976, citado por García, 2003).

Siguiendo a García (2003; 2), “el contrato generalmente incorpora delegación de autoridad, de forma que el agente toma ciertas decisiones en nombre del principal. En este contexto, el objetivo básico de esta teoría es determinar, dadas ciertas hipótesis relacionadas con las personas, la organización y la información, cuál es el contrato más eficiente para gobernar la relación principal-agente, tomando como referente el control del comportamiento del agente”.

De acuerdo con (Arrow, 1991, citado por García, 2003; 2), el problema de la agencia se presenta cuando hay situaciones de información asimétrica, es decir, cuando la información se ofrece bajo los siguientes supuestos: (a) información oculta o selección adversa, es decir, cuando una parte de la transacción dispone *ex ante* de información privada sobre determinados estados de la naturaleza que no es observable por la otra parte, y (b) acciones ocultas o riesgo moral, es decir, cuando acciones *ex post* no observables son adoptadas por una de las partes de la transacción con el fin de maximizar su utilidad en detrimento de la otra parte.

En este sentido, al haber una relación contractual entre las dos partes, se presentan conflictos de interés entre ellas, ya que el agente tenderá a tomar decisiones sobre la divulgación de información en acuerdo a la compensación que puede recibir dependiendo de los riesgos que ésta origine en los beneficios. Es así como se emitirá un mayor volumen de información si esta no afecta el coste, maximiza la utilidad y mejora la reputación, de lo contrario, la tendencia será a divulgar información obligatoria únicamente.

### **3.2.2 La teoría de los *stakeholders*.**

Una teoría que ha sido también muy utilizada para explicar el fenómeno divulgativo de las empresas es la teoría de los *stakeholders*, que, al reconocer la existencia de un número plural de grupos interesados en la actividad de la

empresa, de manera implícita, reconoce también la necesidad de emitir información para tales grupos (Andrikopoulos & Kriklani, 2012) .

Las primeras aproximaciones al reconocimiento de estos nuevos grupos de interés, según Archel (2003), se encuentran en el trabajo de Ansoff (1965), sin embargo, Idowu & Towler (2004) han afirmado que los indicios más claros de la aparición del concepto de los grupos de interés o *stakeholders* se encuentra en 1975, cuando el Comité de Estándares Internacionales a través de su *The Corporate Report* reconoce la existencia de siete agentes diferentes a los accionistas, que deben ser informados sobre la actuación de la organización. No obstante lo anterior, fue Freeman (1984) quien promovió el término de *stakeholders* y lo definió como todo grupo o individuo que puede afectar o es afectado por el logro de los objetivos de la organización.

El reconocimiento de estos agentes genera un cambio en la emisión de la información sobre RSC, ya que cada uno de estos grupos de interés será agente legitimador con capacidad para ejercer presión de acuerdo con sus propios intereses, con lo cual la empresa se verá obligada a emitir información que satisfaga sus expectativas. En este sentido, los informes empresariales han evolucionado iniciando con información de carácter netamente contable, dirigida a sus accionistas, hasta emitir informes que cobijan todos los grupos de interés tratando de conciliar intereses y eliminar riesgos (Husillos, Álvarez, Fernández & Larrinaga, 2007; Prado, *et al.*, 2013).

### **3.2.3 La teoría de la economía política de la contabilidad.**

Cuando se habla de la teoría de la economía política se ingresa al campo del “marco social, político y económico en el que se desarrolla la vida humana” (tomado de Aranguren, 2008, citando a Gray *et al.*, 1996). Las organizaciones y sus actividades son una manifestación de un orden establecido que está directamente relacionado con el enfoque económico que guía la sociedad. Así, los informes de divulgación de información sobre RSC son el resultado de la necesidad propia del ser humano de comunicar sus actividades.

El desarrollo y complejidad de la información que se comunica va de la mano con el desarrollo de las instituciones sociales (en este caso económicas) que

exigen más o menos información, dependiendo del estado de desarrollo y complejidad en la que se encuentre. En este orden de ideas, dependiendo de la presión de los grupos de interés, las organizaciones reaccionarán de manera proactiva divulgando más información sobre RSC.

Guthrie & Parker (1990), citado por Aranguren (2008), afirman que desde esta perspectiva “los informes contables se contemplan como documentos sociales, políticos y económicos y la información contenida en los mismos tiene la capacidad de transmitir un significado social, político y económico a un grupo plural de destinatarios de dichos informes”. De acuerdo con Larrinaga (1999), el carácter neutro, ahistórico y apolítico que se le ha dado a la contabilidad provoca, sin embargo, que la información sea acomodada de acuerdo con la relación de fuerzas de poder que estén compitiendo en la arena política y económica, es decir, trasladándonos al entorno de las organizaciones, la contabilidad responde a los grupos de interés que tengan mayor fuerza (Husillos, *et al.*, 2007).

### **3.2.4 La teoría de la legitimidad.**

Algunos autores han utilizado esta teoría para explicar el fenómeno divulgativo dentro de las organizaciones (Guthrie & Parker, 1990; Patten, 1992; Archel, 2003; Husillos, 2007). En términos generales se puede decir que esta teoría parte del supuesto generalizado de que las acciones de una organización son deseables, correctas o apropiadas cuando se enmarcan dentro de un sistema socialmente estructurado de normas, valores, creencias y definiciones (Suchman, 1975, citado por Tilling, 2004).

Patten (1992), refiriéndose al tema de la legitimidad, manifiesta que las organizaciones, como institución social, permanecerán vigentes siempre y cuando actúen de acuerdo con el conjunto de valores socialmente establecidos, ya que es la sociedad la que garantiza su supervivencia y crecimiento<sup>38</sup>. En este sentido, la sociedad reclama información y transparencia que se satisfacen a través de la emisión de informes financieros y no financieros.

---

<sup>38</sup>Patten (1992) manifiesta que el tema de la legitimación es permanente en las organizaciones, ya que el carácter dinámico de la sociedad genera cambios permanentes en las fuentes de poder institucional y en las necesidades sociales, por lo tanto, una organización expuesta de manera recurrente a pruebas de legitimidad por parte de los grupos sociales debe satisfacer sus necesidades, no solo con hechos concretos, debe además informar de manera clara sobre sus acciones y el impacto que estas generan.

El paradigma de la legitimación implica la existencia de un sistema abierto en el cual el comportamiento de las organizaciones debe estar alineado con las expectativas de los agentes externos (Narver, 1971 citado por Abbott & Monsen, 1979). En consecuencia, las decisiones que tomen las organizaciones tendrán en cuenta las externalidades negativas buscando minimizar los riesgos y así mantener la confianza del inversor, su cuota de mercado y el valor de la firma.

Para esto, las empresas se valen de la información emitida a los diferentes usuarios, tratando de enviar mensajes positivos sobre su comportamiento social y ético y presentando una imagen corporativa sana, alineada con los valores sociales imperantes. Para autores como Richardson (1987), la información empresarial (la producida desde la contabilidad en este caso) puede considerarse como una institución legitimadora, ya que tiene la posibilidad de elegir el mensaje evitando las penalizaciones que pueda tener la emisión de datos o información negativa.

La posición asumida en la presente investigación está basada en la teoría de la legitimidad, ya que se entiende que las empresas divulgan información con el fin de responder a sus grupos de interés, legitimar su existencia y mantenerse en el mercado, con el objetivo de salvaguardar su reputación corporativa y, por tanto, maximizar el valor de la firma. La anterior decisión se toma con base en dos criterios a saber:

i) los cambios sociales, económicos y políticos han reconfigurado el entorno sobre el cual se encuentran inmersas las actividades empresariales, así, la sociedad ha transformado su contrato social con las empresas exigiendo de éstas un comportamiento ético en lo social y medioambiental. En esta dirección, la reputación de las empresas se encuentra en riesgo (y su cuota de mercado) si no cumplen con estas nuevas demandas. Al tratarse de empresas cotizadas (que es la población que se está analizando), se espera que cumplan con las expectativas, ya que tienen una visibilidad social notoria (Prado-Lorenzo *et al.*, 2012).

ii) Además, el nuevo contrato social ha generado la producción de normas y estándares sobre revelación de información y transparencia informativa. Al igual

que en el caso anterior, se espera que las empresas, en la búsqueda de una legitimación social, se acojan a estos nuevos parámetros de actuación.

### **3.3. Normativa en materia de revelación sobre RSC**

Han sido muchos los intentos por generar un marco que constriña a las empresas a divulgar información sobre RSC, no obstante, la discusión continua y solo algunos países han logrado establecer como obligatoria la revelación de ciertos aspectos sociales. En el siguiente apartado se ofrece un acercamiento a la normativa internacional y de América Latina más relevante, específicamente en los países objeto de estudio.

#### **3.3.1 Normativa a nivel internacional.**

Como se anotaba anteriormente, la información sobre RSC no ha sido objeto de regulación en todos los aspectos (Nikolaeva & Bicho, 2011), a pesar de que algunos sectores abogan por una normativa más completa que asegure el cumplimiento de las empresas. Los intentos de regulación han originado propuestas que buscan establecer un marco conceptual, principios y normas que estandaricen temas relativos a la RSC y, de manera específica, la revelación de información sobre RSC (Lizcano, 2009; García, 2012).

Las normas o leyes que regulan la actividad divulgativa se han concentrado básicamente en aspectos medioambientales y se iniciaron en la década de 1980 en los Estados Unidos con la denominada Legislación *Superfund*<sup>39</sup>. La *Securities and Exchange Commission* (SEC) y el organismo regulador de la contabilidad, *Financial Accounting Standards Board* (FASB), se pronunciaron al respecto sobre aspectos como costes y provisiones relativas al medio ambiente (Moneva & Ortas, 2008). Según Vives & Peinado-Vara, (2011), en los países desarrollados se ha avanzado en cuatro aspectos fundamentalmente: informes de desempeño no financiero, gobierno corporativo, soborno y corrupción y requisitos para determinadas inversiones. Una relación, no exhaustiva, pero que deja ver la tendencia mundial de la normativa sobre la revelación de información de RSC, se presenta en la Tabla 8.

---

<sup>39</sup>*Superfund* es el programa del Gobierno Federal que se encarga de limpiar, mejorar o restaurar los sitios que contienen residuos peligrosos y que están sin control.

**Tabla 8. Normativa en materia de revelación de información sobre RSC**

| PAÍS          | Normativa                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Alemania      | En 2004 se obliga, en el informe corporativo, a la inclusión de asuntos no financieros dentro de los reportes anuales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| Canadá        | La <i>Securities Commission</i> pide a las empresas que faciliten información acerca de posibles incidencias futuras, operativas y financieras, vinculadas a las prácticas medioambientales de las compañías.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| Dinamarca     | Primer país en legislar sobre información medioambiental. En 1995 requiere informes públicos a más de 3000 empresas. Durante el año 2000 entró en vigor la reforma <i>Corporations Law</i> que exige a las compañías información pública detallada acerca de cómo se aplica, en el seno de cada empresa, la legislación medioambiental. Adicionalmente, desde finales de 2008, se obliga a las grandes empresas a incluir información sobre responsabilidad social dentro de los reportes anuales.                                                                                                                   |
| España        | Resolución del 25 de marzo de 2002 (ICAC, 2002) por la que se aprueban normas para el reconocimiento, valoración e información de aspectos medioambientales en las cuentas anuales de las empresas españolas.<br><br>Plan General de Cuentas (2007) que incluye y amplía información medioambiental para todos los sectores de actividad.                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Francia       | En 1977 se obliga a realizar un reporte sobre asuntos laborales a aquellas empresas con más de 300 trabajadores (incluye más de 134 indicadores).<br><br>En Francia, a partir de 2002, es obligatorio realizar un reporte de sostenibilidad a las empresas cotizadas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Japón         | En el año 2000 el Ministerio de Medio Ambiente hizo públicas unas directrices sobre información medioambiental y una serie de Indicadores de Actuación Medioambiental siguiendo el modelo GRI.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Noruega       | Noruega, en 2009, lanzó el Libro Blanco de la RSC de una Economía Globalizada e incluyó en su Nueva Ley sobre Contabilidad la obligación de que las empresas incluyan información medioambiental en los informes financieros anuales.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Reino Unido   | En 2002 la Cámara de los Comunes Británica promovió una iniciativa para la transparencia informativa en materia de RSC denominada CSR Act. A partir de 2006 la Ley de Sociedades obligó a emitir reportes de sostenibilidad a las empresas públicas.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
| Sudáfrica     | En marzo de 2002 se presentó el informe King2, un código de buen gobierno que se refiere a la necesidad de publicar informes de sostenibilidad bajo la metodología GRI. En junio del mismo año la Bolsa de Johannesburgo exigió a todas las empresas cotizadas el cumplimiento de lo contemplado en el informe King2, e incluyó el capítulo quinto, que se refiere a la transparencia RSC.                                                                                                                                                                                                                           |
| Suecia        | Se hace obligatorio incluir información medioambiental en los informes financieros anuales. Desde 1997 todas las agencias gubernamentales implantaron sistemas de gestión medioambiental y hoy deben informar anualmente sus progresos.<br>La Recomendación del 30 de mayo de 2001 definió el reconocimiento, la medición y la publicación de cuestiones medioambientales en las cuentas e informes anuales de las empresas.                                                                                                                                                                                         |
| Unión Europea | Cuarta Directiva sobre cuentas anuales (2003/51/CE) que determinó la obligación de las grandes empresas (no a Pymes) a publicar, en sus informes anuales, suficiente información sobre el medio ambiente y los trabajadores para valorar el desarrollo, el rendimiento o la situación de la empresa. Comunicación COM (2011; 681) que estableció la estrategia renovada de la UE para 2011-2014 sobre la responsabilidad social de las empresas en la cual se incluye el tema del mejoramiento de la transparencia informativa.                                                                                      |
| EUA           | Las compañías están obligadas a facilitar datos relativos a las emisiones de las sustancias contenidas en el <i>Toxic Release Inventory</i> (TRI). La <i>Securities and Exchange Commission</i> (SEC) exige a las empresas cotizadas información acerca de procedimientos judiciales por motivos medioambientales. El Congreso aprobó en junio de 2001 la <i>Sudan Peace Act.</i> , que obligó a las compañías que desearan captar capital una serie de requerimientos informativos, como dar cuenta de la relación de las actividades de estas compañías con posibles violaciones de los derechos humanos en Sudán. |

**Fuente: elaboración propia con base en Andreu (2005)**

### **3.3.2 Normativa en América Latina.**

En materia de revelación de información la norma es incipiente y casi inexistente. Las referencias teóricas indican que inclusive el marco jurídico sobre aspectos básicos de la RSC está aún muy atrasado. Los problemas más marcados que presenta la región son la cultura de corto plazo, la precariedad de las normas y la inestabilidad jurídica, hechos que limitan las acciones de RSC (Vives, *et. al.*, 2005; Vives & Peinado-Vara, 2011). Sumado a lo anterior, el estudio sobre la RSC y la productividad de las cadenas de valor, realizado por la Secretaría General Iberoamericana en el año 2007, sugirió que uno de los problemas de la RSC en Latinoamérica era el incumplimiento de la norma existente.

Casado & Roser (2009) manifiestan que la necesidad de aplicar los códigos de RSC europeos a las empresas de América Latina es mayor a causa de las carencias en la legislación laboral, el debilitamiento de la negociación colectiva, el acentuado mercado de trabajo informal y la brecha social existente. Al mismo tiempo, y citando a Carrillo (2001), los autores reconocen que esta situación se debe a la subordinación jurídica del poder ejecutivo, la escasez de protección a los derechos humanos básicos, la poca especialización normativa y la necesidad de recursos con la consecuente debilidad institucional que impide desarrollar prácticas reguladoras.

El mayor avance en la normativa de RSC, tal como sucede en otros continentes, se ha logrado en materia medioambiental, pero no existe aún reglamentación explícita sobre la obligación de revelar esta información. Las normas existentes reglamentan hechos como las emisiones atmosféricas, el cuidado y control del consumo de agua y la caracterización del vertido de residuos. Esta regulación ha logrado desarrollarse, en parte, por el avance presentado durante las dos últimas décadas en investigación ambiental y aplicación de sanciones a las infracciones cometidas.

En consecuencia, la divulgación de información en materia de RSC se hace de manera voluntaria y, por lo general, se consigna en el informe anual. Sin embargo, la entrada en vigencia de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) en América Latina puede dinamizar el tema de la revelación de

información en materia de RSC, aunque la mayor parte de las divulgaciones contempladas en las NIIF están dirigidas a temas relativos al empleo<sup>40</sup>.

### **3.3.2.1 Normativa en Chile.**

En Chile no existe actualmente legislación explícita que rija las actividades socialmente responsables, tampoco hay evidencia de normas en materia de revelación de información sobre RSC, aún así, dentro del marco legislativo nacional existen leyes que aportan beneficios tributarios sobre las donaciones que realicen las empresas a instituciones educacionales y sin fines de lucro.

Al igual que en Colombia, existe una norma que exhorta a las empresas a presentar una memoria razonada acerca de la situación de la sociedad (Ley 18.046). No obstante, la memoria está dirigida a presentar información financiera. Por otro lado, el artículo 33 de la Ley de Sociedades determina que en la memoria anual, las sociedades anónimas abiertas deberán poner en conocimiento de la junta ordinaria de accionistas toda remuneración que los directores hayan percibido de la sociedad durante el ejercicio respectivo, incluso las que provengan de funciones o empleos distintos del ejercicio de su cargo, o por concepto de gastos de representación, viáticos, regalías y, en general, todo otro estipendio.

Tales remuneraciones especiales deberán presentarse detallada y separadamente en la memoria, valorándose aquellas que no consistan en dinero. Asimismo, el artículo 50 de la misma ley, consagra que las actividades que desarrolle el comité, su informe de gestión anual y los gastos en que incurra, incluidos los de sus asesores, serán presentados en la memoria anual e informados a la junta ordinaria de accionistas.

Algunas normas que exhortan a las empresas a revelar algún tipo de información sobre asuntos relativos a la RSC son:

---

<sup>40</sup>En el tema de revelación de información en asuntos relativos a la RSC se puede citar, por ejemplo, la NIIF B-3 de México que obliga a la presentación de la participación de los trabajadores en la utilidad y considera necesario revelar este rubro en el estado de resultados; la NIIF 19 sobre revelación de información respecto de las prestaciones a los empleados tiene en cuenta la revelación de los pagos hechos. Sin embargo, las NIIF consideran que informes sobre asuntos medioambientales quedan fuera de su alcance y son de carácter voluntario.

- Ley 20.552<sup>41</sup>, que en su artículo 76 determina que las sociedades anónimas abiertas deberán publicar en su sitio de internet información sobre los resultados financieros y el informe de los auditores externos. Si no se cuenta con un sitio en internet, debe publicar en un diario de amplia circulación.
- En 1999 ingresó al Congreso el proyecto de Ley Opas y Régimen de Gobiernos Corporativos, publicándose finalmente la Ley 19.705. En términos generales, la ley de gobierno corporativo determinó que las actividades que desarrolle el comité, su informe de gestión anual y los gastos en que incurra, incluidos los de sus asesores, debían ser presentados en la memoria anual y expuestos a la junta ordinaria de accionistas.
- La Ley 18.046 obliga a las sociedades a presentar una memoria razonada acerca de la situación de la sociedad en el último ejercicio, acompañada del balance general, del estado de ganancias y pérdidas y del informe que al respecto presenten los auditores externos o inspectores de cuentas.

Si bien Chile es uno de los países más avanzados y más dinámicos en temas de RSC, la laxitud e inestabilidad jurídica no han permitido avances significativos en la materia. Las normas se remiten al tema de gobierno corporativo y de información financiera, situación similar a la de los otros países.

### **3.3.2.2 Normativa en Colombia.**

En Colombia la situación de la divulgación de RSC no está contemplada explícitamente por la ley, sin embargo, la Asamblea Constituyente de 1991 dejó plasmados en la Constitución elementos que pueden ayudar a establecer y definir las obligaciones empresariales<sup>42</sup>.

Por otro lado, en el año 2006 se presentó al Congreso colombiano un proyecto de ley sobre RSC<sup>43</sup>, con el cual se estableció la obligación, para los grandes y

---

<sup>41</sup>La ley N.º 20.552 se publicó en el Diario Oficial de 17 de diciembre de 2011.

<sup>42</sup> La Constitución Política de 1991 incluyó en su Título XII una serie de artículos relacionados con el régimen económico y la hacienda pública relacionados con las prohibiciones sobre el desarrollo empresarial en pro del bien común.

<sup>43</sup>El proyecto de ley inicial fue el 153 de 2006, sin embargo, este ha sufrido sendas modificaciones y en total ha tenido tres versiones adicionales a la inicialmente presentada en 2006, estas son: Proyecto de Ley 031 de 2007; Proyecto de Ley 058 de 2009 y Proyecto de Ley 070 de 2010.

medianos empresarios, de redactar y publicar anualmente informes sobre su gestión social y ambiental -entre otros aspectos-<sup>44</sup>. Sin embargo, el proyecto no ha sido aprobado y la versión del año 2010 se encuentra nuevamente en revisión. Los Senadores han argumentado que la RSC es voluntaria, por lo que hacerla obligatoria mediante una ley es ir en contra de su propia esencia. Así las cosas, en este momento no existe ninguna obligación de revelar información sobre RSC.

En cuanto a las empresas cotizadas, el Estatuto Orgánico del Sistema Financiero las exhorta a revelar información sobre el gobierno corporativo, aspectos relevantes de la información financiera y otros asuntos que puedan generar cambios significativos en el sector financiero. Sin embargo, no se especifica el contenido. En cuanto a Gobierno Corporativo, existe la obligación de su revelación, aunque esta norma es aplicable únicamente a las empresas que cotizan en bolsa.

El Instituto Colombiano de Normas Técnicas (ICONTEC) desarrolló un proyecto sobre el tema de RSC. Este proceso se inició en 2002 y finalizó con la ratificación, en el año 2008, de una Guía Técnica Colombiana de RSC denominada GTC180 de RS. El objetivo del proyecto es establecer, implementar, mantener y mejorar en forma continua un enfoque de responsabilidad social en la gestión, involucrar a las partes interesadas (*stakeholders*) en una gestión socialmente responsable y comunicar y evidenciar este enfoque ante esas partes interesadas.

### **3.3.2.3 Normativa en México.**

La normativa que recoge los requerimientos de presentación y revelación de información empresarial mexicana está contenida en las Normas de Información

---

<sup>44</sup>El Proyecto de Ley 153 de 2006, en su artículo quinto, trata sobre la obligación de divulgar información de RSC. El artículo dice lo siguiente: “**INFORME ANUAL.** Será obligación de cada empresa que se acoja a la presente ley en el mes de diciembre de cada año, preparar y publicar un informe anual en el cual se especifique lo siguiente: 1. Cualquier impacto significativo de índole medio ambiental, social, económico o financiero de sus actividades durante el año que termina; 2. Una valoración de los impactos significativos en materia medioambiental, social, económica y financiera de cualquier actividad que tenga programada para el año inmediatamente siguiente; 3. Las políticas de empleo y las prácticas laborales particulares de la empresa, en lo que debe incluirse una medición de sus efectos y la participación de los trabajadores, entre otras; 4. Las políticas, planes, programas, proyectos y operaciones adelantados por la empresa para cumplir la Responsabilidad Social Empresarial. Este informe, no deberá contener información que al ser puesta a disposición del público perjudique seriamente a la empresa o viole la intimidad personal, de directivos, trabajadores o accionistas”.

Financiera y en los Boletines y Circulares de la Comisión de Principios de Contabilidad, emitidos por el Instituto Mexicano de Contadores Públicos (IMCP). Estas normas definen los criterios que deben ser tenidos en cuenta para la divulgación y revelación de información del ejercicio contable, pero no hacen explícita la obligación de emitir información sobre RSC.

La Norma sobre Información Financiera (NIIF 7), que es la disposición de presentación y revelación de información, aclara que estos preceptos se refieren a información financiera, cualitativa y cuantitativa, necesaria para satisfacer las necesidades de información de los diferentes usuarios, pero agrega que existe otra información que es exigida por diferentes organismos que queda fuera del alcance de las NIIF, como es el caso de la información ambiental.

Por otro lado, está la obligatoriedad de divulgar información a la Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México (CNBV) para las empresas cotizadas. La circular única especifica la información que debe ser divulgada por las empresas. Dentro de los capítulos que incluye la norma se encuentran apartados concretos para recursos humanos y medio ambiente. También hay espacio para divulgar información sobre gobierno corporativo, hechos relevantes del periodo y las actividades de la administración. Si bien, los títulos sobre los asuntos a revelar son delimitados y contienen temas sobre asuntos sociales, su alcance es muy amplio y no hay especificación de la clase de información que debe ser reportada.

Durante el año 2004 México emitió la norma NMX-SAST-004-IMNC<sup>45</sup>, denominada “Directrices para la Implementación de un Sistema de Gestión de Responsabilidad Social”, la cual buscaba proporcionar asistencia a las organizaciones que desearán implementar o mejorar su sistema de gestión de responsabilidad social y con ello mejorar su desempeño social, pero, según Lecuona (2007), “... *no ha tenido una repercusión significativa en el país, a pesar de su calidad, al no ser verificable*”. Adicionalmente, están las normas que regulan la actividad laboral y la actividad medioambiental, así como normas

---

<sup>45</sup>Instituto Mexicano de Normalización y Certificación

específicas sobre procesos productivos y de explotación, particulares de acuerdo al tipo de industria.

Agüero (2002) reconoce que en México ha habido una tendencia, por su intenso comercio con Estados Unidos, a adoptar normas internacionales para la rendición de cuentas, aunque esto aplica para empresas que cotizan en las bolsas de valores de Estados Unidos.

Algunas de las normas de revelación inmersas en la legislación mexicana se exponen a continuación:

- La Ley de Mercado de Valores<sup>46</sup> dictamina las funciones del consejo directivo en las sociedades anónimas abiertas y define las obligaciones que en materia de revelación de información debe cumplir este organismo. El artículo 43 consagra que los presidentes de los comités que ejerzan funciones societarias y de auditoría deberán elaborar un informe anual sobre las actividades que correspondan a dichos órganos y presentarlo al consejo de administración.
- La Ley General de Sociedades Mercantiles<sup>47</sup> establece en su artículo 166, la obligación para las sociedades anónimas de rendir anualmente a la asamblea general de accionistas un informe respecto de la veracidad, suficiencia y razonabilidad de la información presentada por el consejo de administración.

En México, a pesar de existir un mayor avance en materia normativa, no se cuenta aún con normas claras de revelación de información sobre RSC y las disposiciones al respecto se circunscriben a información de tipo financiero. Muy a pesar de los esfuerzos, tanto gubernamentales como particulares, México apenas está iniciando su camino de concienciación sobre la necesidad de aplicar acciones para minimizar los impactos de la actividad empresarial y, paralelamente, sobre la necesidad y las bondades que genera la transparencia informativa en el desarrollo de los negocios

---

<sup>46</sup> Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 30 de diciembre de 2005. Última reforma DOF del 6 de mayo de 2009.

<sup>47</sup> Nueva Ley publicada en el Diario Oficial de la Federación el 4 de agosto de 1934. Última reforma publicada DOF del 2 de junio de 2009.

### **3.4. Limitaciones del sistema de información contable**

Durante los últimos 40 años se han desplegado diversos mecanismos explicativos a partir de cuentas y narrativas organizacionales (vinculadas a la contabilidad y a los reportes contables) que buscan sintonizar los objetivos organizacionales con las tendencias de los llamados grupos de interés (Gray, Owen & Adams, 2010). Lo anterior, según De Lara Bueno (2003), obedece al carácter social de la contabilidad (Prado, *et al.*, 2013) que la obliga a transformarse y reconfigurarse a partir de los cambios en el contexto y de la conceptualización social de la empresa. Esta transformación tiene como objetivo convertir a la contabilidad en particular, y al sistema contable en general, en un mecanismo de información adecuado para la toma de decisiones y la disminución de la incertidumbre propia del escenario de los negocios (Túa, 1989).

Para el logro de este objetivo la contabilidad debe proveer información relevante a los diferentes grupos de interés. Así, el tema de la sostenibilidad, entendida como la gestión responsable de la empresa de los asuntos sociales, medioambientales y económicos (Núñez, 2003; Moreno & Capriotti, 2006), debe ser parte integral del marco conceptual de la contabilidad. En este sentido, la información sobre sostenibilidad deberá contener información relevante sobre los impactos financieros y no financieros que genera la actividad de la empresa.

No obstante, existe cierta imposibilidad de medir e integrar la narrativa de la sostenibilidad a la narrativa contable, a no ser que la primera se integre a los datos contables y financieros bajo el riesgo de perder su esencia universal para pasar a ser un dato más de la relación de la empresa con algunos asuntos del entorno. Y esto es así por dos razones: la primera tiene que ver con la amplitud conceptual del término “sostenibilidad”, que no se limita al alcance de la actividad empresarial (Gray *et al.*, 2010) y que, por tanto, no es posible traducirlo a los términos empresariales de actividades, recursos y resultados, la segunda se refiere a la capacidad de medición de la contabilidad, ya que muchos elementos como la reputación corporativa, la imagen de los productos, el conocimiento de los trabajadores y la creación de redes de aprendizaje, entre otros, hacen parte del patrimonio de la empresa y sin embargo, no tiene representación patrimonial

desde el punto de vista contable, lo que dificulta su representación y divulgación (Haro, *et al.*, 2012).

Bajo el enfoque meramente instrumental, las empresas tienden a cuantificar los costos de la “sostenibilidad” bajo una lista de asuntos que la retórica económica ha llevado a la escena empresarial y que han sido adoptados y adaptados buscando legitimar su actuación frente a la sociedad. Empero, los temas de la sostenibilidad están más allá de lo mensurable y asuntos sociales y medioambientales, que aparentemente no tienen relación con el espectro empresarial, hacen parte de la sostenibilidad universal y deben ser tenidos en cuenta (Méndez, 2005; Perdigüero & López, 2005, citando a Larrinaga, 2005).

En la actualidad, las empresas tratan de demostrar su sostenibilidad a partir de la construcción de una retórica contable en la que se presenta el tema de la responsabilidad social como un asunto medible desde el punto de vista financiero. Sin embargo, como se presenta a continuación, ni el sistema contable, ni el sistema de información en general, tienen la capacidad de representar de manera integral los costes, actividades e impactos de la sostenibilidad en la empresa.

Así, la Contabilidad ha sido por excelencia el instrumento de comunicación de los hechos empresariales en el ámbito financiero. Cañibano (2004; 158) sostiene que *“La información contable-financiera constituye el principal vehículo de comunicación entre los directivos y los propietarios, y otros terceros interesados en la marcha de la empresa, en particular cuando se trata de sociedades cotizadas en los mercados de valores, en las que las participaciones en la propiedad se encuentran dispersas y alejadas del poder de decisión, que queda en manos de los administradores”*.

Como sistema, la Contabilidad está destinada a suministrar información que apoye la toma de decisiones en el ámbito de la inversión y la evaluación del impacto de la actividad empresarial sobre la sociedad y el medioambiente. No obstante, el sistema contable no responde a las nuevas, crecientes y específicas necesidades informativas de los usuarios (Fernández & Larrinaga, 2009), debido, en parte, a la existencia de la voluntariedad en la divulgación de este tipo

de información, lo que provoca sesgos en la manera como se presentan los datos (Porto & Castromán, 2006) y a la dificultad de revelar asuntos no monetizables.

Túa (1989) reconoce que la Contabilidad ha tenido un proceso de evolución necesario, marcado por las nuevas exigencias sociales y económicas. Este autor diferencia tres etapas en su evolución (legalista, económica y la de utilidad), para establecer que la contabilidad pasó de ser una herramienta de registro para el control a convertirse en un sistema de información para la toma de decisiones. Bajo otra perspectiva, De Lara Bueno (2003) sostiene que la contabilidad es el resultado (divulgativo) de la relación biunívoca entre la empresa y la sociedad<sup>48</sup>, relación que transforma a ambos sistemas en la medida en que las condiciones económicas cambian, exigiendo nuevos y variados requerimientos al sistema de información.

Los mecanismos valorativos de la contabilidad son también parte del permanente debate. López & Rodríguez (2004; 41) consideran que, si bien “...*el análisis clásico centrado en la solvencia y en la rentabilidad, debe ceder protagonismo y visibilidad a otras temáticas...*”, la contabilidad, como está concebida, sigue esgrimiendo como objetivo fundamental “...*el suministrar información de la situación económica, financiera y patrimonial de la entidad contable...*” dejando por fuera elementos intangibles que pueden generar cambios en el valor de la empresa<sup>49</sup>.

Como consecuencia de lo anterior, la idea de patrimonio sigue constreñida a lo directamente medible, dejando por fuera externalidades, como son los intangibles y los asuntos sociales, que pueden aumentar o disminuir su valor y por ende el valor de la empresa. Estas externalidades no son tenidas en cuenta por el sistema contable tradicional, ya que no cumplen con los parámetros establecidos para su reconocimiento y valoración (Lev, 2003), porque, como en

---

<sup>48</sup> La sociedad se configura como los terceros interesados que afectan y son afectados por la actividad de la empresa (Freeman, 1984).

<sup>49</sup> Hans Hoogervorst, presidente del IASB, en reunión de la Asociación Internacional para la Formación e Investigación de Contabilidad (IAAER) celebrada en Ámsterdam el 20 de junio de 2012, reconoció la importancia de los activos intangibles a la hora de valorar la empresa, al igual que la dificultad que persiste para medirlos e identificar. En este sentido, Hoogervorst manifiesta la necesidad de información cualitativa como parte integrante de los estados financieros, al asegurar que “...la contabilidad no es una ciencia exacta...”.

el caso de los intangibles<sup>50</sup>, en muchas oportunidades no son fácilmente identificables y monetizables, pero son los recursos de mayor generación de valor de la empresa<sup>51</sup>.

Bajo las consideraciones anteriormente expuestas, algunos autores, por ejemplo Senes & Rodríguez (2002) y Clark (2008), entre otros, son partidarios de realizar informes adicionales que recojan la información cualitativa y cuantitativa para resumir los impactos de los asuntos ambientales, así como otra información de tipo social, ya que la información contable no cuenta con los mecanismos suficientes para incluirlos en los informes tradicionales. Clark (2008), particularmente, reconoce que los suplementos o informes adicionales a la contabilidad tienen un alto potencial para ampliar el alcance tradicional de la información obligatoria, ya que se puede llegar a otros usuarios más allá de los accionistas.

Resultado de lo anterior, es habitual la afirmación de que los sistemas de información, y en particular el sistema contable, se debe reconfigurar de acuerdo con las nuevas realidades económicas y sociales que lo condicionan. Esta reconfiguración, que no es automática, requiere de voluntad política y del sano ejercicio de los grupos de interés que puedan presionar a las empresas y a los empresarios a informar de manera adecuada, tanto los hechos económicos como las externalidades, positivas y negativas, de asuntos ambientales y sociales, esto sin dejar de reconocer que los sistemas contables no tienen la posibilidad de generar información exacta, pues deben hacer uso de información cualitativa cuando de satisfacer las necesidades informativas de los diferentes grupos de interés se trata.

---

<sup>50</sup> La Norma Internacional de Contabilidad 38 identifica como activo intangible todo recurso controlado por la entidad como resultado de sucesos pasados y del que la entidad espera obtener, en el futuro, beneficios económicos. Este activo, de naturaleza inmaterial, debe ser plenamente identificable, de carácter no monetario y sin apariencia física. Y subraya, además, que en caso que el elemento en cuestión no cumpla con la definición de activo intangible, es decir que no sea plenamente identificable, controlado por la empresa y no haya claridad en la generación de beneficios futuros, se debe tratar como gasto.

<sup>51</sup> Con los cambios en la economía, que ha pasado de una economía industrial a una economía del conocimiento, se ha evidenciado la creación y existencia de elementos intangibles sin que, "...la información contable-financiera de las compañías ofrezca detalle puntual de esta nueva realidad, más importante en muchos casos que la relativa a los elementos tangibles, sobre los que sí ofrece en cambio datos suficientes" Cañibano (2004;22)

En este orden de ideas, son varios los factores que insinúan un cambio de paradigma contable, en especial cuando se mira desde la necesidad de más y mejores modelos de revelación. Entre los más significativos se encuentran:

- Los riesgos financieros y de sostenibilidad económica que implican las cuestiones medioambientales y sociales (López & Rodríguez, 2004).
- Las obligaciones de información que se derivan del “contrato social implícito” entre la empresa y la sociedad (Archel, 2003).
- El riesgo de reputación que implica la imagen de “no responsabilidad ambiental” frente al mercado (teoría de la legitimidad) (Archel, 2003).

Uno de los mayores problemas de la información contable tiene que ver con las asimetrías existentes en la divulgación de información empresarial (Cañibano, 2004), debido fundamentalmente a dos situaciones:

- Los problemas de agencia basados en la teoría de contratos, bajo la cual el principal (gerente) goza de privilegios sobre la información, ya que tiene la posibilidad de manejar los datos en beneficio propio buscando mejorar o mantener las condiciones de remuneración contractual.
- La rigidez del sistema contable que dificulta la divulgación de información sobre circunstancias, hechos estimados y contingencias no monetizables debido a que la reglamentación vigente, en la mayoría de los casos, no favorece la revelación de información cualitativa (Sabaté, 2001). Así las cosas, los usuarios de la información tendrán datos fragmentados e incompletos sobre la realidad económica de la empresa.

Sin desconocer que las asimetrías de información están presentes en todo tipo de empresas, son las grandes compañías las que presentan mayores asimetrías, sobre todo entre los gestores y los accionistas. Estas asimetrías generan considerables costos de agencia por lo que las firmas se verán obligadas a aumentar el volumen y el tipo de información divulgada (Chow & Wong-Boren, 1987) buscando disminuir estos costos. Para lograr minimizar esta asimetría es necesario contar con herramientas, métodos y estándares que mejoren la dinámica divulgativa de las empresas. En esta línea, los informes sociales (o informes sobre RSC) se configuran como mecanismos de transparencia

informativa que legitiman el actuar de las organizaciones frente a sus *stakeholders*.

Diversos autores han coincidido en señalar que los informes sobre RSC son un mecanismo idóneo de comunicación que busca mejorar la reputación corporativa de la empresa, no obstante, estos informes se han caracterizado por divulgar información positiva, fragmentada e incompleta de la realidad de la compañía, omitiendo hechos adversos que puedan generar conflictos con sus grupos de interés (Gómez, 2006; Cho & Patten, 2007; Husillos, 2007; Aranguren, 2008; Dawkins & Ngunjiri, 2008). Pero, la evolución de la reglamentación y de las iniciativas voluntarias como la del GRI, además de la presión de los grupos de interés, han logrado avances importantes en materia de revelación de información.

Pese a las críticas sobre los informes de RSC, es necesario contar con instrumentos de comunicación empresarial adicionales a los sistemas tradicionales de información. Estos deben ir acompañados de mecanismos de control que, al mismo tiempo, mejoren la confianza en los datos allí consignados, con el fin de satisfacer las necesidades de información veraz y confiable por parte de los grupos de interés, quienes cada vez demandan un mayor conocimiento sobre las actividades que la firma realiza para minimizar las externalidades negativas que afectan a la sociedad

### **3.5. Características de la información sobre RSC que dificultan su divulgación**

La falta de homogenización en la información sobre las actividades de RSC genera importantes inconvenientes a la hora de su divulgación por parte de las empresas, y su interpretación por parte de los usuarios de la información. Por un lado, está el carácter netamente narrativo de la información reportada, lo que dificulta su medición y revelación. Por otro, la información sobre RSC es de carácter voluntario, por lo que su revelación en los informes obedece a la mera liberalidad de la empresa (Moneva, 2005). A continuación se exponen éstas y otras cuestiones relativas a la información sobre responsabilidad social corporativa.

### 3.5.1 Carácter voluntario.

La voluntariedad<sup>52</sup> es un elemento permanente en el tema de la RSC, de allí su inclusión en las diferentes definiciones aportadas por los organismos internacionales (véase por ejemplo la definición aportada por el Libro Verde o por AECA -La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas-). En la misma vía se encuentran las líneas directrices de la OCDE para empresas multinacionales, en donde se enuncian principios y normas voluntarias para una conducta empresarial responsable compatible con las legislaciones aplicables en cada país.

Lo anterior es consecuencia de la falta de normalización sobre la RSC; la aplicación depende de la voluntad de las empresas y de la presión que puedan ejercer los *stakeholders*. Si bien es cierto, la transparencia informativa es un factor constitutivo de la RSC, esta es voluntaria en casi todos sus componentes (Moneva, 2005), lo que crea barreras cuando se trata de examinar y analizar la información divulgada por las empresas en virtud de la heterogeneidad en los datos. El análisis es más complejo cuando se pretende realizar comparaciones entre empresas (Moneva & Llena, 1996) y entre países.

En el ámbito académico, la discusión sobre la conveniencia de la voluntariedad de la información que revelan las empresas en sus informes anuales, así como sobre los factores que motivan a divulgar este tipo de información ha sido permanente. Estudios como el de Certf (1961), complementado por otros académicos (p. ej.: Singhvi, 1968; Singhvi y Desai, 1971; Buzby, 1974, Chow & Wong-Bore, 1987; Giner, 1997; Gómez, Sánchez & Poveda, 2006; Gutiérrez & Navallas, 2007), han abordado estos temas desde la información financiera. En cuanto a estudios que consideran la información sobre RSC, encontramos trabajos como los de Verrecchia (1983); Ullmann, (1985), Guthrie & Parker (1990), Gray *et al.*, (1995a y b), Hackston & Milne (1996), Clarke & Gibson-Sweet (1999), Archel & Lizarraga (2001), Patten (2002a), Hassan & Harahap (2010), Dhaliwal, Li, Tsang & Yang., (2011), en los que se analizan las causas y las

---

<sup>52</sup>“La información voluntaria es aquella sobre la que no se plantea normalización de ningún tipo, por lo que su elaboración y contenido quedan al arbitrio de la entidad informativa” (Moneva y Llena, 1996; 368)

consecuencias de la divulgación de información voluntaria sobre RSC o sobre alguna de sus categorías.

A pesar de que el carácter voluntario puede crear problemas al analizar la información, por la heterogeneidad de los datos, esta voluntariedad es utilizada por las empresas como mecanismo para minimizar las tensiones y los riesgos, principalmente por la percepción que puedan tener los inversores y demás grupos de interés. Algunos autores han encontrado que las compañías, con el fin de satisfacer las expectativas sociales y las demandas de los diferentes grupos de interés, revelan información sobre asuntos sociales y medioambientales (Patten, 1991; Deegan & Gordon, 1996; Adams & Kuiairikum, 2000; Archel, 2003; Brammer & Pavelin, 2006), es decir, la presión social podría considerarse como uno de los factores que influyen en la oferta informativa por parte de las organizaciones.

Pese al alto grado de aceptación de la naturaleza voluntaria de la información sobre RSC, se está presentando una fuerte dinámica de presión regulatoria<sup>53</sup>, lo que cambiaría la percepción y la dirección de los estudios sobre el tema. De hecho, existen estudios en los que se ha analizado, entre otras, la revelación de información obligatoria sobre aspectos medioambientales (Moneva, Fuentes & Pascual, 2001; Larrinaga, Carrasco, Correa, Llena & Moneva, 2002; y Criado, Fernández, Larrinaga & Husillos 2008) que sugieren que la norma podría tener un efecto positivo en la cantidad de información divulgada, poco efecto en lo que concierne a su estructura y utilidad (Lizcano, 2009) y algunas trabas para el desarrollo normal de la actividad empresarial (Brammer & Pavelin, 2006).

La información obligatoria crea una base común de información para todas las empresas, relativa a los mismos asuntos; mientras que la discrecionalidad en la revelación genera que cada empresa revele solamente aquellos datos que le

---

<sup>53</sup>Existen numerosos ejemplos sobre normas regulatorias en Estados Unidos y Europa. Recientes modificaciones realizadas por el IASB (*International Accounting Standards Board*) han incluido variaciones en algunas de sus normas (IAS 37, IAS 36 y IAS 38) que plantean la problemática medioambiental. En el lado europeo, se tiene la Recomendación de la Comisión Europea del 30 de mayo de 2001, relativa al reconocimiento, la medición y la publicación de asuntos medioambientales en las cuentas e informes anuales de las empresas. También se han desarrollado normas en otros países. Así por ejemplo, en España están el RD 437/1998, que aprueba las normas de adaptación del plan general de contabilidad al sector eléctrico; y la Resolución del ICAC de 2002, por la que se aprueban normas para el reconocimiento, valoración e información de aspectos medioambientales en las cuentas anuales, PGC 2007 que incluye prácticamente la información que se exigía en el ICAC 2002

generen beneficio “...fijando el nivel de revelación en aquel que le proporciona el mayor beneficio neto” (Gómez, *et al.*, 2006; 9). Aunque existe evidencia que sugiere que la regulación de la revelación de información social y medioambiental puede servir para ocultar hechos negativos ante una mayor presión de los *stakeholders* (Larrinaga *et al.*, 2002; Criado *et al.*, 2008).

Así las cosas, y a manera de resumen, se podría indicar que la información sobre RSC tiene un carácter voluntario y que por tanto su análisis y medición pueden afectarse por sesgos e intereses de quien divulga y de quien analiza los datos. Sumado a lo anterior, al no haber homogeneidad en el contenido y en su forma de presentación, la comparación se hace compleja y su recopilación puede generar más costos que beneficios a raíz de la falta de consistencia informativa entre las empresas (Moneva & Llena, 1996).

### **3.5.2 Carácter cualitativo**

Suficiente debate ha originado la calidad de la información sobre RSC por parte de investigadores y de los diferentes grupos de interés, en virtud de su voluntariedad, que abre la posibilidad de su verificación o de una auditoría, e igualmente debido a su carácter cualitativo, que si bien puede ser consecuencia de la voluntariedad, obedece también a la complejidad de la información que se está presentando (Gil, Giner, & Gríful, 2007).

García (2006) clasifica la información de RSC en cualitativa y cuantitativa y esta última en financiera y no financiera. La información cuantitativa no presenta dificultad para su revelación, ya que se basa en datos que cumplen con la característica de trazabilidad<sup>54</sup>. No así la información cualitativa, que requiere de un tratamiento especial, pues su carácter expositivo no permite la trazabilidad de los datos, con lo cual es difícil comprobar su materialidad y fiabilidad.

Cuando se trata de información financiera, la norma contable define técnicas de valoración bajo una unidad de medida, económica, que permite su registro y verificación. Sin embargo, estas normas son limitadas a la hora de valorar las actividades sociales y medioambientales de las empresas (Gray, 2006),

---

<sup>54</sup> La trazabilidad hace referencia a la posibilidad de rastrear o hacer seguimiento a las cifras y a los procesos.

generando problemas de revelación en tanto esta solo se hará si favorece la rentabilidad y la solvencia (García-Meca & Martínez, 2004).

Lo anterior origina un sesgo en la información revelada (Criado, *et al.*, 2008) ya que se presenta información incompleta que no refleja la realidad de la firma. Larrinaga (2005), considera que a la hora de analizar la información empresarial son importantes los datos cualitativos y cuantitativos, porque hay elementos monetizables<sup>55</sup> y no monetizables (véase Tabla 9), es decir, que para lograr un buen sistema de información, integral, completo y veraz, la información sobre RSC debe incluir información cualitativa que no es posible monetizar pero que permite conocer mejor la empresa<sup>56</sup>.

**Tabla 9. Clasificación de los impactos de la empresa en monetizables y no monetizables.**

|                           | <b>Impactos económicos</b>                                                      | <b>Impactos sociales</b>                                                                                 | <b>Impactos ambientales</b>                                         |
|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|
| Valor de mercado          | Dividendos reinversión                                                          | Retribuciones donaciones                                                                                 | Gastos de gestión ambiental                                         |
| Monetizables              | Impacto económico<br>Compras<br>Valor añadido<br>Impacto económico<br>Productos | Creación de empleo<br>Impacto social<br>Productos                                                        | Emisiones<br>Vertidos<br>Residuos                                   |
| Difícilmente monetizables | Generación futura de riqueza                                                    | Seguridad<br>Bienestar<br>Condiciones laborales<br>Derechos humanos<br>Justicia distributiva<br>Recursos | Biodiversidad<br>Ocupación de territorio<br>Agotamiento de recursos |

**Fuente: Larrinaga (2005)**

La disyuntiva que se presenta con los datos cualitativos, no medibles desde el punto de vista financiero, tiene que ver con la forma como se muestran tales datos, su verificabilidad y los procedimientos que se deben seguir para garantizar su fiabilidad, elementos clave en el tema de la transparencia informativa.

La información sobre RSC, vista desde la contabilidad clásica, es decir, desde la información monetizable, tiene grandes inconvenientes a la hora de medir su nivel de divulgación, aunque existen propuestas de medición a partir de índices

<sup>55</sup>Entiéndase por monetizables aquellos datos que pueden representarse de manera cuantitativa en expresiones financieras.

<sup>56</sup> Para Hutton, Miller & Skinner, (2003), existe una información que ellos denominan como “suave”. Esta información es aquella que no es verificable y es utilizada por las empresas para hacer declaraciones relativas a asuntos negativos sobre los cuales no se quiere llamar la atención, ya que puede afectar los intereses financieros de la empresa. Los autores hacen referencia a la información cualitativa, nombre utilizado por la mayoría de los autores que consideran una distinción entre información cuantitativa e información cualitativa.

que podrían ayudar a representar y medir esta información. La literatura empírica es abundante en la utilización de índices para la medición de la información revelada por las empresas (Chow & Wong-Boren, 1987; Cooke, 1989; Giner, 1997; Larrán & Giner, 2001; García-Meca & Martínez, 2004 para estudios de información financiera; Carmona & Carrasco, 1988; Robb, Single & Zarzeski, 2001; Fernández & Luna, 2003; Ortiz, 2005; Aranguren, 2008 y Criado *et al.*, 2008,, para información sobre RSC).



## **Capítulo 4. Revisión de la literatura sobre divulgación de información de responsabilidad social corporativa**

Varios son los interrogantes que surgen a la hora de analizar la información de RSC divulgada por las empresas, por ejemplo: ¿qué temas divulgan?, ¿cuáles son los medios de divulgación?, ¿cómo se mide la información divulgada? y, finalmente, ¿qué factores o elementos influyen para que una empresa divulgue información sobre RSC? Estos son algunos de los cuestionamientos que se deben resolver a la hora de evaluar la divulgación de información de RSC y que han sido desarrollados en la literatura previa.

El siguiente apartado presenta una revisión de la literatura, haciendo énfasis en aquellas investigaciones que analizan los factores determinantes de la divulgación de información sobre RSC, con el fin de conocer las principales características de estos estudios, los avances conseguidos, así como las metodologías utilizadas y establecer las hipótesis de partida que guiarán la presente investigación.

### **4.1. Literatura empírica previa relacionada con la divulgación de información sobre responsabilidad social corporativa**

Con el fin de conocer la dinámica investigativa sobre el tema propuesto y establecer los criterios necesarios para el desarrollo de los objetivos, se ha realizado una revisión de la literatura previa - partiendo de los estudios de Aranguren (2008) y Gómez (2006) - centrando la búsqueda en estudios relativos a los factores que influyen en la divulgación de información sobre RSC y dirigiendo una mirada particular a los estudios realizados en empresas de América Latina.

Si bien, el presente trabajo tiene como objetivo analizar el fenómeno divulgativo sobre RSC en tres países de América Latina (Chile, Colombia y México), la revisión se ha realizado en diferentes zonas geográficas, dividiendo los hallazgos en cuatro grandes grupos: los dos primeros analizan estudios que han abordado empresas de países desarrollados, el primero aborda estudios comparativos y el segundo estudios en un solo país; los otros dos grupos se enfocan al estudio de empresas que pertenecen a países llamados en vía de desarrollo y a países de

economías emergentes bajo los mismos criterios anteriores: estudios coparativos de varios países y estudios sobre un solo país.

Como se expresó en el capítulo 1, en la literatura existen sendos estudios sobre el tema de la RSC. Algunos orientados al análisis del concepto (Matten & Moon, 2008), su relación con la sostenibilidad (Montiel, 2008; Archel & Husillos, 2009) y las implicaciones de su práctica en la empresa (Fernández, 2009). Otros autores han encaminado su estudio a establecer el alcance y aplicabilidad de la RSC en la empresa (Epstein, 2007) y su influencia en los consumidores (Maignan, 2001; Vassilikopoulou, Siomkos & Mylonakis 2005), así como la importancia de la transparencia informativa materializada en la divulgación de informes sociales (Quaak, Aalbers & Goedee, 2007; Georgakopoulos & Thomson, 2008; Moneva & Ortras, 2008).

Hay un grupo de autores (Roberts, 1992; Adams, 2002; Newson & Deegan, 2002; Aranguren, 2008; Castelo & Lima, 2008; Husillos & Álvares-Gil, 2008, Alonso-Almeida, Rodríguez, Cortez & Abreu, 2010; Pérez-Batres, *et. al.*, 2010; Bayoud, Kavanagh & Slaughter, 2012, entre otros) que, tratando de explicar las razones que motivan a las empresas a dar a conocer sus acciones y actividades sociales, han examinado los factores que influyen en la divulgación de información.

Esta última línea de estudio será el criterio bajo el cual se encauza el análisis de la literatura previa del presente trabajo, con el fin de identificar los criterios utilizados tales como: el espacio temporal, el ámbito geográfico, las categorías de análisis, la población (muestra) analizada, los documentos fuente utilizados, la unidad de medida, las variables contrastadas, el tipo de estudio realizado y la aplicación de una prueba de fiabilidad (ver Tabla 10).

**Tabla 10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC**

| Autor                                                                                  | Año de publicación | Año de estudio                       | Países                                                    | Categorías de análisis                                                 | Muestra/población                                                                                 | Documento fuente                                   | Unidad de medida                                | Variables                                                                                    | Técnica estadística     | Fiabilidad |
|----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|-------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|------------|
| <b>ESTUDIOS COMPARATIVOS DE VARIOS PAÍSES QUE PERTENECEN A ECONOMÍAS DESARROLLADAS</b> |                    |                                      |                                                           |                                                                        |                                                                                                   |                                                    |                                                 |                                                                                              |                         |            |
| Cooke                                                                                  | 1989               | 1985                                 | Suiza                                                     | Elementos contables sobre la responsabilidad social                    | 90 compañías suecas cotizadas y no cotizadas                                                      | Informe anual                                      | Se divulga o no se divulga                      | Cotiza/ no cotiza, tamaño, accionistas, subsidiarias, nacionalidad                           | Regresión múltiple      | NO         |
| Guthrie & Parker                                                                       | 1990               | 1983                                 | Reino Unido, EUA, Australia                               | Medio ambiente, energía, recursos humanos, productos, comunidad, otros | 156 grandes por capitalización bursátil.                                                          | Informe anual                                      | N.º de páginas                                  | País de origen                                                                               | Encuesta                | NO         |
| Adams, Hillis & Roberts                                                                | 1995b              | 1992                                 | Holanda, Francia, Alemania, Suiza, Suecia, Reino Unido    | Medio ambiente, empleados, ética                                       | 150 empresas: las 25 empresas más grandes de cada país por cifra de ventas                        | Informe anual                                      | N.º de páginas. Se divulga/ no se divulga       | Industria, País de origen                                                                    | Análisis de contenido   | NO         |
| Adams & Roberts                                                                        | 1995               | Informes disponibles a Junio de 1993 | Francia, Alemania, Holanda, Suiza, Suecia, Reino Unido    | Ética                                                                  | 150 empresas grandes por cifra de ventas                                                          | Informe anual                                      | N.º de páginas (proporción de páginas)          | País de origen                                                                               | Análisis de frecuencias | NO         |
| Gray, <i>et al.</i>                                                                    | 1995               | 1989                                 | Estados Unidos y Reino Unido                              | Empleados, política social                                             | 116 empresas multinacionales de EEUU y 64 del Reino Unido                                         | Informe anual                                      | Índice 0 ó 1 según se divulgue o no información | Lugar de cotización, país de origen                                                          | Análisis de contenido   | NO         |
| Meek, Roberts & Gray                                                                   | 1995               | 1989                                 | Estados Unidos, Reino Unido y Europa Continental          | Empleados, política social, I+D                                        | Empresas: 116 de EEUU, 64 de Reino Unido, 16 de Francia, 12 de Alemania y 18 de los Países Bajos. | Informe anual                                      | 1= Presencia; 0= Ausencia                       | País de origen, lugar de cotización, tamaño, sector industrial, apalancamiento, rentabilidad | Análisis de contenido   | NO         |
| Buhr & Freedman                                                                        | 1996               | 1994                                 | Canadá y EUA                                              | Medio ambiente                                                         | 68 empresas de sectores de alto impacto de Canadá y 68 empresas de EUA                            | Informe anual de la SEC, informe de medio ambiente | N.º ítems divulgados                            | País de origen                                                                               | Pruebas t pareadas      | NO         |
| Gray, <i>et al.</i>                                                                    | 1996               | 1989                                 | EUA y Reino Unido                                         | Empleados, información social, I+D                                     | 116 empresas de EUA y 64 empresas de Reino Unido                                                  | Informe anual                                      | 1= Presencia; 0= Ausencia                       | Tamaño, cotización local e internacional, multinacionalidad                                  | Análisis de contenido   |            |
| Subbarao & Zeghal                                                                      | 1997               | 1993-1944                            | EUA, Canadá, Reino Unido, Alemania, Japón y Corea del Sur | Recursos humanos                                                       | 120 empresas cotizadas                                                                            | Informe anual                                      | N.º de palabras. Presencia o ausencia del ítem  | Industria, país de origen                                                                    | Análisis de frecuencias | NO         |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor                                  | Año de publicación | Año de estudio        | Países                                                                                | Categorías de análisis                                                                                                   | Muestra/población                                                           | Documento fuente                                                         | Unidad de medida                                                  | Variables                                                                                                | Técnica estadística                                                | Fiabilidad |
|----------------------------------------|--------------------|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------|
| Adams, Hill y Roberts                  | 1998               | 1992                  | Francia, Alemania, Holanda, Suecia, Suiza y Reino Unido                               | Medio ambiente, Empleados, Ética                                                                                         | 150 informes anuales de 25 empresas                                         | Informe anual                                                            | N.º items divulgados y proporción de páginas                      | Tamaño, industria y país de origen                                                                       | Análisis de contenido, análisis de frecuencias                     | NO         |
| Adams & Kuasirikum                     | 2000               | 1985-1995             | Alemania, Reino Unido                                                                 | Medio ambiente, otra información ética                                                                                   | 20 empresas de los sectores químico y farmacéutico, incluidas en las top    | Informe anual                                                            | Número y proporción de páginas.                                   | País de origen                                                                                           | Análisis comparativo y longitudinal                                | NO         |
| Robb, <i>et al.</i>                    | 2001               | 1995                  | Australia, Canadá y EUA                                                               | Empleados, clientes                                                                                                      | 192 empresas de varios sectores                                             | Informe anual                                                            | Índice calificado con 1, 2 y 3 de acuerdo al nivel de divulgación | Clasificación industrial, País, Dispersión geográfica, Lugar de coitzación, Tamaño                       | Regresión lineal                                                   | NO         |
| Clavel, Ortiz & Martínez               | 2003               | 1998 y 1999           | España, Alemania y Reino Unido                                                        | Recursos humanos                                                                                                         | 21 empresas                                                                 | Informes anuales, Informes 20F                                           | Ausencia o presencia de ítem en el informe                        | Tamaño, País, Tipo de informe                                                                            | Análisis de contenido                                              |            |
| Hibbit                                 | 2003               | 1989 a 1995           | Alemania, Bélgica, Luxemburgo y Holanda                                               | Medio ambiente                                                                                                           | 90 empresas más grandes por capital empleado ( <i>The Times</i> 1000, 1997) | Informe anual, informe social, Informe de medio ambiente, otros informes | Porcentaje de páginas                                             | Visibilidad política, Sensibilidad medioambiental, costes de contratación y control, Sector, País, otras | Estudio longitudinal y transversal                                 | NO         |
| Ortiz                                  | 2005               | Marzo y Abril de 2004 | 15 Países de la Unión Europea:                                                        | Empleados, política social                                                                                               | 82 multinacionales coitzadas en la bolsa de Nueva York                      | Sitio Web                                                                | 0=Ausencia, 1=presencia; Construcción de índice.                  | País, Sector, periodo de coitzación, tamaño, rentabilidad                                                |                                                                    |            |
| Van der Laan Smith, Adhikari & Tondkar | 2005               | 1998-1999             | Nouega/ Dinamarca y EEII                                                              | Medio ambiente, empleados, comunidad, relación con los consumidores, seguridad del producto y derechos de bs accionistas | 32 grandes empresas                                                         | Informe anual                                                            | Frases, palabras, gráficos y proporción de páginas                | País, tipo de informe, frase, información numérica, lenguaje                                             | Análisis de frecuencias, estadísticos básicos, regresión logística | NO         |
| Ortiz & Clavel                         | 2006               | 1998-1999-2000        | Dinamarca, Noruega, Reino Unido, Irlanda, Holanda, Francia, Italia, Alemania y España | Recursos humanos                                                                                                         | 175 informes de multinacionales europeas                                    | Informe anual en formato 20-F                                            | 0=Ausencia, 1=presencia;                                          | Sector, tamaño, año del informe y país                                                                   | Test no paramétrico de Kruskal-Wallis; regresión lineal.           | No         |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor                               | Año de publicación | Año de estudio | Países                                                                                                                                                                                  | Categorías de análisis                                                                        | Muestra/población                                                                                                                                  | Documento fuente                                                                           | Unidad de medida                                                                         | Variables                                                                                                                                 | Técnica estadística                              | Fiabilidad                    |
|-------------------------------------|--------------------|----------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------------------|
| Aranguren                           | 2008               | 2003           | Alemania, España y Reino Unido                                                                                                                                                          | Empleados, medio ambiente, comunidad, consumidores y productos, ética                         | Alemania Dax 30; España IBEX 35 y FTSE100 de Reino Unido                                                                                           | Informe anual, de RSC, medioambiental, social y de gobierno corporativo                    | 0 = no divulga; 1= divulga información cualitativa; 2= divulga información cuantitativa. | País, sector, tamaño, rentabilidad, impacto del sector                                                                                    | Análisis de contenido, ANOVA                     | NO                            |
| Aranguren & Ochoa                   | 2008               | 2003           | Alemania y España                                                                                                                                                                       | Empleados y medio ambiente                                                                    | 30 empresas alemanas y 35 empresas españolas pertenecientes al Dax30 y al IBEX35 respectivamente                                                   | Informes anuales y bianuales de sostenibilidad, medioambientales y de gobierno corporativo | 0 = no divulga; 1 divulga información cualitativa; 2 divulga información cuantitativa.   | No hay contraste de variables                                                                                                             | Análisis de contenido                            |                               |
| Chen & Bouvain                      | 2009               | 2007           | Reino Unido, USA, Australia y Alemania                                                                                                                                                  | RSE general                                                                                   | 34 empresas, de Australia, Alemania, Reino Unido y EUA con membresía el <i>Global compact</i>                                                      | Reportes de RSE                                                                            | Calificación de los reportes                                                             | Tamaño, multinacionalidad, país, sector y si es miembro o no del <i>Global compact</i>                                                    | Frecuencias relativas y regresiones lineales     | Uso de <i>software</i> Lexima |
| García, Cuadrado, Santero & Ordoñez | 2010               | 2004-2010      | Alemania, Australia, Austria, Canadá, Bélgica, Dinamarca, España, EUA, Francia, Finlandia, Grecia, Irlanda, Italia, Japón, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia y Suiza | Influencia del Sistema Legal en la información de sostenibilidad                              | 1598 compañías internacionales pertenecientes a veinte países, de acuerdo con el índice Forbes son compañías de mayor tamaño a nivel internacional | Memorias de sostenibilidad de cada una de las compañías                                    | Calificación según formato y contenido del modelo GRI.                                   | Calificación según formato GRI. <i>Civil Law</i> , variables institucionales, tamaño, rentabilidad, oportunidades de crecimiento y sector | Modelos de dependencia Tobit para datos de panel | NO                            |
| Hubbard, G.                         | 2011               | 2007           | EUA, Reino Unido, China, France, Rusia, Brasil y Australia                                                                                                                              | Estrategias, gobierno, economía, medio ambiente, empleados, clientes, proveedores y comunidad | 30 grandes empresas                                                                                                                                | Informes sobre RSC de la base de datos de la GRI                                           | N/A                                                                                      | Elementos intersectoriales; utilidad, confiabilidad, relevancia y comparabilidad                                                          | N/A                                              | N/A                           |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor                                                                                | Año de publicación | Año de estudio   | Países    | Categorías de análisis                                                                                                                                                       | Muestra/población                                                                     | Documento fuente                                          | Unidad de medida                                                                       | Variables                                                            | Técnica estadística                              | Fiabilidad        |
|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|------------------|-----------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-------------------|
| <b>ESTUDIOS EN EMPRESAS PERTENECIENTES A UN SOLO PAÍS EN ECONOMÍAS DESARROLLADAS</b> |                    |                  |           |                                                                                                                                                                              |                                                                                       |                                                           |                                                                                        |                                                                      |                                                  |                   |
| Ernst & Ernst                                                                        | 1978               | 1977             | EUA       | Medio ambiente, energía, prácticas empresariales justas, empleados, comunidad, productos y otra información                                                                  | Empresas de la lista <i>Fortune</i> 500 industrial                                    | Informes anuales y otros documentos relevantes            | Número de Páginas medidas en intervalos de 0-25                                        | No hay contraste de variables                                        |                                                  |                   |
| Ingram & Beal                                                                        | 1980               | 1970-1974        | EUA       | Medio ambiente                                                                                                                                                               | 50 empresas de 4                                                                      | informes anuales                                          | Escala de calificación de 0-10                                                         | Índices de rendimiento real                                          | Análisis de contenido                            | Dos codificadores |
| Trotman & Bradley                                                                    | 1981               | No se especifica | Australia | Medio ambiente, energía, recursos humanos, productos, comunidad, otros                                                                                                       | 207 empresas grandes cotizadas en la Bolsa de Australia                               | Informe anual                                             | N.º de líneas de como porcentaje del total de líneas del informe anual                 | Tamaño, Riesgo, presiones sociales, decisión de los gestores         | Estadísticas no paramétricas                     | NO                |
| Wiseman                                                                              | 1982               | 1972 - 1976      | EUA       | Medio ambiente                                                                                                                                                               | 26 empresas grandes de sectores con mayor impacto medioambiental                      | Informe anual                                             | Índice de información monetaria o cuantitativa.                                        | N.º de elementos sobre los que se divulga información N.º de páginas | Evaluación de los contenidos                     | NO                |
| Guthrie                                                                              | 1983               | 1980             | Australia | Medio ambiente, energía, recursos humanos, productos, comunidad, otra información                                                                                            | 144 grandes empresas                                                                  | Informe anual                                             | N.º de páginas)                                                                        | Tamaño, industria                                                    |                                                  |                   |
| Cowen, Ferreri & Parker                                                              | 1987               | 1978             | EUA       | Medio ambiente, energía, prácticas empresariales justas, empleados, comunidad, productos, otros                                                                              | 134 empresas del <i>Fortune</i> 500 pertenecientes a 10 industrias                    | Informe anual (datos de estudio de Ernst y Ernst de 1978) | N.º de elementos                                                                       | Tamaño, rentabilidad (ROE), industria, existencia de un comité de RS | Regresión lineal con base a Ernst y Ernst (1978) | NO                |
| Camona & Carrasco                                                                    | 1988               | 1985             | España    | Relaciones con otros agentes sociales, conservación de los recursos naturales, seguridad e higiene, desarrollo del personal, mesa salarial, actividades filantrópicas, otros | 61 grandes empresas entre las 500 mayores publicadas por la revista Mercado para 1986 | Memorias anuales o en su defecto estados contables        | Índice: (0) no se menciona, (1) referencia genérica, (2) cuantificación, (3) inversión | Rentabilidad, empresa pública o privada                              | Análisis de contenido                            | NO                |
| Zeghal & Ahmed                                                                       | 1990               | 1981 y 1982      | Canadá    | Medio ambiente, energía, prácticas empresariales justas, empleados, comunidad, productos, otros                                                                              | Seis grandes bancos nueve empresas petrolíferas                                       | Informes anuales, folletos, Anuncios                      | N.º de palabras                                                                        | Tipo de documento utilizado (no hay contraste estadístico)           | Análisis de contenido                            | NO                |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor                  | Año de publicación | Año de estudio | Países        | Categorías de análisis                                                                          | Muestra/población                                                                           | Documento fuente                                                                              | Unidad de medida                                 | Variables                                                                                                       | Técnica estadística                         | Fiabilidad |
|------------------------|--------------------|----------------|---------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|------------|
| Patten                 | 1991               | 1985           | EUA           | Medio ambiente, energía, prácticas empresariales justas, empleados, comunidad, productos, otros | 156 empresas del Fortune 500                                                                | Informe anual                                                                                 | N.º de páginas                                   | Presión pública, tamaño e industria y rentabilidad                                                              | Regresión lineal                            | NO         |
| Patten                 | 1992               | 1988 y 1989    | EUA           | Medio ambiente                                                                                  | 21 empresas del sector de petróleo                                                          | Informe anual                                                                                 | N.º de páginas                                   | Tamaño, pertenencia al grupo ALYESKA                                                                            | Prueba t, regresión lineal                  | NO         |
| Roberts                | 1992               | 1984 a 1986    | EUA           | No se especifican                                                                               | 130 grandes empresas del <i>Fortune</i> 500                                                 | Informe del CEP de 1986, Informe anual, informe de 10K publicaciones en revistas y periódicos | 0: divulgación pobre. 1: buena. 2: excelente     | Variables de poder de los <i>stakeholders</i> , postura estratégica y desempeño económico,                      | Contraste de variables                      | NO         |
| García & Monterey      | 1993               | 1990           | España        | Información medioambiental. Información social                                                  | 100 empresas que cotizan en la Bolsa de Madrid, excluyendo banca y seguros                  | Memoria anual                                                                                 | Valor 0 ó 1 según se divulgue o no información   | Sector, Propiedad del capital, ventas, rentabilidad, endeudamiento, actividad operativa y financiación exterior | Modelo de regresión (Probit)                | NO         |
| Adams, Coultis & Harte | 1995               | 1991           | Reino Unido   | Empleados (sólo igualdad de oportunidades)                                                      | Las 100 empresas más grandes del Reino Unido listada en <i>The Times</i> 1000               | Informe anual, Base de datos CSEAR                                                            | N.º de páginas medidas por intervalos de 1/10    | No se especifican                                                                                               | Análisis de contenido                       | NO         |
| Deegan & Gordon        | 1996               | 1991           | Australia     | Información voluntaria relacionada con el medio ambiente                                        | 197 empresas.                                                                               | Informe anual                                                                                 | N.º de palabras, páginas y porcentaje de páginas | Tamaño y sensibilidad medioambiental                                                                            | Análisis de contenido                       | NO         |
| Deegan & Rankin        | 1996               | 1990 a 1993    | Australia     | Medio ambiente                                                                                  | 20 empresas perseguidas por las autoridades de protección medioambiental; 20 no perseguidas | Informe anual                                                                                 | Nº de palabras, y porcentaje de páginas          | Persecución de la empresa por las autoridades medioambientales                                                  | Análisis de contenido                       | NO         |
| Hackston & Milne       | 1996               | 1992           | Nueva Zelanda | Empleados, medio ambiente, Comunidad                                                            | 47 empresas que cotizan en bolsa                                                            | Informe anual                                                                                 | Frases.                                          | Tamaño, exposición cotización y rentabilidad                                                                    | Análisis de contenido                       | SI         |
| Moneva & Llena         | 1996               | 1991           | España        | Empleados, labor social, medio ambiente                                                         | 47 empresas industriales cotizadas                                                          | Informes anuales                                                                              | 0 o 1 de acuerdo al nº. de temas                 | Rentabilidad, sector económico regulado                                                                         | Análisis estadístico-Contraste de hipótesis | NO         |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor                  | Año de publicación | Año de estudio | Países      | Categorías de análisis                                                        | Muestra/población                                                          | Documento fuente                               | Unidad de medida                                           | Variables                                                                                                               | Técnica estadística                                 | Fiabilidad |
|------------------------|--------------------|----------------|-------------|-------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------|------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------|------------|
| Giner                  | 1997               | 1989 a 1991    | España      | Información contable voluntaria y obligatoria e información social voluntaria | 49 empresas para el año 1989, 47 empresas para 1990, 42 empresas para 1991 | Informe anual                                  | Dos escalas con calificación dicotómica (0 / 1)            | Tamaño, cotización, rentabilidad, apalancamiento, firma auditoría, industria, pago de dividendos                        | Regresión lineal.                                   | NO         |
| Neu, Warsame & Pedwell | 1998               | 1982 a 1991    | Canadá      | Medio ambiente                                                                | 32 empresas cotizadas de sectores sensibles                                | Informe anual                                  | Nº de palabras                                             | Preocupación Stakeholders: riesgo de regulación medioambiental, tamaño                                                  | Combinación de datos longitudinales y transversales | NO         |
| Moneva & Llana         | 2000               | 1999 a 1994    | España      | Medio ambiente                                                                | 70 empresas grandes pertenecientes a sectores sensibles                    | Informe anual, Informe de Medio ambiente       | Presencia o ausencia del ítem (frecuencias de divulgación) | Cotización en bolsa, pertenencia a sectores regulados, país de la casa matriz                                           | Análisis de contenido                               | NO         |
| Archel & Lizarra       | 2001               | 1995 a 1998    | España      | Medio ambiente                                                                | 56 empresas cotizadas excluyendo empresas financieras y bancarias          | Informe anual                                  | 0 y 1 según la amplitud de la información                  | Tamaño, tipo de empresa, salud financiera                                                                               | Análisis de contenido                               | NO         |
| Gray et. al.           | 2001               | 1988 a 1995    | Reino Unido | Medio ambiente, empleados, comunidad, consumidores                            | 100 empresas más grandes del Reino Unido (seleccionadas del Times 1000)    | Informe anual, Datos de la base de datos CSEAR | N.º de páginas o proporción de página                      | Beneficios, Cifra de negocios, Capital empleado, Industria, n.º de empleados                                            | Regresión de mínimos cuadrados ordinarios           | NO         |
| Moneva, et al.         | 2001               | 1994-1997      | España      | Labor social, empleados, medio ambiente                                       | 15 empresas de mayor tamaño del sector eléctrico y vinculadas              | Informe anual                                  | Presencia o ausencia del ítem (frecuencias)                | Cotización en Ibex35, actividad, volumen ventas, n.º empleados, Inversiones en centrales nucleares, ámbito de actuación |                                                     |            |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor                    | Año de publicación | Año de estudio                                                | Países        | Categorías de análisis                                                                                                                       | Muestra/población                                                                       | Documento fuente                     | Unidad de medida                                                                        | Variables                                                                                     | Técnica estadística                               | Fiabilidad |
|--------------------------|--------------------|---------------------------------------------------------------|---------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------|------------|
| Deegan, <i>et al.</i> ,  | 2002               | 1983 a 1997                                                   | Australia     | Medio ambiente, energía, recursos humanos, comunidad, otros                                                                                  | Una única empresa, BHP                                                                  | Informes anuales, Base de datos ABIX | N.º de frases                                                                           | Preocupación social por los temas sociales y de medio ambiente                                | Análisis de contenido                             | SI         |
| Hall                     | 2002               | 1996-2000                                                     | Nueva Zelanda | Medio ambiente, energía, producto, comunidad, salud y seguridad de los empleados, otros asuntos relativos a los empleados y otra información | Cinco grandes empresas de alto impacto social y medioambiental                          | Informe anual                        | Oraciones                                                                               | N/A                                                                                           | Descriptiva                                       | SI         |
| Larrinaga, <i>et al.</i> | 2002               | 1997, 1998, 1999                                              | España        | Medio ambiente                                                                                                                               | 70 empresas industriales que cotizan en el índice general de la Bolsa de Madrid de 1999 | Informe anual                        | Presencia o ausencia del ítem (Índice: toma el valor entre 0 y 7 según la amplitud      | Obligatoriedad de la información                                                              | Análisis de contenido                             | NO         |
| Archel                   | 2003               | 1994-1998                                                     | España        | Personal, labor social, medio ambiente                                                                                                       | 62 empresas grandes con actividades excluyendo sector bancario y financiero             | Informe anual                        | Índice: 1: información completa. 0.5: información parcial. 0: no se divulga información | Tamaño, rentabilidad, cotización, participación del capital extranjero                        | Análisis de contenido                             | NO         |
| García-Ayuso & Larrinaga | 2003               | 1991 a 1994                                                   | España        | Medio ambiente                                                                                                                               | 112 empresas industriales de la bolsa de Madrid.                                        | Informe anual                        | N.º de líneas                                                                           | Tamaño, riesgo, rentabilidad, endeudamiento, <i>earnings to price</i> , <i>market to book</i> |                                                   | NO         |
| Fernández y Luna         | 2003               | 2001                                                          | España        | Información social, información medioambiental                                                                                               | Empresas del Ibex 35                                                                    | Sitio web                            | 1= tema divulgado, 0=tema no divulgado                                                  | Tamaño, Actividad (alto impacto, bajo impacto), resultados                                    | Análisis de contenido, contrastación de hipótesis | NO         |
| Idow & Towler            | 2004               | No se especifica, se utilizan los informes de RS más actuales | Reino Unido   | No se especifican                                                                                                                            | 17 empresas pertenecientes a nueve industrias diferentes                                | Informe de RS                        | No hay medición de la información divulgada.                                            | No hay contraste de variables                                                                 | N/A                                               | NO         |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor                           | Año de publicación | Año de estudio        | Países      | Categorías de análisis                                                                                                                                                               | Muestra/población                                                                    | Documento fuente                                                                | Unidad de medida                                                                        | Variables                                                                                                                    | Técnica estadística                                       | Fiabilidad |
|---------------------------------|--------------------|-----------------------|-------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------|------------|
| Cormier, Magnan & Van Velthoven | 2005               | 1992-1998             | Alemania    | Medio ambiente                                                                                                                                                                       | 55 empresas alemanas grandes no financieras pertenecientes a los índices DAX30/DAX70 | Informes anuales, informes de medio ambiente                                    | Índice: (3) información cuantitativa (2) información específica (1) Información general | Coste de la información, Condición financiera, Presión pública, Variables de control                                         | Categorías de análisis de contenido                       | NO         |
| Castelo & Lima                  | 2006               | 2003 y 2004           | Portugal    | Medio ambiente, recursos humanos, productos y clientes, comunidad                                                                                                                    | 15 Bancos                                                                            | Páginas web, Informe anual                                                      | Presencia o ausencia de la información.                                                 | Visibilidad pública medida por: N.º de sucursales, Cotización en la bolsa                                                    | Análisis de contenido                                     | NO         |
| Bebbington & Larrinaga          | 2006               | 1997 a 2001           | Reino Unido | Medio ambiente                                                                                                                                                                       | Empresas del sector eléctrico del Reino Unido                                        | Informe de RS, Informes y Cuentas anuales                                       | Presencia o ausencia de la información (frecuencias de divulgación)                     | No hay contraste de variables                                                                                                | Análisis de componentes principales                       | NO         |
| Pérez                           | 2006               | 2001 y 2002           | España      | Medio ambiente                                                                                                                                                                       | 85 empresas cotizadas pertenecientes al IGBM (Bolsa de Madrid)                       | Memoria de las cuentas anuales (2001-2002)                                      | Escala dicotómica para cada unidad de registro: 0 (ausencia) 1 (presencia).             | Tamaño, Endeudamiento, Exposición mediática, Impacto medioambiental, procesos relacionados con la divulgación de información | Análisis de contenido e índices de divulgación            |            |
| Gómez                           | 2006               | 2001-2003             | España      | Información de empleados (capital humano). Información sobre clientes (dentro de capital de negocio). Información sobre medio ambiente, comunidad y ética (dentro de capital social) | Empresas cotizadas pertenecientes al Ibex 35 y al Nuevo Mercado                      | Informes anuales, de gobierno corporativo, sostenibilidad y capital intelectual | Índice de divulgación de acuerdo a la existencia del indicador                          | Sector, nivel tecnológico, lugar de cotización, Tamaño, Resultados, Endeudamiento, edad de cotización                        | Análisis inferencial                                      | NO         |
| Husillos                        | 2007               | 1997 a 1999           | España      | Medio ambiente                                                                                                                                                                       | 449 empresas que cotizan en bolsa. Se excluye sector financiero y sector ambiental   | Informes anuales, informe de auditoría                                          | Frases, palabras, gráficos y proporción de páginas                                      | Noticias base de datos Baratz, R.O.I., R.O.A, endeudamiento, sector.                                                         | Análisis de contenido e índice de correlación de Spearman | SI         |
| Llena, et al.                   | 2007               | 1992-1994 y 2001-2002 | España      | Medio ambiente                                                                                                                                                                       | 51 empresas de gran tamaño                                                           | Informe anual                                                                   | Índice de divulgación                                                                   | Cotización, sector regulado, nacionalidad, sector                                                                            | Análisis de contenido                                     | NO         |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor                                | Año de publicación | Año de estudio | Países                   | Categorías de análisis                                                               | Muestra/población                                                                                             | Documento fuente                                     | Unidad de medida                                                                          | Variables                                                                                                    | Técnica estadística                      | Fiabilidad |
|--------------------------------------|--------------------|----------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------|
| Castelo & Lima                       | 2008               | 2003-2004      | Portugal                 | Medio ambiente: recursos humanos, productos , consumidores y comunidad               | 43 grandes empresas que cotizan en el EURONEXT-LISBOA                                                         | Sitio web, informes anuales y medios de comunicación | Índice no ponderado                                                                       | Tamaño, industria, consumidores, medioambiente, exposición, rentabilidad y apalancamiento                    | Análisis de contenido y regresión lineal |            |
| Criado, <i>et. al.</i>               | 2008               | 2001 a 2003    | España                   | Medio ambiente                                                                       | 80 empresas industriales cotizadas en la Bolsa de Madrid                                                      | Cuentas anuales individuales                         | Índice de divulgación (exhaustividad).                                                    | Sector                                                                                                       | Análisis de contenido                    | SI         |
| Gallego-Álvarez                      | 2008               | 2005-2006      | España                   | Prácticas laborales, derechos humanos, comunidad y responsabilidad sobre el producto | IBEX-35                                                                                                       | Informe de sostenibilidad                            | Ausencia 0; presencia 1. Se trabaja con porcentajes                                       | N/A                                                                                                          | N/A                                      | NO         |
| Grosser & Moon                       | 2008               | 2002-2004      | Reino Unido              | Igualdad de género                                                                   | 20 empresas que cotizan en bolsa                                                                              | Reporte anual y de RSC, entrevistas y sitio web      | Porcentaje de los elementos encontrados                                                   | No hay contrastación de variables                                                                            | Análisis de contenido                    |            |
| Clarkson, Li, Richardson, & Vasvri   | 2008               | 2004           | EUA                      | Medio ambiente                                                                       | Empresas: 191 empresas de las 5 industrias más contaminantes de EUA                                           | Informes de sostenibilidad y páginas web             | Índice creado a partir de categorías del GRI                                              | Divulgación medioambiental voluntaria, emisiones tóxicas/ingresos, desecho tóxico reciclado, datos contables | Regresión multivariada                   | SI         |
| Arcas & Briones                      | 2009               | 2008           | España: Región de Murcia | RSE general                                                                          | 70 empresas de la economía social, donde 36 de cooperativas de trabajo asociado y 34 de sociedades laborales. | Cuestionario aplicado mediante entrevista            | Valoración de la RSE a partir de la calificación del cuestionario en una escala de Likert | Variable responsabilidad social empresarial y valores de las entidades de la economía social                 | Encuesta, análisis factorial             | SI         |
| Rodríguez, Gallego-Álvarez, & García | 2010               | 2005           | España                   | Información estratégica sobre el futuro                                              | 117 empresas cotizadas; los datos financieros se tomaron de la base de datos AMADEUS                          | Página web                                           | Índice                                                                                    | Tamaño, sector industrial, ROA, endeudamiento, concentración sectorial                                       | Análisis de contenido y regresión lineal | NO         |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor                                             | Año de publicación | Año de estudio | Países    | Categorías de análisis                                                                                                                                                                          | Muestra/población                                                   | Documento fuente                                                                                           | Unidad de medida                                                                                                 | Variables                                                                                                                             | Técnica estadística                         | Fiabilidad                 |
|---------------------------------------------------|--------------------|----------------|-----------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------|----------------------------|
| Holder-Webb, Nath & Wood                          | 2009               | 2004           | EUA       | RSE general                                                                                                                                                                                     | 50 empresas.                                                        | Reportes anuales, 10-k, de sostenibilidad, códigos de ética, páginas web, comunicados de prensa.           | Categorías principales del GRI a cada una de las fuentes de información, haciendo uso del análisis de contenido. | Lobbying político, clasificaciones ambientales, derechos humanos, desarrollo del capital humano, retención de la fuerza laboral, etc. | Descriptivo                                 | SI                         |
| Prado-Lorenzo, García-Sánchez, & Gallego-Alvarez. | 2009               | 2004-2006      | España    | Cualquier divulgación sobre aspectos sociales, económicos o ambientales; si utilizan formato GRI; si está certificada; si cuenta con auditoría independiente; si se presenta de manera informal | 99 firmas cotizadas. Se eliminan las empresas del sector financiero | Informe anual obtenido en la web                                                                           | Utilizan 0 y 1 dependiendo de si se cumple o no el criterio                                                      | ROA, OHSAS 18001, ISO14001; sectores, propiedad de una institución financiera.                                                        | Análisis de componentes principales         |                            |
| Cho, Roberts & Patten                             | 2010               | 2002           | EUA       | Medio ambiente                                                                                                                                                                                  | 190 empresas                                                        | Forma 10-k de EUA (reporte anual requerido por la SEC)                                                     | Índices de información medioambiental a partir de la técnica Análisis de Contenido                               | Activos, sector, ROA, edad, capital, divulgación medioambiental optimista y certera, etc...                                           | Regresión econométrica de corte transversal | Uso de software "DICTI ON" |
| Lynch                                             | 2010               | 2000 - 2007    | Australia | Medio ambiente                                                                                                                                                                                  | 18 departamentos del gobierno estatal Australiano                   | Memorias de sostenibilidad                                                                                 | Índice de medio ambiente, indicadores GRI y del departamento de medio ambiente                                   | enfoque interno, enfoque externo, programas medioambientales, indicadores de desempeño medioambiental                                 | Descriptivo                                 | NO                         |
| Dhalwal, Li, Tsang & Yang                         | 2009               | 1993 - 2008    | EUA       | RSE general                                                                                                                                                                                     | 196 empresas estadounidenses                                        | Información en redes de responsabilidad corporativa, búsqueda en el internet, sitios web de las compañías. | Puntajes de calificación de desempeño KLD                                                                        | Desempeño social, riesgo de litigio, ROA, endeudamiento, liquidez, transparencia y calidad de la información, otras                   | Regresiones multivariadas                   | NO                         |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor                           | Año de publicación | Año de estudio | Países         | Categorías de análisis  | Muestra/población                                                                 | Documento fuente                                                           | Unidad de medida                                                                              | Variables                                                                                                         | Técnica estadística                                                | Fiabilidad |
|---------------------------------|--------------------|----------------|----------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|------------|
| Da Silva & Albar                | 2011               | 2002-2004      | Portugal       | Medio ambiente          | 109 empresas por sectores                                                         | Informes anuales de divulgación de información medioambiental              | Índice de divulgación medioambiental (IDMA)                                                   | Sector, rentabilidad, cotización tipo de control del capital social, certificación medioambiental.                | Análisis de una sola variable                                      | SI         |
| Gamerschlag, Möller & Verbeeten | 2011               | 2005 - 2008    | Alemania       | Social y medioambiental | 130 empresas alemanas que cotizan en bolsa                                        | Reportes anuales, reportes de sostenibilidad                               | Palabras claves y términos específicos formando un índice a partir de los indicadores del GRI | Visibilidad de la compañía, retorno del capital, capital, financiación, cotización, número de empleados, activos. | Regresión por MCO                                                  | NO         |
| Gutiérrez & Navallas            | 2011               | 1996 - 1999    | España         | RSE general             | 33 Empresas incluidas en el índice bursátil IBEX35                                | Memoria anual                                                              | Índice para calificar los informes con variables dicotómicas                                  | Ventas, empleados, cotización difusión de la propiedad, sector de actividad.                                      | Modelo econométrico Logit                                          | SI         |
| Cohen, Holder-Webb, Nath / Wood | 2012               | 2004           | Estados Unidos | RSE general             | 50 empresas que cotizan en la bolsa de EUA, a lo largo de 5 industrias diferentes | Información pública emitida por la empresa                                 | Codificación de información emitida a partir del análisis de contenido                        | Participación de Mercado, certificaciones, satisfacción del cliente y de los empleados, ventas, innovación, otros | Análisis de contenido                                              | SI         |
| Andrikopoulos & Krikiani        | 2012               | 2009           | Dinamarca      | Medio ambiente          | 136 empresas danesas cotizantes en bolsa                                          | Páginas web                                                                | Índice, basado en Tagersson <i>et al.</i> , (2009).                                           | Activos, valor de mercado en libros, apalancamiento financiero y rentabilidad                                     | Regresión econométrica por Mínimos Cuadrados Ordinarios            | NO         |
| Fraille & Fradejas              | 2012               | 2004 - 2008    | España         | Gobierno Corporativo    | 171 empresas españolas cotizadas para los años de estudio                         | Informes de gobierno corporativo, Sistema de Análisis de Balances Ibéricos |                                                                                               | Performance, tamaño y composición del consejo, informe de RSE, volumen de activos, sectores.                      | Regresión por MCO y MGM                                            | NO         |
| Haro, Alarcón & Caba            | 2012               | 2010           | España         | RSE general             | 34 entidades de crédito,                                                          | Disponibilidad del informe o memoria de RSC y de sus cuentas anuales       | Índice de responsabilidad agregado (IR)                                                       | Dimensión ambiental, social, económica. Tamaño, financieras, cotización, GRI3                                     | Sistema dicotómico para las dimensiones. Regresión lineal múltiple | NO         |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor                                                                                                                   | Año de publicación | Año de estudio | Países                                                                                                                                            | Categorías de análisis                                                                                            | Muestra/población                                                                                                                                                          | Documento fuente          | Unidad de medida                                                                      | Variables                                                                                               | Técnica estadística                      | Fiabilidad |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------|------------|
| Hrasky, S.                                                                                                              | 2012               | 2007           | Australia                                                                                                                                         | Social, ambiental y económico                                                                                     | 200 grandes empresas cotizadas                                                                                                                                             | Informe anual             | Nº de fotografías, nº de gráficos y medida de los gráficos                            | Miembros de la base de datos AUSSI                                                                      | Análisis gráfico y comparación de medias | NO         |
| Prado-Lorenzo <i>et al.</i>                                                                                             | 2012               | 2009           | España                                                                                                                                            | RSE general                                                                                                       | 99 empresas que pertenecen a la bolsa de valores española, seleccionadas de acuerdo a su tamaño y capitalización                                                           | Memoria corporativa       | Presencia o ausencia de indicadores.                                                  | Demandas de los <i>stakeholders</i> , Formato GRI, independencia, tamaño, sector, apalancamiento y ROA. | Regresiones econométricas                | NO         |
| <b>ESTUDIOS COMPARATIVOS EN EMPRESAS PERTENECIENTES A VARIOS PAÍSES DE ECONOMÍAS EN VÍAS DE DESARROLLO Y EMERGENTES</b> |                    |                |                                                                                                                                                   |                                                                                                                   |                                                                                                                                                                            |                           |                                                                                       |                                                                                                         |                                          |            |
| Abbot & Monsen                                                                                                          | 1979               | 1973-1974      | Empresas de <i>Fortune</i> 500                                                                                                                    | Medio ambiente, igualdad oportunidades, personal, comunidad, productos, lugar de la divulgación, otra información | Compañías de la lista <i>Fortune</i> 500 utilizadas en el análisis de Ernst and Ernst                                                                                      | Reporte anual             | Ausencia (0) y presencia (1) de cada indicador                                        | Retorno de la inversión                                                                                 | Análisis de contenido                    | NO         |
| Andrew, <i>et al.</i>                                                                                                   | 1989               | 1983           | Malasia y Singapur                                                                                                                                | Empleados, medio ambiente, comunidad y asuntos relativos a los productos                                          | 119 empresas pertenecientes al mercado de valores de Malasia y Singapur                                                                                                    | Informe anual             | Número de páginas                                                                     | Tamaño, país                                                                                            |                                          | NO         |
| Roberts                                                                                                                 | 1990               | 1987           | 28 países en 10 grupos: América del norte, Australia, África, Japón, Asia, Reino Unido, Francia y Alemania, Benelux, Resto de UE, resto de Europa | Estado de valor añadido, empleados, energía y medio ambiente                                                      | 200 empresas: 40 América del norte, 15 de Australasia, 11 África, 19 de Japón, 15 de Asia, 15 de UK, 30 de Francia y Alemania, 20 Benelux, 17 Resto UE, 18 Resto de Europa | Informe anual             | Se divulga o no se divulga (% de empresas que divulgan en cada país y para cada tema) | País de origen, Industria                                                                               | Análisis de frecuencias                  | NO         |
| Newson & Deegan                                                                                                         | 2002               | 1998 a 1999    | Australia, Singapur y Corea del Sur                                                                                                               | Diversidad empleados, energía, medio ambiente, comunidad, prácticas de negocios limpios.                          | Empresas: 50 de Australia, 50 de Singapur y 49 de Corea del Sur.                                                                                                           | Informe anual y encuestas | Proporción de página medida a través de las frases.                                   | País de origen, industria (alto impacto y bajo impacto)                                                 | Análisis de contenido y encuestas        | SI         |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor             | Año de publicación | Año de estudio | Países                                                                                                                                    | Categorías de análisis                                                                                                                                                                                                           | Muestra/población                                                                                                                                                      | Documento fuente                                                                                    | Unidad de medida                                                                      | Variables                                                             | Técnica estadística                                      | Fiabilidad |
|-------------------|--------------------|----------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------|------------|
| Araya             | 2006               |                | Brasil, México, Europa (Bélgica, Reino Unido, Alemania, Luxemburgo, Italia, Portugal, Holanda, España, Suecia, Suiza), Chile, EUA y otros | Medio ambiente, salud y seguridad, información de medio ambiente e información social                                                                                                                                            | 250 empresas de AL                                                                                                                                                     | Informe anual y reportes sociales independientes                                                    | 0 si solo declara intencionalidades, 1 si presenta información de apoyo               |                                                                       | Regresión logística                                      | NO         |
| Wanderley, et al. | 2008               | ---            | Brasil, Chile, China, India, Indonesia, México, Tailandia y Sudáfrica                                                                     | Disponibilidad de un código de ética; detalles de los proyectos de RSC; información sobre los resultados de los proyectos; asociación con ONG; reportes de RSC; valores corporativos; presencia de la expresión de RSC o similar | 127 empresas de países emergentes                                                                                                                                      | Sito web                                                                                            | Se elabora un constructo de RSC a partir de un análisis factorial confirmatorio       | País de origen y sector de la industria                               | Análisis de contenido; análisis factorial y chi cuadrado | NO         |
| Garza             | 2008               | 1997-2005      | América latina: Brasil, Chile, Argentina, Costa Rica, México, Perú y Venezuela                                                            | Información social y medioambiental                                                                                                                                                                                              | Empresas latinoamericanas con memorías de sostenibilidad en la base de datos <i>Global Reporting Initiative</i>                                                        | Memorias de sostenibilidad                                                                          | N/A                                                                                   | No hay contraste de variables                                         | N/A                                                      | NO         |
| Kolk              | 2008               | 2004           | Países de Europa, EUA, Japon, Brasil y Chile entre otros                                                                                  | Ética y Gobierno Corporativo; Gobierno corporativo y sostenibilidad                                                                                                                                                              | Lista FG-250 (se encontraron 161 informes)                                                                                                                             | Informe anual/informe integrado/informe específico                                                  | N/A                                                                                   | No hay contraste                                                      | N/A                                                      | N/A        |
| Morhardt          | 2009               | 2008           | Asia, Europa y América                                                                                                                    | Medio ambiente y asuntos sociales                                                                                                                                                                                                | 454 empresas de la lista <i>Fortune Global 500</i> y <i>Fortune 1000</i> pertenecientes a 25 sectores industriales utilizando el índice de Sostenibilidad del Pacífico | Material depositado en los sitios web de las empresas de <i>Fortune 500</i> y <i>Fortune 1000</i> . | Utiliza el <i>ranking</i> aportado por el índice de sostenibilidad del pacífico (PSI) | Logaritmo de la renta, índice de sostenibilidad del pacífico y sector | Regresión                                                | NO         |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor                       | Año de publicación | Año de estudio | Países                                                                                                                                                                                                  | Categorías de análisis                                                                             | Muestra/población                                                           | Documento fuente                                                                     | Unidad de medida                                                                                           | Variables                                                                                                                                                   | Técnica estadística                                     | Fiabilidad |
|-----------------------------|--------------------|----------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|------------|
| Cheung & Mak                | 2010               | 2006 a 2009    | 18 países ( Australia, Begium, Brasil, Canadá, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Italia, Japón, Portugal, Singapur, España, Suecia, Suiza, Países bajos EUA Unido )                              | Medio ambiente, Social y de Gobernanza                                                             | 57 bancos comerciales                                                       | Divulgación ESG (medio ambiente, social y de gobierno) en base de datos de Bloomberg | Puntaje dado por Bloomberg, bajo la asignación de ponderaciones asignada por los autores                   | ROA, ROE, rentabilidad de la acción, activos total, ingresos totales, índice de cartera, indicador de solvencia e endeudamiento                             | Regresión econométrica de corte transversal             | NO         |
| Pérez-Batres, <i>et al.</i> | 2010               | -              | Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú                                                                                                                                                       | Adhesión al GRI y al GC                                                                            | 207 empresas cotizadas de Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú | Adhesión al GC y al GRI                                                              | 0 si no está registrada; 1 si está registrada en cualquiera de las normas y 2 si está registrada en ambas. | Influencia europea, protocolo de Kyoto, listada en NYSE, activos, índice de reputación, país de origen.                                                     | Regresión logística                                     | NO         |
| Tostes & Chero              | 2010               | 2007-2009      | Perú y Brasil                                                                                                                                                                                           | RSE general                                                                                        | 12 bancos de Brasil y Perú                                                  | Cuestionario y memoria anual                                                         | Ranking de los bancos                                                                                      | Características laborales, acciones de RSE sobre medio ambiente y consumidores.                                                                             | Ponderaciones                                           | NO         |
| Orij, R.                    | 2010               | 2006           | Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hong Kong, Irlanda, Italia, Japón, Holanda, Noruega, Portugal, Singapur, España, Suiza, Suecia, Reino Unido y EUA | Ética, comunidad, gobierno corporativo, clientes, empleados, medio ambiente, contratistas y otros. | 600 grandes empresas de 22 países                                           | Informes externos y entrevistas                                                      | Se utilizan los datos de la base de datos Kinder Lydenberg Domini (KLD),                                   | Divulgaciones corporativas sociales; masculinidad; individualismo; distancia del poder, orientación a largo plazo; secreto, tipos genéricos de las culturas | Análisis de contenido y modelos de regresión            | Orij, R.   |
| Farook, Hassan & Lanis      | 2011               | 2000           | Bahréin, Bangladesh, Egipto, Irán, Jordán, Kuwait, Malasia, Pakistán, Qatar, Arabia Saudita, Sudán, Turquía, Emiratos Árabes, Yemen.                                                                    | RSE general                                                                                        | 47 bancos islámicos,                                                        | Informe anual                                                                        | Índice de divulgación de RSE creado por Maali <i>et al.</i> , (2003), 32 categorías en los informes        | Represión, % musulmanes, existencia supervisores, n°. de miembros, nivel estudio supervisores, activos.                                                     | Regresión econométrica por Mínimos Cuadrados Ordinarios | NO         |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor                     | Año de publicación | Año de estudio        | Países                                                                                            | Categorías de análisis                                                                       | Muestra/población                                                                                     | Documento fuente                                                                     | Unidad de medida                                                          | Variables                                                                                         | Técnica estadística                                   | Fiabilidad                                                    |
|---------------------------|--------------------|-----------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------|
| Menassa                   | 2010               | 2006                  | Libano                                                                                            | Medio ambiente, recursos humanos, consumidores y productos, asuntos relativos a la comunidad | 24 bancos comerciales libaneses                                                                       | Informe Anual                                                                        | Frase como unidad principal ; palabras y líneas también fueron utilizadas | Edad, país, número de sucursales, n° de empleados, activos, índice de calidad, fondos compartidos | Análisis de contenido, correlaciones (spearman's Rho) | Tres codificadores entrenados                                 |
| Fortainer, Kolk & Pinkse. | 2011               | 2003-2004             | Asia, Francia, Alemania, Reino Unido, Norte América y resto de Europa                             | Dimensión económica, social y medioambiental (basados en Deegan 2002; Elkington 1997)        | 155 empresas de países desarrollados listadas en la FG250                                             | Informe anual (sección no financiera); informe sobre RSC                             | 0, no divulga y 1, divulga                                                | Rentabilidad (medida como el retorno en ventas)                                                   | Regresión logística                                   | Dos codificadores expertos y el investigador leyeron informes |
| Nikolaeva, R. & Bicho, M. | 2011               | 1999-2009             | Países emergentes                                                                                 | Informes GRI                                                                                 | Empresas top de la base de datos Business Week 1999. En total 601 empresas (100 de países emergentes) | Categorías GRI                                                                       |                                                                           | Adopción de la GRI, marcas, visibilidad, n° de comunicaciones, Inclusión en el DJSI               | Regresión logit                                       | N/A                                                           |
| João, Serralvo & Cardozo. | 2011               | 2000-2005 ; 2006-2009 | Argentina, Bolivia, Brasil, Chile, Colombia, Costa Rica, Ecuador, México, Panamá, Perú, Venezuela | Reportes en GRI                                                                              | 167 empresas de 11 países y 32 sectores                                                               | Sitio web, publicaciones e informes de las compañías a partir de los datos en la GRI | N/A                                                                       | N/A                                                                                               | N/A                                                   | NO                                                            |
| Ortas & Moneva            | 2011               | 2009                  | Brasil y Chile                                                                                    | GRI                                                                                          | N/A                                                                                                   | N/A                                                                                  | N/A                                                                       | N/A                                                                                               | Descriptivo                                           | N/A                                                           |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor                                                                                                        | Año de publicación | Año de estudio | Países    | Categorías de análisis                                              | Muestra/población                                                                                               | Documento fuente                                                                        | Unidad de medida                                                       | Variables                                                                        | Técnica estadística                                     | Fiabilidad     |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|----------------|-----------|---------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------|----------------|
| <b>ESTUDIOS SOBRE EMPRESAS DE UN SOLO PAÍS PERTENECIENTES A ECONOMÍAS EN VÍAS DE DESARROLLO Y EMERGENTES</b> |                    |                |           |                                                                     |                                                                                                                 |                                                                                         |                                                                        |                                                                                  |                                                         |                |
| Singh & Ahuja                                                                                                | 1983               | 1975 y 1976    | India     | No se especifican                                                   | 40 empresas públicas                                                                                            | Informe anual                                                                           | Índice de divulgación escala de 1-5                                    | Edad, Tamaño, Rentabilidad, Margen de B°, Sector                                 |                                                         |                |
| Chow & Wong-Boren                                                                                            | 1987               | 1982           | México    | Información voluntaria                                              | 52 empresas mexicanas cotizadas                                                                                 | Informe anual                                                                           | Valor 0 ó 1 según se divulgue o no información                         | Tamaño, Endeudamiento, activos fijos/total de activos                            | Regresión lineal                                        | NO             |
| Nafez & Naser                                                                                                | 2000               | 1996 -1997     | Jordania  | Informe anual                                                       | 143 empresas cotizadas en la Bolsa de Amman                                                                     | Informe Anual                                                                           | oraciones, líneas, palabras                                            | Sector                                                                           | Descriptivo, análisis de frecuencia.                    |                |
| Kuasirikum & Sherer                                                                                          | 2004               | 1993 y 1999    | Tailandia | Empleados, medio ambiente, comunidad                                | 63 y 84 empresas cotizadas tailandesas                                                                          | Informe anual                                                                           | Proporción de página                                                   | No hay contraste de variables                                                    | Análisis de contenido                                   | NO             |
| Dawkins & Ngunjiri,                                                                                          | 2008               | 2006           | Sudáfrica | Medio ambiente, diversidad, empleados, comunidad y derechos humanos | 91 empresas del índice de la Bolsa de Johannesburgo y 90 empresas del listado de Fortune Global 100             | Informe anual                                                                           | Califican de 0 -3 a partir de otros autores                            | No hay variables de contraste                                                    | Análisis de contenido y correlación de Spearman         | Kappa de Cohen |
| Saleh                                                                                                        | 2009               | 1999-2005      | Malasia   | RSE general                                                         | 200 empresas de mayor capitalización bursátil de la bolsa de Malasia                                            | Reportes anuales                                                                        | Codificación de información emitida a partir del análisis de contenido | Relación con los empleados, medio ambiente, relación con la comunidad y producto | Análisis de contenido                                   | NO             |
| Alonso-Almeida, et al.                                                                                       | 2010               | 2001-2009      | México    | RSE general                                                         | 20 Empresas cotizadas en la Bolsa de Valores Mexicana (BMV) y que han renovado constantemente el distintivo ESR | Base de datos de Cemefi, que otorga el título de empresas socialmente responsables ESR. | No hay unidad de medida                                                | ROA, ROE, UPA, crecimiento de las utilidades, tamaño y riesgo.                   | Datos panel para series de tiempo de corte transversal. | NO             |

**Tabla10. Relación de estudios empíricos relativos a la divulgación de información sobre RSC (Continuación)**

| Autor                  | Año de publicación | Año de estudio | Países   | Categorías de análisis                                                                           | Muestra/población                                                                                                                              | Documento fuente                                                   | Unidad de medida                                                                                                              | Variables                                                                                                                          | Técnica estadística                              | Fiabilidad |
|------------------------|--------------------|----------------|----------|--------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------|------------|
| Dagiliene              | 2010               | 2007 - 2008    | Lituania | RSE general                                                                                      | 4 empresas las cuales eran las citadas en la bolsa de valores, con el objetivo de garantizar la comparabilidad de datos y conclusiones lógicas | Reportes anuales                                                   | Calificación de los reportes anuales a partir de frases completas y número de páginas, haciendo uso del análisis de contenido | Nº de empleados, salarios, nivel educativo, carrera, rotación, comunidad, productos y servicios, medioambiente, tecnología limpia. | Descriptivo                                      | NO         |
| Amran & Haniffa        | 2011               | 2001           | Malasia  | Este estudio adopta el instrumento utilizado por Hackston y Milne (1996)(Hackston y Milne (1996) | 201 compañías cotizadas de la Bolsa de valores Bursa de Malasia (se eliminan las sociedades de los fondos de inversión)                        | Informe anual y entrevistas con los responsables de la información | Oraciones                                                                                                                     | Capital extranjero, estatal, sector, contratación, ventas, otras                                                                   | Análisis de contenido y regresiones múltiples    | NO         |
| Bayoud, <i>et. al.</i> | 2012               | 2007-2009      | Libia    | Medio ambiente, consumidores, comunidad y empleados                                              | 40 empresas Libanesas                                                                                                                          | Reportes anuales                                                   | Codificación de información emitida a partir del análisis de contenido                                                        | tamaño, edad de la compañía, sector                                                                                                | Análisis de contenido, regresiones multivariadas | NO         |

## **4.2. Características de los estudios empíricos previos en materia de revelación de información sobre RSC**

Con el objetivo último de conocer las características de los estudios empíricos relacionados con la divulgación de información sobre RSC, el presente apartado tiene como fin reconocer aspectos como el contenido (categorías) de la información divulgada, las fuentes de información utilizadas, el sistema de recolección de datos, las técnicas de medición y el ámbito geográfico sobre el cual se han dirigido los diferentes estudios. A continuación se presenta una síntesis de los principales hallazgos a partir de los cuales se estructurará la presente investigación.

### **4.2.1 Contenido de la información sobre RSC**

El contenido de la información sobre RSC ha variado con el tiempo, motivado básicamente por las urgencias que se generan a partir de los cambios económicos, sociales, políticos y ambientales. En la literatura examinada, se encuentran diferentes esquemas y propuestas que van desde las sugeridas por los organismos multilaterales hasta aquellas que se basan en la dinámica propia de las empresas.

En estudios previos se encuentran autores que han basado su análisis en un número plural de categorías analizando, por ejemplo, la información sobre medio ambiente, empleados, comunidad y ética, principalmente. En esta línea se encuentra, como estudio pionero, el realizado por Ernst & Ernst (1978) quienes, a través del análisis de la información divulgada por las empresas listadas en Fortune, proponen dividir la información sobre responsabilidad social corporativa en 7 categorías (medio ambiente, energía, prácticas empresariales justas, empleados, comunidad, productos y otra información) y 27 elementos<sup>57</sup>.

En esta misma línea, otros autores han considerado categorías como medio ambiente, empleados, comunidad, productos, consumidores, I+D+I y ética, es el

---

<sup>57</sup> Este estudio ha sido un importante referente para estudios posteriores que han utilizado esta taxonomía como guía (Guthrie & Parker, 1990; Gray *et al.*, 1995<sup>a</sup>; Hackston & Milne, 1996; Adams, *et. al.*, 1998; Archel & Lizarraga, 2001; Newson & Deegan, 2002; Patten, 2002, entre otros).

caso del estudio realizado por Adams & Roberts (1995), quienes a partir de una lista de 9 elementos, analizaron la divulgación de información sobre ética en 150 empresas de Europa. Otros autores, partiendo de estudios anteriores, realizaron una serie de ajustes de acuerdo con las particularidades del país que estaban analizando (ver por ejemplo a Dawkins & Wambura, 2008)<sup>58</sup>.

Adicionalmente se encuentran estudios que utilizan dos categorías, como es el caso del estudio realizado por Moneva & Llena (1996), quienes se enfocaron en identificar, dentro de la categoría de empleados y labor social, aquellos elementos que constituyeran la base en el momento de analizar asuntos sobre los que se esperaba una divulgación voluntaria por parte de la empresa<sup>59</sup>.

La literatura previa presenta gran variedad de estudios realizados sobre una categoría, principalmente medio ambiente, como por ejemplo los estudios realizados por Archel & Lizarraga (2001); Bebbington & Larrinaga (2006) y Andrikopoulos & Krikiani (2012) entre otros. También es frecuente encontrar estudios basados en la categoría de empleados (Adams, *et al.*, 1995 y Day & Woodward, 2004) o de ética (Adams & Roberts, 1995) incluyendo como tema central el gobierno corporativo (Fraile & Fradejas, 2012).

Estudios más recientes se han decantado por la utilización de información de RSC en general o el análisis de tres o cuatro categorías, sin llegar al nivel de detalle de los estudios pioneros (ver por ejemplo los estudios de Morhardt, 2009; Alonso-Almeida, *et al.*, 2010; Cheung & Mak, 2010; Dagiliene, 2010; Menassa, 2010; Fortainer, *et al.*, 2011; Bayoud, *et al.*, 2012, entre otros), mientras que autores como Perez-Batres, *et al.*, (2010); Holder-Webb, *et al.*, (2011); João *et al.*, (2011); Nikolaeva & Bicho (2011) y Ortras & Moneva (2011) utilizaron las categorías propuestas por la guía GRI, tendencia que se presenta en los estudios más recientes.

---

<sup>58</sup> Los autores trabajan las categorías de medioambiente, comunidad, empleados, derechos humanos y diversidad. En derechos humanos se incluye un elemento relativo al impacto sobre las comunidades indígenas.

<sup>59</sup> Los autores incluyen también en su estudio elementos sobre la labor social y el medio ambiente.

Si bien, algunos estudios han manejado elementos particulares como energía, información social en general, política social y otros asuntos no explícitos (Guthrie, 1983, Gray, *et al.*, 1995a, Ortiz, 2006, García, *et al.*, 2010), los temas más frecuentes en la categorización de la información sobre RSC han sido medio ambiente, comunidad, empleados, clientes, productos y ética (Aranguren, 2008), notándose una tendencia a la homogenización y al uso de la división propuesta por los organismos multilaterales (Clarkson, *et al.*, 2008, Holder-Webb, *et al.*, 2009, Prado-Lorenzo, *et al.*, 2009, Pérez-Batres, *et al.*, 2010, Hubbard, G., 2011, entre otros).

Los estudios sobre América Latina, en particular, han seguido la tradición de las investigaciones realizadas sobre empresas pertenecientes a los países desarrollados. En este sentido, estudios como los efectuados por Garza (2008); Alonso-Almeida, *et al.* (2010); Tostes & Chero (2010) y João, *et al.* (2011) han analizado la información relativa a medio ambiente, gobierno corporativo, ética e información social relativa a la comunidad. Otros han incluido asuntos como gastos sociales y actitudes de la empresa frente al tema de la RSC (Chow & Wong-Boren, 1987), ética y gobierno corporativo (Kolk, 2006b) y categorías de la GRI como el estudio de Nikolaeva & Bicho (2011) o el estudio adelantado por Pérez-Bartres, *et al.*, (2010) que examina la adhesión de las empresas al GRI y al Pacto Global.

En resumen, lo que se ha encontrado es que la influencia de las empresas multinacionales en la región ha generado una homogenización en la presentación de informes y, por tanto, el contenido de los informes sobre RSC en América Latina abarca los mismos asuntos que los informes de las compañías pertenecientes a países desarrollados (João, *et al.*, 2011). No obstante, hay un vacío en investigaciones empíricas sobre el tema de la divulgación de información sobre RSC en estos países, aunque se ha logrado un tímido dinamismo. Por otro lado, los estudios empíricos que abarcan empresas latinoamericanas tienen como muestra o población listados de grandes empresas que cotizan en bolsa (véase por ejemplo a Kolk, 2006 que analiza, entre otros, a Brasil y Chile; Hubbard, 2011 que incluye a

Brasil; Ortas & Moneva, 2011 que incluye Brasil y Chile y otros con la presencia de diversos países).

#### **4.2.2 Fuentes de información**

Son diversas las fuentes documentales utilizadas en la literatura previa para analizar el contenido sobre RSC divulgado por las empresas. El informe anual ha sido una de las fuentes más utilizadas (Guthrie & Parker, 1990; García & Monterey, 1993; Meek, *et al.*, 1995; Adams, *et al.*, 1998; Adams, Abu-Baker & Naser, 2000; Archel & Lizarraga, 2001; Kuiasirikum & Sherer, 2004; Cormier, *et al.*, 2005; Dawkins & Wambura, 2008; Saleh, 2009; Gutiérrez & Navallas, 2011 y Prado-Lorenzo, *et al.*, 2012, entre otros), ya que se constituye en un mecanismo de comunicación importante para los inversionistas, los financiadores y los diferentes grupos de interés.

A pesar de la importancia y relevancia del informe anual, los investigadores han ampliado las fuentes utilizando también los informes sobre medio ambiente y los reportes de sostenibilidad. Las investigaciones que han basado su estudio en la información medioambiental han utilizado reportes específicos para tal fin (Buhr & Freedman, 1996; Moneva & Llena, 2000; Hibbit, 2003) y muchas empresas dan especial importancia a este informe, principalmente cuando su actividad tiene un fuerte impacto medioambiental.

En cuanto a los informes de sostenibilidad, ha sido frecuente su utilización por parte de los investigadores como fuente documental para el análisis de la revelación de información sobre RSC (Idowu & Towler, 2004; Paul, Cobas & Zalka, 2006; Aranguren, 2008; Gallego & Álvarez, 2008; Garza, 2008; Chen & Bouvain, 2009; García, *et al.*, 2010; Lynch, 2010; Hubbard, 2011), debido en gran medida a su creciente utilización como mecanismo de comunicación por parte de las empresas (Lizcano, 2009), para satisfacer las demandas sociales y medioambientales por parte de los *stakeholders* (Larrinaga *et al.*, 2002).

Aunque en menor medida, también se ha recurrido a otras fuentes de información como el sitio web (Fernández & Luna, 2004; Ortiz, 2006); folletos específicos y anuncios en revistas, radio y televisión (Zeghal & Ahmed, 1990; Roberts, 1992); bases de datos internacionales (Gray, *et al.*, 2001); entrevistas (Grosser & Moon, 2008) y cuestionarios (Husillos & Álvarez-Gil, 2008). Adicionalmente, la comunicación empresarial ha sido utilizada por algunos autores bajo el argumento de llegar a otros agentes interesados, diferentes a los encargados de los reportes financieros (Zeghal & Ahmed, 1990).

En América Latina se observa que los investigadores se han basado en los informes corporativos para el análisis de la información divulgada sobre RSC (Chow & Wong-Boren, 1987; Kolk, 2006b; Garza, 2008; Aranguren & Martínez, 2010; João & Serralvo, 2011). Pero, es frecuente encontrar estudios que se basan en la presencia o ausencia de los informes en las bases de datos del GRI sin realizar un análisis pormenorizado del contenido del informe (Pérez-Batres, Miller & Pisani, 2010; Gómez-Villegas & Quintanilla, 2012).

#### **4.2.3 Técnica de recolección de datos**

La literatura empírica que se ha enfocado en analizar el tema de la divulgación de información sobre RSC coincide en afirmar que el análisis de contenido es una técnica válida para el análisis y sistematización de la información divulgada por las empresas (véase por ejemplo, Deegan & Gordon, 1996; Hackston & Milne, 1996; Archel & Lizarraga, 2001; Newson & Deegan, 2002; García-Ayuso & Larrinaga, 2003; Castelo & Lima, 2006; Aranguren & Ochoa, 2008; Husillos & Álvarez-Gil, 2008; Amran & Haniffa, 2011). Esta técnica se constituye en un valioso instrumento de investigación para el análisis cuantitativo que en la actualidad es utilizado por multitud de disciplinas científicas que tienen como insumo en sus estudios información narrativa o cualitativa (Pérez, 2006).

No obstante lo anterior, y reconociendo que el protocolo para su aplicación puede ser similar en muchas de sus fases, se encuentran diferencias en los estudios previos relacionadas básicamente con la unidad de análisis y las pruebas de

fiabilidad aplicadas. Así, es frecuente encontrar trabajos que, mediante la técnica de análisis de contenido, no han realizado pruebas de fiabilidad sobre los datos objeto de observación (Abbot & Monsen, 1979; Roberts, 1990; Adams & Roberts, 1995; Gamble, Hsu, & Tollerson, 1996; Hibbit, 2003; Aranguren, 2008; García, *et al.*, 2010; Gamerschlag, *et al.*, 2011; Prado, *et al.*, 2012), aunque algunos autores incluyeron en sus protocolos pruebas de fiabilidad para garantizar la estabilidad de los resultados.

Dentro de las pruebas de fiabilidad más frecuentes en la literatura se encuentra la utilización de medidas como el coeficiente de Kappa de Cohen (Dawkins & Wambura, 2008) o el alfa de Krippendorff (Hackston & Milne, 1996; Husillos, 2007; Stray, 2008). También es frecuente la utilización de software especializado (Chen & Bouvain, 2009 y Cho, *et al.*, 2010), con la participación de dos o más codificadores (ver por ejemplo a Ingram & Beal, 1980; Menassa, 2010; y Fortainer, Kolk, & Pinkse, 2011, entre otros).

#### **4.2.4 Sistemas de medición**

Uno de los mayores problemas que enfrenta el investigador a la hora de analizar la información divulgada por las empresas tiene que ver con el sistema de recolección y sistematización de los datos. En la literatura previa se evidencian diversos sistemas de medición de la información como el conteo de palabras, el número de páginas o la proporción utilizada por página para cada tema (Guthrie, 1983, Guthrie & Parker, 1990; Patten, 1991;1992; Adams, *et al.*, 1995; Adams & Roberts, 1995; Abu-Baker & Naser, 2000 y Gray, *et al.*, 2001), la presencia o ausencia de los elementos, indicadores o categorías (Meek, *et al.*, 1985; Moneva & Llena, 1996; Rodríguez & López, 2004; Bebbington & Larrinaga, 2006; Castelo & Lima, 2006; Ortiz, 2006; Gallego-Álvarez, 2008; Fortainer, Kolk, & Pinkse, 2011 y Prado-Lorenzo, *et al.*, 2012), la cuantificación de frases (Husillos & Álvarez-Gil, 2008; Dagilene, 2010) o el uso de gráficas (Lann Adhikari & Tondkar, 2005; Husillos, 2007) entre otras.

No hay acuerdo entre los investigadores en la utilización de estas medidas, ya que al parecer ninguna de estas tiene la capacidad explicativa suficiente, como ocurre con el conteo de las palabras, que al quedar por fuera del contexto pierden significado (Hacktson & Milne, 1996). En esta dirección, hay autores que manifiestan que las palabras no proporcionan una comprensión integral del tipo y la importancia que exige la información divulgada. No obstante, esta medida sí puede ayudar a cuantificar la información divulgada por ser una unidad precisa y fiable (Deegan & Gordon, 1996), pero no permite analizar la calidad de la misma (Van der Laan Smith, *et al.*, 2005; Husillos, 2007).

En cuanto a las frases, algunos autores reconocen en ellas mayor capacidad explicativa ya que se analizan en contexto y pueden ayudar a entender las decisiones y las estrategias asumidas por la empresa (Milne & Adler, 1999); complementar el análisis con la utilización conjunta de las gráficas, fotos e imágenes, puede ayudar a comprender mejor los contenidos divulgados y esclarecer la intención del mensaje (Husillos 2007).

La utilización del número de páginas también ha sido frecuente en la literatura bajo el argumento de la facilidad que ofrece su conteo e identificación (Gray, *et al.*, 1996; Adams, *et al.*, 1998; Adams & Kuasirikum, 2000; Hibbit, 2003; Dagiliene & Gokiene, 2011), aunque autores como Unerman (2000), citado por Menassa (2010), manifiestan la inconveniencia de utilizar este sistema ya que el tamaño de la fuente utilizada puede hacer variar el resultado, lo que sucede también cuando se utiliza como unidad de medida la proporción de las páginas.

Otra unidad de medida utilizada con frecuencia por los investigadores es la ausencia o presencia de elementos o indicadores relativos a la RSC en donde se puede calificar con 0 la ausencia y con 1 la presencia. En esta línea se encuentran los trabajos de Wiseman, 1982; García & Monterrey, 1993; Moneva & Llena, 1996; 2000; Fernández & Luna, 2004; Rodríguez & López, 2004; Castelo & Lima, 2006; Llena, *et al.*, 2007; Criado, *et al.*, 2008; Fortainer, Kolk, & Pinkse, 2011; Prado-Lorenzo, *et al.*, 2012, entre otros). En esta misma línea hay estudios que utilizan

escalas más complejas para capturar el mayor nivel de divulgación (Wiseman, 1982; Robb, *et al.*, 2001; Gómez, 2006; y Aranguren, 2008, entre otros).

Al margen de la unidad de medida, la utilización de un índice para representar la cantidad de información divulgada ha sido un mecanismo ampliamente utilizado en la literatura previa (ver por ejemplo Gray, *et al.*, 1995a; Archel & Lizarraga, 2001; Llena, *et al.*, 2007; Aranguren, 2008; Clarkson *et al.*, 2008; Dagiliene, 2010; Lynch, 2010; Farook, *et al.*, 2011; Haro, *et al.*, 2012), ya que permite el manejo cuantitativo de la información divulgada y su posterior contrastación estadística.

#### **4.2.5 Ámbito geográfico**

Haciendo un recorrido por la literatura empírica que analiza el tema objeto de esta investigación, se evidencia un vacío con relación al ámbito geográfico, ya que la mayor parte de los estudios han orientado su análisis hacia empresas de economías desarrolladas (Amram & Haniffa, 2011) prestando menos atención a economías pequeñas (Menassa, 2010). El hecho de que el tema de los reportes y la información social y medioambiental hayan estado presente durante las últimas décadas en las agendas empresariales y gubernamentales de los países en vías de desarrollo, ha motivado a los investigadores a observar el comportamiento de la divulgación de información sobre RSC en estos países.

Haciendo un recorrido por la literatura previa, se encuentran estudios que analizan la divulgación de información en un solo país (por lo general países de economías desarrolladas) tratando de entender la dinámica divulgativa, la influencia de la ley y el desarrollo del *reporting*. Así, un importante número de estudios han dirigido su análisis hacia empresas de Alemania (Dierkes, 1979; Cormier, *et.*, 2005; Gamerschlag, *et al.*, 2011), Australia (Trotman & Bradley, 1981; Guthrie, 1983; Deegan & Gordon, 1996; Deegan, *et al.*, 2002; Lynch, 2010), Dinamarca (Andrikopoulos & Kriklani, 2012), España (Carmona & Carrasco, 1988; Larrinaga, *et al.*, 2002; Husillos & Álvares-Gil, 2008; Prado-Lorenzo, *et al.*, 2012), Portugal (Castelo & Lima, 2006; 2008; Da Silva & Albar, 2011), Reino Unido (Harte & Owen,

1991; Ness & Mirza, 1991; Adams, *et al.*, 1995; Bebbington & Larrinaga, 2006; Grosser & Moon, 2008) y Suiza (Cooke, 1989).

Se encuentra otro grupo de trabajos que analizan el comportamiento divulgativo de las empresas de Estados Unidos (Ingram & Beal, 1990; Patten, 1992; Roberts, 1992; Holder-Webb, *et al.*, 2009; Cho, *et al.*, 2010; Cohen, *et al.*, 2012) y Canadá (Zeghal & Ahmed, 1990; Neu, *et al.*, 1998), o los realizados por Buhr & Freedman (1996) que consideran empresas de Norte América (Canadá y Estados Unidos). También hay estudios comparativos entre varios países como los realizados por Roberts (1991); Adams, *et al.*, (1995; 1998); Clavel, Ortiz & Martínez, (2003); Hibbit (2003); Ortiz (2006); Aranguren & Ochoa (2008). Estos estudios están centrados de manera preferencial hacia empresas europeas de Alemania, Francia, España, Reino Unido, entre otros.

Con la misma tendencia se encuentran otros trabajos que realizan un comparativo entre empresas de Europa y de Norte América buscando analizar la influencia que tienen los elementos culturales y geográficos en la divulgación de información sobre RSC (Gray, *et al.*, 1995; Meek, *et al.*, 1995; Subbarao & Zeghal, 1997; Van der Laan Smith, *et al.*, 2005; Cheung & Mak, 2010). Los países de Asia y África también han sido objeto de estudio, pero con menor frecuencia. En esta corriente encontramos los trabajos de Singh & Ahuja (1983) sobre la India, Savage (1994) y Dawkins & Wambura (2008) sobre Sudáfrica; Saleh (2009) y Amran & Haniffa (2011) sobre Malasia; Bayoud, *et al.*, (2012) sobre Lybia, entre otros.

Análisis comparativos entre países desarrollados y países en vías de desarrollo o emergentes (por ejemplo países asiáticos) también se encuentran en la literatura. En estos estudios se trata de explicar las diferencias existentes entre la divulgación de información en países en desarrollo frente a los países desarrollados (Subbarao & Zeghal, 1997; Newson & Deegan, 2002; Morhardt, 2009; Orij, 2010; Fortanier, Kolk & Pinkse, 2011).

Reconociendo la amplia dinámica investigativa en el tema de la divulgación de información sobre RSC, los países de América Latina han sido los menos

analizados. Algunos autores que realizan comparativos internacionales han incluido empresas de países latinoamericanos, principalmente porque su muestra o población está compuesta por grandes empresas multinacionales que pertenecen a las listas de las empresas más grandes del mundo, entre las que se encuentran empresas de la región, principalmente empresas de Brasil, Chile y México. Tal es el caso del estudio realizado por Kolk (2006b) que incluye a Brasil y Chile, o el trabajo de Wanderley, *et al.* (2008) que analiza, entre otros, a Brasil, Chile y México. En esta misma línea trabajan Cheung & Mak (2010) y Hubbard (2011) que incluyen a Brasil dentro de su muestra.

También se hallan trabajos de investigación sobre dos o más países de América Latina que específicamente buscan analizar su dinámica divulgativa, el desarrollo del reporte y el contenido del mismo. En esta corriente se observan los trabajos realizados por Garza (2008), Pérez-Batres, *et al.*, (2010), João, *et al.* (2011) y Ortas & Moneva (2011). Otros, como Wanderley, *et al.*, (2008), en un estudio comparativo de países emergentes, incluyen en su muestra a Brasil, Chile y México.

#### **4.3. Factores que influyen en la divulgación de información sobre RSC**

La literatura empírica relacionada con el tema de la divulgación de información sobre RSC aporta elementos valiosos a la hora de analizar las diferencias en el comportamiento divulgativo de las empresas. Las investigaciones han utilizado diferentes variables para explicar estas diferencias: el tamaño, indicadores de mercado, indicadores financieros, el sector, el país y el lugar de cotización, entre otras. Sin embargo, los hallazgos son contradictorios (Fraile & Fradejas, 2012) ya que no existe evidencia suficiente que explique las motivaciones y los efectos de la dinámica informativa. El apartado que se presenta a continuación trata este asunto mediante la descripción de algunas de las investigaciones más relevantes sobre el mismo.

#### 4.3.1 Factores asociados con el tamaño

La variable de tamaño es utilizada con frecuencia en los estudios empíricos para tratar de explicar la revelación de información sobre responsabilidad social. Número de accionistas (Cooke, 1989; Gamerschlag, *et al.*, 2011; Gutiérrez & Navallas, 2011), cifra total de activos (Hackston & Milne, 1996; Fortanier, *et al.*, 2011; Prado-Lorenzo, *et al.*, 2012), cifra de negocios o ventas (García & Monterrey, 1993; Gray, *et al.*, 1995; Gray, *et al.*, 2001; Cohen, *et al.*, 2012), volumen de capitalización (Fernández & Luna, 2004; Fraile & Fradejas, 2012), monto del patrimonio (Dhaliwal, *et al.*, 2009) y endeudamiento (García & Monterrey, 1993; García- Ayuso & Larrinaga, 2003; Cheung & Mak, 2010), son algunas de las *proxies* utilizadas como variables de tamaño a la hora de analizar los factores que determinan la divulgación de información sobre responsabilidad social por parte de las empresas (ver Tabla 11).

Algunos estudios sugieren una relación positiva entre el tamaño de la empresa y el nivel de divulgación de información sobre RSC (ver por ejemplo a Trotman & Bradley, 1981; Cowen, Fereri & Parker, 1987; Cook, 1989; García & Monterrey, 1993; Giner, 1997; Neu, *et al.*, 1998; Archel & Lizarraga, 2001; Gray, *et al.*, 2001; Pérez-Batres, *et al.*, 2010; Da Silva & Albar, 2011; Gamerschlag, *et al.*, 2011; Andrikopoulos & Kriklani, 2012).

Son varios los argumentos que sustentan esta relación. La complejidad económica que acompaña el tamaño de la empresa, lo que hace que los inversores requieran mayores niveles de información para la toma de decisiones (Andrikopoulos & Kriklani, 2012); el control de los costes políticos (Giner, 1997); la presión del gobierno anfitrión cuando se trata de compañías foráneas (Adams *et al.* 1988) y la reducción de los riesgos de reputación y el aprovechamiento de los beneficios que genera la mayor divulgación (Deegan & Gordon, 1996), así como la necesidad de legitimación social (Patten, 1991), entre otros. Adicionalmente, las empresas de gran tamaño tienen capacidad económica suficiente, con lo cual pueden soportar los costes que exige una mayor divulgación de información (Cowen *et al.*, 1987; Archel, 2003).

No obstante lo anterior, existen estudios que al analizar las categorías de la RSC por separado no encuentran relación con el tamaño. Aunque no son frecuentes, se puede mencionar el trabajo realizado por Cowen, *et al.*, (1987) en el que no se encuentra relación entre el tamaño y la información sobre recursos humanos y productos, aunque sí entre el tamaño y el medio ambiente, energía, prácticas justas en los negocios y comunidad<sup>60</sup>.

Ortiz & Clavel (2006) sostienen que el tamaño no influye en la divulgación de información sobre recursos humanos, mientras que Andrew *et al.* (1989) en su estudio de empresas de países en vías de desarrollo evidencia la relación entre el tamaño y la información sobre medio ambiente. Por su parte, Cohen *et al.* (2012) en su estudio de empresas de Estados Unidos, Morhardt (2009) en su análisis de empresas de América, Europa y Asia y Bayoud *et al.* (2012) en su análisis de empresas libias constatan la escasa influencia del tamaño en el nivel de información no financiera y sobre RSC.

---

<sup>60</sup> Es importante mencionar que el trabajo de Cowen *et al.* (1987) se realizó con empresas de Estados Unidos y el trabajo de Andrew, *et al.* (1989) con empresas de países en vías de desarrollo. En estos casos los resultados son contrarios; en el primero no hay relación entre el nivel de información divulgado y el tamaño de las empresas, mientras que en el segundo la relación positiva se da con esta categoría. Una explicación podría girar en torno a la mayor exigencia normativa sobre el medio ambiente que hay en los países desarrollados.

**Tabla 11. Relación de estudios que han utilizado como variable el tamaño de la firma**

| Autor                         | Año de publicación | Países             | Categorías De análisis                                                                          | Variables                                                       | Efecto positivo (+); negativo (-); nulo (0)                                                              |
|-------------------------------|--------------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Trotman & Bradley             | 1981               | Australia          | Medio ambiente, Energía, Recursos humanos, Productos, Comunidad, Otros                          | Total de activos y total ventas                                 | Relación (+)                                                                                             |
| Cowen <i>et al.</i>           | 1987               | Estados Unidos     | Medio ambiente, Energía, Prácticas empresariales justas, Empleados, Comunidad, Productos, Otros | Posición en la lista Fortune 500                                | Relación (+) con información de RSC en general; relación (0) con información sobre empleados y productos |
| Adams <i>et al.</i>           | 1988               | Europa             | Ética, medio ambiente y empleo                                                                  | Tamaño                                                          | Relación (+)                                                                                             |
| Andrew <i>et al.</i>          | 1989               | Malasia y Singapur | Recursos humanos, comunidad, medio ambiente, productos                                          | N/A                                                             | Relación (+)                                                                                             |
| Cooke                         | 1989               | Suiza              | Elementos contables sobre la responsabilidad social                                             | Total activos, total ventas y número de accionistas             | Relación (+)                                                                                             |
| Chow & Wong-Boren             | 1987               | México             | Información voluntaria                                                                          | Patrimonio a valor de mercado + valor de la deuda               | Relación (+)                                                                                             |
| García & Monterey             | 1993               | España             | Información medioambiental. Información social                                                  | Ventas, activos, endeudamiento                                  | Relación (+) con ventas; relación (0) con activos                                                        |
| Gray <i>et al.</i>            | 1995               | Reino Unido        | Comunidad, consumidores empleados y medio ambiente                                              | # empleados, ventas, utilidades, industria y capital financiero | Relación (+)                                                                                             |
| Deegan & Gordon               | 1996               | Australia          | Medio ambiente                                                                                  | Ventas                                                          | Relación (+) con empresas sensibles al Medio ambiente                                                    |
| Patten                        | 1991               | Estados unidos     | Medio ambiente                                                                                  | Tamaño                                                          | Relación (+)                                                                                             |
| Hackston & Milne              | 1996               | Nueva Zelanda      | Empleados, Medio ambiente, Comunidad                                                            | Capitalización bursátil, total ventas y total activos           | Relación (+)                                                                                             |
| Giner                         | 1997               | España             | Información contable obligatoria y voluntaria, Información social voluntaria                    | Total activos y total ventas                                    | Relación (+) con activos; relación (0) con la variable ventas                                            |
| Neu, <i>et al.</i>            | 1998               | Canadá             | Medio ambiente                                                                                  | Total activos                                                   | Relación (+)                                                                                             |
| Gray, Javad, Power & Sinclair | 2001               | Reino Unido        | Cientes, Empleados, Comunidad y Medio ambiente                                                  | Número de empleados, capital y cifra de negocios                | Relación (+)                                                                                             |
| Archel & Lizarraga            | 2001               | España             | Medio ambiente                                                                                  | Total de ventas, total de activos y capitalización bursátil     | Relación (+)                                                                                             |
| García- Ayuso & Larinaga      | 2003               | España             | Medio ambiente                                                                                  | Capitalización                                                  | Relación (0)                                                                                             |
| Fernández & Luna              | 2004               | España             | Información social , información medioambiental                                                 | Cifra de negocios y capitalización bursátil                     | Relación (+) con RSC general; relación (0) con empleados; (+) con acción social..                        |

| <b>Autor</b>                  | <b>Año de publicación</b> | <b>Países</b>                                                                                                                                                                                  | <b>Categorías De análisis</b>                                                         | <b>Variables</b>                                   | <b>Efecto positivo (+); negativo (-); nulo (0)</b>                                                            |
|-------------------------------|---------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Ortiz & Clavel                | 2006                      | Dinamarca, Noruega, Reino Unido, Irlanda, Holanda, Francia, Italia, Alemania y España                                                                                                          | Información sobre recursos humanos                                                    | Total de activos y cifra de negocios               | Relación (0) con la información relativa a recursos humanos                                                   |
| Dhaliwal, <i>et al.</i>       | 2009                      | Estados Unidos                                                                                                                                                                                 | RSE general                                                                           | Valor de mercado del patrimonio                    | Relación (+)                                                                                                  |
| Morhardt                      | 2009                      | Asia, Europa y América                                                                                                                                                                         | Medio ambiente y asuntos sociales                                                     | Logaritmo de la renta                              | Relación (0) en un umbral específico del tamaño                                                               |
| Cheung & Mak                  | 2010                      | 18 países ( Australia, Begium, Brasil, Canadá, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Italia, Japón, Portugal, Singapur, España, Suecia, Suiza, Países bajos, Estados Unidos y Reino Unido ) | Medio ambiente, asuntos sociales y gobernanza                                         | Activo total                                       | Relación (0)                                                                                                  |
| Cohen, <i>et al.</i>          | 2012                      | Estados Unidos                                                                                                                                                                                 | RSE general                                                                           | Total de ventas                                    | Relación (0). Los informes que contienen mayor volumen de información no financiera son reportes obligatorios |
| Pérez-Batres, Miller & Pisani | 2010                      | Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú                                                                                                                                              | Parámetros del GRI y el Global Compact                                                | Total activos                                      | Relación (+)                                                                                                  |
| Da Silva & Albar              | 2011                      | Portugal                                                                                                                                                                                       | Medio ambiente                                                                        | Total de activos                                   | Relación (+)                                                                                                  |
| Gamerschlag, <i>et al.</i>    | 2011                      | Alemania                                                                                                                                                                                       | Social y medioambiental                                                               | # de empleados y activos                           | Relación (+)                                                                                                  |
| Gutiérrez & Navallas          | 2011                      | España                                                                                                                                                                                         | RSE general                                                                           | Ventas, # empleados, cotización bursátil y activos | Relación (+) con activos                                                                                      |
| Fortanier, <i>et al.</i>      | 2011                      | Asia, Francia, Alemania, Reino Unido, Norte América y resto de Europa                                                                                                                          | Dimensión económica, social y medioambiental (basados en Deegan 2002; Elkington 1997) | Total ventas y activos por empleados               | Relación (+) la seguridad de la información, pero el impacto es estadísticamente no significativo             |
| Fraille & Fradejas            | 2012                      | España                                                                                                                                                                                         | Gobierno Corporativo                                                                  | Total activos                                      | Relación (+)                                                                                                  |
| Andrikopoulos & Krikorian     | 2012                      | Dinamarca                                                                                                                                                                                      | Medio Ambiente                                                                        | Total activos                                      | Relación (+)                                                                                                  |
| Prado-Lorenzo, <i>et al.</i>  | 2012                      | España                                                                                                                                                                                         | RSE general                                                                           | Total activos                                      | Relación (+) pero estadísticamente no significativa.                                                          |
| Bayoud, <i>et al.</i>         | 2012                      | Libia                                                                                                                                                                                          | Medio ambiente, empleados, consumidores y comunidad                                   | Total activos                                      | Relación (-)                                                                                                  |

#### 4.3.2 Factores asociados con el resultado financiero

Los resultados financieros han sido también analizados frente al comportamiento divulgativo de las empresas. Los *proxies* utilizados son diversos. El nivel de endeudamiento (Chow & Wong-Boren, 1987; Archel & Lizarraga, 2001; García & Monterrey, 2003); los flujos de caja (Moneva & Llena, 1996), la rentabilidad del activo (Archel, 2003; Husillos, 2007) y del patrimonio (Husillos, 2007; Cheung & Mak, 2010), la liquidez (Dhaliwal, *et al.*, 2009), la solvencia (García & Monterrey, 1993; Cheung & Mak, 2010), el beta de las acciones (Roberts, 1992; Dhaliwal, *et al.*, 2009), el costo del capital (Dhaliwal, *et al.*, 2009) y el crecimiento de las ventas (García & Monterrey, 1993), entre otros, son algunas de las variables más utilizadas en la literatura.

Varios autores argumentan la existencia de esta relación. Para Porter & Kramer (2002) la RSC es un factor de ventaja competitiva, lo que a mediano plazo puede ayudar a mejorar la rentabilidad de la firma, así, una empresa se verá motivada a desarrollar prácticas socialmente responsables, entre las que se encuentra la divulgación de información sobre RSC, para mantener esta ventaja frente al mercado. En este caso, cuando una empresa mejora sus resultados financieros, podrá invertir parte de sus recursos en actividades de tipo social (Carmona & Carrasco, 1988).

En este mismo sentido, autores como Gómez, *et al.* (2006) y Husillos (2007), manifiestan que las empresas pueden utilizar el mecanismo de la divulgación para legitimarse socialmente, esto les permitirá mantenerse vigentes en el mercado. Así, la información se puede convertir en un medio para manipular la opinión de la sociedad (Husillos, 2007) por lo que las empresas revelarán únicamente aspectos positivos de la firma (Gómez, *et al.*, 2006) buscando permanecer en el mercado y mejorar sus resultados financieros.

Empero, esta relación puede ser negativa, ya que el aumento de los costes que genera la preparación de la información hace que la rentabilidad se disminuya en el

corto plazo (García & Monterrey, 1993). De la misma manera, al haber una disminución en la rentabilidad, las partes interesadas pueden hacer un mal uso de esta información para presionar ventajas en las negociaciones. Sobre este aspecto, Moneva (2007) afirma que una de las mayores motivaciones que tienen las empresas para emitir informes de sostenibilidad tiene que ver con consideraciones económicas, aunque, sostiene el autor, no hay claridad sobre el aporte de la divulgación de información sobre RSC en la rentabilidad financiera de la empresa.

Haciendo una revisión de la literatura previa (ver Tabla 12), se observa que en este caso, los resultados son menos concluyentes (Archel & Lizarraga, 2001) que los hallazgos en torno al tamaño de la firma (García & Sánchez, 2006). Algunos estudios evidencian una relación positiva entre los rendimientos financieros y el nivel de divulgación de información de RSC (Cooke, 1989; Roberts, 1992; García & Monterrey, 1993; Wallace, Kamal & Mora, 1994); justificados a partir de la teoría de la agencia, ya que al existir riesgos asociados a la falta de divulgación de información, los inversores ejercerán presión para disminuir este riesgo exigiendo a los agentes un mayor volumen de información (Archel, 2003).

No obstante lo anterior, algunas investigaciones han encontrado una relación positiva entre el nivel de divulgación sobre medio ambiente y las variables financieras, no así con las otras categorías relativas a la RSC como es el caso del estudio de Fortanier, *et. al.*, (2011) quienes encontraron un vínculo positivo entre la divulgación de información sobre comunidad y asuntos relacionados con el empleo, pero negativo con asuntos relativos al cambio climático. Otros estudios han encontrado una relación positiva pero no significativa, como es el caso del estudio realizado por Prado-Lorenzo, *et. al.*, (2012) que evidencia tal relación entre el ROA y la divulgación de información sobre RSC, aunque su impacto estadístico no es significativo. Estudios similares no han encontrado evidencia concluyente que pueda probar la existencia y significancia de esta relación (Cowen *et al.*, 1987; Patten, 1991; Hackston & Milne, 1996; Moneva & Llena, 1996; Botosan, 1997; Archel & Lizarraga, 2001; Archel, 2003; Abdul, 2004; Cormier, *et al.*, 2005).

**Tabla 12. Relación de estudios que han utilizado variables financieras como factores explicativos del nivel de divulgación sobre RSC.**

| <b>Autor</b>             | <b>Año de publicación</b> | <b>Países</b>                    | <b>Categorías De análisis</b>                                                                                     | <b>Variables</b>                                                                                                             | <b>Efecto</b>                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------|---------------------------|----------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Abbot & Monsen           | 1979                      | Empresas de la lista Fortune 500 | Medio ambiente, igualdad oportunidades, personal, comunidad, productos, lugar de la divulgación, otra información | Retomo de la inversión                                                                                                       | Relación (0)                                                                                                                                                                                                      |
| Chow & Wong-Boren        | 1987                      | México                           | Información voluntaria                                                                                            | Endeudamiento                                                                                                                | Relación (0)                                                                                                                                                                                                      |
| García & Monterey        | 1993                      | España                           | Información medioambiental e Información social voluntaria                                                        | ROE, recursos generados por operación/ recursos propios, beneficio por acción, solvencia, endeudamiento                      | Relación (0) de la variable ROE y endeudamiento                                                                                                                                                                   |
| Moneva & Llena           | 1996                      | España                           | Empleados, Labor social, Medio ambiente                                                                           | Rentabilidad del capital y Cash-Flow por acción                                                                              | Relación (0) con rentabilidad                                                                                                                                                                                     |
| Archel & Lizarraga       | 2001                      | España                           | Medio ambiente                                                                                                    | Rentabilidad financiera (beneficios después de impuestos a fondos propios - beneficios después de impuestos) y endeudamiento | Relación ( - )                                                                                                                                                                                                    |
| Archel                   | 2003                      | España                           | Personal, Labor social, Medio ambiente                                                                            | Cociente entre el beneficio neto después de impuestos y el total de activos                                                  | Relación (0)                                                                                                                                                                                                      |
| García- Ayuso & Larínaga | 2003                      | España                           | Medio ambiente                                                                                                    | ROA, ROE y Endeudamiento                                                                                                     | Relación (0)                                                                                                                                                                                                      |
| Fernández & Luna         | 2004                      | España                           | Información social , información medioambiental                                                                   | ROE, ROA , retorno del precio de la acción (PER)                                                                             | Relación (0)                                                                                                                                                                                                      |
| Gómez, <i>et al.</i>     | 2006                      | España                           | Información financiera, información sobre gobierno corporativo e información voluntaria <i>on line</i> .          | ROA y ROE                                                                                                                    | Relación ( + )                                                                                                                                                                                                    |
| Husillos                 | 2007                      | España                           | Medio ambiente                                                                                                    | ROI, ROA y endeudamiento                                                                                                     | Relación (0)                                                                                                                                                                                                      |
| Aranguren                | 2008                      | Alemania, España y Reino Unido   | Empleados, medio ambiente, comunidad, consumidores y productos, ética                                             | ROE Y ROA                                                                                                                    | Relación (0)                                                                                                                                                                                                      |
| Castelo & Lima           | 2008                      | Portugal                         | Medio ambiente, recursos humanos, productos , consumidores y comunidad                                            | ROA y apalancamiento                                                                                                         | Relación ( - ) entre apalancamiento y la información de recursos humanos; relación (0) para las otras variables; relación (0) para apalancamiento; relación ( + ) con información sobre consumidores y productos. |

| Autor                        | Año de publicación | Países                                                                | Categorías De análisis                                                                | Variables                                                                                                                           | Efecto                                                                                                               |
|------------------------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Prado-Lorenzo, <i>et al.</i> | 2009               | España                                                                | Cualquier divulgación sobre aspectos sociales, económicos o ambientales               | ROA, endeudamiento                                                                                                                  | Relación (+) no significativa de ROA; relación (-) no significativa del endeudamiento.                               |
| Dhaliwal, <i>et al.</i>      | 2009               | Estados Unidos                                                        | RSE general                                                                           | ROA, razón de endeudamiento, liquidez, costo del capital                                                                            | Relación (+) con costo de capital; relación (+) con ROA; relación (+) con endeudamiento y relación (-) con liquidez. |
| Cheung & Mak                 | 2010               | Europa y Norte América                                                | Medio Ambiente, Social y de Gobernanza                                                | Rendimiento de los activos, rendimiento del capital, rentabilidad de la acción, indicador de solvencia e indicador de endeudamiento | Relación (0), (+) y (-) pero ninguna se distingue.                                                                   |
| Da Silva & Albar             | 2011               | Portugal                                                              | Medio ambiente                                                                        | Resultado líquido del ejercicio a capital propio                                                                                    | Relación (0)                                                                                                         |
| Gamerschlag, <i>et al.</i>   | 2011               | Alemania                                                              | Social y medioambiental                                                               | Retorno del capital invertido                                                                                                       | Relación (+)                                                                                                         |
| Fortanier, <i>et al.</i>     | 2011               | Asia, Francia, Alemania, Reino Unido, Norte América y resto de Europa | Dimensión económica, social y medioambiental (basados en Deegan 2002; Elkington 1997) | Rentabilidad (medida como el retorno en ventas)                                                                                     | Relación (+) con comunidad y empleo; relación (-) con cambio climático                                               |
| Haro, <i>et al.</i>          | 2012               | España                                                                | RSE general                                                                           | Resultados del ejercicio sobre fondos propios, endeudamiento                                                                        | Relación (0)                                                                                                         |
| Fraile & Fradejas            | 2012               | España                                                                | Gobierno Corporativo                                                                  | Suma de capitalización bursátil y el valor en libros de la deuda/activo total                                                       | Relación (0)                                                                                                         |
| Andrikopoulos & Krikoriani   | 2012               | Dinamarca                                                             | Medio Ambiente                                                                        | Apalancamiento financiero y rentabilidad (retorno sobre el capital)                                                                 | Relación (-)                                                                                                         |
| Prado-Lorenzo, <i>et al.</i> | 2012               | España                                                                | RSE general                                                                           | ROA                                                                                                                                 | Relación (+)                                                                                                         |

### 4.3.3 Factores asociados con el país de origen

Estudios previos han asociado el país de origen a la información sobre RSC divulgada por las empresas (Guthrie & Parker, 1990; Adams & Kuasirikum, 2000; Araya, 2006; Husillos, 2007; Moneva & Ortras, 2008). En el estudio realizado por Adams *et al.*, (1998) utilizan el *proxy* denominado país de origen de los propietarios bajo el argumento que estos generan mayor o menor presión por la información, dependiendo del nivel de desarrollo del país de origen. Roberts (1990) utiliza el país de origen de las empresas para justificar las diferencias divulgativas en materia de RSC y argumenta que estas diferencias son producto de las preocupaciones sociales y las especificidades de cada país, ya que no en todos los países las urgencias sociales son las mismas. En esta misma línea, Van der Laan, *et al.*, (2005) explican que las diferencias en la divulgación de información sobre RSC entre países dependen de la manera como la sociedad y sus grupos de interés se definen (ver Tabla 13).

El país de origen de la casa matriz también ha sido utilizado en la literatura previa. Cortez (2012), en su estudio sobre compañías japonesas y sus filiales en Filipinas, encuentran que la presión de la casa matriz es un factor que influye en la revelación de información de sus filiales. Por su parte, Llena *et al.* (2007) utilizan el país de origen de la casa matriz como factor explicativo en la divulgación de información sobre medio ambiente y concluyen que este puede ser un factor que influye en el comportamiento divulgativo de las empresas debido a la mayor o menor conciencia ambiental inmersa en la cultura o a las necesidades de información de cada país.

En esta misma línea, Archel & Lizarraga (2001) justifican las diferencias en la revelación de información entre empresas con participación significativa de capital foráneo, y el resto, a partir de la mayor tradición y cultura medioambiental que tiene un país en comparación con otro, elemento que puede incentivar un mayor nivel de divulgación de información. Por su parte, Ortiz, Martínez, & Clavel, (2001), manifiestan que la mayor exigencia en la revelación de información para los mercados de valores estaría influyendo de manera positiva en la dinámica divulgativa de las empresas, es decir, países con mercados de valores más

desarrollados pueden desarrollar una mayor cultura de divulgación de información sobre RSC.

Un tema interesante que se refleja en la literatura explorada es la comparación entre los países desarrollados y los países en vías en desarrollo. En esta línea se encuentra el trabajo de Andrew, *et al.*, (1989) en el que comparan la revelación de empresas nacionales y empresas foráneas. Los resultados revelan que las empresas que más información revelaron, dentro de una muestra de empresas cotizadas en Singapur y Malasia, fueron las grandes y medianas y, adicionalmente, estas eran en su mayoría empresas extranjeras, lo que sugiere que las empresas de los países en vías de desarrollo divulgan menos información y las que lo hacen obedecen a la presión de las empresas extranjeras.

**Tabla 13. Relación de estudios que han utilizado el país de origen como factor explicativo del nivel de divulgación sobre RSC**

| Autor                             | Año de publicación | Países                                                                                                                                               | Categorías De análisis                                                                                                    | Variable                                                                                                                                                           | Efecto                                                                                                                                                                                               |
|-----------------------------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cooke                             | 1989               | Suiza                                                                                                                                                | Elementos contables sobre la responsabilidad social                                                                       | Número de subsidiarias, compañía matriz extranjera,                                                                                                                | La existencia de capital extranjero anima a una mayor divulgación.                                                                                                                                   |
| Guthrie & Parker                  | 1990               | UK, USA, Australia                                                                                                                                   | Medio ambiente, Energía, Recursos Humanos, Productos, Comunidad, Otros                                                    | País de origen                                                                                                                                                     | Se encuentran diferencias en los temas tratados y en la localización de la información                                                                                                               |
| Roberts                           | 1990               | 28 países en 10 grupos: América del norte, Australia, África, Japón, Asia, UK, Francia y Alemania, Benelux, Resto de UE, resto de Europa             | Estado de valor añadido, Empleados, Energía y Medio Ambiente                                                              | País de origen                                                                                                                                                     | El país de origen influye.                                                                                                                                                                           |
| Adams & Kuasirikum                | 2000               | Alemania, Reino Unido                                                                                                                                | Medio ambiente, información ética                                                                                         | País de origen                                                                                                                                                     | Se confirma la influencia del país en la divulgación de información sobre medio ambiente y ética                                                                                                     |
| Robb, <i>et al.</i>               | 2001               | Australia, Canadá y Estados Unidos                                                                                                                   | Empleados, Clientes                                                                                                       | País de origen                                                                                                                                                     | No se confirma la influencia del país de origen en la divulgación de información de las categorías analizadas                                                                                        |
| Van der Laan Smith, <i>et al.</i> | 2005               | Noruega/Dinamarca y Estados Unidos                                                                                                                   | Medio ambiente, empleados, comunidad, relación con los consumidores, seguridad del producto y derechos de los accionistas | País de origen                                                                                                                                                     | Se confirma la influencia del país en la divulgación de información sobre RSC. Países con mayor énfasis en cuestiones sociales presentan mayor calidad y cantidad de información sobre RSC divulgada |
| Araya                             | 2006               | Brasil, México, Europa (Bélgica, Reino Unido, Alemania, Luxemburgo, Italia, Portugal, Holanda, España, Suecia, Suiza), Chile, Estados Unidos y otros | Medio ambiente, salud y seguridad, información de medio ambiente e información social                                     | País de origen                                                                                                                                                     | El país de origen, dependiendo de su nivel de desarrollo, influye en las prácticas de revelación de información sobre RSC                                                                            |
| Aranguren                         | 2008               | Alemania, España y Reino Unido                                                                                                                       | Empleados, medio ambiente, comunidad, consumidores y productos, ética                                                     | País, sector, tamaño, rentabilidad, impacto del sector                                                                                                             | Se confirma la influencia del país en las categorías de comunidad y ética.                                                                                                                           |
| Chen & Bouvain                    | 2009               | UK, USA, Australia y Alemania                                                                                                                        | RSE general                                                                                                               | Las categorías sociedad, comunidad, medio ambiente, clientes y trabajadores, según tamaño, multinacionalidad, país, sector y si es miembro o no del Global compact | Se confirma la influencia del país. Hay diferencias significativas en los países sobre asuntos relativos a la sociedad, la comunidad y los clientes.                                                 |

| <b>Autor</b>                  | <b>Año de publicación</b> | <b>Países</b>                                                         | <b>Categorías De análisis</b>                                                                                                                                                                                                      | <b>Variable</b>              | <b>Efecto</b>                                                                                                                                                  |
|-------------------------------|---------------------------|-----------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Andrew, <i>et al.</i>         | 1989                      | Malasia y Singapur                                                    | Empleados, medio ambiente, comunidad y asuntos relativos a los productos                                                                                                                                                           | Tamaño, país                 | Se confirma la influencia del país. En general se presenta un mayor volumen de información en los países desarrollados que en los países en vías de desarrollo |
| Newson & Deegan               | 2002                      | Australia, Singapur y Corea del Sur                                   | Diversidad, empleados, energía, Medio ambiente, comunidad, prácticas de negocios limpios.                                                                                                                                          | País de origen               | Se confirma la influencia del país de origen en las prácticas divulgativas de las empresas                                                                     |
| Wanderley, <i>et al.</i>      | 2008                      | Brasil, Chile, China, India, Indonesia, México, Tailandia y Sudáfrica | Disponibilidad de un código de ética; detalles de los proyectos de RSC; información sobre los resultados de los proyectos.; asociación con ONG ; reportes de RSC; valores corporativos; presencia de la expresión de RSC o similar | País de origen               | Se confirma la influencia del país de origen en la divulgación de información sobre RSC en el sitio Web                                                        |
| Pérez-Batres, Miller & Pisani | 2010                      | Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú                     | Adhesión al GRI y al GC                                                                                                                                                                                                            | Influencia de un país "rico" | Se confirma la influencia del país "rico" sobre las empresas latinoamericanas en cuanto al seguimiento de las directrices sobre la RSC                         |

#### **4.3.4 Factores asociados con el sector de actividad y el grado de exposición**

El sector de actividad al cual pertenecen las empresas podría tener una influencia importante en la dinámica de divulgación sobre RSC, debido al impacto que la actividad económica puede ejercer a nivel social y medioambiental. Así lo confirma su frecuente utilización como variable explicativa en numerosos estudios relacionados con la revelación de información sobre RSC (Patten, 1991; Meek, *et al.*, 1995; Moneva & Llena, 1996; Subbarao & Zeghal, 1997; Adams, *et al.*, 1998; Robb, *et al.*, 2001; Hibbit, 2003; Gómez, 2006; Rodríguez, *et al.*, 2008; Wanderley, *et al.*, 2008; Chen & Bouvain, 2009; Holder-Webb, *et al.*, 2009; Morhardt, 2009; Prado-Lorenzo, *et al.*, 2009; García, *et al.*, 2010; Amran & Haniffa, 2011; Hubbard, 2011; Bayoud, *et al.*, 2012, entre otros).

No obstante, no hay claridad sobre esta relación ya que los resultados son diversos. En el estudio realizado por Hubbard (2011), por ejemplo, se encontró una fuerte influencia del sector en la divulgación de información sobre RSC, mientras que en el estudio realizado por Gamerschlag, *et al.* (2011) la influencia del sector solo se asoció con la información medioambiental. En la investigación realizada por Cowen, *et al.* (1987) el mayor énfasis en la información divulgada, de acuerdo con el sector, se encontró en medio ambiente y comunidad, no así con la información relativa a ética, recursos humanos y productos (ver Tabla 10).

La revisión de la literatura previa permitió evidenciar que algunos estudios vincularon la influencia del sector con aquellas empresas que presentaron un fuerte impacto en el medio ambiente (Deegan & Gordon, 1996; Archel & Lizarraga, 2001; García-Ayuso & Larrinaga, 2003; Hibbit, 2003; Husillos, 2007; Cho, *et al.*, 2010). Sumado a lo anterior, y bajo la premisa del bajo impacto medioambiental que tienen los bancos y en general el sector financiero, autores como García & Monterrey (1993), Archel & Lizarraga (2001), Archel (2003), han excluido de sus estudios a las empresas de este sector. Sin embargo, más recientemente los estudios realizados por Castelo & Lima (2006), Aranguren & Martínez (2010), Cheung & Mak (2010), Tostes & Chero (2010), Farook, *et al.*, (2011) y Haro, *et al.*,

(2012) basaron su investigación en el sector financiero por considerar que directa o indirectamente, por su papel como facilitadores de la actividad industrial o por sus políticas de préstamos e inversiones, su actividad genera un impacto social importante. Otra variable que ha sido utilizada en la literatura previa, ligada al sector, es el grado de exposición<sup>61</sup>, entendiendo como tal la presión que las empresas de un sector específico reciben por parte de los stakeholders, ya sea por su impacto medioambiental, por tratarse de sectores de competencia concentrada o por estar orientados al consumidor final (consumer visibility).

Bajo este enfoque, las industrias con mayor impacto en el medio ambiente son las que presentan los mayores niveles de información (Deegan & Gordon, 1996; Prado-Lorenzo, *et al.*, 2012), teniendo en cuenta la actividad desarrollada por la empresa. No obstante, autores como Cowen, *et al.* (1987) y Andrew, *et al.*, (1989) sugieren que las empresas comerciales tienden a divulgar un alto nivel de información sobre RSC, fruto de la alta visibilidad que tienen frente a sus consumidores, situación similar a la que ocurre con el sector financiero que, debido a su alta exposición al público en general y el impacto que puede generar en un gran número de usuarios, se ve obligado a presentar altos niveles de información a sus usuarios.

Así las cosas, los sectores han sido clasificados en la literatura previa (ver por ejemplo a Roberts, 1992; Hackston & Milne, 1996; Newson & Deegan, 2002) como sectores de alto perfil (high profile) y sectores de bajo perfil (low profile). Autores como Patten (1991) y Choi (1999) encontraron relación entre el perfil de la industria y el nivel de divulgación, no así Abdul (2004) que no encuentra evidencia suficiente para sugerir tal relación (Ver Tabla 14). En cuanto a la clasificación de las empresas en alto y bajo perfil, según el grado de exposición (alto y bajo impacto) y el sector de pertenencia, existen varias propuestas de diversos autores, aunque las diferencias no son importantes y éstas normalmente se explican por la clasificación sectorial que se esté utilizando (ver Tabla 15).

---

<sup>61</sup> El grado de exposición hace referencia al perfil del sector, alto o bajo, según la industria a la cual pertenezca

**Tabla 14. Relación de estudios que han utilizado el sector como factor explicativo del nivel de divulgación sobre RSC**

| Autor                | Año de publicación | Países                                                                                                                                                     | Categorías de análisis                                                                                   | Efecto: (+) positivo; (-) negativo y (0) neutro                                                                                                                                                                                                                                                           |
|----------------------|--------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Singh & Ahuja        | 1983               | India                                                                                                                                                      | No se especifican                                                                                        | Relación (+) entre el tipo de industria y la divulgación de información sobre RSC. Hay más divulgación en industrias de manufactura que de servicios                                                                                                                                                      |
| Cowen <i>et al.</i>  | 1987               | Estados Unidos                                                                                                                                             | Medio ambiente, Energía, Prácticas empresariales justas, Empleados, Comunidad, Productos, Otros          | Relación (+) entre la divulgación de información sobre RSC y el sector con mayor énfasis en la información sobre medio ambiente y comunidad. La industria química parece ser la que más divulga información. Para las categorías de recursos humanos, productos y ética no hay evidencia de esta relación |
| Roberts              | 1990               | 28 países en 10 grupos:<br>América del norte,<br>Australia, África, Japón,<br>Asia, UK, Francia y<br>Alemania, Benelux,<br>Resto de UE, resto de<br>Europa | Estado de valor añadido,<br>Empleados, Energía y Medio<br>Ambiente                                       | La información sobre RSC varía de acuerdo al sector                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Patten               | 1991               | Estados Unidos                                                                                                                                             | Medio ambiente, Energía,<br>Prácticas empresariales justas,<br>Empleados, Comunidad,<br>Productos, Otros | El sector, como variable de presión, pública influye en la divulgación de información sobre RSC                                                                                                                                                                                                           |
| García & Monterey    | 1993               | España                                                                                                                                                     | Información medioambiental.<br>Información social                                                        | No es concluyente pero encuentran diferencias entre los sectores a la hora de evaluar la divulgación de información voluntaria                                                                                                                                                                            |
| Meek, <i>et al</i>   | 1995               | Estados Unidos/ Reino Unido y Europa Continental.                                                                                                          | Empleados, política social, I+D                                                                          | Relación (+) entre el sector extractivo y la industria química y la divulgación de información sobre RSC, con mayor peso en la información medioambiental                                                                                                                                                 |
| Adams, <i>et al.</i> | 1995               | Holanda, Francia, Alemania, Suiza, Suecia, Reino Unido                                                                                                     | Medio Ambiente, Empleados, Ética                                                                         | Relación (+) entre la información de medio ambiente y empleados y el sector industrial                                                                                                                                                                                                                    |
| Deegan & Gordon      | 1996               | Australia                                                                                                                                                  | Medio ambiente                                                                                           | Relación (+) entre la divulgación de información sobre RSC y el tipo de actividad que desarrolla la empresa (asociándolo con el sector de actividad)                                                                                                                                                      |
| Moneva & Llena       | 1996               | España                                                                                                                                                     | Empleados, Labor social, Medio ambiente                                                                  | Relación (+) entre la divulgación de información sobre RSC y el sector. El sector eléctrico presenta un mayor volumen de información                                                                                                                                                                      |

| <b>Autor</b>              | <b>Año de publicación</b> | <b>Países</b>                                                        | <b>Categorías de análisis</b>                                                                                                                                                                           | <b>Efecto: (+) positivo; (-) negativo y (0) neutro</b>                                                                                                                              |
|---------------------------|---------------------------|----------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Subbarao & Zeghal         | 1997                      | Estados Unidos, Canadá, Reino Unido, Alemania, Japón y Corea del Sur | Recursos humanos                                                                                                                                                                                        | Relación (+) entre la divulgación de información sobre RRHH y el sector. Las empresas del sector financiero divulgan más información que el sector manufacturero                    |
| Adams, <i>et al.</i>      | 1998                      | Francia, Alemania, Holanda, Suecia, Suiza y Reino Unido              | Medio ambiente, Empleados, Ética                                                                                                                                                                        | Relación (+) entre el sector y la divulgación de información de medio ambiente y empleados. El sector influye en la manera como las empresas presentan sus informes sociales        |
| Archel & Lizarraga        | 2001                      | España                                                               | Medio ambiente                                                                                                                                                                                          | El sector está relacionado con la revelación de información sobre medio ambiente                                                                                                    |
| Robb, <i>et al.</i>       | 2001                      | Australia, Canadá y Estados Unidos                                   | Empleados, Clientes                                                                                                                                                                                     | Relación (+) entre la divulgación de información voluntaria y el sector. Los sectores químico y de construcción tienden a divulgar más información                                  |
| Archel                    | 2003                      | España                                                               |                                                                                                                                                                                                         | Relación (+) entre la divulgación de información sobre RSC y el sector. Los sectores de energía y petróleo son las que divulgan mayor información                                   |
| Hibbit                    | 2003                      | Alemania, Bélgica, Luxemburgo y Holanda                              | Medio ambiente                                                                                                                                                                                          | Relación (+) entre el sector de pertenencia y la divulgación de información sobre medio ambiente                                                                                    |
| García- Ayuso & Larrinaga | 2003                      | España                                                               | Medio ambiente                                                                                                                                                                                          | Relación (+) entre el sector y la divulgación de información sobre medio ambiente                                                                                                   |
| Gómez                     | 2006                      | España                                                               | Información sobre empleados (dentro de capital humano).<br>Información sobre clientes (dentro de capital de negocio).<br>Información sobre medio ambiente, comunidad y ética (dentro de capital social) | Relación (+) entre el sector y el nivel de divulgación de información sobre empleados, no obstante no hay una cultura sectorial homogénea en cuanto a la divulgación de información |
| Husillos                  | 2007                      | España                                                               | Medio ambiente                                                                                                                                                                                          | Relación (+) entre sensibilidad medioambiental del sector y la cantidad de información revelada (positiva, negativa y total)                                                        |

| <b>Autor</b>                 | <b>Año de publicación</b> | <b>Países</b>                                                                                                                                                                                      | <b>Categorías de análisis</b>                                                                                                                                                                                                    | <b>Efecto: (+) positivo; (-) negativo y (0) neutro</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|------------------------------|---------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Rodríguez, <i>et al.</i>     | 2008                      | España                                                                                                                                                                                             | Información estratégica sobre el futuro                                                                                                                                                                                          | Relación (0) entre la divulgación de información voluntaria y el sector. Sin embargo, las empresas del mismo sector tienden a homogenizar la manera como divulgan su información y, se encontró, que la confidencialidad de algunos sectores constriñe la divulgación de este tipo de información                                                                                         |
| Wanderley, <i>et al.</i>     | 2008                      | Brasil, Chile, China, India, Indonesia, México, Tailandia y Sudáfrica                                                                                                                              | Disponibilidad de un código de ética; detalles de los proyectos de RSC; información sobre los resultados de los proyectos; asociación con ONG; reportes de RSC; valores corporativos; presencia de la expresión de RSC o similar | Relación (+) entre el sector y la divulgación por web de información sobre RSC                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Chen & Bouvain               | 2009                      | UK, USA, Australia y Alemania                                                                                                                                                                      | RSE general                                                                                                                                                                                                                      | Relación (+) y significativa con medio ambiente, no con las otras categorías                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Holder-Webb, <i>et al.</i>   | 2009                      | Estados Unidos                                                                                                                                                                                     | Asuntos contenidos en la GRI                                                                                                                                                                                                     | Existe relación entre el tipo de industria y la revelación de información sobre RSC                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Prado-Lorenzo, <i>et al.</i> | 2009                      | España                                                                                                                                                                                             | Cualquier divulgación sobre aspectos sociales, económicos o ambientales; si utilizan formato GRI; si está certificada; si cuenta con auditoría independiente; si se presenta de manera informal                                  | No hay relación entre el sector y la divulgación de información. Se encuentra significancia entre el sector transporte y la calidad de la información                                                                                                                                                                                                                                     |
| Morhardt                     | 2009                      | Asia, Europa y América                                                                                                                                                                             | Medio ambiente y asuntos sociales                                                                                                                                                                                                | Relación (+) entre el sector y la calidad de la información divulgada. Las empresas sensibles al medio ambiente tienden a divulgar más información                                                                                                                                                                                                                                        |
| Cho, <i>et al.</i>           | 2010                      | Estados Unidos                                                                                                                                                                                     | Medio ambiente                                                                                                                                                                                                                   | Relación (-) entre el desempeño ambiental y la calidad de la información divulgada sobre medio ambiente                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| García, <i>et al.</i>        | 2010                      | Alemania, Australia, Austria, Canadá, Bélgica, Dinamarca, España, Estados Unidos, Francia, Finlandia, Grecia, Irlanda, Italia, Japón, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia y Suiza | Influencia del Sistema Legal en la información de sostenibilidad                                                                                                                                                                 | Relación (+) entre la divulgación de información voluntaria sobre sostenibilidad y el sector. No hay esta relación en las empresas comerciales y de venta al por menor. En otros sectores la relación es positiva pero no es significativa (por ejemplo servicios y suministros, componentes de tecnología y equipamiento, servicios de telecomunicaciones, semiconductores, entre otros) |

| Autor                      | Año de publicación | Países                                                                | Categorías de análisis                                                                        | Efecto: (+) positivo; (-) negativo y (0) neutro                                                                                                                                                                                                                                      |
|----------------------------|--------------------|-----------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Hubbard                    | 2011               | Estados Unidos, Reino Unido, China, France, Rusia, Brasil y Australia | Estrategias, gobierno, economía, medio ambiente, empleados, clientes, proveedores y comunidad | Hay diferencias entre los sectores en la cantidad y calidad de la información revelada en los informes de sostenibilidad. Se encuentran también diferencias en un mismo sector                                                                                                       |
| Amran & Haniffa            | 2011               | Malasia                                                               | Este estudio adopta el instrumento utilizado por Hackston y Milne (1996)                      | La pertenencia a una industria determinada ejerce presión en la divulgación de información sobre RSC. Esto responde al isomorfismo mimético ya que las empresas tienden a copiar el comportamiento de los mejores jugadores del mercado, adicional a la presión de la norma y la ley |
| Gamerschlag, <i>et al.</i> | 2011               | Alemania                                                              | Social y medioambiental                                                                       | Relación (+) entre el sector y la divulgación de información sobre RSC. Es mayor para la información medioambiental                                                                                                                                                                  |
| Bayoud, <i>et al.</i>      | 2012               | Lybia                                                                 | RSE general                                                                                   | Relación (+) entre el sector y el nivel de divulgación de información sobre RSC en compañías más sensibles al medio ambiente. El sector parece no explicar las diferencias en la divulgación de información sobre comunidad y empleados                                              |

**Tabla 15. Relación de estudios que han utilizado el perfil (grado de exposición) como variable explicativa**

| <b>Autor</b>      | <b>Año de estudio</b> | <b>Países estudiados</b>            | <b>Clasificación: alto y bajo perfil</b>                                                                                                                                                                                                                                                                                               | <b>Resultado</b>                                                                                                                                                   |
|-------------------|-----------------------|-------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Roberts           | 1992b                 | Estados Unidos                      | <b>Alto perfil:</b> Automóviles; química; bosques y papel; líneas aéreas; licores y tabaco; medios y comunicaciones; agricultura y petróleo.<br><b>Bajo perfil:</b> Alimentos, productos personales, equipos y artículos del hogar, hotelería y salud.                                                                                 | Existe relación entre el perfil de la empresa y la divulgación de información social (empresas de alto perfil divulgan un mayor nivel de información sobre RSC)    |
| Hackston & Milne  | 1996                  | Nueva Zelanda                       | <b>Alto perfil:</b> Automóviles; química; bosques y papel; líneas aéreas; licores y tabaco; medios y comunicaciones; agricultura y petróleo.<br><b>Bajo perfil:</b> Alimentos, productos personales, equipos y artículos del hogar, hotelería y salud.                                                                                 | Existe relación positiva entre las empresas de alto perfil y el nivel de divulgación de información sobre RSC                                                      |
| Hackston & Markus | 1996                  | Nueva Zelanda                       | <b>Alto perfil:</b> petróleo, química, extractivas, bosques, papel, automóviles, línea aérea, agricultura, licor y tabaco, medios de comunicación y comunicaciones<br><b>Bajo perfil:</b> alimentos, salud, higiene personal, hotelería, electrodomésticos, productos para el hogar                                                    | Empresas de alto perfil divulgan más información social y medioambiental que las empresas de bajo perfil                                                           |
| Newson & Deegan   | 2002                  | Australia, Singapur & Corea del Sur | <b>Alto perfil:</b> alimentos y tabaco; madera y papel; transportes (incluye aerolíneas); servicios públicos; metales; química; comunicaciones y automotores.<br><b>Bajo perfil:</b> Alimentos, salud; productos personales; equipos y artículos del hogar; servicios (incluye hotelería); tejidos y ropa, ordenadores y electrónicos. | Empresas de alto perfil divulgan más información social y medioambiental que las empresas de bajo perfil                                                           |
| Hall              | 2002                  | Nueva Zelanda                       | <b>Alto perfil:</b> petróleo, química, industria forestal y papel, industria automotriz, línea aérea, extractivas, la agricultura, el licor y el tabaco, la comunicación y las industrias de los medios de comunicación.<br><b>Bajo perfil:</b> el resto                                                                               | No hay comparación con empresas de bajo perfil pero se llega a la conclusión que son múltiples los factores que influyen en la revelación de información sobre RSC |
| Archel            | 2003                  | España                              | <b>Alto perfil:</b> Energía; petróleo; químico-papel; metal-automóvil.                                                                                                                                                                                                                                                                 | Existen diferencias en el nivel de divulgación de información sobre RSC entre las empresas de                                                                      |

|                  |      |                                |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                                                                                                                                           |
|------------------|------|--------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
|                  |      |                                | <b>Bajo perfil;</b> cemento y construcción; alimentación; comunicaciones, servicios y otras                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | alto y bajo perfil, presentado una relación positiva con las empresas de alto perfil                                                      |
| Abdul            | 2004 | Malasia                        | <b>Alto perfil:</b> bancos comerciales<br><br><b>Bajo perfil.</b> Bancos no comerciales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Existe relación negativa y significativa con el perfil de la empresa                                                                      |
| Fernández & Luna | 2004 | España                         | <b>Alto perfil:</b> bienes de consumo (tabaco); bienes de inversión e intermedios, energía, comunicaciones y sistemas de información.<br><b>Bajo perfil:</b> bienes de consumo; construcción; servicios financieros y servicios de mercado.                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | La actividad según el tipo de industria no es relevante a nivel general. Existe relación significativa con la información medioambiental. |
| Aranguren        | 2008 | Alemania, España y Reino Unido | <b>Alto perfil:</b> Petróleo y energía; materiales básicos; industria (transporte industrial); Bienes de consumo (automóviles y sus componentes, alimentación y bebida, el tabaco y la industria textil); industria farmacéutica; servicios de consumo (aerolíneas y medios de comunicación); tecnología y telecomunicaciones.0.<br><b>Bajo perfil;</b> Industria (construcción, bienes de equipo y la ingeniería industrial; bienes de consumo (productos personales y del hogar); servicios de consumo (comercio, ocio y turismo); sector financiero | Las empresas pertenecientes a sectores de alto perfil son las que más divulgan información sobre RSC                                      |
| Castelo & Lima   | 2008 | Portugal                       | <b>Alto perfil:</b> Hogar, bienes y textiles; Bebidas, alimentos y medicamentos; servicios de telecomunicaciones; electricidad, distribución de gas, agua y los bancos.<br><b>Bajo perfil:</b> el resto                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | No se encuentra una relación positiva entre la divulgación de información sobre RSC y el perfil de actividad de acuerdo al sector         |

**Fuente: elaboración propia**

#### 4.3.5 Factores asociados con la variable mercado

La pertenencia al mercado público de valores y sus efectos en los resultados financieros ha sido también una característica utilizada por los investigadores como factor explicativo de la divulgación de información sobre RSC (ver Tabla 16). Las empresas inscritas en este mercado están fuertemente reguladas en el ámbito de la presentación de información financiera y no financiera (Cooke, 1989). Además, la democratización de su capital las hace más visibles como resultado de la ampliación de los grupos de interés, con lo cual se encuentran más expuestas al escrutinio público (Gray, *et al.*, 1995).

Bajo estas consideraciones, la literatura empírica que analiza los factores que influyen en la divulgación de información sobre RSC ha considerado algunas variables relacionadas con el mercado de valores tales como el país de cotización o su participación en dicho mercado (Gray, *et al.*, 1995; Meek, *et al.*, 1995; Moneva, *et al.*, 2001; Da Silva & Albar, 2011; Gutiérrez & Navallas, 2011; Haro, *et al.*, 2012), la información bursátil (García & Monterrey, 1993), el beta de las acciones (García-Ayuso & Larrinaga, 2003), la estructura accionaria (Gamerschlag, *et al.*, 2011) y la diferencia del valor de la acción en el mercado frente a su valor en libros (Andrikopoulos & Kriklani, 2012), entre otras.

La variable país de cotización fue utilizada por Gray, *et al.*, (1995) quienes encontraron que tener las acciones inscritas en la bolsa de valores y cotizar en mercados de otros países es un factor que influye significativamente en el nivel de divulgación de información sobre RSC, siendo las empresas multinacionales las que más información voluntaria revelan en sus informes anuales, debido al grado de visibilidad que logran frente a sus *stakeholders*. La presión del mercado de valores es un factor que influye en la revelación de información sobre RSC (Gray, *et al.*, 1995), ya que los inversores estarán atentos a las señales de riesgo que la ausencia de información sobre el comportamiento ético de las empresas pueda ocasionar en el valor de la acción (Larran & García-Meca, 2004; Prado-Lorenzo, *et al.*, 2009).

Meek, *et al.*, (1995) y Robb, *et al.*, (2001) trabajan una variable relacionada con cotización en mercados nacionales frente a la cotización en mercados extranjeros, encontrando diferencias en la dinámica de información sobre RSC en estos dos mercados, lo que podría estar relacionado con el marco normativo y la cultura del país en el cual cotizan. La evidencia empírica parece coincidir en que la presencia de empresas multinacionales en mercados locales desempeña un importante papel en la divulgación de información financiera y social, ya que estas impulsan la adopción de modelos de responsabilidad social, promoviendo también los procesos de divulgación de información de las empresas de la región debido a la ampliación de las demandas de nuevos grupos de interés.

Con la misma orientación se encuentran los trabajos de Giner (1997); Gómez (2006); Pérez-Batres, *et al.*, (2010), quienes después de analizar uno o varios mercados encontraron que el hecho de que una empresa pertenezca al mercado de valores influye en la dinámica divulgativa de las empresas. Adicionalmente, en el trabajo realizado por García-Ayuso & Larrinaga (2003), se observó que el beta de las acciones tiene influencia en el nivel de divulgación medioambiental, ya que el riesgo generado por el comportamiento medioambiental de la empresa (reflejado en mayores costes y pasivos ambientales futuros) puede afectar la calificación de la acción.

No obstante lo anterior, en los estudios realizados por Moneva & Llena (2000); Archel (2003); Castelo & Lima (2006) y Llena, *et al.*, (2007) no se encontró evidencia suficiente para afirmar que la pertenencia o participación en el mercado sea un factor explicativo de la divulgación de información de tipo social o medioambiental.

Así, la literatura parece evidenciar que existe una relación positiva entre las variables de mercado y la divulgación de información de RSC que se explica debido a la mayor exposición de las empresas y la ampliación de los grupos de interés, así como por la adopción de prácticas de las compañías multinacionales.

**Tabla 16. Relación de estudios que han utilizado variables de mercado como factor explicativo del nivel de divulgación sobre RSC**

| Autor                    | Año de publicación | Categorías De análisis                                                        | Variables                                                                                                           | Efecto                                                                                                                                                                                                           |
|--------------------------|--------------------|-------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Cooke                    | 1989               | Elementos contables sobre responsabilidad social                              | Pertenencia a la Bosa de Estocolmo o a varias bolsas de valores                                                     | Existe relación positiva entre la divulgación de información voluntaria sobre RSC y la calidad de cotizante en el mercado de valores, presentándose mayores niveles cuando la firma cotiza en múltiples mercados |
| García & Monterey        | 1993               | Información medioambiental, Información social                                | Propiedad del capital, indicadores bursátiles                                                                       | Existe relación entre la pertenencia de las empresas a mercados internacionales y la divulgación de información voluntaria                                                                                       |
| Gray, <i>et al.</i>      | 1995a              | Empleados, política social                                                    | Lugar de cotización                                                                                                 | Existe relación entre el grado de divulgación de información sobre RSC y el lugar de cotización explicado por la presión de los grupos de interés                                                                |
| Meek, <i>et al.</i>      | 1995               | Empleados, política social, I+D                                               | Pertenencia al mercado nacional de valores o a otros mercados foráneos                                              | Existe relación entre la divulgación de información financiera y estratégica y el lugar de cotización. No hay evidencia de esta relación para la información no financiera                                       |
| Giner                    | 1997               | Información contable voluntaria y obligatoria e Información social voluntaria | Cotiza en varias bolsas de valores así: 0: cotiza en la bolsa de Valencia y 1: cotiza en Valencia y en otras bolsas | Existe relación positiva entre la cotización en varias bolsas de valores y la divulgación de información sobre RSC                                                                                               |
| Moneva & Llena           | 2000               | Medio ambiente                                                                | Cotización en bolsa                                                                                                 | No se encontró evidencia significativa que permita afirmar que la divulgación de información medioambiental esté relacionada con el hecho de que una empresa pertenezca al mercado de valores                    |
| Robb, <i>et al.</i>      | 2001               | Empleados, Clientes                                                           | Pertenencia al mercado nacional de valores o a otros mercados foráneos                                              | Existe relación entre las empresas que se encuentran enlistadas en el mercado de valores de varios países y la divulgación de información no financiera                                                          |
| Moneva, Fustes & Pascual | 2001               | Labor social, Empleados, Medio ambiente                                       | Cotización en el IBEX 35                                                                                            | Se encuentra una relación positiva entre la divulgación de información voluntaria sobre RSC y la pertenencia al mercado de valores                                                                               |
| Archel                   | 2003               | Personal, Labor social, Medio ambiente                                        | Cotización                                                                                                          | No se encuentra evidencia que permita afirmar que la cotización de la firma este asociada a la divulgación de información social y medioambiental                                                                |
| García- Ayuso & Larinaga | 2003               | Medio ambiente                                                                | Beta de las acciones, valor de la acción en el mercado frente a su valor en libros                                  | Información social, y específicamente sobre la labor social de las compañías, y el sector o actividad de la empresa con la divulgación de información de tipo medioambiental.                                    |

|                               |      |                                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|-------------------------------|------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Castelo & Lima                | 2006 | Medio ambiente, Recursos humanos, Productos y clientes, Comunidad                                                                                                                                 | Cotización en la bolsa                                                                                                                                      | Se encuentra evidencia de la relación entre la cotización en bolsa y la divulgación de información sobre la responsabilidad social global, los recursos humanos, los asuntos ambientales, los consumidores y productos. No se encuentra diferencia significativa entre los bancos cotizados y no cotizados para la divulgación de información sobre comunidad |
| Gómez                         | 2006 | Información sobre empleados (dentro de capital humano). Información sobre clientes (dentro de capital de negocio). Información sobre medio ambiente, comunidad y ética (dentro de capital social) | Lugar de cotización, edad de cotización                                                                                                                     | Las empresas que cotizan en varios mercados de valores (nacional y extranjero) están propensas a divulgar un mayor nivel de información sobre empleados; adicionalmente la edad de cotización no parece incidir en la dinámica divulgativa de las empresas                                                                                                    |
| Llena, <i>et al.</i>          | 2007 | Medio ambiente                                                                                                                                                                                    | Cotización bolsa                                                                                                                                            | La pertenencia al mercado de valores no parece condicionar la divulgación sobre medio ambiente                                                                                                                                                                                                                                                                |
| Pérez-Batres, Miller & Pisani | 2010 | Adhesión al GRI y al GC                                                                                                                                                                           | Listada en NYSE (Bolsa de valores de New York)                                                                                                              | Hay relación positiva y significativa entre la pertenencia a la NYSE y la adscripción al GRI                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Da Silva & Albar              | 2011 | Medio ambiente                                                                                                                                                                                    | Cotización en bolsa                                                                                                                                         | La divulgación de información medioambiental es mayor en las empresas cotizadas.                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| Gamerschlag, <i>et al.</i>    | 2011 | Social y medioambiental                                                                                                                                                                           | Listada en el mercado de valores de USA                                                                                                                     | La divulgación de información sobre RSE está positivamente relacionada con la variable cotización en el mercado valores de USA                                                                                                                                                                                                                                |
| Gutiérrez & Navallas          | 2011 | RSE general                                                                                                                                                                                       | Cotización bursátil (cotización en el exterior), difusión de la propiedad (qué tan elevado es el número de accionistas, grado de concentración accionarial) | Hay relación entre el valor de la acción en el mercado y la divulgación de información sobre recursos humanos, seguridad e higiene, relaciones con clientes e innovaciones. Las empresas de mercados locales muestran mayor disposición a revelar información de carácter social voluntariamente                                                              |
| Haro, <i>et al.</i>           | 2012 | RSE general                                                                                                                                                                                       | Que coticen o no en el mercado de valores                                                                                                                   | Existe una relación positiva y significativa entre la variable "cotizar en el mercado de valores" y el nivel de divulgación de información sobre RSC                                                                                                                                                                                                          |
| Andrikopoulos & Krikiani      | 2012 | Medio Ambiente                                                                                                                                                                                    | Valor de la acción en el mercado frente al valor en libros                                                                                                  | Hay una relación positiva y significativa entre el valor de la acción en el mercado frente a su valor en libros y la divulgación de información sobre medio ambiente                                                                                                                                                                                          |

#### **4.3.6 Factores asociados con la composición del capital y otros factores**

Existen otras variables internas y externas que han sido contrastadas con la información divulgada sobre RSC. La participación de capital extranjero en la firma es un factor que, según los estudios analizados, puede influir para que una empresa divulgue información hacia sus *stakeholders*. En este sentido, autores como Cooke (1989), utilizaron el número de subsidiarias y la existencia de una matriz extranjera, y observaron que ésta incide en una mayor divulgación de información sobre RSC.

En una línea similar, otros trabajos han utilizado variables relacionadas con la internacionalización de la firma o su multinacionalidad. Chen & Bouvain (2009), por ejemplo, propusieron que la multinacionalidad tenía efecto sobre la divulgación de información, en particular, sobre los clientes y el medio ambiente, mientras que, Araya (2006), que analizó el comportamiento de las corporaciones de América Latina, sostiene que la internacionalización del país es un factor que influye positivamente en la revelación de información sobre RSC. Lo anterior, debido a que las empresas tendrían mayores incentivos para desarrollar estas prácticas, bien por su cultura o por las exigencias de la legislación (García, *et al.*, 2010). La cultura parece ser un factor determinante a la hora de divulgar información social y puede marcar la diferencia en los niveles de divulgación de información sobre RSC entre países (Dawkins & Wambura, 2008).

En el caso del estudio realizado por Moneva, Rivera-Lirio & Muñoz-Torres (2007), sin embargo, no se encuentran diferencias significativas entre el nivel de información de las compañías con sus casas matrices, aunque, en promedio, las empresas con casas matrices extranjeras son las que presentan un mayor nivel de información.

Existen estudios que han utilizado otros factores (internos y externos), como por ejemplo el trabajo de Trotman & Bradley (1981) quienes utilizan, entre otras variables, una relativa al horizonte de decisión de los gestores para comprobar si la orientación a largo plazo influye en la divulgación de información sobre RSC; o el

trabajo realizado por Orij (2010) que aplica variables internas para explicar la dinámica divulgativa de las empresas. Otros factores como la legalidad y el papel de la firma auditora (García & Sánchez, 2006), el papel de la profesión contable (Chen & Bouvain, 2009 y Prado-Lorenzo, *et al.*, 2012) o la exposición a los medios de comunicación (Reverte, 2009), entre otros, influyen en la divulgación de información sobre RSC (véase también el trabajo realizado por Gamerschlag, *et al.*, 2011).

Un elemento de análisis utilizado en estudios recientes para evaluar la divulgación de información sobre RSC, es la adhesión a estándares internacionales y la adopción de la GRI. En estos estudios se observa que existe una relación positiva y significativa entre las empresas que siguen estos lineamientos y el nivel de divulgación de información sobre RSC (ver por ejemplo los estudios de Nikolaeva & Bicho, 2011; Haro, *et al.*, 2012; Prado-Lorenzo, *et al.*, 2012, entre otros). La Tabla 17 presenta estos y otros estudios en los cuales se evidencia la utilización de otras variables de carácter interno que pueden influir en la divulgación de información sobre RSC.

**Tabla 17. Relación de estudios que han utilizado otras variables, internas y externas, como factor explicativo del nivel de divulgación sobre RSC**

| Autor                      | Año de publicación | Países                                                                                                                                                                                                             | Categorías De análisis                                                                             | Variables                                                                                                                                                                                    | Efecto                                                                                                                                                                         |
|----------------------------|--------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Trotman & Bradley          | 1981               | Australia                                                                                                                                                                                                          | Medio ambiente, Energía, Recursos humanos, Productos, Comunidad, Otros                             | Riesgo sistemático, presiones sociales, horizonte de decisión de los gestores                                                                                                                | Si con el riesgo y la toma de decisiones de largo plazo.                                                                                                                       |
| Cowen <i>et. al.</i>       | 1987               | Estados Unidos                                                                                                                                                                                                     | Medio ambiente, Energía, Prácticas empresariales justas, Empleados, Comunidad, Productos, Otros    | Existencia de un comité de RS                                                                                                                                                                | Si entre información sobre RRHH y la presencia de un comité de RSC.                                                                                                            |
| Neu, <i>et. al.</i>        | 1998               | Canadá                                                                                                                                                                                                             | Medio ambiente                                                                                     | Preocupación <i>Stakeholders</i> financieros, Riesgo de regulación medioambiental, Preocupación de los ecologistas, Preocupación de la sociedad                                              | Si entre información de medio ambiente y los <i>stakeholders</i> de mayor poder (actores financieros y el Estado)                                                              |
| Chen & Bouvain             | 2009               | UK, USA, Australia y Alemania                                                                                                                                                                                      | RSE general                                                                                        | Multinacionalidad (medida por el número de trabajadores extranjeros/empleados totales), si es miembro o no del Global compact                                                                | Si entre multinacionalidad e información de clientes y medio ambiente. La adhesión al G. Compact tiene efecto solo en ciertas áreas de los informes de RSC, de acuerdo al país |
| García, <i>et. al.</i>     | 2010               | Alemania, Australia, Austria, Canadá, Bélgica, Dinamarca, España, Estados Unidos, Francia, Finlandia, Grecia, Irlanda, Italia, Japón, Noruega, Países Bajos, Portugal, Reino Unido, Suecia y Suiza                 | Influencia del Sistema Legal en la información de sostenibilidad                                   | Si la compañía está en un país <i>Civil Law</i> , eficiencia del sistema judicial, índice de ley y orden                                                                                     | Si con países que muestran un fuerte interés en temas sociales y medioambientales y con presión normativa                                                                      |
| Orij, R.                   | 2010               | Australia, Austria, Bélgica, Canadá, Dinamarca, Finlandia, Francia, Alemania, Grecia, Hong Kong, Irlanda, Italia, Japón, Holanda, Noruega, Portugal, Singapur, España, Suiza, Suecia, Reino Unido y Estados Unidos | Ética, comunidad, gobierno corporativo, clientes, empleados, medio ambiente, contratistas y otros. | Masculinidad: individualismo; distancia del poder, orientación a largo plazo; secreto, tipos genéricos de las culturas                                                                       | Si con los <i>stakeholder</i> y existen diferencias entre países.                                                                                                              |
| Gamerschlag, <i>et al.</i> | 2011               | Alemania                                                                                                                                                                                                           | Social y medioambiental                                                                            | visibilidad de la compañía (determinada por la atención de los medios) porcentaje de acciones ordinarias como una medida de dispersión de las empresas en cuanto a su estructura accionarial | Si con la visibilidad de la compañía, una estructura accionaria más dispersa y el estar listado en la bolsa de valores de USA                                                  |

| Autor                        | Año de publicación | Países            | Categorías De análisis | Variables                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | Efecto                                                                                                                                                                        |
|------------------------------|--------------------|-------------------|------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Nikolaeva & Bicho            | 2011               | Países emergentes | Informes GRI           | Adopción de la GRI, las mejores marcas, visibilidad de RSC, número de comunicaciones de actividades de RSC, Inclusión en el DJSI, participación en la industria del número de adoptantes frente al total de la industria (GRI), variación del número de adoptantes en la industria (GRI), número de compañías en la industria dentro de la muestra, ventas, promedio del número de menciones en GRI, número acumulado de compañías adoptando GRI | Si con las presiones competitivas, la visibilidad y los medios de comunicación..                                                                                              |
| Haro, <i>et al.</i>          | 2012               | España            | RSE general            | Tipo de entidad de crédito (bancos, cajas de ahorro o cooperativas de crédito), aplicación o no del marco de recomendaciones GRI3                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Si con el tipo de entidad de crédito y con las empresas que aplican el marco de recomendaciones GRI3                                                                          |
| Prado-Lorenzo, <i>et al.</i> | 2012               | España            | RSE general            | Prácticas de <i>reporting</i> social de las empresas dado por seguridad de la información (revisión de independiente sobre la información divulgada y un certificado de aprobación del GRI). Formato GRI. Porcentaje de los directivos que representan los intereses de los grupos de interés. Posición estratégica (mide la postura medioambiental y social de la empresa con la ISO14001 y OHSAS18001)                                         | Si con los <i>stakeholders</i> que hacen parte de la mesa de directivos. La postura estratégica de la empresa presenta un efecto positivo con la seguridad de la información. |

#### 4.4. Hipótesis de estudio

Como se había expresado en el capítulo 3, la explicación sobre el fenómeno divulgativo de las empresas se ha basado en diferentes postulados teóricos para entender las razones que subyacen a las prácticas divulgativas. Si bien, diferentes postulados teóricos han sido utilizados, los argumentos de la teoría de la legitimidad han estado presentes en los estudios que analizan la divulgación de información sobre RSC por parte de las organizaciones (Deegan, 2002).

Dos posturas emergen con relación a esta teoría. Una, que parte de la existencia implícita de un contrato social entre la empresa y la sociedad bajo el cual la empresa se legitima a través de mecanismos que demuestran una sincronía entre los intereses de la empresa y los valores de la sociedad. En este caso, las empresas deben justificar de manera permanente su existencia debido a que las exigencias, valores y necesidades de la sociedad están en permanente cambio, por tanto, deben renovar de manera permanente sus estrategias con el fin de que la sociedad perciba en ellas un sistema de valores que respondan a sus exigencias (Husillos, 2007; Prado *et al.*, 2013).

Así, como se había expresado, la empresa debe desarrollar acciones deseables, correctas o apropiadas frente a un sistema socialmente estructurado de normas, valores, creencias y definiciones (Suchman, 1975, citado por Tilling, 2004) y comunicar estas acciones a la sociedad de tal forma que puedan ser conocidas y aceptadas. De esta manera, la empresa garantiza su aceptación social y su permanencia en el mercado.

La otra, que sugiere que la información no financiera (información sobre RSC), que hace parte de la información divulgada en los informes corporativos, tiene como función legitimar las acciones de la empresa a través de la “manipulación de la información para lograr una legitimación externa y enmascarar las realidades subyacentes” (Escobar & González, 2005; 70). En este sentido, se sugiere que una de las principales razones por las que las empresas divulgan este tipo de

información (que además de ser cualitativa, en su mayoría, es voluntaria), es porque a través de esta práctica los administradores intentan legitimar las operaciones de sus organizaciones.

Es así como se pretende verificar si efectivamente las empresas divulgan altos volúmenes de información, lo que se podría interpretar como un mecanismo legitimador ya que en este contexto los indicadores de desarrollo humano, de desigualdad, de inequidad y corrupción se hacen presentes de manera permanente, aunque en los últimos años se hayan logrado algunos avances. Sin embargo, y teniendo en consideración las dos tendencias expuestas sobre la teoría de la legitimidad, la presente tesis se desarrolla en el marco de la teoría de la legitimidad desde un punto de vista general, sin pretender encuadrar el trabajo bajo una tendencia específica, ya que el objetivo no es determinar los motivos y las consecuencias de la información divulgada, sino los factores que influyen en el nivel de divulgación de información sobre RSC.

El planteamiento de las hipótesis y la definición de variables parten de estos supuestos. Se toman empresas consideradas como grandes empresas, y que pertenezcan al mercado de valores, debido a que su visibilidad puede ser un mecanismo que las incite a divulgar un mayor volumen de información, ya que están más expuestas al escrutinio público y, por tanto, buscarán permanecer en el mercado manteniendo una buena imagen corporativa.

De la misma manera, se analiza la composición del capital y el sector de pertenencia, ya que son variables que también pueden ejercer presión para una mayor divulgación de sus prácticas, ya que las empresas con capital extranjero se deben legitimar ante los inversores para demostrar que no existen riesgos de reputación que pongan en juego la inversión.

Adicionalmente, en cuanto al sector, las empresas que pertenecen a sectores sensibles son objeto de un mayor escrutinio por la comunidad y los organismos no gubernamentales, con lo cual estarán atentos a las señales que puedan capturar a través de la información divulgada. Igual sucede con las empresas que reportan

altos rendimientos económicos, ya que al pertenecer al mercado de valores tendrán una mayor visibilidad y se volverán atractivas para el inversor. Así, el mercado de inversores estará muy interesado en las señales emitidas en los informes ya que necesitan minimizar el riesgo que puede generar una mala práctica empresarial. En consecuencia, las decisiones que tomen las organizaciones tendrán en cuenta las externalidades negativas buscando minimizar los riesgos y así mantener la confianza del inversor, su cuota de mercado y el valor de la firma.

Es así como, tomando como base las aportaciones de la teoría de la legitimidad y las variables planteadas en la literatura previa, la presente investigación plantea varias hipótesis con el fin de determinar los factores que inciden en la divulgación de información sobre RSC de las empresas en los tres países objeto de estudio.

Cada una de las categorías será contrastada con los diferentes *proxies* de las variables independientes para cada país analizado. Así mismo, se realizará el análisis para el índice general de divulgación de información en cada uno de los países, tal como se recoge en la última subhipótesis definida para cada una de las variables. A continuación se presentan las hipótesis propuestas.

#### **4.4.1 Hipótesis asociadas a las variables de tamaño**

El tamaño de la empresa ha estado usualmente asociado con un mayor nivel de divulgación de información. Y esto es así, ya que las compañías de mayor tamaño, que son más visibles a la sociedad, normalmente tienen su capital democratizado con lo cual están expuestas a una mayor presión de sus accionistas y de los diferentes grupos de interés. Por otro lado, la coacción de los gobiernos locales y del gobierno anfitrión (cuando se trata de compañías foráneas) es un elemento que influye en el mayor grado de divulgación de información sobre RSC. En el caso de las empresas cotizadas, existe un influjo adicional generado por la normativa que rige a este tipo de empresas obligándolas a emitir, de manera permanente, información dirigida a sus *stakeholders*.

A lo anterior se agrega que las empresas grandes tienen una mayor capacidad económica para asumir los costes asociados a un mayor nivel de divulgación y a una mayor visibilidad e impacto en la sociedad, con lo cual habrá mayor atención por parte de los grupos de interés sobre el comportamiento de las empresas. Así, estudios realizados en empresas de diversos países han encontrado evidencia empírica suficiente que permite afirmar esta relación (ver los trabajos de Cowen, *et al.*, 1987; Adams, *et al.*, 1988; Fernández & Luna, 2004; Andrikopoulos & Krikiani, 2012 y Bayoud, *et al.*, 2012 entre otros).

Frente a estas consideraciones se plantean las siguientes hipótesis:

***H<sub>1</sub> Existe una relación positiva y significativa entre el tamaño de la firma y la revelación de información sobre RSC.***

Así, de la hipótesis ***H<sub>1</sub>*** se desprenden las siguientes hipótesis asociadas al tema del tamaño como factor explicativo:

|                                                                                                                                                |                                                                                                                                                                          |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><i>H<sub>1</sub> Existe una relación positiva y significativa entre el tamaño de la firma y la revelación de información sobre RSC.</i></b> | <i>H<sub>1.1</sub> Existe una relación positiva y significativa entre el tamaño de la firma y el nivel de divulgación de información sobre empleados.</i>                |
|                                                                                                                                                | <i>H<sub>1.2</sub> Existe una relación positiva y significativa entre el tamaño de la firma y el nivel de divulgación de información sobre medio ambiente.</i>           |
|                                                                                                                                                | <i>H<sub>1.3</sub> Existe una relación positiva y significativa entre el tamaño de la firma y el nivel de divulgación de información sobre comunidad.</i>                |
|                                                                                                                                                | <i>H<sub>1.4</sub> Existe una relación positiva y significativa entre el tamaño de la firma y el nivel de divulgación de información sobre consumidores y productos.</i> |
|                                                                                                                                                | <i>H<sub>1.5</sub> Existe una relación positiva y significativa entre el tamaño de la firma y el nivel de divulgación de información sobre derechos humanos y ética.</i> |
|                                                                                                                                                | <i>H<sub>1.6</sub> Existe una relación positiva y significativa entre el tamaño de la firma y el nivel de divulgación de información sobre RSC.</i>                      |

#### **4.4.2 Hipótesis asociadas a las variables de resultados financieros**

Existen argumentos para pensar que las empresas con mayor rendimiento financiero pueden presentar una tendencia a generar mayor información sobre responsabilidad social corporativa, ya que cuentan con los recursos para hacerlo (Carmona y Carrasco, 1988). Así, se espera que a mayor rendimiento financiero mayor capacidad económica para asumir la preparación de información sobre RSC. Además, las empresas con buenos resultados financieros estarán interesadas en darlos a conocer, con lo cual pueden mejorar su posición en el mercado y su imagen

corporativa, de lo contrario, tenderán a ofrecer un menor nivel de información sobre RSC.

Cabe añadir que, tratándose de empresas con capital democratizado, una señal positiva para el mercado es presentar una mayor transparencia informativa en todos los campos, incluyendo la información sobre RSC, ya que los inversores se verán atraídos por aquellas empresas que tengan mayores rendimientos económicos y menor riesgo de reputación desfavorable (Archel, 2003). Otros estudios como los realizados por Archel y Lizarraga, 2001 y Fortanier, *et al.*, 2011 encuentran esta relación, pero negativa, mientras que los estudios realizados por Harol *et al.*, 2012 y Fraile & Fradejas 2012 encuentran que esta relación es neutra. Bajo estas consideraciones, la hipótesis planteada con relación a los resultados financieros es la siguiente:

***H<sub>2</sub> Existe una relación positiva y significativa entre los resultados financieros de la firma y la revelación de información de RSC.***

Las hipótesis asociadas con los resultados financieros de la firma son:

|                                                                                                                                                                 |                                                                                                                                                                                           |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><i>H<sub>2</sub> Existe una relación positiva y significativa entre los resultados financieros de la firma y la revelación de información sobre RSC.</i></b> | <i>H<sub>2.1</sub> Existe una relación positiva y significativa entre los resultados financieros de la firma y el nivel de divulgación de información sobre empleados.</i>                |
|                                                                                                                                                                 | <i>H<sub>2.2</sub> Existe una relación positiva y significativa entre los resultados financieros de la firma y el nivel de divulgación de información sobre medio ambiente.</i>           |
|                                                                                                                                                                 | <i>H<sub>2.3</sub> Existe una relación positiva y significativa entre los resultados financieros de la firma y el nivel de divulgación de información sobre comunidad.</i>                |
|                                                                                                                                                                 | <i>H<sub>2.4</sub> Existe una relación positiva y significativa entre los resultados financieros de la firma y el nivel de divulgación de información sobre consumidores y productos.</i> |
|                                                                                                                                                                 | <i>H<sub>2.5</sub> Existe una relación positiva y significativa entre los resultados financieros de la firma y el nivel de divulgación de información sobre derechos humanos y ética.</i> |
|                                                                                                                                                                 | <i>H<sub>2.6</sub> Existe una relación positiva y significativa entre los resultados financieros de la firma y el nivel de divulgación de información sobre RSC.</i>                      |

#### **4.4.3 Hipótesis asociadas a la variable de país de origen**

El país de origen puede ser un factor determinante en la dinámica divulgativa de las empresas. Lo anterior, debido a la influencia que tiene el sistema de valores culturales que determina las reglas institucionales bajo las cuales se fijan las normas

contables y las prácticas de divulgación (Van der Laan Smith, *et al.*, 2005, citando a Radebaugh (1975) y Gray (1988)). Estudios comparativos internacionales como los realizados por Aranguren (2008) y Pérez-Batres, *et al.* (2010), entre otros, han encontrado evidencia de esta relación. En el caso del presente estudio, en donde se analizan empresas de contextos culturalmente similares, pero con algunas diferencias en su nivel de desarrollo, particularmente en el campo económico, así como en el sistema normativo contable, se espera encontrar relación entre el país de origen y la información sobre RSC divulgada por las empresas objeto de estudio. Por lo anterior, se plantea la siguiente hipótesis:

***H<sub>3</sub> El país de origen influye en la revelación de información de RSC.***

Las hipótesis asociadas a país de origen son:

|                                                                                               |                                                                                                                                        |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><i>H<sub>3</sub> El país de origen influye en la revelación de información de RSC.</i></b> | <i>H<sub>3.1</sub> El país de origen de la firma influye en el nivel de divulgación de información sobre empleados.</i>                |
|                                                                                               | <i>H<sub>3.2</sub> El país de origen de la firma influye en el nivel de divulgación de información sobre medio ambiente.</i>           |
|                                                                                               | <i>H<sub>3.3</sub> El país de origen de la firma influye en el nivel de divulgación de información sobre comunidad.</i>                |
|                                                                                               | <i>H<sub>3.4</sub> El país de origen de la firma influye en el nivel de divulgación de información sobre consumidores y productos.</i> |
|                                                                                               | <i>H<sub>3.5</sub> El país de origen de la firma influye en el nivel de divulgación de información sobre derechos humanos y ética.</i> |
|                                                                                               | <i>H<sub>3.6</sub> El país de origen de la firma influye en el nivel de divulgación de información sobre RSC.</i>                      |

#### **4.4.4 Hipótesis asociada al sector de actividad y el grado de exposición de la industria**

El sector de actividad de la empresa puede ser un factor determinante del grado de divulgación de información sobre RSC. Lo anterior debido a que cada industria en particular genera impactos diferentes sobre los grupos de interés. Así, las empresas extractivas, de petróleo, de productos farmacéuticos y químicos son consideradas como generadoras de alto impacto ambiental, mientras que empresas comercializadoras y del sector financiero pueden tener un menor impacto sobre el medio ambiente pero generan un alto impacto en los consumidores.

Bajo esta consideración se espera que la información divulgada sobre la RSC esté sesgada por el sector de actividad al cual pertenece la empresa. A esta conclusión

han llegado diversos autores que han utilizado el sector como variable para explicar el nivel de información divulgada (ver por ejemplo los estudios de Wanderley, *et al.*, 2008; García *et al.*, 2010; Gamerschlag, *et al.*, 2011 o Bayoud, *et al.*, 2012, entre otros).

Las hipótesis asociadas al variable sector son:

***H<sub>4</sub> El sector de actividad influye en la revelación de información sobre RSC.***

|                                                                                                       |                                                                                                                                             |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><i>H<sub>4</sub> El sector de actividad influye en la revelación de información sobre RSC.</i></b> | <i>H<sub>4.1</sub> El sector de actividad de la firma influye en el nivel de divulgación de información sobre empleados.</i>                |
|                                                                                                       | <i>H<sub>4.2</sub> El sector de actividad de la firma influye en el nivel de divulgación de información sobre medio ambiente.</i>           |
|                                                                                                       | <i>H<sub>4.3</sub> El sector de actividad de la firma influye en el nivel de divulgación de información sobre comunidad.</i>                |
|                                                                                                       | <i>H<sub>4.4</sub> El sector de actividad de la firma influye en el nivel de divulgación de información sobre consumidores y productos.</i> |
|                                                                                                       | <i>H<sub>4.5</sub> El sector de actividad de la firma influye en el nivel de divulgación de información sobre derechos humanos y ética.</i> |
|                                                                                                       | <i>H<sub>4.6</sub> El sector de actividad de la firma influye en el nivel de divulgación de información sobre RSC.</i>                      |

Por otro lado, considerado el impacto que puede tener una actividad sobre cada uno de los grupos de interés, la literatura ha considerado una división entre las industrias de acuerdo a su grado de exposición (perfil), definiendo algunas empresas o actividades como de alto impacto y otras de bajo impacto (ver por ejemplo a Abdul, 2004, Fernández & Luna, 2004 y Castelo & Lima, 2008, entre otros). Se espera que empresas que pertenecen a industrias catalogadas como de alto perfil (alto impacto de acuerdo al grado de exposición) decidan emitir mayor cantidad de información a sus grupos de interés tal como lo sugiere Aranguren (2008) que encontró que las empresas pertenecientes a sectores de alto perfil son las que más información divulgan sobre RSC.

Por lo anterior la hipótesis asociada con el grado de exposición de la industria es:

***H<sub>5</sub>. El grado de exposición de la industria influye en la revelación de información sobre RSC***

Las hipótesis asociadas son las siguientes:

|                                                                                                                      |                                                                                                                                                 |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><i>H<sub>5</sub></i></b> El grado de exposición de la industria influye en la revelación de información sobre RSC | <i>H<sub>5.1</sub></i> El grado de exposición de la industria influye en el nivel de divulgación de información sobre empleados.                |
|                                                                                                                      | <i>H<sub>5.2</sub></i> El grado de exposición de la industria influye en el nivel de divulgación de información sobre medio ambiente.           |
|                                                                                                                      | <i>H<sub>5.3</sub></i> El grado de exposición de la industria influye en el nivel de divulgación de información sobre comunidad.                |
|                                                                                                                      | <i>H<sub>5.4</sub></i> El grado de exposición de la industria influye en el nivel de divulgación de información sobre consumidores y productos. |
|                                                                                                                      | <i>H<sub>5.5</sub></i> El grado de exposición de la industria influye en el nivel de divulgación de información sobre derechos humanos y ética. |
|                                                                                                                      | <i>H<sub>5.6</sub></i> El grado de exposición de la industria influye en el nivel de divulgación de información sobre RSC.                      |

#### 4.4.5 Hipótesis asociadas a las variables de mercado

La pertenencia al mercado de valores es un elemento que puede influir en la revelación de información de RSC. Estudios previos han demostrado que cuando una empresa democratiza su capital, ampliando el número de *shareholders*, existe una mayor presión del mercado, ya que el riesgo y los costos asociados a un mal comportamiento por parte de la empresa pueden generar problemas de reputación que influyen en los resultados financieros, en su permanencia en el mercado y en la consecución de nuevos inversionistas.

Otro elemento a favor de esta relación es el aumento de los grupos de interés que crecen en la medida en que la empresa ofrezca un mayor número de acciones para la venta pública. Al mismo tiempo, los inversores estarían dirigiendo sus preferencias de inversión hacía empresas que demuestren un buen comportamiento corporativo, lo que redundaría en el valor de la acción y la generación de rendimientos a largo plazo. Por las razones expuestas, diferentes autores han utilizado variables relacionadas con la calidad de cotizante en el mercado de valores y su efecto financiero como factor explicativo de la información divulgada (ver por ejemplo los estudios realizados por Da Silva & Albar, 2011; Gutiérrez & Navallas, 2011 y Andrikopoulos & Kriklani, 2012, entre otros). Por lo anterior, se plantean las siguientes hipótesis relacionadas con variables de mercado.

**H<sub>6</sub>** Existe una relación positiva y significativa entre variables relacionadas con la pertenencia al mercado de valores y la revelación de información sobre RSC.

Las hipótesis relacionadas se presentan a continuación:

|                                                                                                                                                                                   |                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>H<sub>6</sub></b> Existe una relación positiva y significativa entre variables relacionadas con la pertenencia al mercado de valores y la revelación de información sobre RSC. | <i>H<sub>6.1</sub> Existe una relación positiva y significativa entre variables relacionadas con la pertenencia al mercado de valores y el nivel de divulgación de información sobre empleados.</i>                |
|                                                                                                                                                                                   | <i>H<sub>6.2</sub> Existe una relación positiva y significativa entre variables relacionadas con la pertenencia al mercado de valores y el nivel de divulgación de información sobre medio ambiente.</i>           |
|                                                                                                                                                                                   | <i>H<sub>6.3</sub> Existe una relación positiva y significativa entre variables relacionadas con la pertenencia al mercado de valores y el nivel de divulgación de información sobre comunidad.</i>                |
|                                                                                                                                                                                   | <i>H<sub>6.4</sub> Existe una relación positiva y significativa entre variables relacionadas con la pertenencia al mercado de valores y el nivel de divulgación de información sobre consumidores y productos.</i> |
|                                                                                                                                                                                   | <i>H<sub>6.5</sub> Existe una relación positiva y significativa entre variables relacionadas con la pertenencia al mercado de valores y el nivel de divulgación de información sobre derechos humanos y ética.</i> |
|                                                                                                                                                                                   | <i>H<sub>6.6</sub> Existe una relación positiva y significativa entre variables relacionadas con la pertenencia al mercado de valores y el nivel de divulgación de información sobre RSC.</i>                      |

#### 4.4.6 Hipótesis asociada al origen de capital

Existen otros factores que influyen en el nivel de divulgación de información sobre RSC. El origen del capital, por ejemplo, es un elemento que puede tener relación con la divulgación de información, ya que las empresas que tienen en su patrimonio inversión extranjera podrían sentirse presionadas por los comportamientos del socio extranjero y tratarían de copiar las prácticas de los países de origen de estos inversores. De la misma manera, cuando una empresa presenta inversión extranjera amplía sus grupos de interés y las demandas de esos grupos hacia el comportamiento de la empresa. Autores como Cooke (1989), Araya (2006) y García *et al.* (2010) han utilizado variables relacionadas con el origen del capital o la internacionalización de la empresa para explicar la dinámica divulgativa de la empresa encontrando que existe una relación entre estos dos elementos.

A partir de estos razonamientos, en el presente trabajo se plantea la siguiente hipótesis relacionada con la composición del capital:

***H7 La composición del capital (nacional/extranjero) influye en la revelación de información sobre RSC.***

Las hipótesis relacionadas son:

|                                                                                                                       |                                                                                                                                                |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b><i>H7. La composición del capital (nacional/extranjero) influye en la revelación de información sobre RSC.</i></b> | <i>H7.1 La composición del capital (nacional/extranjero) influye en el nivel de divulgación de información sobre empleados.</i>                |
|                                                                                                                       | <i>H7.2 La composición del capital (nacional/extranjero) influye en el nivel de divulgación de información sobre medio ambiente.</i>           |
|                                                                                                                       | <i>H7.3 La composición del capital (nacional/extranjero) influye en el nivel de divulgación de información sobre comunidad.</i>                |
|                                                                                                                       | <i>H7.4 La composición del capital (nacional/extranjero) influye en el nivel de divulgación de información sobre consumidores y productos.</i> |
|                                                                                                                       | <i>H7.5 La composición del capital (nacional/extranjero) influye en el nivel de divulgación de información sobre derechos humanos y ética.</i> |
|                                                                                                                       | <i>H7.6 La composición del capital (nacional/extranjero) influye en el nivel de divulgación de información sobre RSC.</i>                      |

#### **4.5. Modelo teórico y conceptual**

Ha sido del interés de diferentes autores explicar las razones por las cuales las empresas divulgan información sobre RSC, teniendo en cuenta que esta es voluntaria, es un bien costoso y difícil de divulgar por su carácter cualitativo. Bajo estas consideraciones, existen diferentes ejes teóricos bajo los cuales se ha explicado el aumento de información divulgada por las empresas. La teoría de la legitimidad puede ser un buen instrumento teórico para explicar el fenómeno, ya que, tratándose de empresas de gran tamaño, cotizadas, y por tanto, visibles ante la sociedad, éstas tratarán de identificar los valores imperantes y emitir información que genere una buena percepción sobre su actuación<sup>62</sup>.

<sup>62</sup> Husillos (2007), citando a Dowling y Pfeffer (1975) distingue 4 estrategias que puede utilizar la empresa para legitimar su comportamiento ante la sociedad: “ (1) informar a su “publico relevante” de los cambios en las actividades y comportamientos de la empresa (la entidad considera que la brecha existente es fruto de su mal comportamiento); (2) cambiar la percepción del publico relevante explicando y justificando su actuación y por lo tanto sin cambiar su actual comportamiento (la firma cree que la brecha es debida de una percepción incorrecta por parte su publico relevante); (3) manipular la percepción del público relevante desviando su atención mediante la utilización, por ejemplo, de símbolos emotivos (un ejemplo de esta estrategia se puede encontrar al observar como una entidad a la que se le ha atribuido un comportamiento antisocial, ignora por completo el hecho, dedicándose a informar sobre como actúa en armonía con la sociedad); (4) modificar las expectativas que se tienen con respecto a la actuación de la entidad, mediante la información y educación del público relevante (la entidad considera que su público relevante tiene expectativas erróneas o poco realistas acerca de las responsabilidades de la firma)” Husillos (2007;.6)

En el caso del presente estudio, se busca comprobar si el nivel de información es alto y dirigido a todos los públicos de interés, lo que podría ser un indicio de que la empresa busca legitimar su actuación a través de la emisión de informes que contemplen información para todos los usuarios. Adicionalmente, y tomando como público de interés a los inversores extranjeros, que tienen propiedad sobre el capital, habrá también un interés adicional por parte de los gestores de demostrar, a través de la información divulgada, la minimización de riesgos a partir de mejorar la transparencia informativa. No obstante, y como se comentó anteriormente, se parte de una visión general de la teoría de la legitimidad a partir de la cual las empresas divulgan información con el fin de mantener la atención de los *stakeholders*.

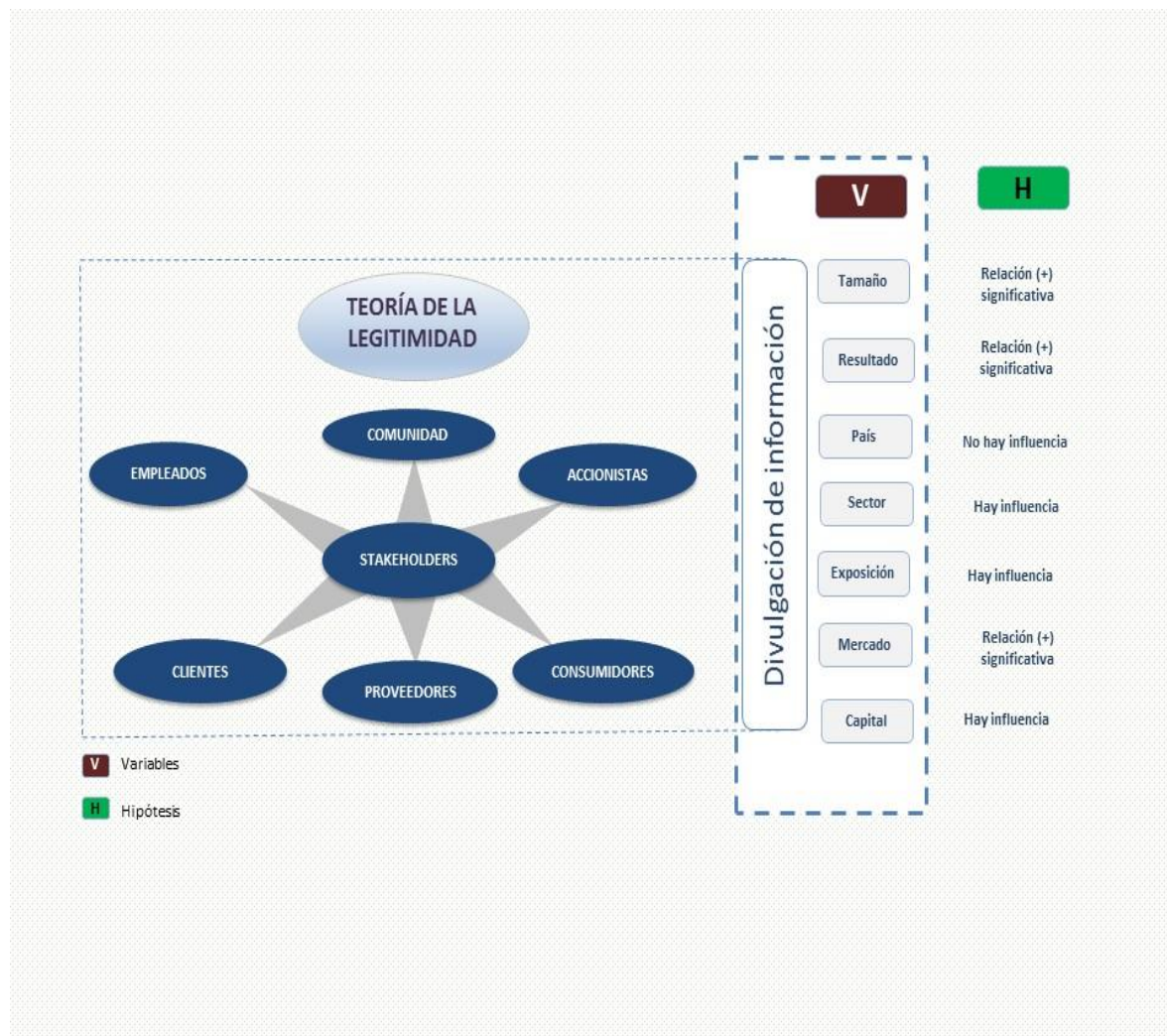
Por otro lado, a partir de la revisión de la literatura previa, se evidenció que son muchos los factores que influyen en la divulgación de información sobre RSC. Variables como el tamaño, los resultados financieros, la influencia del capital extranjero y la democratización de la firma, son variables que han sido utilizadas de manera frecuente en la literatura previa. No obstante, existen discrepancias sobre la verdadera influencia de estas variables en la divulgación de información sobre RSC, ya que las empresas guían sus acciones de acuerdo con el contexto social, político, cultural y económico lo que hace que el comportamiento en el tema de la divulgación de información sea variado (Husillos, 2007; Pardo, *et al.*, 2009).

En esta misma línea, algunas investigaciones han logrado evidenciar la influencia de otras variables internas y externas en la dinámica divulgativa sobre RSC de las empresas. Existen factores cualitativos relacionados con el perfil de los administradores, el poder de los *stakeholders*, la cultura organizacional, el sistema judicial del país de origen y la estructura orgánica de la empresa, entre otros, que pueden influir en decisiones empresariales tales como la disposición a divulgar información sobre RSC a los diferentes grupos de interés (Hibbit, 2003; García, *et al.*, 2010).

Si bien, hay una abundante literatura relativa al tema, en América Latina, como se mencionó en los apartados anteriores, la investigación es incipiente. Por esta razón el presente trabajo busca un acercamiento al comportamiento de las empresas

latinoamericanas en materia de divulgación de información sobre RSC a partir del modelo conceptual que se esquematiza en la Figura No. 4.

**Figura 4. Modelo conceptual**



*Fuente: elaboración propia*



## **Capítulo 5. Diseño de la investigación**

En los capítulos precedentes se ha expuesto la base teórica y conceptual que fundamenta la presente tesis doctoral y se ha planteado el modelo conceptual que guía el trabajo empírico. En este capítulo se describe el diseño de la investigación y el método, los instrumentos de investigación y las diversas reglas de decisión empleadas para efecto de la medición, captura y análisis estadístico de los datos. Incluye la descripción, paso a paso, del procesamiento de los datos, la prueba de fiabilidad de los mismos, así como la construcción del índice de medición de la información divulgada. Adicionalmente, y de acuerdo con el marco conceptual planteado en el capítulo cuarto, se realizan las pruebas estadísticas para la comprobación de las hipótesis planteadas.

### **5.1. Selección de la población**

El presente trabajo centró su análisis en las empresas cotizadas que se encontraban listadas en los principales índices bursátiles del mercado de valores de Chile, Colombia y México a diciembre 31 de 2007. Se describen a continuación los criterios que acompañaron esta decisión.

#### **5.1.1 Con relación al ámbito geográfico**

Por un lado, la escasez de estudios de investigación sobre la materia en los países en vías de desarrollo (Kolk & Van Tulder, 2010) y en particular en el ámbito latinoamericano (Araya, 2006), tal como se evidenció en el capítulo 4, teniendo en cuenta que las investigaciones se han centrado principalmente en las economías desarrolladas de América del Norte, Europa Occidental y Asia del Este. Hasta ahora, los investigadores han prestado poca atención a aquellos países donde la necesidad de la información sobre la RSC es importante y necesaria debido a los altos índices de pobreza y desigualdad, el creciente deterioro del medio ambiente, los problemas en el campo de la gobernanza institucional y los altos niveles de corrupción (Kolk & Van Tulder, 2010).

Por otro lado, la relevancia que este asunto ha adquirido en la región, en la que la RSC y la revelación de información social y medioambiental se han incorporado a las agendas empresariales y gubernamentales de estos países, dando como resultado un incremento en la publicación de memorias, a través del uso de guías y estándares internacionales, como por ejemplo la guía GRI. En esta dirección, estudios como los realizados por KPMG (2011) y Gómez-Villegas & Quintanilla (2012) evidenciaron un incremento en el número de empresas latinoamericanas que reportan a través del GRI, en particular, de empresas de Brasil, Chile, México, Perú y Colombia.

Esta nueva situación ha creado también una dinámica importante en el ámbito académico (Casado & Roser, 2009; Ortas & Moneva, 2011; Vives & Peinado-Vara, 2011). Consecuencia de lo anterior, se nota una mayor presencia de empresas de América Latina en los estudios acerca de revelación de información sobre RSC realizados a nivel internacional, lo cual refleja el auge y la actualidad de este tema en la región (ver por ejemplo los estudios de Chow & Wong-Boren, 1987; Garza, 2008; Kolk, 2008; Wanderley, *et al.*, 2008; Alonso-Almeida, *et al.*, 2010; Cheung & Mak, 2010; Joao, Serralvo & Cardozo, 2011; KPMG, 2011; Ortas & Moneva, 2011).

Por último, el grado de internacionalización de la economía de estos países, medido por el volumen de inversión extranjera directa que reciben y por su actividad en los mercados bursátiles internacionales, como es el caso de las empresas de Chile y México (ver Tabla 18<sup>63</sup>), parece estar ejerciendo presión sobre las prácticas divulgativas y sobre la transparencia informativa (Archel & Lizarraga, 2001; Araya, 2006 y Cortez, 2012). En esta línea, Pérez-Batres *et al.*, (2010) encontraron que la presencia de las multinacionales europeas ejerce una influencia positiva en las empresas de América Latina al momento de divulgar información sobre RSC. En el caso de Colombia, además de los argumentos expresados, se eligió por ser el país de origen de la autora de la presente tesis doctoral.

---

<sup>63</sup>En 2007 Brasil presentaba el mayor volumen, medido en dólares, de inversión extranjera directa. Sin embargo, no se han considerado las empresas de dicho país porque el idioma utilizado mayoritariamente para publicar sus memorias era el portugués y esto implicaba dificultades de cara a su lectura y comprensión.

**Tabla 18. Estadísticas sobre inversión extranjera directa (datos en millones de dólares)**

| País                 | 2006           | 2007           | 2008           | 2009           | 2010          | 2011           |
|----------------------|----------------|----------------|----------------|----------------|---------------|----------------|
| Brasil               | -\$ 93.802.831 | \$ 275.182.413 | \$ 246.010.903 | \$ 360.328.058 | \$ 36.917     | \$ 67.690      |
| México               | \$ 142.479.627 | \$ 230.570.421 | \$ 257.313.785 | \$ 89.400.513  | \$ 66.375.691 | \$ 106.083.703 |
| Colombia             | \$ 55.576.986  | \$ 81.359.916  | \$ 83.656.507  | \$ 40.489.921  | \$ 1.840.188  | \$ 54.469.417  |
| Chile                | \$ 52.143.865  | \$ 77.200.035  | \$ 63.668.456  | \$ 56.544.154  | \$ 6.351      | \$ 54.768.826  |
| Perú                 | \$ 3.467       | \$ 54.253.831  | \$ 61.878.504  | \$ 5.165.287   | \$ 70.623.547 | \$ 81.192.979  |
| Argentina            | \$ 3.098.627   | \$ 49.689.248  | \$ 83.346.186  | \$ 3.307.219   | \$ 60.903.085 | \$ 5.591.904   |
| Costa Rica           | \$ 13.710.038  | \$ 16.336.912  | \$ 20.723.251  | \$ 13.390.384  | \$ 1.440.855  | \$ 20.988.509  |
| Uruguay              | \$ 14.945.228  | \$ 12.400.757  | \$ 21.166.005  | \$ 15.121.818  | \$ 23.487.782 | \$ 22.060.704  |
| Honduras             | \$ 6.685.072   | \$ 9.260.806   | \$ 10.073.434  | \$ 5.225.346   | \$ 798.776    | \$ 10.076.939  |
| Bolivia              | \$ 2.844.814   | \$ 3.622.942   | \$ 5.075.785   | \$ 4.256.512   | \$ 6.717.533  | \$ 858.941     |
| Ecuador              | \$ 2.714.288   | \$ 1.941.585   | \$ 1.006       | \$ 3.214.168   | \$ 1.580.123  | \$ 5.845.833   |
| Belice               | \$ 1.082.574   | \$ 1.393.881   | \$ 1.669.107   | \$ 1.083.788   | \$ 960.997    | \$ 89          |
| Jamaica              | \$ 7.967.685   | \$ 751.496     | \$ 13.607.291  | \$ 4.797.649   | \$ 1.694.511  | \$ 1.803.126   |
| Santa Lucía          | \$ 233.935     | \$ 271.891     | \$ 161.211     | \$ 146         | \$ 110        | \$ 76          |
| Saint Kitts y Nevis  | \$ 110.416     | \$ 134.484     | \$ 178         | \$ 131         | \$ 120        | \$ 142         |
| Panamá               | \$ 2.547       | \$ 1.899       | \$ 2.147       | \$ 1.259       | \$ 2.350      | \$ 2.790       |
| República Dominicana | \$ 1.085       | \$ 1.667       | \$ 2.870       | \$ 2.165       | \$ 1.896      | \$ 2.371       |
| Venezuela            | -\$ 2.032      | \$ 1.587       | \$ 45          | -\$ 4.374      | -\$ 1.462     | \$ 5.129       |
| Otros países *       | \$ 112.378     | \$ 5.171       | \$ 6.149       | \$ 2.184.642   | \$ 1.439.031  | \$ 10.169.884  |

Información revisada al 10/OCT/2012

\* Incluye 17 países de menor tamaño

**Fuente:** elaboración propia con base en información de la CEPAL-CEPALSTAT

## 5.1.2 Con relación a la población

Los criterios tamaño y cotización en bolsa se han empleado de manera frecuente en la literatura previa, para relacionarla con la revelación de información sobre RSC (Ernst & Ernst, 1978; Ingram, *et al.*, 1980; Andrew *et al.*, 1989; Guthrie & Parker, 1990; Roberts, 1991; García & Monterrey, 1993; Meek *et al.*, 1995; Hackston and Milne, 1996; Moneva & Llena, 1996; Ortiz *et al.*, 2001; García-Ayuso & Larrinaga, 2003; Idown & Towler, 2004; Gómez, 2006; Gutiérrez & Navallas, 2007; Husillos, 2007; Aranguren, 2008; Aranguren & Ochoa, 2008; Castelo & Lima, 2008; Dawkins & Ngunjiri, 2008).

La literatura previa ha encontrado evidencia de una relación positiva entre el tamaño de la empresa y su vinculación al mercado de valores, con respecto al nivel de

revelación de información, tanto financiera como no financiera (Archel y Lizarraga, 2001; Fortanier, *et al.*, 2011; Andrikopoulos & Kriklani, 2012; Cohen, *et al.*, 2012; Prado-Lorenzo, *et al.*, 2012), motivada, en primer lugar, por la mayor regulación que rige a las empresas cotizadas, lo que las obliga a divulgar información sobre sus actividades. En segundo lugar, por la fuerte exposición pública a la que se enfrentan, ya que al tener democratizado su capital en un número plural de socios, su exposición es mayor, con lo cual procurarán minimizar riesgos frente a sus *stakeholders* a partir de la divulgación de información que ayude a los inversores en sus decisiones (Reverte, 2009).

Sumado a lo anterior, los altos costos políticos, de agencia y legales, así como la mayor presión ejercida por los demandantes de la información a los que se ve enfrentada la empresa al tener mayor visibilidad pública y confrontar a otros actores financieros (Cormier *et al.*, 2005; García & Sánchez, 2006). En el mismo sentido, Moneva & Llena (1996; 377) han sostenido que “Dado el coste de elaboración adicional de informes y del número limitado de usuarios, las pequeñas empresas no suministrarán de forma habitual información de contenido social...”.

De acuerdo con lo descrito, y siguiendo la tendencia presentada en la literatura previa, el presente estudio se centró en el análisis de la divulgación de información sobre RSC de empresas de gran tamaño que pertenecen al mercado de valores de cada uno de los países objeto de estudio. De tal manera que la población está compuesta por las empresas pertenecientes al: (i) IPSA de Chile (Índice de Precios Selectivo de Acciones<sup>64</sup>) compuesto, por 40 empresas; (ii) IGBC de Colombia (Índice General de la Bolsa de Valores de Colombia<sup>65</sup>), compuesto por 28 empresas y (iii) IPC de México (Índice de Precios y Cotizaciones de México<sup>66</sup>), compuesto por 35 empresas (ver Anexo 1).

---

<sup>64</sup> El Índice de Precios Selectivo de Acciones, creado en 1977, mide las variaciones de precios de 40 sociedades con mayor presencia bursátil, aquellas que son las más negociadas durante el año. Su finalidad es reflejar las variaciones de precio de los títulos más activos del mercado.

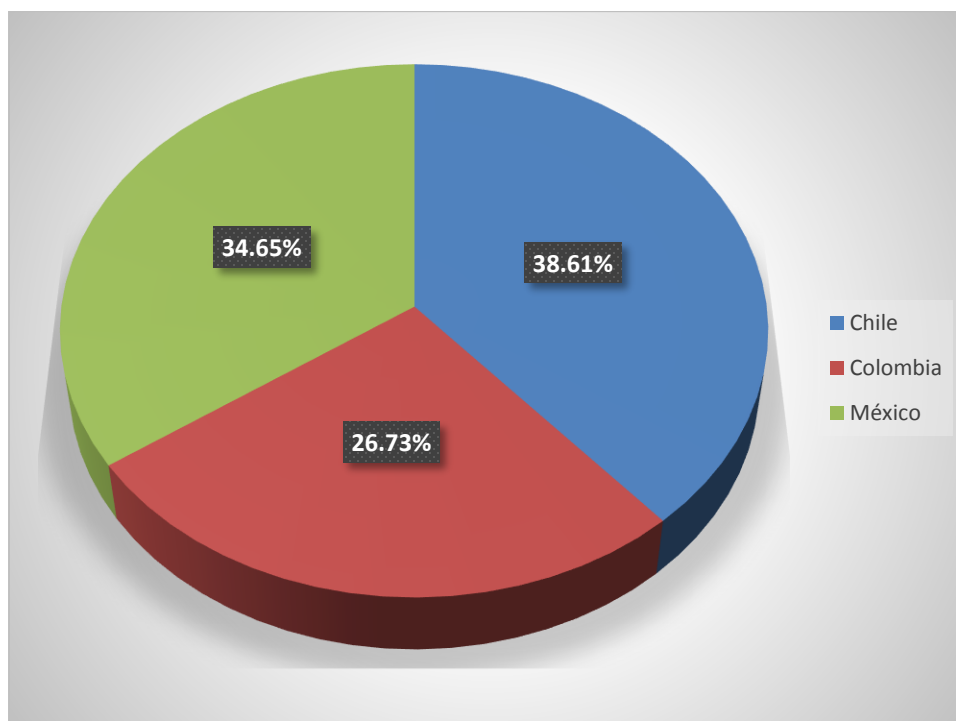
<sup>65</sup> Índice General de la Bolsa de Valores de Colombia (IGBC). Corresponde al indicador de bursatilidad del mercado de acciones en Colombia.

<sup>66</sup> El Índice de Precios y Cotizaciones de México, IPC, lo conforman las 35 series accionarias de mayor cotización medidas bajo el Índice de Bursatilidad que la Bolsa Mexicana de Valores genera y publica en forma mensual.

Una vez analizadas las empresas de la población, dos firmas que no fueron tenidas en cuenta en el estudio ya que son filiales de compañías pertenecientes al IGBC y no presentan informes corporativos por ser inversoras de las mencionadas compañías. Estas empresas son: PREFERENTES BANCOLOMBIA, que corresponde a acciones preferenciales de Bancolombia, y la MATRIZ DEL BANCO DE CHILE, gestora del banco del mismo nombre. Teniendo en cuenta la consideración anterior, la población quedó compuesta por 101 empresas.

La composición de la población quedó representada como se muestra en la Figura 5. Como se puede observar, se presenta una relativa homogeneidad en la distribución de las empresas de los diferentes países, principalmente entre Chile y México que tienen una participación porcentual del 38.61% y el 34.65% respectivamente. El otro 26.73% corresponde a las empresas de Colombia. Esta composición puede favorecer la lectura de los resultados, ya que hay una representación similar de empresas en cada país

**Figura 5. Composición de la población**



**Fuente: elaboración propia**

### **5.1.3 Con relación al periodo de análisis**

El periodo de análisis del presente estudio se circunscribe a los reportes anuales y de RSC con corte a 31 de diciembre de 2007. Dos razones justificaron esta decisión. En primer lugar, porque fue el año en que se inició la presente tesis doctoral y, en segundo lugar, porque es una etapa que se caracterizó por una aparente mayor dinámica divulgativa de las grandes compañías de Latinoamérica (KPMG 2005-2008-2011), que invitó a emprender estudios empíricos sobre la tradición y el desarrollo de la divulgación de información en estos países.

Algunos estudios han anotado la importancia de desarrollar investigaciones sobre la región que permitan la comprensión de la tradición divulgativa de las empresas del lugar y la influencia de la globalización en la preparación de reportes de RSC, puesto que la consolidación de una cultura de transparencia informativa puede favorecer el ambiente social y coadyuvar al mejoramiento de las condiciones ambientales y económicas en estos países (Araya, 2006).

### **5.2. Fuentes de información**

Las fuentes de información utilizadas en el presente estudio fueron los informes anuales y los informes sobre RSC de cada una de las empresas objeto de estudio. La utilización de los reportes anuales (memorias anuales o informes de gestión) se justificó por varios motivos. En primer lugar, el informe anual ha sido reconocido como el principal medio de comunicación de las empresas para reportar las actividades y las intenciones de actuación empresarial a los accionistas, pues refleja las verdaderas preocupaciones de la firma. Además, goza de credibilidad, se publica regularmente y es de amplia divulgación (Husillos, 2004).

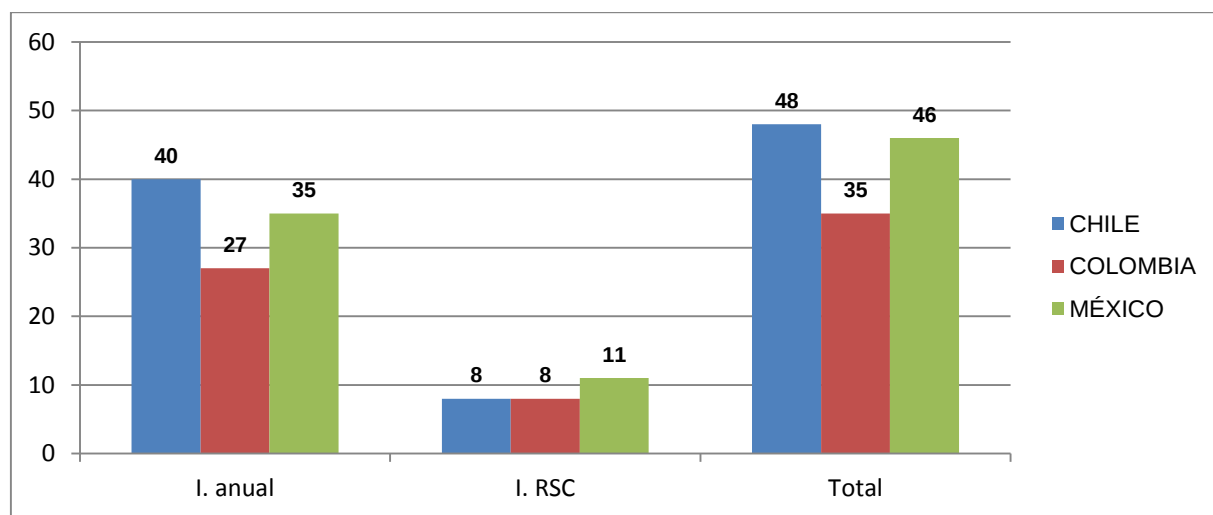
En segundo lugar, su acceso es relativamente fácil, puesto que son de presentación obligatoria (Wiseman, 1982) y, además, la mayoría de las empresas permiten su acceso a través de la página electrónica corporativa. Sumado a lo anterior, es un medio en el cual se revela información obligatoria pero también permite el registro

de información voluntaria porque su contenido no está restringido (Da Silva & Aibar, 2011).

En el caso del informe sobre RSC, autores como Prado-Lorenzo, *et al.*, (2009) han considerado que éste se ha convertido en una herramienta de legitimación, razón por la cual las empresas implementarían su elaboración para informar a su público de interés sobre aquellos asuntos que generen algún tipo de riesgo. También ayuda a disminuir la asimetría de información que generaría la presentación exclusiva del informe anual, ya que este último, en principio, está dirigido a los socios y accionistas, así como a los financiadores de la compañía (Moneva, 2007); no así el informe sobre RSC que permite ampliar la información sobre los asuntos sociales y medioambientales.

Los informes anuales se obtuvieron, en su mayoría, del sitio web de las empresas<sup>67</sup>, con excepción de un informe físico de Chile, 9 de Colombia y uno de México. En total se analizaron 129 informes, de los cuales 102 fueron informes anuales y 27 fueron informes de RSC (véase Figura 6)

**Figura 6. Informes anuales y de RSC por país**



**Fuente: elaboración propia**

<sup>67</sup> Para la obtención de los informes, inicialmente se envió un correo electrónico a cada una de las empresas. El porcentaje de respuesta fue el siguiente: el 45% de las empresas de Chile, el 39% de Colombia y el 51% de México, expresando que los informes corporativos se encontraban en el sitio web oficial.

En cuanto a los valores de las variables independientes, se utilizaron las siguientes fuentes. Para los datos financieros que describen el tamaño y los resultados de la empresa se recurrió a la base de datos Bloomberg. Cuando no se encontró información en dicha base de datos, se trabajó con la información financiera reportada en los informes anuales de las empresas que contienen los estados financieros y las cifras relevantes. La información sectorial se recopiló de la página web de la bolsa de valores de cada país y de la información de los reportes anuales, ajustándose de acuerdo con la clasificación CIIU, clasificación sectorial utilizada en este estudio, y que se obtuvo de la base de datos de la CEPAL en el sitio CEPALAT<sup>68</sup>.

### **5.3. Descripción de los datos**

#### **5.3.1 Tamaño.**

Como se había anotado en el apartado anterior, las empresas seleccionadas para el presente estudio pertenecen a los índices de mayor bursatilidad de la bolsa de valores de Chile, Colombia y México. La Tabla 19 presenta la distribución de la población según el índice bursátil de cada país junto con los datos financieros utilizados para medir el tamaño.

Como se puede observar, la población por país se distribuyó de manera más o menos uniforme (Chile, 38.61%; Colombia, 26.73% y México, 34,65%). Colombia presentó el menor número de empresas y los promedios más bajos en las variables financieras, lo cual era de esperarse, ya que es la economía menos desarrollada y con menor dinamismo bursátil de los tres países seleccionados para el presente estudio.

Destaca la heterogeneidad de las poblaciones objeto de estudio en cuanto a su tamaño, siendo las empresas de México y Chile considerablemente superiores a las colombianas en ventas, activos y pasivos. Los elevados valores de las desviaciones

---

<sup>68</sup>Esta información se puede consultar en <http://unstats.un.org/unsd/cr/registry/regcst.asp?Cl=17&Lg=3>

estándar evidencian también una heterogeneidad en el tamaño de las empresas dentro de cada país.

**Tabla 19. Composición y caracterización de las empresas de la población.**

| País            | Índice Bursátil | n°. empresas | % de participación | Prom. ventas (mil. US) | Des. estándar | Prom. activo (mil. US) | Des. estándar | Prom. pasivo (mil. US) | Des. estándar | Prom. patrimonio (mil. US) | Des. estándar |
|-----------------|-----------------|--------------|--------------------|------------------------|---------------|------------------------|---------------|------------------------|---------------|----------------------------|---------------|
| Chile           | IPSA            | 39           | 38.61%             | 2,790,514              | 3,552,891     | 5,832,053              | 8,417,027     | 4,179,890              | 7,586,381     | 1,650,802                  | 1,763,136     |
| Colombia        | IGBC            | 27           | 26.73%             | 802,915                | 971,289       | 3,262,240              | 5,275,327     | 1,946,006              | 4,685,049     | 1,317,217                  | 1,428,447     |
| México          | IPC             | 35           | 34.65%             | 5,641,118              | 7,043,234     | 8,387,365              | 10,761,218    | 4,934,124              | 7,398,288     | 3,453,240                  | 3,899,754     |
| Total población |                 | 101          | 100%               |                        |               |                        |               |                        |               |                            |               |

*Fuente: elaboración propia*

### 5.3.2 Sector

En cuanto al sector, y siguiendo la clasificación CIIU<sup>69</sup>, la población quedó distribuida en 8 sectores tal como se presenta en la Tabla 20.

**Tabla 20. Clasificación sectorial con base en la CIIU**

| N.º            | SECTORES                                                         | IPSA Chile | Pat. %      | IGBC Colombia | Pat. %      | IPC México | Pat. %      | Total      | Part. %     |
|----------------|------------------------------------------------------------------|------------|-------------|---------------|-------------|------------|-------------|------------|-------------|
| 1              | Agricultura, silvicultura y pesca                                | 4          | 10%         | 0             | 0%          | 0          | 0%          | 4          | 4%          |
| 2              | Exploración, explotación y extracción de pozos, minas y canteras | 2          | 5%          | 2             | 7%          | 2          | 6%          | 6          | 6%          |
| 3              | Industrias manufactureras                                        | 7          | 18%         | 7             | 26%         | 7          | 20%         | 21         | 21%         |
| 4              | Intermediación financiera                                        | 7          | 18%         | 12            | 44%         | 3          | 9%          | 22         | 22%         |
| 5              | Transporte, almacenamiento y comunicaciones                      | 4          | 10%         | 1             | 4%          | 8          | 23%         | 13         | 13%         |
| 6              | Construcción                                                     | 1          | 3%          | 1             | 4%          | 9          | 26%         | 11         | 11%         |
| 7              | Suministro de electricidad, gas y agua                           | 8          | 21%         | 3             | 11%         | 0          | 0%          | 11         | 11%         |
| 8              | Servicios en general                                             | 6          | 15%         | 1             | 4%          | 6          | 17%         | 13         | 13%         |
| <b>Totales</b> |                                                                  | <b>39</b>  | <b>100%</b> | <b>27</b>     | <b>100%</b> | <b>35</b>  | <b>100%</b> | <b>101</b> | <b>100%</b> |

*Fuente: elaboración propia con base en la clasificación sectorial CIIU*

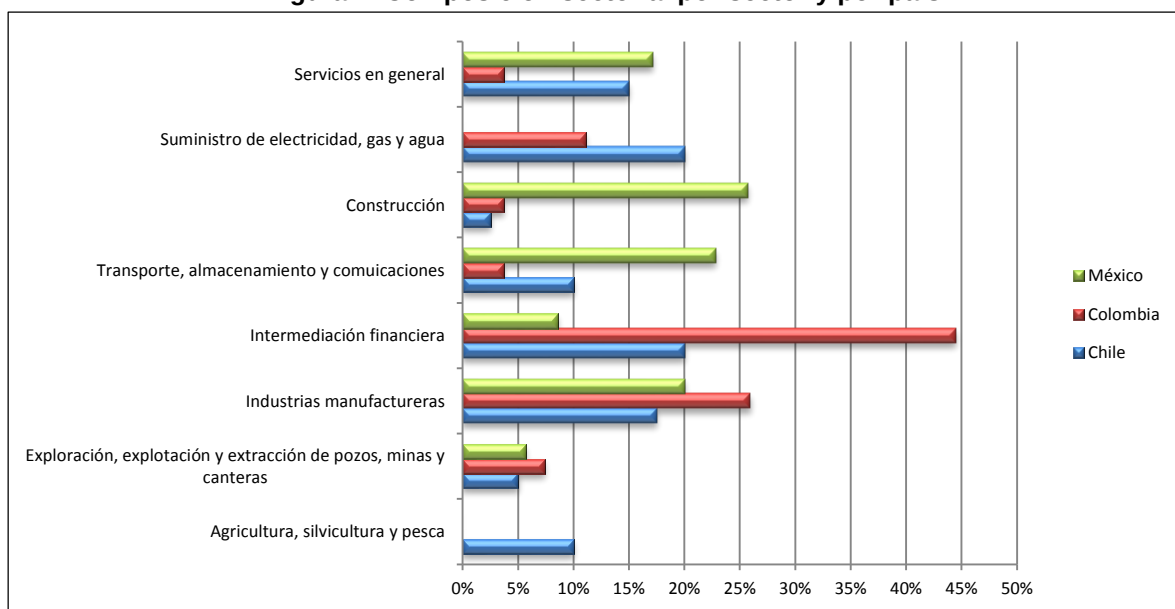
<sup>69</sup> La clasificación Internacional Industrial Única (CIIU) ha sido utilizada en esta tesis para organizar las empresas por sectores. Tres argumentos animan a utilizar esta propuesta como base para clasificar las empresas: i) es un índice propio para la región, avalado por la CEPAL; ii) permite a futuro, comparar investigaciones de la región que utilicen la misma clasificación; iii) El CIIU se acerca mucho al NAICS, y esto permitirá, también, una comparación con los países de Norte América.

Los sectores de mayor participación fueron el «financiero» e «industrias manufactureras» con el 22% y el 21%, respectivamente. Los de menos participación fueron «agricultura, silvicultura y pesca» y «exploración y extracción de pozos, minas y canteras» con el 4% y el 6%, respectivamente.

Como se puede observar, no hay una distribución homogénea de los sectores entre los diferentes países. Mientras que en Colombia se presenta una importante concentración de los sectores «financiero» e «industrias manufactureras», en Chile la distribución es más homogénea con una importante representación del sector «suministro de electricidad, gas y agua». Por otro lado, hay sectores poco representados (ver Figura 7).

En Colombia, por ejemplo, no hay representación para el sector de «agricultura, silvicultura y pesca», situación que se repite en México. En este último país, el sector de «suministro de electricidad, gas y agua» tampoco tiene representación. Esta composición sectorial habrá que tenerla en cuenta a la hora de realizar los análisis y de interpretar los resultados.

**Figura 7. Composición sectorial por sector y por país**



**Fuente:** elaboración propia

#### **5.4. Aspectos metodológicos para la recolección y medición de la información: análisis de contenido**

Con el fin de medir el nivel de divulgación de información social en las empresas de la población objeto de estudio, esta investigación utilizó la técnica de análisis de contenido. El procedimiento requirió un proceso específico en la recolección y estructuración de los datos con el fin de establecer categorías de análisis (Bardín, 1996). A continuación se describen estos y otros aspectos que se tuvieron en cuenta en el proceso.

##### **5.4.1 Fundamentos metodológicos del análisis de contenido**

Análisis de contenido es la técnica que por excelencia ha sido empleada para el análisis de la información divulgada por las empresas (Ernst & Ernst, 1978; Guthrie & Mathews, 1985; Gray *et al.*, 1995; Hackston & Milne, 1996; Adams *et al.*, 1998; Hamid, 2004; Castelo & Lima, 2006; Gómez, 2006 y Aranguren, 2008, Saleh, 2009, Amran & Haniffa, 2011, Bayoud, *et al.*, 2012, entre otros), ya que permite obtener indicadores (cuantitativos o no) por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes contenidos en los informes (Bardin, 1996).

En el estudio que se expone, se ha utilizado el análisis de contenido temático, considerando el texto a partir de la definición de categorías. Estas categorías permiten estructurar la información objeto de análisis en temas, con lo cual se facilita su análisis. Con el fin de estructurar las categorías de análisis, se deben tener en cuenta una serie de características que permitan manejar la información de forma homogénea y fiable (ver Tabla 21).

El análisis de contenido es el método que mejor se adapta al tratamiento de la información sobre RSC. Los estudios realizados por Ernst & Ernst (1978), Abbott & Monsen (1979), Ingram & Beal (1980), Guthrie & Mathews (1985), Guthrie & Parker (1990) y, más recientemente, por Archel (2003), Thompson & Zakaria (2004), Aranguren (2008) y Criado *et al.*, (2008) así lo confirman.

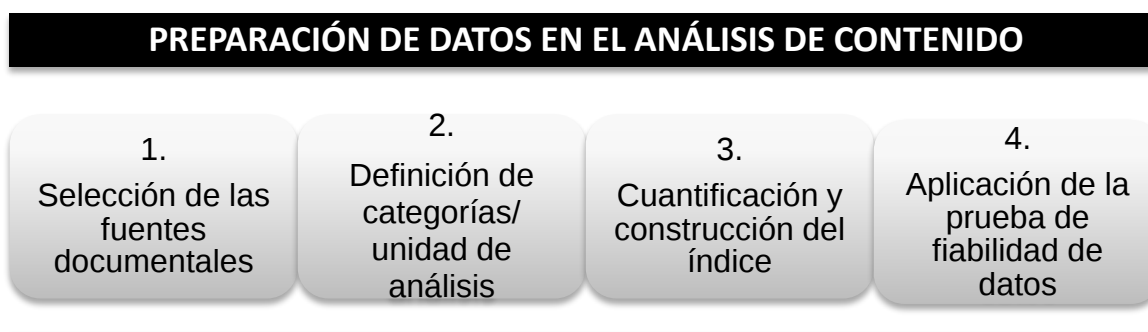
**Tabla 21. Criterios en la definición de las categorías**

| Característica | Descripción                                                                                              |
|----------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Homogeneidad   | Se deben agrupar criterios similares en cada categoría                                                   |
| Exhaustividad  | Se debe agotar la totalidad del texto                                                                    |
| Exclusividad   | Un mismo elemento de contenido no puede ser clasificado de manera aleatoria en dos categorías diferentes |
| Objetividad    | Dos codificadores diferentes deben llegar a los mismos resultados                                        |
| Pertinencia    | Los criterios deben estar adaptados al contenido y al objetivo                                           |

**Fuente:** elaboración propia basada en Bardín (1996)

Autores como Gómez (2007) y Gallego-Álvarez (2008) han utilizado también esta técnica para examinar la información de capital intelectual divulgado por las empresas; asimismo, Deumes (2005) aplicó el análisis de contenido para revisar la divulgación de información en los informes sobre riesgo. Esta técnica requiere de un proceso sistemático y ordenado para la recolección exhaustiva y confiable de la información (ver Figura 8).

**Figura 8. Proceso para la preparación de los datos en el análisis de contenido**



**Fuente:** elaboración propia;

En apartados anteriores se trató el tema de las fuentes de información; a continuación se describen los pasos 2, 3 y 4 del proceso de preparación de datos.

#### **5.4.2 Determinación de las categorías**

Agrupar la información por categorías, como se anotó anteriormente, es una condición imperativa del análisis de contenido temático. Esta división facilita la recolección y análisis de la información, así como el estudio de fiabilidad de los datos y la reproductibilidad del estudio (Bardin, 1977; Krippendorff, 1990). Siguiendo

a Krippendorff (1990), para analizar un fenómeno es condición necesaria que éste haya sido adecuadamente registrado, puesto que los mensajes no están estructurados en un lenguaje formal de datos que permita su tratamiento directo, sin antes haberse realizado algún tipo de reducción de los mismos. Así pues, la clasificación de la información por categorías tiene como objetivo transformar los contenidos revelados en un lenguaje formal de datos que pueda ser codificado y medido.

Siguiendo estas consideraciones, para el estudio que se muestra aquí, se estructuraron las categorías de análisis a partir de varias fuentes: la literatura previa, principalmente la europea, toda vez que ha sido un tema ampliamente estudiado en esta región, y los asuntos incluidos en las agendas de los organismos internacionales que trabajan sobre la RSC.

Dado que en América Latina existen organizaciones del tercer nivel que se encargan de divulgar y promover el tema de la RSC en el sector empresarial y gubernamental, y que estas ONGs presentan una dinámica similar a la observada en los organismos internacionales en cuanto a sus categorías (ver Anexo 2 y 3), también se tuvieron en cuenta las categorías aplicadas por estos organismos con el fin de ajustar el instrumento de recolección de información al ámbito geográfico objeto de análisis.

El punto de partida para la elaboración del esquema de clasificación de esta tesis fue el desarrollado por Aranguren (2008). La decisión obedeció a que el planteamiento de la autora tuvo en cuenta los dos primeros criterios, es decir, la literatura previa y las áreas temáticas contempladas por los organismos internacionales.

Lo anterior permitió, desde una perspectiva global (por categorías) y particular (por elementos e indicadores), obtener información pertinente que posteriormente se pudiera comparar con los hallazgos realizados por otros autores. La clasificación de las categorías, elementos e indicadores utilizados en Aranguren (2008), se completó con las áreas temáticas de la RSC consideradas por los organismos más destacados que dinamizan el tema de la RSC en América Latina y, además, se

ajustó a la realidad de la información divulgada por las empresas de los tres países objeto de estudio, a través de una serie de modificaciones en el esquema de clasificación inicial que se detallarán en el apartado dedicado a la construcción del índice. En la Tabla 22 se observa la estructura propuesta por Aranguren (2008) que fue utilizada como marco de referencia.

**Tabla 22. Esquema de clasificación de Aranguren (2008)**

| <b>Categoría</b>         | <b>N.º Elementos</b> | <b>N.º Indicadores</b> |
|--------------------------|----------------------|------------------------|
| Recursos humanos         | 8                    | 70                     |
| Medio ambiente           | 7                    | 44                     |
| Comunidad                | 5                    | 28                     |
| Consumidores y productos | 4                    | 30                     |
| Ética                    | 6                    | 31                     |
| Total                    | 29                   | 203                    |

*Fuente: elaboración propia*

### **5.4.3 Diseño de los índices de divulgación**

Con el fin de construir el índice de divulgación, se procedió a depurar el instrumento de recolección y codificación de datos y definir la escala de calificación para la construcción del mismo. A continuación se presentan estos criterios y el procedimiento seguido para la construcción del índice.

#### **5.4.3.1 Definición del esquema de clasificación.**

A partir del esquema de clasificación de Aranguren (2008)<sup>70</sup> se confeccionó un instrumento de recolección de información para la clasificación de la información y su medición. Para ello, y con base en la revisión y el análisis de los informes anuales y de RSC, se realizaron algunas modificaciones al esquema de clasificación inicial, las cuales se enumeran a continuación:

- Modificación de la categoría Ética que pasa a llamarse Ética y Derechos Humanos y que recoge todos los indicadores relacionados con los derechos humanos, también aquellos que en el esquema de clasificación inicial se incluían

<sup>70</sup> Ver anexo 4

en la categoría de Empleados. Este cambio obedeció a la sensibilidad del tema en los países objeto de estudio.

- Clasificación de los indicadores en cuantitativos y cualitativos. La división obedeció a la importancia que en la literatura previa se atribuía a la información de carácter cuantitativo (ver Cormier, *et al.*, 2005; Aranguren & Ochoa, 2008; Fortanier, *et al.*, 2011), ya que es considerada de mayor calidad al ofrecer datos, monetarios o no, acerca de las actividades e inversiones que realiza la empresa en temas relativos a la RSC. Además, la información cuantitativa es trazable, lo que ofrece mayor garantía de veracidad.
- Modificación de la categoría Medio ambiente que incluye indicadores específicos para las entidades bancarias (véase anexo 5). Con el fin de ajustar el instrumento a la realidad de las entidades bancarias se leyeron los informes de dos bancos de la población (Banco Santander, Banco de Colombia). A partir de este análisis y de entrevistas con funcionarios de entidades bancarias en Colombia<sup>71</sup> se procedió a hacer los ajustes necesarios que se describen a continuación:

***En la información cuantitativa:***

- Se realizó el cambio de la sintaxis a 6 indicadores ampliando su contenido, para una mayor aplicación a la actividad del sector financiero.
- Se eliminaron 3 indicadores: medición del impacto de los logros con relación a los objetivos medioambientales internos y a los estándares externos; reciclaje y reutilización de agua (incluye aguas residuales y otros tipos de agua utilizadas); impacto medioambiental de los productos actuales.

---

<sup>71</sup> Con el fin de establecer los elementos que se debían incluir en la categoría de medio ambiente para los bancos, se realizaron tres entrevistas, dos con gerentes generales y una con un gerente de la división de responsabilidad social, de entidades bancarias. En estas entrevistas se indagó sobre aquellas actividades que la institución realizaba frente al tema medioambiental. Dos de los funcionarios definieron las actividades que se realizaban a manera de campaña para el cuidado del medio ambiente. Estas actividades estaban relacionadas básicamente con reciclaje y ahorro de servicios públicos (luz y agua). Uno de los funcionarios manifestó que en su entidad no se realizaban este tipo de campañas y que el tema del reciclaje se hacía por ahorro de insumos y no como una actividad encaminada al cuidado del medio ambiente.

### **En la información cualitativa:**

- Se llevó a cabo el cambio de la sintaxis a 5 indicadores bajo el mismo criterio anterior.
- Se eliminaron 2 indicadores: programas para reducir el impacto de los productos al final de su ciclo de vida; demandas, denuncias, resoluciones o sanciones por incumplimiento a las normas y los estándares internacionales sobre cuidado del medio ambiente.

Después de los ajustes mencionados, el esquema de clasificación quedó conformado por 30 elementos y 307 indicadores como se presenta en la Tabla 23 (el instrumento ajustado se puede observar en el anexo 6).

**Tabla 23. Modelo general del esquema de clasificación de la información sobre RSC**

| CATEGORÍA                | ELEMENTOS | INDICADORES   |              |            |
|--------------------------|-----------|---------------|--------------|------------|
|                          |           | Cuantitativos | Cualitativos | Total      |
| Empleados                | 7         | 48            | 44           | 92         |
| Medio ambiente           | 7         | 28            | 30           | 58         |
| Comunidad                | 5         | 18            | 27           | 45         |
| Consumidores y productos | 4         | 17            | 29           | 46         |
| Derechos humanos y ética | 7         | 27            | 39           | 66         |
| <b>Total...</b>          | <b>30</b> | <b>138</b>    | <b>169</b>   | <b>307</b> |

**Fuente:** elaboración propia

### **5.4.3.2 Construcción del índice.**

Considerando que uno de los objetivos del presente trabajo es la medición de la amplitud de información revelada por las empresas objeto de estudio, pero no el significado ni la calidad de su contenido, la construcción de un índice de medición no ponderado parece ser la técnica que mejor responde a este objetivo. A partir del esquema de clasificación propuesto se construyeron seis índices, uno por cada categoría y un índice general.

El criterio de calificación o codificación se basó en la ausencia o presencia de cada uno de los indicadores escogidos, como lo hicieron Gallego-Álvarez (2008); Prado-Lorenzo, *et al.*, (2009); Fortanier, *et al.*, (2011) y Prado-Lorenzo, *et al.*, (2012), entre

otros, calificando con uno (1) la presencia y con cero (0) la ausencia del indicador (Meek, *et al.*, 1995; Clavel *et al.*, 2003; Fernández & Luna, 2003; Ortiz, 2005 y Gutiérrez & Navallas, 2007, Castello & Lima, 2008, entre otros).

De acuerdo con este criterio se sugirió una medición de amplitud de la información que permite evaluar la cantidad de indicadores encontrados frente al total propuesto. Además, al considerar la información cuantitativa y cualitativa se garantizaría el reconocimiento de un mayor volumen de la información divulgada. Esta medida de amplitud ya ha sido utilizada en otros estudios (Archel 2003; Aranguren, 2008; Criado *et al.*, 2008; Pérez, 2006).

Realizada la codificación se procedió a convertir los resultados de la siguiente manera:

- 1. Índice por categoría (IC):** el **IC** expresa el nivel de divulgación de información para cada categoría teniendo en cuenta la sumatoria de los indicadores cuantitativos y cualitativos sobre los que se divulga información, dentro del total de indicadores posibles en cada categoría. La notación matemática del índice responde a la siguiente expresión:

$$IC = \left\{ \frac{\frac{\sum_{i=1}^m X_{ijk}}{m} + \frac{\sum_{i=1}^n X'_{ijk}}{n}}{2} \right\}$$

En donde:

X = indicadores cuantitativos sobre los que se revela información  
 X' = indicadores cualitativos sobre los que se revela información  
 m = total indicadores información cuantitativa  
 n = total indicadores información cualitativa  
 i = indicador  
 j = elemento  
 k = categoría

El resultado así obtenido se ha transformado en una escala de 0-5 tomando el índice de amplitud numérico de la información cualitativa y cuantitativa revelada por cada

empresa en cada categoría, multiplicándolo por 5 y dividiéndolo entre 2. Lo anterior permite una mejor comprensión del mismo, ya que en el contexto de los países objeto de estudio esta es una escala de uso frecuente cuando se trata de evaluar un fenómeno a partir de encuestas o categorías numéricas de tipo ordinal. En este sentido, 0 corresponderá a la calificación más baja y 5, a la más alta.

**2. Índice general (INDIS):** el índice general es el resultado de sumar los cinco índices (IC por categoría) para cada empresa y calcular el promedio simple, con lo cual se ha construido un índice no ponderado. La decisión de construir un índice no ponderado se basó en el planteamiento de algunos autores (véase por ejemplo Castelo & Lima, 2008; Gutiérrez & Navallas, 2011), quienes manifiestan que este criterio garantiza que cada categoría tenga el mismo peso, con lo que se está dando la misma importancia a todos los grupos de interés. El resultado así obtenido se interpretará como el índice general de divulgación de información social para cada una de las empresas analizadas. El índice general responde a:

$$INDIS = PROMEDIO IC$$

#### **5.4.4 Prueba de fiabilidad**

Como se había anotado con anterioridad, el análisis de contenido presenta algunas limitaciones que generan problemas de fiabilidad de los datos. Esto en virtud a que la categorización y posterior codificación dependen del investigador, con lo cual puede haber un sesgo importante en el momento de sistematizar los datos. Para minimizar el impacto que pueda tener el subjetivismo del autor en el tratamiento de los datos, existen pruebas de fiabilidad que ayudan a blindar la información de elementos subjetivos que contaminen los datos. Krippendorff (1990), por ejemplo, sugiere la realización de pruebas que permitan dar una mayor confiabilidad a la información analizada.

Si bien, algunos de los estudios que analizan la divulgación de información sobre RSC mediante el análisis de contenido, no aplican una prueba de fiabilidad (Cook,

1989; Subbarao & Zeghal, 1997; Van der Laan Smith, *et al.*, 2005; Llena, *et al.*, 2007; García, *et al.*, 2010; Fraile & Fradejas, 2012), su importancia obedece a la seguridad que ofrece en cuanto a que los datos han sido obtenidos con independencia del suceso, instrumento o persona que los mide (Kaplan & Goldsen citado por Husillos, 2007). Así, para que los datos sean fiables es necesario que la observación permanezca constante en todas las variaciones del proceso de medición. Krippendorff (1990) distingue tres grados de fiabilidad: la estabilidad, la reproducibilidad y la exactitud (ver Tabla 24).

De las tres pruebas de fiabilidad propuestas, la más firme y confiable es la prueba de reproducibilidad (Krippendorff, 1990), pues permite que varios codificadores, bajo una reglas claras de codificación, realicen simultáneamente el análisis de la información y comprueben, bajo una unidad de medida específica previamente acordada, el nivel de coincidencia del proceso de codificación (Hayes & Krippendorff, 2007).

**Tabla 24. Grados de fiabilidad de Krippendorff**

| <b>Tipos de fiabilidad</b> | <b>Diseños para verificar la fiabilidad</b> | <b>Errores evaluados</b>                                                                                            | <b>Intensidades relativas</b> |
|----------------------------|---------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------|
| Estabilidad                | Test-retest                                 | Incongruencias del observador                                                                                       | Menos eficaz                  |
| Reproductibilidad          | Test-test                                   | Incongruencias del observador y desacuerdos entre los observadores                                                  |                               |
| Exactitud                  | Test-norma                                  | Incongruencias del observador, desacuerdos entre los observadores y desviaciones sistemáticas respecto de una norma | Más eficaz                    |

*Fuente: Krippendorff (1990, pág. 195)*

En la presente investigación se empleó la prueba del alfa de Krippendorff, ya que su aplicación se puede ejecutar sobre datos medidos en diferentes tipos de escalas (nominal, ordinal, de intervalo y de razón), teniendo en cuenta el efecto del azar, sin limitaciones en cuanto al número de codificadores y a diferencia de otras medidas<sup>72</sup>, también en situaciones en las que hay valores perdidos (Hayes & Krippendorff,

<sup>72</sup>Algunas pruebas utilizadas en diferentes estudios parten de una fórmula sencilla que permite calcular la proporción de decisiones de codificación con acuerdo entre dos codificadores (por ejemplo la fórmula de Holsti o coeficiente de acuerdo). No obstante, estas no tienen en cuenta el posible efecto del azar. Existen otras formas de medición más complejas que logran corregir el efecto del azar tales como el índice Pi de Scott, el índice Kappa de Cohen, el alfa de Cronbach y el coeficiente alfa de Krippendorff.

2007). Además, esta medida ya ha sido utilizada en estudios previos que examinan la divulgación de información social (Hackston & Milne, 1996; Husillos, 2007 y Stray, 2008).

De acuerdo con las anteriores consideraciones, para la presente investigación se aplicó una prueba de fiabilidad sobre una muestra de empresas de los países objeto de estudio. La prueba se desarrolló en dos fases: la primera contó con la participación de dos codificadores y fueron analizadas 15 empresas. El objetivo principal era ajustar el esquema de clasificación a la realidad de las empresas latinoamericanas, con lo cual el criterio de selección consistió en escoger aquellas empresas de gran tamaño que tuvieran mayor visibilidad y que contaran con un informe anual y de sostenibilidad. La segunda fue elaborada con tres codificadores y se examinaron 6 empresas. En esta fase se seleccionó una nueva muestra y se calculó el alfa de Krippendorff. A continuación se detallan los resultados de cada fase.

**Primera fase.** Esta fase se desarrolló en cinco pasos a saber:

1. *Codificadores.* Estudios anteriores han utilizado dos codificadores (Ingram & Beal, 1980; Gómez, 2006) y tres codificadores, (Menassa, 2010; Fortanier, *et al.*, 2011) de cara a realizar la prueba de fiabilidad de los datos. En la primera fase de la prueba de fiabilidad se siguió la línea de dos codificadores. Uno de ellos con experiencia en el proceso de codificación de información social y medioambiental y un alto grado de conocimiento en el instrumento de recolección de los datos; y otro, en proceso de entrenamiento y estudio del instrumento y el proceso de codificación.
2. *Selección de la muestra.* Para la selección de la muestra se tomaron las empresas de los tres países objeto de estudio (101 en total) y se seleccionó una muestra de 15 empresas (5 de cada país), bajo el criterio de visibilidad, tomando, como lo señala la literatura previa, las de mayor tamaño (Adams *et al.*, 1995b, 1998; Hackston & Milne, 1996; Gray *et al.*, 2001; Archel, 2003; Castelo & Lima, 2006; Criado *et al.*, 2008). Finalmente, se contó con 15

informes anuales y 5 informes de sostenibilidad, de los cuales 8 corresponden a México, 5 a Chile y 7 a Colombia (ver Tabla 25).

3. *Comprensión del esquema de clasificación.* En esta etapa del proceso se revisó el instrumento de clasificación elaborado por Aranguren (2008). Este paso tuvo como objetivo mejorar su comprensión y unificar criterios de codificación.
4. *Codificación conjunta.* Con el fin de comprobar la comprensión del sistema de clasificación, se elaboró una codificación conjunta de los informes Cartón Colombia (de Colombia), D&S (de Chile) y CEMEX (de México) con el objeto de afinar criterios de codificación y ajustar el esquema de clasificación inicial a la realidad de la empresas de la región de acuerdo con lo encontrado en dichos informes. A partir de esta primera revisión se establecieron unos criterios de codificación siguiendo el proceso elaborado por Hackston & Milne (1996) y se realizaron algunos ajustes al instrumento.

**Tabla 25. Empresas seleccionadas en la primera fase de codificación**

| EMPRESA         | PAIS     |
|-----------------|----------|
| TELMEX          | México   |
| GRUPO MODELO    | México   |
| AMX             | México   |
| CEMEX           | México   |
| WAL- MART       | México   |
| CENCOSUD        | Chile    |
| ENERSIS         | Chile    |
| COPEC           | Chile    |
| D&S             | Chile    |
| SQM             | Chile    |
| FABRICATO       | Colombia |
| ÉXITO           | Colombia |
| BANCOLOMBIA     | Colombia |
| SURAMERICANA    | Colombia |
| CARTÓN COLOMBIA | Colombia |

*Fuente: elaboración propia*

- *Codificación independiente.* Se efectuó una codificación independiente por medio de la distribución de las empresas entre los dos codificadores. El

codificador experto calificó a D & S y SQM (de Chile), Cartón Colombia y Suramericana (de Colombia) y Telmex, Grupo Modelo y Wal-Mart (de México). El segundo codificador realizó la codificación de Cencosud, Enersis y Copex (de Chile); Fabricato, Éxito y Bancolombia (de Colombia) y AMX y CEMEX (de México). Esta etapa tuvo como objetivo otear la información divulgada con el fin de ajustar el instrumento a la realidad de la región y completar los criterios de codificación de cara a la segunda fase (ver anexo 7).

**Segunda fase.** En esta segunda fase se llevó a cabo el cálculo del alfa de Krippendorff. Para su cálculo se adoptó el siguiente proceso:

- *Codificadores.* Se incorporó un tercer codificador con amplia experiencia en la técnica de análisis de contenido pero no experto en la divulgación de información sobre RSC. El nuevo codificador se entrenó en el contenido, los criterios de codificación establecidos en la fase uno y la aplicación del instrumento de codificación.
- *Selección de la muestra.* Para seleccionar las empresas de la prueba la población se dividió en tres estratos, siendo el país de origen el primer criterio de división de la población. Como segundo criterio se definió el reparto proporcional resultando una muestra conformada por seis empresas así: Blanco y Negro (servicios en general) y Banco Santander (intermediación financiera) de Chile; Cartón Colombia (industria manufacturera) y Promigas (Suministro de electricidad, gas y agua) de Colombia y Homex (construcción) y Asur (Transporte, almacenamiento y comunicaciones) de México.
- *Codificación.* Los tres codificadores analizaron las 6 empresas de manera completamente independiente y sus resultados fueron utilizados para el cálculo del K-Alpha. Siguiendo a Archel. (2003), Ortiz, (2005) y Maldonado, Aranguren & Gómez (2011), la codificación se basó en asignar cero (0) a la ausencia y uno (1) a la presencia de cada indicador. Con estos resultados se construyeron las matrices de coincidencias y discrepancias resultado del análisis de la codificación.

- *Cálculo del alfa.* Después de la codificación se procedió a calcular el alfa a partir del software SPSS y se lograron los siguientes resultados:

|                   |                  |
|-------------------|------------------|
| Codificador A Y B | $\alpha = 0.863$ |
| Codificador A y C | $\alpha = 0.632$ |
| Codificador C y B | $\alpha = 0.593$ |

De acuerdo con los resultados, la mayor coincidencia se encuentra entre el codificador A y el codificador B que llegaron a un alto nivel de acuerdo con un alfa del 86.3%. Con respecto al codificador C, los grados de coincidencia son menores. Estos resultados pueden obedecer a que los observadores A y B realizaron un trabajo previo con 15 empresas, lo que indicaría mayor compenetración con el instrumento, las reglas y la forma de codificación. Construidas las matrices de coocurrencias, acuerdo por azar y acuerdo máximo para los tres codificadores simultáneamente, los resultados son los que se presentan en la Figura 9.

**Figura 9. Resultado de la prueba para tres codificadores**

| CÁLCULO DEL ALFA TRES CODIFICADORES                             |   |         |  |                            |         |  |   |                          |  |  |  |
|-----------------------------------------------------------------|---|---------|--|----------------------------|---------|--|---|--------------------------|--|--|--|
| MATRIZ DE OCURRENCIAS                                           |   |         |  | MATRIZ DE ACUERDO POR AZAR |         |  |   | MATRIZ DE ACUERDO MAXIMO |  |  |  |
| <div>Codificador A</div>                                        |   |         |  |                            |         |  |   |                          |  |  |  |
| <div>01</div>                                                   |   |         |  | <div>01</div>              |         |  |   | <div>01</div>            |  |  |  |
| Codificador B                                                   | 0 | 1.37475 |  | 0                          | 1.10183 |  | 0 | 1.549                    |  |  |  |
|                                                                 | 1 | 118145  |  | 1                          | 5244    |  | 1 | 163                      |  |  |  |
| <div>01</div>                                                   |   |         |  | <div>01</div>              |         |  |   | <div>01</div>            |  |  |  |
| <div>Codificador B</div>                                        |   |         |  |                            |         |  |   |                          |  |  |  |
| $\alpha = 1 - (\text{DISCREP OBSERV}/\text{DISCREP PREVISTAS})$ |   |         |  |                            |         |  |   |                          |  |  |  |
| <div><math>\alpha</math> = 0,6820</div>                         |   |         |  |                            |         |  |   |                          |  |  |  |

Como se puede observar, el alfa del 68,2%, comparado con el acuerdo de los dos primeros observadores ( $\alpha = 86\%$ ), se presenta bajo. Sin embargo, de acuerdo con la literatura, un  $\alpha = 68.2\%$  representa un buen nivel de fiabilidad, lo cual garantiza un proceso objetivo en la recolección y codificación de la información.

## 5.5. Definición de variables

En el apartado 4.3 se definieron los factores que, de acuerdo con estudios previos, explican el nivel de divulgación de información sobre RSC. Además, se presentaron diferentes propuestas de índices de divulgación utilizados en estudios previos. El presente capítulo muestra la forma como se realizó la medición y presentación de cada una de estas variables de cara a su utilización en el análisis estadístico de contrastación de hipótesis y descripción de resultados.

### 5.5.1 Definición de las variables dependientes

La utilización de índices compuestos para medir la información sobre RSC divulgada por las empresas es un mecanismo válido que permite recoger el mayor volumen de datos posible. Así parece quedar demostrado en la literatura previa, puesto que son varios los estudios que utilizan esta metodología para recoger y medir la información divulgada por las empresas (por ejemplo, Aranguren, 2008; Castelo & Lima, 2008; Bayoud, *et al.*, 2012) (véase Tabla 10). Para la presente investigación se construyó un índice de divulgación de información sobre RSC a nivel global y un índice para cada categoría. Esto llevó a definir seis variables dependientes cuyo cálculo se explicó en el apartado anterior:

- Índice de divulgación general **INDIS**
- Índice de divulgación de información sobre empleados **INEMP**
- Índice de divulgación de información sobre medio ambiente **INMA**
- Índice de divulgación de información sobre comunidad **INCOM**
- Índice de divulgación de información sobre consumidores y productos **INCYP**
- Índice de divulgación de información sobre derechos humanos y ética **INDHE**

Las variables calculadas son numéricas continuas.

### 5.5.2 Definición de las variables independientes

En el capítulo 4 se describieron las variables para considerar en el presente estudio. A continuación se expone la forma como estas fueron medidas.

### **5.5.2.1 Variables de tamaño**

El tamaño ha sido igualmente un factor explicativo de la divulgación de información. La mayoría de los estudios han encontrado una relación positiva y significativa entre esta variable y la revelación de información sobre RSC. De acuerdo con lo observado en la literatura previa, partimos del supuesto de la existencia de una relación positiva entre el tamaño y la divulgación de información sobre RSC, midiendo la variable de tamaño a partir del volumen de los activos, las ventas, el pasivo y el patrimonio.

Estas variables son continuas y se expresan en millones de dólares norteamericanos con la tasa de conversión que se encontraba vigente a diciembre 31 de 2007 en cada uno de los países objeto de estudio. La medida de estas variables se expresa en logaritmo con el fin de eliminar su dependencia con respecto a las unidades de medida empleadas y acercar los parámetros de sus distribuciones a los propios de la distribución normal, y así evitar problemas metodológicos en la estimación (Archel & Lizarraga, 2001; 137). Las variables de tamaño son:

ACSTAN: activos

PASTAN: pasivos

PTSTAN: patrimonio

VENSTAN: ventas

### **5.5.2.2 Variables de resultado.**

La divulgación de información sobre RSC minimiza los riesgos a los que pueda estar abocada la firma y, por tanto, ésta logrará una mejor reputación corporativa, a la vez quedará de manera positiva en los resultados financieros. Caso contrario, la percepción de un mal comportamiento ético, social y ambiental, puede generar riesgos de mercado que pongan en peligro la estabilidad financiera de la empresa.

En este estudio, y basados en la literatura previa, se parte de la existencia de una relación positiva entre los resultados financieros de la firma y la revelación de

información. Para contrastar tal relación se tuvieron en cuenta las siguientes variables financieras como variables de resultado:

- MBITDA: margen EBITDA,<sup>72</sup> medido a partir del EBITDA sobre ventas
- URAAT: medida a partir de la utilidad retenida sobre activos totales
- VTAAT: medida a partir de las ventas totales sobre activos
- KWAAC: medida a partir del capital de trabajo sobre el activo total

Estas variables son cuantitativas continuas.

- SOLVEN: solvencia de la empresa, medida a partir de la propuesta de Altman<sup>73</sup>, en donde se plantea que la solvencia de una empresa obedece a la combinación de múltiples factores como se presenta en el siguiente cuadro:

| Variable | Indicador                                                                            | Razón                    |
|----------|--------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|
| $X_1$    | $\frac{\text{Capital de trabajo}}{\text{Activo total}}$                              | $\frac{Acte - Pcte}{AT}$ |
| $X_2$    | $\frac{\text{Ganancias retenidas}}{\text{Activo total}}$                             | $\frac{UR}{AT}$          |
| $X_3$    | $\frac{\text{EBIT (Ganancias antes de intereses e impuestos)}}{\text{Activo total}}$ | $\frac{UUAII}{AT}$       |
| $X_4$    | $\frac{\text{Valor de mercado de las acciones}}{\text{Pasivo total}}$                | $\frac{VM}{PT}$          |
| $X_5$    | $\frac{\text{Ventas}}{\text{Activo total}}$                                          | $\frac{VN}{AT}$          |

En donde el indicador de solvencia Z-Altman responde a la ecuación

$$Z = 1.2X_1 + 1.4X_2 + 3.3X_3 + 0.6X_4 + 0.99X_5$$

<sup>73</sup>Dr. Edward I. Altman diseñó, en 1966, un modelo para medir la solvencia empresarial, representada en una ecuación lineal que contiene 5 *ratios* financieros, objetivamente ponderados y resumidos para llegar a una puntuación final que se convierte en base para la clasificación de las firmas amenazadas por la bancarrota.

### **5.5.2.3 Variables país de origen**

El país de origen ha sido una variable utilizada para explicar las diferencias en la cantidad y la calidad de la información divulgada (Andrew, *et al.*, 1989; Prado-Lorenzo, *et al.*, 2009). En consecuencia, y debido a las diferencias en la estructura económica y en el sistema normativo contable y las prácticas divulgativas de los tres países objeto de estudio, se espera que la procedencia geográfica de las empresas sea un factor que influya en la revelación de información sobre RSC.

Así, para el presente estudio el país de origen es una variable a considerar. Esta se definió como una variable cualitativa nominal.

Chile: 1  
Colombia: 2  
México: 3

### **5.5.2.4 Variables sector y grado de exposición<sup>74</sup>**

Como se observó en la literatura previa, sector y grado de exposición son dos variables utilizadas habitualmente para explicar la divulgación de información sobre RSC (Reverte, 2009). Esto debido a que cada sector puede tener mayor o menor influencia en los diferentes grupos de interés. Por otro lado, hay sectores que generan mayor impacto social en razón a su actividad (sobre todo en el caso del medio ambiente), por lo tanto, se verán más presionados por la sociedad.

Por lo anterior, la pertenencia a un sector de actividad y el grado de exposición (que genera un alto o bajo impacto) de este último, son factores que pueden dar cuenta de las razones por las que una empresa divulga información sobre RSC. Luego, sector y grado de exposición son factores explicativos utilizados en esta investigación. En ambos casos las variables se han definido como variables cualitativas nominales tal como se presenta a continuación:

---

<sup>74</sup> La variable grado de exposición se asimila a la variable alto y bajo perfil definida en la literatura previa

**Sector:**

Agricultura, silvicultura y pesca: 1  
Exploración, explotación y extracción de pozos, minas y canteras: 2  
Industrias manufactureras: 3  
Intermediación financiera: 4  
Transporte, almacenamiento y comunicaciones: 5  
Construcción: 6  
Suministro de electricidad, gas y agua: 7  
Servicios en general: 8

El grado de exposición, asociado al perfil de la industria, ha sido utilizado de manera frecuente en la literatura previa. En esta línea, por ejemplo, Hackston & Milne (1996) identifican que aquellos sectores que modifican el medio ambiente o están muy orientados al consumidor pueden enfrentar una mayor exposición al escrutinio público y por lo tanto su tendencia será a producir un mayor volumen de información medioambiental. A partir de la propuesta de estos autores, y con base en la tipificación utilizada por Aranguren (2008), se han considerado como de alto impacto los siguientes sectores: «suministro de electricidad, gas y agua»; «transporte, almacenamiento y comunicaciones»; «industrias manufactureras»; «agricultura, silvicultura, ganadería y pesca»; y «exploración, explotación y extracción de pozos, minas y canteras». De bajo impacto, «intermediación financiera», «servicios en general» y «construcción». Los valores de la variable grado de exposición son los siguientes:

**Grado de exposición**

Alto impacto: 0  
Bajo impacto: 1

**5.5.2.5 Variables de mercado**

Siguiendo el comportamiento de las variables financieras, el valor de la acción en el mercado y la apreciación de la misma, así como su variación en el tiempo, parecen estar influenciados por la percepción que los *stakeholders* tengan del comportamiento de la empresa. A partir de este supuesto, se utilizarán las variables *Marquet to book*, beta de las acciones y variación del valor de la acción en bolsa

(periodo 2006-2007) para comprobar si la pertenencia al mercado de valores incide en el nivel de divulgación de información sobre RSC. Estas variables son numéricas continuas y se expresaron como se presenta a continuación.

BETA: es una medida de volatilidad de la acción

MTBOOK: mide el valor del patrimonio en libros contra su valor en el mercado de valores, a partir de multiplicar el número de acciones en circulación por el valor de la acción en el mercado

VARAM1: es la variación del valor de la acción en el mercado de un año a otro (2006-2007).

#### **5.5.2.6 Variable origen del capital**

La evidencia empírica parece coincidir en que la presencia de empresas multinacionales en mercados locales desempeña un importante papel en el tema de la divulgación de información financiera y social.

Con el fin de comprobar esta relación se utilizó la variable cualitativa nominal composición del capital denotada por ORGCAP en donde:

Capital mixto (nacional y extranjero): 1

Capital nacional: 0

La mayor parte de las empresas que componen la población tienen capital mixto compuesto por capital extranjero y nacional. Muy pocas son nacionales y no hay ninguna empresa con el total de su capital extranjero. El criterio seleccionado para la clasificación tuvo que ver con la existencia, entre sus principales accionistas, de capital extranjero. Si la empresa no tenía entre sus principales accionistas capital extranjero, se consideró como nacional.

### **5.6. Técnicas de Análisis**

Las técnicas estadísticas están directamente relacionadas con los objetivos propuestos. En este sentido, para la consecución de los objetivos 1.4.2.1 a 1.4.2.5

se utilizaron técnicas estadísticas descriptivas, puesto que se buscaba medir el nivel de divulgación de información sobre RSC en las empresas objeto de análisis, describir y caracterizar su comportamiento por categorías y elementos, y construir una tabla clasificatoria a partir de los resultados encontrados. A continuación se hace una breve descripción de las técnicas utilizadas.

#### **5.6.1 Análisis descriptivo**

Con el fin de describir el comportamiento de las empresas en cuanto a la divulgación de información, caracterizar la población y explicar el comportamiento de cada una de ellas frente a las diferentes categorías analizadas, se utilizaron estadísticos básicos como la media, la mediana, los valores máximos y mínimos y la desviación estándar. Se examinaron, además, frecuencias y gráficos para describir los datos encontrados.

Sumado a lo anterior, se efectuó un análisis factorial de componentes principales. Esta técnica de observación se justifica, ya que se efectuó una comparación de países, sectores, categorías y elementos frente a los índices de divulgación encontrados, lo que exigió una técnica que permitiera reducir los datos para estudiar el comportamiento de los índices frente a algunas variables.

#### **5.6.2 Análisis inferencial**

Con el objetivo de analizar los factores que influyen en la divulgación de información sobre cada una de las categorías (es decir, sobre los índices calculados que fungen como variable dependiente), se optó por la elaboración de un análisis de regresión lineal múltiple, puesto que este método ayuda a crear un modelo de selección de aquellas variables que puedan influir en la respuesta, descartando aquellas que no aportan información.

A través del aplicativo R, se realizó la regresión utilizando el método *Backward* (hacia atrás) a partir del cual se incluyen todas las variables al análisis y, de manera sistemática, mediante un proceso de selección de variables, se escogen sólo las más significativas, teniendo como criterio el índice de Akaike (AIC). En el caso del

AIC, a diferencia de los coeficientes de determinación  $R^2$  y  $R^2$  corregido, indica mejores ajustes cuanto más bajo sea su valor, teniendo la posibilidad de tomar valores negativos. Adicionalmente, el AIC no tiene cotas, mientras que  $R^2$  tiene una cota superior que es igual a 1, pero estrictamente no tiene una cota inferior, pues puede tomar un valor negativo, aunque muy cerca de 0 (Gómez, Torres, García & Navarro, 2012).

Sumado a lo anterior, es importante resaltar que el estadístico AIC penaliza la introducción de nuevos regresores. Es decir, que al incrementar variables, habrá un incremento en el valor del AIC y, por lo tanto, empeorará la bondad del ajuste, si no se ve compensado por un crecimiento suficiente del logaritmo de la función de verosimilitud evaluada para los valores estimados de los coeficientes<sup>75</sup>. Por otro lado, “La lógica que sigue este método *no es la de las pruebas de hipótesis*<sup>76</sup>. En consecuencia, no se debe plantear una hipótesis nula o calcular un valor de P, y no es necesario decidir acerca de la tendencia del valor P para determinar su significación estadística. Además, el método permite determinar qué modelo es el más parecido al correcto y cuantificar su parecido” (Gómez, *et al.*, 2012; 5).

Asimismo, y teniendo en cuenta que en el grupo de variables independientes existen 4 variables categóricas a saber: sector, grado de exposición, origen del capital y país, éstas han sido ingresadas al modelo como vectores con el fin de que sean tenidas en cuenta en la lectura como una variable, pero que en el resumen de regresión se pueda estimar el valor del coeficiente y su significancia para cada una de las posibilidades que presentan las variables, así estas no se hayan ingresado al modelo como variables binarias.

Seleccionado el modelo, se ejecutaron pruebas gráficas para verificar el cumplimiento de los supuestos fundamentales del modelo de regresión. No se observó ningún patrón o comportamiento sistemático en los errores que indicara que el supuesto de varianza constante se hubiera violado, al igual en el gráfico QQ

---

<sup>75</sup>El AIC responde a la fórmula  $AIC = -\frac{2l}{n} + \frac{2k}{n}$  en donde  $l$  es el logaritmo de la función de verosimilitud evaluada para los valores estimados de los coeficientes y  $k$  corresponde a los regresores.

<sup>76</sup>El texto resaltado en negrilla es propio.

de normalidad de los errores, en donde se observó un buen ajuste de los datos a la recta de normalidad. También se constató que no hay valores por fuera de las bandas de confianza que indiquen observaciones aberrantes. Estos supuestos fueron confrontados a partir de las pruebas de homocedasticidad (Breusch-Pagan test), autocorrelación (Durbin-Watson test) y normalidad (Shapiro-Wilk test) para la comprobación de los supuestos de los modelos para cada índice, comprobando la robustez de los mismos<sup>77</sup>.

Es importante recordar que, con el fin de evitar problemas a la hora de trabajar las variables de tamaño, y previo a las pruebas estadísticas, se realizó la transformación a través de logaritmos. De acuerdo con Uriel (2013: 18) esta transformación genera algunas ventajas como: *i)* los coeficientes tienen interpretaciones atractivas (elasticidades o semielasticidades); *ii)* la invariancia de los coeficientes de pendiente, cuando hay cambios de escala en las variables; y, *iii)* la reducción del rango de las variables, lo que hace que las estimaciones sean menos sensibles a los valores extremos de las variables<sup>78</sup>.

---

<sup>77</sup>Ver anexo 20

<sup>78</sup>Los supuestos del MLC se satisfacen más a menudo en modelos que aplican logaritmos a la variable endógena, que en los modelos que no aplican ninguna transformación. Así, sucede que la distribución condicional de  $y$  es frecuentemente heteroscedástica, mientras que  $\ln(y)$  puede ser homoscedástica (Uriel, 2013).

## Capítulo 6. Estudio empírico – análisis de resultados

### 6.1. Publicación de informes de RSC

Como se comentó en capítulos anteriores, durante los últimos años se ha presentado un notorio desarrollo de mecanismos para la emisión de información empresarial a partir de la publicación de memorias e informes relativos a los temas sociales y medioambientales (Moneva & Ostras, 2008; Archel, Husillos & Spence, 2011). El auge y aceptación, en la mayoría de los países del mundo, de iniciativas como el GRI, así parece demostrarlo (KPMG, 2011). Dentro de las diversas propuestas desarrolladas, la Guía GRI es, hasta el momento, la iniciativa que más aceptación ha tenido como formato de divulgación de información. Sin embargo, y a pesar de sus mecanismos de inclusión de información y de verificación, en América Latina apenas se está iniciando su aplicación.

En esta misma línea, desde una perspectiva crítica, Moneva & Ortas (2009:151), citando a Moneva *et al.*, (2006), manifiestan que “... este éxito ha tenido lugar principalmente por la captura del concepto de desarrollo sostenible por parte de las empresas, orientado a mantener su *statu quo*, más que a un profundo cambio en los objetivos hacia la verdadera sostenibilidad de las actividades”. Este avance en la captura del concepto se refleja con mayor fuerza en los países desarrollados<sup>79</sup>, sin embargo, se ha producido un progreso en América Latina el cual se evidencia en el aumento de reportes con base en la GRI por parte de las empresas latinoamericanas, en particular Brasil, Chile y México (KPMG, 2011; Gómez-Villegas & Quintanilla, 2012).

En el caso de las empresas objeto de estudio, se puede constatar que existe una importante dinámica divulgativa, sin embargo, coexisten diferencias entre los países las cuales se evidencia en la forma como emiten la información de tipo social y

---

<sup>79</sup>Si bien, estudios previos han encontrado relación entre el desarrollo económico y los niveles de aplicación de prácticas de RSC (entre ellos la divulgación de información), autores como Calderón (2011) han encontrado que esto no es necesariamente cierto ya que en su estudio, comparando países de América Latina y Asia Sudoriental, encuentran un mayor nivel de divulgación de información sobre RSC en los sitios web de las empresas de los países asiáticos a pesar de presentar un desarrollo económico menor que los países de América Latina.

medioambiental. Por un lado, los informes corporativos (fuente documental del presente estudio) asumen diferentes denominaciones dependiendo del país (ver Tabla 26). De esta manera, las denominaciones de informe anual, memoria anual o informe de gestión, no son un estándar para los países objeto de estudio, lo que supone también que el contenido del mismo puede cambiar dificultando la comparabilidad entre las diferentes empresas (AECA, 2011).

Por otro lado, las empresas que emiten un reporte por separado para la información social también utilizan distintas denominaciones en los diferentes países, siendo lo más habitual referirse a este tipo de informes como informe de responsabilidad social o informe de sostenibilidad (ver Tabla 26).

**Tabla 26. Denominación de los informes corporativos de acuerdo al país de origen**

| Denominación              | Chile     | Colombia  | México    | Total      |
|---------------------------|-----------|-----------|-----------|------------|
| Informe anual             |           | 5         | 21        | 26         |
| Informe de gestión        |           | 15        |           | 15         |
| Informe de RS             |           | 5         | 6         | 11         |
| Informe de sostenibilidad | 4         | 1         | 4         | 9          |
| Memoria anual             | 38        |           |           | 38         |
| Otros                     | 2         | 6         | 11        | 19         |
| <b>Total</b>              | <b>44</b> | <b>32</b> | <b>42</b> | <b>118</b> |

*Fuente: elaboración propia*

Esta heterogeneidad podría sugerir una falta de acuerdo en el contenido de los informes y genera, como lo manifiesta AECA (2011), "... un paisaje de informes de confusión, desorden y fragmentación...", lo que impide la comparabilidad y la transparencia informativa. Analizando el comportamiento de los tres países estudiados, Chile es el país con mayor homogeneidad en el nombre, ya que todas las empresas utilizan la designación de memoria anual. En cuanto a los informes relacionados con información social, se puede observar que son pocas las empresas que emiten informes separados.

Haciendo una lectura de los informes de las empresas objeto de estudio, se observa que algunas divulgan información de tipo social con información financiera o, en el peor de los casos, no presentan información sobre RSC. Por otro lado, un bajo

porcentaje de las empresas presentan su información bajo la GRI, destacándose Chile con un 20.5%. No obstante lo anterior, solo el 15.4% están adheridas oficialmente al GRI. En la Tabla 27 se presenta un resumen de lo observado.

**Tabla 27. Comportamiento sobre la presentación de informes por país**

| País     | Informe/memoria anual | Informe de RSC/sostenibilidad | Adhesión al GRI | Guía GRI |
|----------|-----------------------|-------------------------------|-----------------|----------|
| Chile    | 100%                  | 15.4%                         | 15.4%           | 20.5%    |
| Colombia | 100%                  | 34.6%                         | 15.4%           | 11.5%    |
| México   | 100%                  | 28.6%                         | 11.4%           | 11.4%    |

*Fuente: Elaboración propia*

Lo anterior coincide con el informe de *FORUM* Empresa de 2011 (Kowszyk, Covarrubias & García, 2011), en donde se aprecia que las empresas han aumentado la presentación de informes bajo la metodología GRI, pero que su adhesión aún es baja. En este estudio se encontró que Colombia es el país que presenta el mayor número de informes de sostenibilidad, junto con Argentina y México, sin embargo, son Chile, El Salvador, Argentina y Panamá, los que hacen mayor uso de la metodología GRI.

Un resultado interesante de esta primera observación tiene que ver con el comportamiento de las empresas mexicanas, ya que siendo este un país con una alta tasa de inversión extranjera<sup>80</sup>, lo que supone mayor presión informativa por parte de los inversores externos (Duque, Osorio & Cardona, 2012), se esperaría que sus empresas estuvieran copiando el comportamiento de las empresas de los países desarrollados con relación a su adhesión y reporte de acuerdo con la GRI. No obstante, son estas empresas las que presentan una menor adhesión al GRI. Las compañías de Colombia presentan el mayor porcentaje de reportes sobre información social y medioambiental, aunque no todas se rigen por los parámetros GRI.

<sup>80</sup> Según datos de la CEPAL, México era en 2007 el segundo país en inversión extranjera directa después de Brasil que ocupaba el primer lugar entre los países de América Latina y el Caribe (<http://websie.eclac.cl/sisgen/>)

Los resultados descritos muestran coincidencia con lo que establecen estudios como el de KPMG (2005-2008-2011) y el análisis realizado por Gómez-Villegas & Quintanilla (2012) en los que se revela algún avance en materia de divulgación de información en los países de la región, aunque el comportamiento no es generalizado.

Por otro lado, hay coincidencias con lo expuesto por Pérez-Batres, *et al.*, (2010) quienes afirman que en países como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú no se encuentra mayor interés, por parte de las empresas, hacia la adopción de iniciativas como el GRI, debido a la poca legislación existente. Además, afirman los autores, el no cumplimiento con muchos de los requisitos del gobierno no los ilegítima frente a la sociedad ya que no existen consumidores “educados” que puedan ejercer presión. En esta línea, García-Sánchez, *et al.*, (2010) sostienen que la legislación influye de manera negativa en el comportamiento divulgativo de las empresas.

También se observó que las empresas objeto de estudio dan más importancia a los informes anuales con contenido financiero y corporativo que a los informes sobre sostenibilidad. Esto podría sugerir, como anotan Castelo & Lima (2008), que las empresas están dando más importancia a la información que es de interés para los inversionistas, descuidando la información dirigida a otros grupos de interés, respondiendo así a la teoría clásica que sugiere que la responsabilidad de los gestores es maximizar la utilidad para los inversionistas y, por tanto, la información divulgada estará encaminada a satisfacer su necesidad de información.

## **6.2. Grado de revelación de información sobre RSC**

### **6.2.1 Revelación de información por categorías.**

Con el fin de realizar un estudio descriptivo sobre el comportamiento divulgativo de las empresas en cada uno de los países objeto de estudio, a partir del análisis de las categorías seleccionadas, se efectuó un análisis de estadísticos básicos como la media, la mediana y los valores máximos y mínimos. El valor promedio no es

utilizado como la base principal del análisis, debido a que esta medida se encuentra influenciada por la alta frecuencia de índices en cero (0) que muchas empresas reportan en las diferentes categorías (ver Tabla 28). Sin embargo, en algunos análisis, en donde se consideró prudente, se utilizó esta medida. A continuación se presentan los resultados para cada uno de los países objeto de estudio.

**Tabla 28. Frecuencia de calificación con valor cero (0) en los índices para cada país**

| País     | INEMP | INMA | INCOM | INCYP | INDHE | INDIS | TOTAL |
|----------|-------|------|-------|-------|-------|-------|-------|
| Chile    | 3     | 7    | 8     | 4     | 0     | 0     | 22    |
| Colombia | 2     | 12   | 7     | 9     | 1     | 0     | 31    |
| México   | 1     | 16   | 16    | 6     | 0     | 0     | 39    |

*Fuente: elaboración propia*

Igualmente, se realizó un Análisis de Componentes Principales (ACP), el cual permitió identificar similitudes y diferencias entre las empresas de cada país en cuanto al comportamiento de la divulgación de información en las diferentes categorías.

#### **6.2.1.1 Revelación de información sobre las categorías de RSC en las empresas del IPSA de Chile.**

En términos generales el nivel de divulgación de Chile es muy bajo en todas sus categorías. Los índices calculados, en general, no logran llegar a una calificación de tres<sup>81</sup> con medianas inferiores o iguales a 0.6, lo que sugiere niveles muy bajos en la divulgación de información (ver Tabla 29). La mediana es inferior a la media en todas las categorías, lo que significa que por lo menos el 50% de las empresas no logran llegar al valor medio en sus índices.

Se observa también una marcada heterogeneidad en el comportamiento divulgativo de las empresas, con desviaciones estándar cercanas o superiores a 0.50 en casi todas las categorías, con excepción de la información de derechos humanos y ética que tiene una desviación estándar de 0.28. A pesar de lo anterior, es importante tener en cuenta que la información de derechos humanos y ética presenta el mínimo

<sup>81</sup>La escala de calificación utilizada para los índices de cada categoría y para el índice general es de 0 a 5, siendo 0 el menor resultado posible y 5 la mayor calificación esperada.

más alto y el máximo más bajo, con una mediana de 0.50, lo que indica que no hay un alto nivel de divulgación de información sobre estos temas y las empresas se comportan de manera similar.

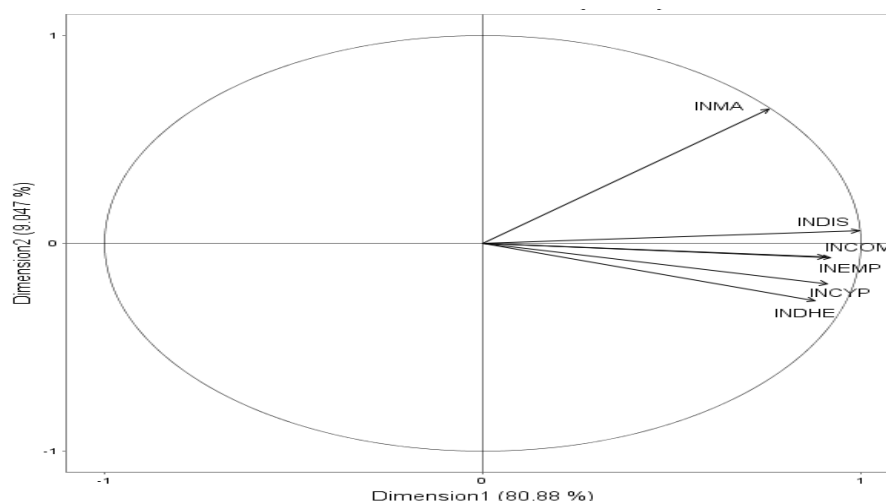
**Tabla 29. Comportamiento de la divulgación de información por categorías Chile**

| Categorías               | Media | Mediana | Desv. estándar | Mínimo | Máximo |
|--------------------------|-------|---------|----------------|--------|--------|
| Empleados                | 0.66  | 0.50    | 0.60           | 0.00   | 2.03   |
| Medi ambiente            | 0.68  | 0.52    | 0.61           | 0.00   | 2.04   |
| Comunidad                | 0.69  | 0.60    | 0.66           | 0.00   | 2.71   |
| Consumidores y productos | 0.56  | 0.43    | 0.48           | 0.00   | 2.23   |
| Derechos humanos y ética | 0.60  | 0.50    | 0.28           | 0.19   | 1.51   |

*Fuente: elaboración propia con base en las salidas de R3.0.1*

Lo anterior se puede apreciar en la Figura 10 en donde se muestra el círculo de correlaciones para los índices de divulgación de las empresas de Chile. Cabe destacar que el primer plano factorial graficado posee una alta inercia (90%), por lo cual el análisis se enfoca únicamente en este plano. En él se observan dos factores: el primero, que se puede denominar grado de divulgación, permite observar el comportamiento de las empresas en cuanto al grado de divulgación de información. El segundo factor, que representa el tipo de información divulgada, permite analizar el comportamiento de las empresas frente a cada una de las categorías analizadas.

**Figura 10. Círculo de correlaciones entre los índices de divulgación de información sobre RSC de las empresas chilenas**



*Fuente: elaboración propia con base en R3.0.1*

Por otro lado, a partir del análisis del segundo factor, se distingue el índice de medio ambiente que se encuentra alejado de los índices de las otras categorías (ver valor de las dimensiones de los índices en el anexo 8), diferenciando las empresas que divulgan más información sobre medio ambiente, por ejemplo MASSISA, CMPC, COPEC y Banco Santander, de las que no lo hacen como VAPORES, RIPLEY y MADECO, entre otras (véase *ranking* en el anexo 9).

Los resultados se contradicen con algunos autores como Fuenzalida & Torres (2008) que a partir de las encuestas realizadas por algunas ONGs sugieren que las empresas chilenas dan mayor importancia a la información sobre los empleados, mientras que en la población analizada el índice que presenta el mayor valor en la

mediana es comunidad. Aranguren & Martínez (2010), en un estudio realizado sobre bancos chilenos, encuentran también un importante nivel de información divulgada sobre asuntos relativos a la comunidad y sobre consumidores y productos. En el presente estudio, en el cual se tienen en cuenta diferentes sectores, la categoría de consumidores y productos presenta la mediana más baja.

#### **6.2.1.2 Revelación de información sobre las categorías de RSC en las empresas del IGBC de Colombia.**

En Colombia se puede observar que la categoría de empleados presenta una mediana de 0.49, la más alta de todas las categorías, pero con un valor muy bajo considerando el rango de calificación (ver Tabla 34). Se observa, al igual que en Chile, que la mediana es menor que la media en todas las categorías, con valores representativamente bajos, lo que significa que el 50% de las empresas tienen valores inferiores al promedio, destacando consumidores y productos, categoría en la que el valor de la media es 0.23 y la mediana es de 0.09. Para destacar, el valor máximo alcanzado en la categoría de medio ambiente (2.89) y en la categoría de comunidad (2.42) por la empresa ISAGEN, perteneciente al sector suministro de electricidad, agua y luz.

**Tabla 30. Comportamiento de la divulgación de información por categorías-Colombia**

| <b>Categorías</b>        | <b>Media</b> | <b>Mediana</b> | <b>Desv. estándar</b> | <b>Mínimo</b> | <b>Máximo</b> |
|--------------------------|--------------|----------------|-----------------------|---------------|---------------|
| Empleados                | 0.78         | 0.49           | 0.69                  | 0.00          | 2.07          |
| Medio ambiente           | 0.46         | 0.17           | 0.68                  | 0.00          | 2.89          |
| Comunidad                | 0.57         | 0.24           | 0.71                  | 0.00          | 2.42          |
| Consumidores y productos | 0.23         | 0.09           | 0.29                  | 0.00          | 1.11          |
| Derechos humanos y ética | 0.42         | 0.34           | 0.36                  | 0.00          | 1.52          |

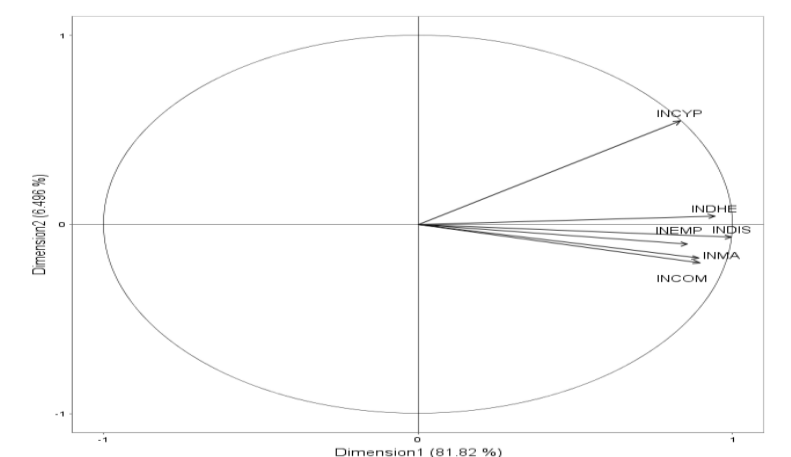
*Fuente: elaboración propia con base en R3.0.1*

Las categorías de consumidores y productos y derechos humanos y ética tienen la menor dispersión en el conjunto de datos, lo que sugiere que en estas categorías las empresas de la población tienen un comportamiento más homogéneo, aunque con niveles muy bajos de divulgación. Se puede observar también una alta heterogeneidad en el comportamiento de las empresas en cuanto al nivel de

divulgación sobre asuntos relativos a la comunidad, medio ambiente y empleados. En términos generales, el nivel divulgativo es bajo y similar en las empresas analizadas, destacándose el bajo nivel encontrado en información sobre consumidores y productos.

Lo anterior se puede corroborar en el círculo de correlaciones (véase Figura 12). Al igual que en el caso de Chile, el primer plano factorial posee una alta inercia, 88%, por lo cual el análisis se enfoca únicamente en este plano.

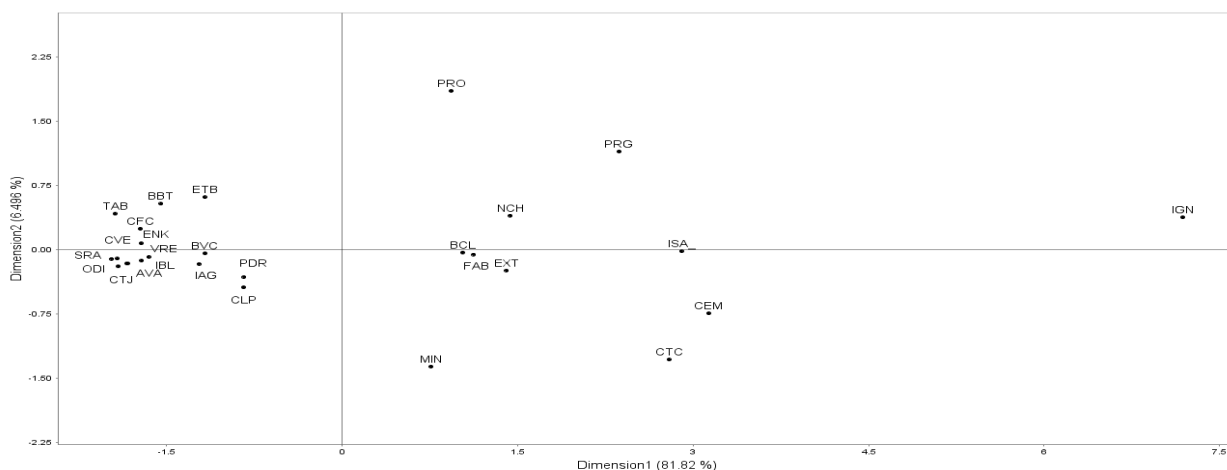
**Figura 12. Círculo de correlaciones entre los índices de divulgación de información sobre RSC de las empresas colombianas**



**Fuente: elaboración propia con base en R3.0.1**

Después del examen del primer factor que refleja el grado de divulgación, se percibe la gran dispersión de las empresas (ver Figura 13), evidenciando la presencia de comportamiento atípicos, como el de la empresa ISAGEN (IGN), que arroja calificaciones muy por encima de las demás empresas estudiadas. En general, las empresas colombianas analizadas exhiben bajos niveles de información, creando dos grupos claramente diferenciados, los de la izquierda, en los que se encuentran las de menos divulgación y los de la derecha, con mayores grados de divulgación, aunque con índices notoriamente bajos (ver dimensiones de los factores en el anexo 10).

**Figura 13. Ubicación de las empresas colombianas en el primer plano factorial**



**Fuente: elaboración propia con base en R3.0.1**

Como resultado del estudio del factor 2, tipo de información divulgada, se observa un comportamiento similar al que presentan las empresas chilenas, con un alto grado de correlación entre los índices. Sin embargo, en este caso se distingue el índice de consumidores y productos que se encuentra alejado de los índices de las otras categorías, lo que indica un comportamiento divulgativo diferente en los temas relativos a consumidores y productos, en algunas empresas, pero homogéneo frente a las otras categorías. Véase, por ejemplo, el comportamiento en la divulgación sobre consumidores y productos de las empresas ISAGEN, PROTECCIÓN y PROMIGAS, que reportan los índices más altos, frente a empresas como ENKA, CORFICOLOMBIANA y MINEROS, entre otras, que reportan índices bajos en esta categoría (ver anexo 11).

### **6.2.1.3 Revelación de información sobre las categorías de RSC en las empresas del IPC de México.**

En México, al igual que en las empresas de los otros dos países estudiados, se presenta un bajo nivel de divulgación de información. La mediana es muy baja para todos los casos y se presenta una importante desviación estándar en los índices de todas las categorías, lo que sugiere una marcada heterogeneidad de los datos (véase Tabla 31).

Según estos resultados, se observa que el menor grado de dispersión lo presenta el índice de derechos humanos y ética (0.41) con una mediana de 0.31; y la mayor dispersión la tiene el índice de medio ambiente (0.89), siendo este último el que presenta el valor de la mediana más bajo (0.17). Nótese que los valores de la mediana están muy por debajo del valor de la media.

Destacan el índice de medio ambiente (valor máximo de 3.78) y el de comunidad (valor máximo de 3.30), correspondientes a la empresa **Peñoles** que pertenece al sector de Exploración, explotación y extracción de pozos, minas y canteras.

**Tabla 31. Comportamiento de la divulgación de información por categorías México**

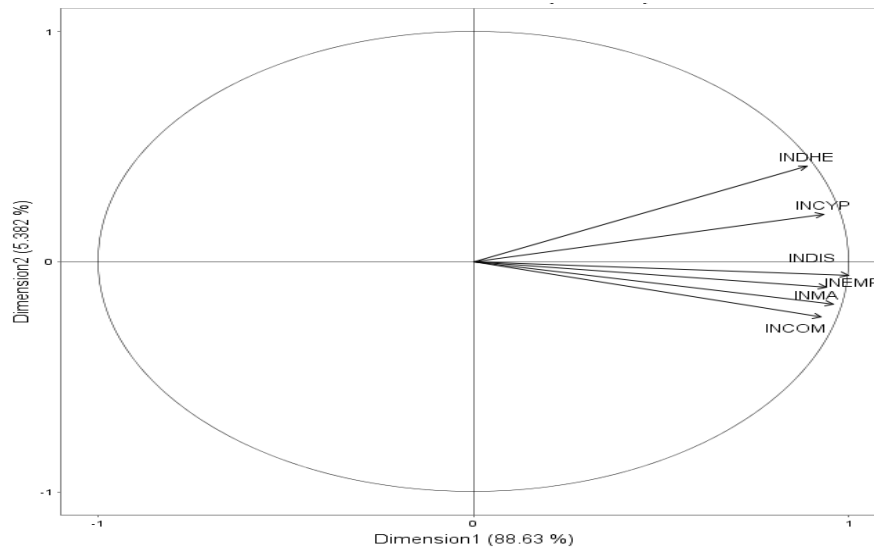
| Categorías               | Media | Mediana | Desv. estándar | Mínimo | Máximo |
|--------------------------|-------|---------|----------------|--------|--------|
| Empleados                | 0.49  | 0.34    | 0.51           | 0.00   | 2.45   |
| Medio ambiente           | 0.55  | 0.17    | 0.89           | 0.00   | 3.78   |
| Comunidad                | 0.59  | 0.19    | 0.84           | 0.00   | 3.30   |
| Consumidores y productos | 0.38  | 0.26    | 0.43           | 0.00   | 1.91   |
| Derechos humanos y ética | 0.48  | 0.31    | 0.41           | 0.06   | 1.75   |

*Fuente: elaboración propia con base en R3.0.1*

Al igual que se hizo con las empresas de Chile y Colombia, para México se analizó la correlación de los índices a partir del círculo de correlaciones (ver Figura 14). Cabe destacar que el primer plano factorial graficado posee una alta inercia (94.01%), con lo cual el análisis se circunscribe a este plano.

En lo que respecta al comportamiento de los índices en las diferentes categorías, en México todos los índices tienen similar comportamiento y no se destaca ninguno en particular, como sucede en Chile con medio ambiente, y en Colombia con consumidores y productos, es decir, que en México las pocas empresas que revelan un volumen alto de información lo hacen sobre todas las categorías y las que no lo hacen, las ignoran, (ver las dimensiones de los índices en el anexo 12).

**Figura 14. Círculo de correlaciones entre los índices de divulgación de información sobre RSC de las empresas mexicanas**

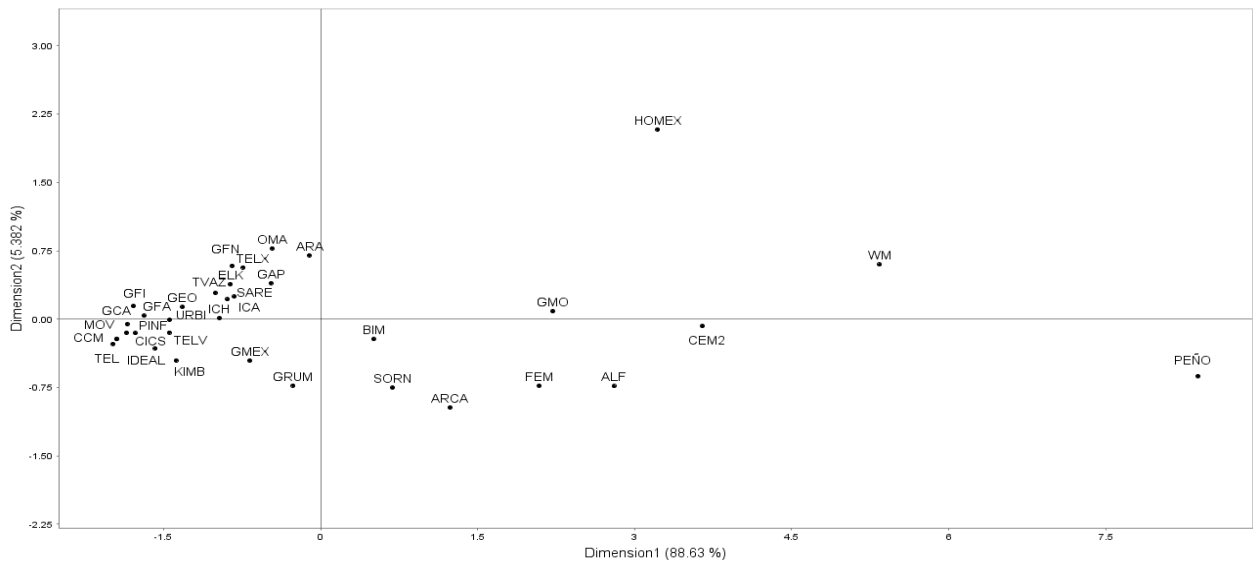


**Fuente: elaboración propia con base en R3.0.1**

Es importante destacar que, aunque México presenta los valores de mediana más bajos y la mayor heterogeneidad en los datos, algunas de las empresas de la población presentan los valores máximos alcanzados por el total de las empresas objeto de estudio. No obstante, se puede observar que, al igual que en los otros dos países, la mayor parte de las empresas presentan niveles bajos de información (véase Figura 15). Sin embargo, en México existen, como en Colombia, empresas con valores atípicos altos (véase las empresas que están más hacia la derecha en el factor 1), como es el caso de Peñoles y Wal-Mart.

Cabe destacar los valores máximos presentados en la categoría de medio ambiente (3.78) y comunidad (3.3) que ostenta la empresa Peñoles, convirtiéndose en los más altos del total de la población analizada. Sin embargo, y similar a los otros dos países, hay una gran concentración de empresas con índices muy bajos (véase anexo 13).

**Figura 15. Ubicación de las empresas mexicanas en el primer plano factorial**

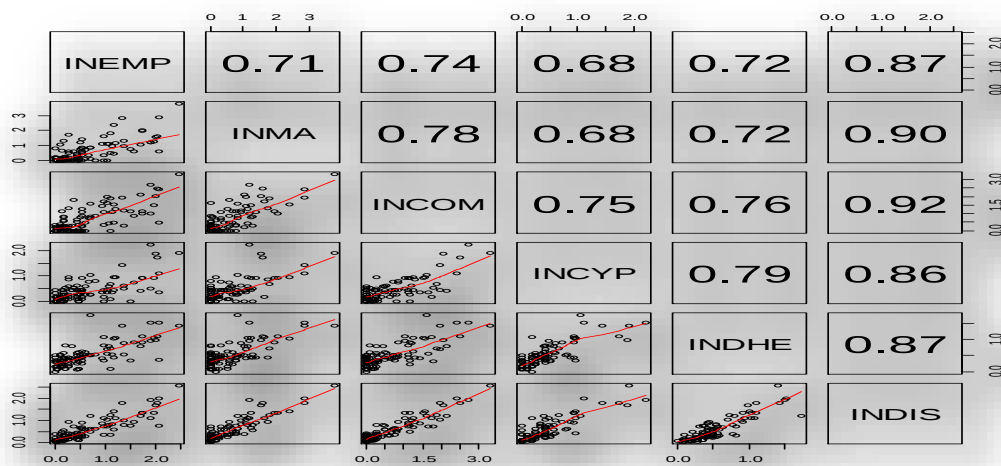


**Fuente:** elaboración propia con base en R3.0.1

#### 6.2.1.4 Análisis comparativo entre países.

Considerando las empresas de los tres países en su conjunto, se advierte una correlación positiva entre cada uno de los índices para el conjunto de las empresas (véase Figura 16), con lo cual se puede decir que para el caso de los tres países investigados, las empresas tienden a difundir de manera general en todos los aspectos o no lo hacen en ninguno de ellos.

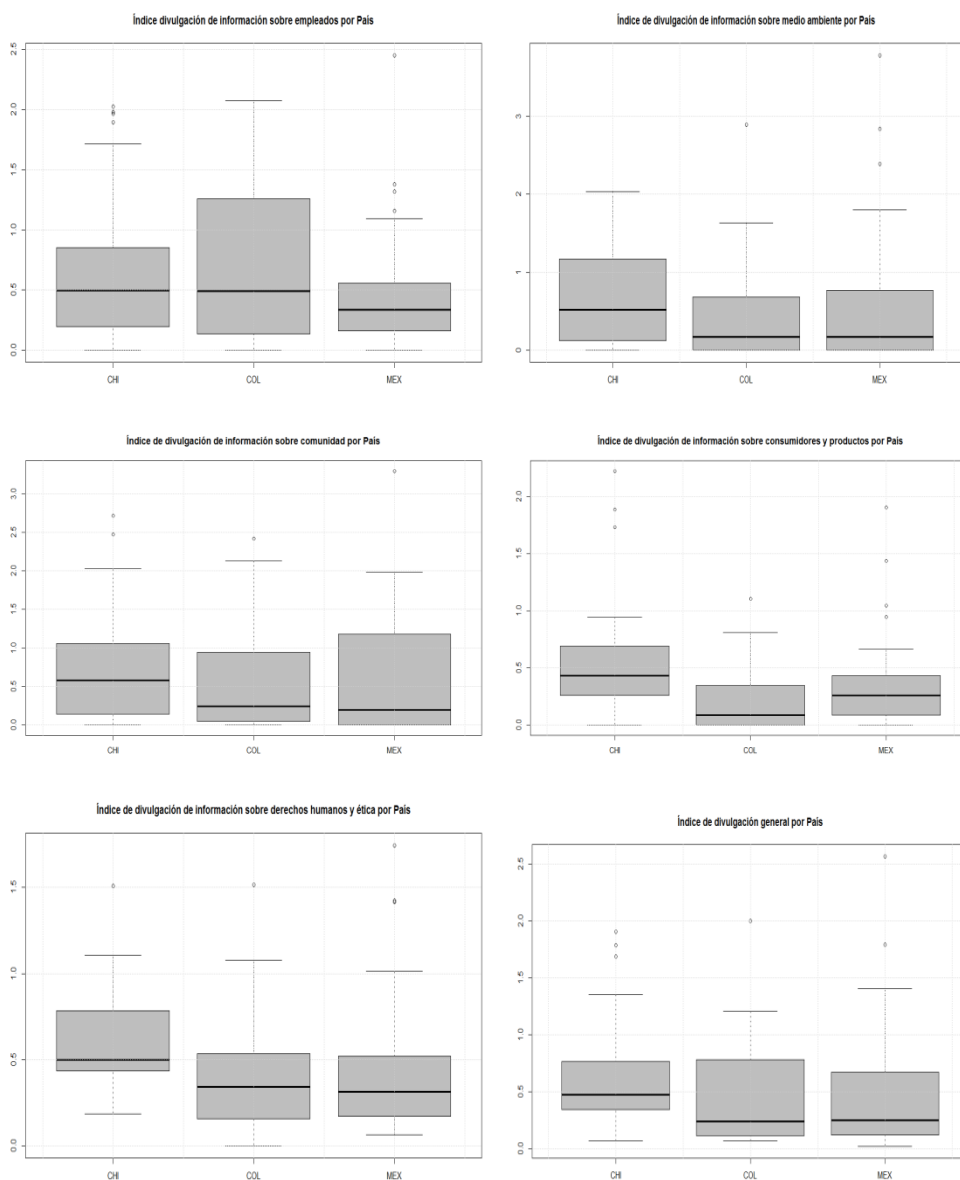
**Figura 16. Matriz de correlaciones de los índices de las diferentes categorías de RSC para los tres países (Chile, Colombia y México).**



**Fuente:** elaboración propia con base en R3.0.1

Del estudio comparativo del comportamiento de cada uno de los índices entre países (ver Figura 17), se deduce que la divulgación de información sobre empleados en los tres países es baja, con un valor de la mediana que no supera el 0.5 en el valor del índice. Sin embargo, México presenta una menor variabilidad en el índice, ubicándose en lo más bajo, mientras que Colombia presenta mayor dispersión y pocas empresas entre 1.5 y 2.

**Figura 17. Comparativo de medianas para los índices de las diferentes categorías de RSC para los tres países (Chile, Colombia y México)**



**Fuente:** elaboración propia con base en R3.0.1

De igual forma que con el índice de empleados, en medio ambiente los tres países presentan un comportamiento muy bajo, con una mediana inferior a 1 en todos los casos. Sin embargo, Chile ostenta un mayor número de empresas con calificaciones que superan este valor, pero sin representar diferencias importantes respecto a los otros dos países. En cuanto a los índices de comunidad, consumidores y productos y derechos humanos y ética, se advierte un comportamiento relativamente similar en los tres países, exceptuando el caso del índice de derechos humanos y ética en donde las empresas chilenas muestran unos índices de divulgación un poco mayores a los de las empresas de Colombia y México.

Por otro lado, en el caso de consumidores y productos, las empresas de Chile registran índices un poco más elevados que para Colombia y México. En cuanto al índice general, no se advierten diferencias marcadas entre los países y se observa que este índice es marcadamente bajo en las empresas de los tres países, ya que el 75% de las firmas de la población presentaron índices inferiores a 1.

A partir de los estadísticos básicos se percibe que en el caso de Colombia, aunque sus valores máximos son muy similares a los de las empresas chilenas, los datos de la mediana sugieren que al menos el 50% de las empresas presenta niveles muy bajos en sus índices en todas sus categorías (ver Tabla 32).

**Tabla 32. Comparativo de la divulgación de información por categoría para los tres países**

|          | ESTADÍSTICO. | INEMP         | INMA          | INCOM         | INCYP         | INDHE         | INDIS         |
|----------|--------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|---------------|
| CHILE    | Máximo       | 2,0265        | 2,0357        | 2,7149        | <b>2,2262</b> | 1,5100        | 1,9095        |
|          | Mínimo       | 0,0000        | 0,0000        | 0,0000        | 0,0000        | 0,1852        | 0,0702        |
|          | Media        | 0.6620        | 0.6780        | 0.6940        | <b>0.5650</b> | 0.6010        | 0.6400        |
|          | Mediana      | <b>0,4972</b> | <b>0,5172</b> | <b>0,5769</b> | <b>0,4310</b> | <b>0,4986</b> | <b>0,4761</b> |
| COLOMBIA | Máximo       | 2,0739        | 2,8869        | 2,4208        | 1,1055        | 1,5171        | 2,0008        |
|          | Mínimo       | 0,0000        | 0,0000        | 0,0000        | 0,0000        | 0,0000        | 0,0678        |
|          | Media        | 0.8000        | 0.5320        | 0.6190        | <b>0.2540</b> | 0.3870        | 0.5310        |
|          | Mediana      | 0,4924        | 0,1667        | 0,2432        | 0,0862        | 0,3419        | 0,2443        |
| MÉXICO   | Máximo       | <b>2,4527</b> | <b>3,7798</b> | <b>3,2975</b> | 1,9067        | <b>1,7450</b> | <b>2,5708</b> |
|          | Mínimo       | 0,0000        | 0,0000        | 0,0000        | 0,0000        | 0,0641        | 0,0232        |
|          | Media        | 0.4910        | 0.5460        | 0.5880        | <b>0.3803</b> | 0.4460        | 0.4910        |
|          | Mediana      | 0,3362        | 0,1667        | 0,1923        | 0,2586        | 0,3134        | 0,2528        |

**Fuente: elaboración propia**

Destaca la categoría de empleados que tiene una mediana de 0,49, la más alta presentada por los índices de las empresas en este país, pero muy baja si se considera que por lo menos el 50% de las empresas tiene un índice inferior o igual a este resultado en una escala de 0 a 5. Por otro lado, se observa que la media más baja la presenta el índice de consumidores y productos en todos los países.

Resultados en esta misma línea se observan en el estudio realizado por Aranguren & Ochoa (2008) quienes, en su análisis sobre empresas europeas, encuentran similitud en la información sobre empleados para los países analizados, aunque con mayores niveles de divulgación de información.

En cuanto al comportamiento de las empresas de América Latina frente a la divulgación de información sobre RSC, Calderón (2011), en un estudio comparativo sobre la divulgación de información social de empresas de América Latina y Asia Sudoriental, encontró mayor divulgación de información sobre ética y códigos de conducta en las empresas de América Latina. El autor sugiere que este comportamiento se debe a la internacionalización de las corporaciones y su necesidad de presentar una imagen positiva frente al mercado. Estos resultados coinciden en alguna medida con los encontrados en el presente estudio, ya que en el tema de derechos humanos y ética (que incluye el tema de gobierno corporativo) la mediana no es tan baja como en el caso de otras categorías, al menos, en el caso de Colombia y México.

Existen otros estudios que hicieron su análisis a partir de los informes registrados en el GRI y encontraron que ha aumentado el número de empresas latinoamericanas que emiten información sobre RSC, reflejándose así un avance en el tema. Sin embargo, estos estudios son generales y no entran a analizar la información reportada, basando sus conclusiones en la existencia de un reporte o informe corporativo sobre RSC (Gómez-Villegas & Quintanilla, 2012; João *et al.*, Ortas & Moneva, 2011, entre otros). Si bien su aporte es importante, se hace necesario ahondar en el estudio con el fin de conocer mejor la situación de la divulgación de RSC en estos países.

Con lo anteriormente descrito y considerando el contexto económico en el que se mueven las empresas de la población estudiada, se podría suponer que el bajo desarrollo del mercado de valores en los países estudiados puede generar una menor presión de información sobre las empresas y por tanto estas no encuentran suficientes incentivos para divulgar información sobre RSC, contrario a lo que sucede en países cuyas empresas tienen un alto nivel de democratización de su capital. En este sentido, países con mercados de valores más desarrollados generan incentivos que motivan a la divulgación de información ya que ésta ayuda a disminuir los costes políticos y los costes de agencia (Prado-Lorenzo, *et al.*, 2009). Sin embargo, hay que tener en cuenta que el mercado de valores en los tres países está fuertemente regulado y obliga a las empresas a emitir información dirigida a los posibles inversores y a los accionistas, así como a los organismos reguladores.

#### ***6.2.1.5 Divulgación de información por categorías comparativo entre países de acuerdo con el sector de actividad.***

Con el fin de complementar el análisis del comportamiento de la divulgación de información sobre RSC por categorías y por países, se ha realizado un examen por sectores a partir de la mediana (ver Tabla 33). Es importante resaltar que N/A (no aplica) corresponde a aquellos sectores no representados o que están compuestos por una sola empresa.

Como se puede notar (ver Figura 18), el valor de la mediana es muy bajo en todos los sectores, con algunas excepciones en donde los valores están por encima de 1. Gráficamente se puede observar, que en el sector de agricultura, silvicultura y pesca (1) las empresas tienden a divulgar más información sobre medio ambiente y empleados, pero con niveles muy bajos (menores a 2) y solo hay representación de empresas Chilenas, ya que Colombia y México no tienen empresas en este sector (ver Tabla 33).

Destaca el comportamiento de los índices para el sector de exploración, explotación y extracción de pozos, minas y canteras (2), en el cual se aprecia que las empresas de Chile presentan los niveles más bajos de información, seguidas por las empresas

de Colombia, pero con índices altos para las empresas mexicanas, destacándose la información de comunidad y medio ambiente en donde los índices más altos los ostenta la empresa Peñoles<sup>82</sup>.

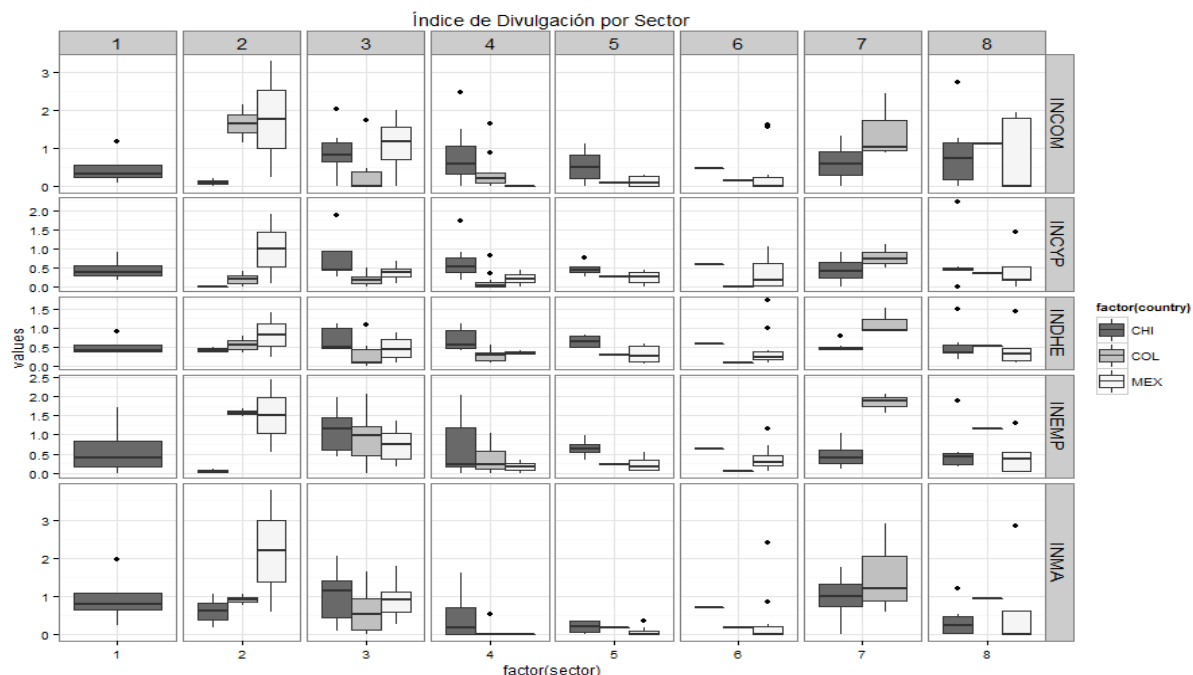
**Tabla 33. Comparativo de la divulgación de información por categoría y sector para los tres países a partir de la mediana**

| IND.  | SECTOR                                                           | CHILE       | COLOMBIA    | MÉXICO      |
|-------|------------------------------------------------------------------|-------------|-------------|-------------|
| INEMP | Agricultura, silvicultura y pesca                                | 0.39        | N/A         | N/A         |
|       | Exploración, explotación y extracción de pozos, minas y canteras | 0.06        | <b>1.58</b> | <b>1.51</b> |
|       | Industrias manufactureras                                        | <b>1.16</b> | 0.98        | 0.74        |
|       | Financiero                                                       | 0.22        | 0.22        | 0.17        |
|       | Transporte, almacenamiento y comunicaciones                      | 0.63        | N/A         | 0.16        |
|       | Construcción                                                     | N/A         | N/A         | 0.27        |
|       | Suministro de electricidad, gas y agua                           | 0.40        | <b>1.91</b> | N/A         |
|       | Servicios en general                                             | 0.51        | N/A         | 0.38        |
| INMA  | Agricultura, silvicultura y pesca                                | 0.78        | N/A         | N/A         |
|       | Exploración, explotación y extracción de pozos, minas y canteras | 0.61        | 0.90        | <b>2.18</b> |
|       | Industrias manufactureras                                        | <b>1.14</b> | 0.51        | 0.90        |
|       | Sector financiero                                                | 0.17        | 0.00        | 0.00        |
|       | Transporte, almacenamiento y comunicaciones                      | 0.21        | N/A         | 0.00        |
|       | Construcción                                                     | N/A         | N/A         | 0.00        |
|       | Suministro de electricidad, gas y agua                           | 0.99        | <b>1.18</b> | N/A         |
|       | Servicios en general                                             | 0.61        | N/A         | 0.00        |
| INCOM | Agricultura, silvicultura y pesca                                | 0.31        | N/A         | N/A         |
|       | Exploración, explotación y extracción de pozos, minas y canteras | 0.10        | <b>1.64</b> | <b>1.77</b> |
|       | Industrias manufactureras                                        | 0.82        | 0.00        | <b>1.18</b> |
|       | Sector financiero                                                | 0.58        | 0.19        | 0.00        |
|       | Transporte, almacenamiento y comunicaciones                      | 0.51        | N/A         | 0.10        |
|       | Construcción                                                     | N/A         | N/A         | 0.00        |
|       | Suministro de electricidad, gas y agua                           | 0.58        | <b>1.01</b> | N/A         |
|       | Servicios en general                                             | 0.58        | N/A         | 0.00        |
| INCYP | Agricultura, silvicultura y pesca                                | 0.38        | N/A         | N/A         |
|       | Exploración, explotación y extracción de pozos, minas y canteras | 0.00        | 0.20        | <b>1.00</b> |
|       | Industrias manufactureras                                        | 0.43        | 0.17        | 0.39        |
|       | Sector financiero                                                | 0.52        | 0.04        | 0.22        |
|       | Transporte, almacenamiento y comunicaciones                      | 0.43        | N/A         | 0.26        |
|       | Construcción                                                     | N/A         | N/A         | 0.17        |
|       | Suministro de electricidad, gas y agua                           | 0.42        | 0.73        | N/A         |
|       | Servicios en general                                             | 0.43        | N/A         | 0.17        |
| INDHE | Agricultura, silvicultura y pesca                                | 0.42        | N/A         | N/A         |
|       | Exploración, explotación y extracción de pozos, minas y canteras | 0.42        | 0.57        | 0.83        |
|       | Industrias manufactureras                                        | 0.50        | 0.09        | 0.44        |
|       | Sector financiero                                                | 0.57        | 0.28        | 0.35        |
|       | Transporte, almacenamiento y comunicaciones                      | 0.64        | N/A         | 0.28        |
|       | Construcción                                                     | N/A         | N/A         | 0.22        |
|       | Suministro de electricidad, gas y agua                           | 0.47        | 0.95        | N/A         |
|       | Servicios en general                                             | 0.50        | N/A         | 0.31        |

**Fuente: elaboración propia**

<sup>82</sup>Es importante tener en cuenta que el número de empresas por país en este sector es igual, 2 para cada país.

**Figura 18. Diagrama de Cajas para los Índices por Sector y País**



**Fuente: elaboración propia**

Para el caso del sector industrias manufactureras (3), se advierte que los índices son bajos a pesar de la alta participación de estas empresas en el total de la muestra (21%). Las empresas de Colombia son, en términos generales, las de menores índices; con índices levemente más altos se encuentran las empresas de Chile y México, destacándose el índice de comunidad en las empresas mexicanas y el índice de medio ambiente y empleados en las empresas chilenas.

Siguiendo con este análisis, las empresas pertenecientes al sector financiero (4) muestran un patrón muy marcado, evidenciándose mejores índices de divulgación en las empresas de Chile, seguidas por las de Colombia con índices bajos y, por último, se encuentran las empresas mexicanas que reportan muy bajos índices. Es importante tener en cuenta que uno de los sectores más representativos en la población total es este sector, que ocupa el 22% de participación sobre el total de las empresas examinadas (México tiene menor representación con 3 empresas frente a 12 que tiene Colombia y 7 Chile).

Se destaca que, si bien Colombia es el país que tiene mayor representación de este sector, son las empresas de Chile las que reflejan los índices más altos, sobresaliendo el Banco Santander de este país con un nivel relativamente alto si se compara con los demás índices de información sobre empleados y medio ambiente, en donde obtiene 2.03 y 1.60 respectivamente.

En el caso del sector de transporte, almacenamiento y comunicaciones (5), se aprecia que las empresas de Chile revelan índices superiores a las empresas de los otros países, pero con niveles muy bajos, predominando la información sobre comunidad. Un comportamiento similar se nota en las empresas del sector de la construcción (6), en donde los índices son muy bajos para los tres países. México presenta un comportamiento diferente, ya que es el país que tiene mayor representación de empresas en este sector, 9, mientras que Colombia y Chile solo tienen 1 empresa. Las firmas mexicanas brindan mayor información sobre consumidores y productos y sobre empleados, sin embargo, Chile exhibe los índices más altos, comparativamente, pero con una empresa que representa el sector.

Para el caso del sector de suministro de electricidad, gas y agua (7) percibimos que Colombia tiene mejores índices que Chile a pesar de tener solo 3 empresas en este sector, frente a Chile que tiene 8. Las categorías con los índices más altos son medio ambiente y empleados, predominando la empresa ISAGEN.

Por último, el sector de servicios en general (8), muestra que las empresas de México presentan los índices más altos de información en comunidad, sin embargo, en las otras categorías no ocurre lo mismo. Hay que tener en cuenta que tal sector tiene solo 1 empresa en Colombia, pero esta refleja los índices más altos en las categorías de empleados y medio ambiente.

### **6.2.2 Revelación de información por elementos**

Para analizar el nivel de divulgación de información sobre los elementos, en cada categoría y para cada país, se estudió el comportamiento de los datos a partir del

valor de la mediana. A continuación se muestra un resumen de los resultados y un análisis comparativo de los tres países.

#### **6.2.2.1 Revelación de información por elementos para Chile**

En términos generales, las empresas analizadas tienden a divulgar más información cualitativa que cuantitativa (ver Tabla 34), destacándose la información sobre empleados, medio ambiente y algunos elementos de comunidad, derechos humanos y ética. El valor de la mediana más alto lo ostenta, en información cuantitativa y cualitativa, el elemento de **derechos humanos en el trabajo** con 0.40 y 1, respectivamente.

Los elementos sobre los que hay un menor nivel de divulgación de información pertenecen a la categoría de consumidores y productos. Sin embargo, dentro de esta categoría, destaca por sus valores máximos la información sobre **calidad de los productos y servicios** (0.89), **relaciones con los clientes** (1) y **otra información** (0.75), en información cualitativa. En medio ambiente hay valores altos en información cuantitativa, pero el valor de la mediana es cero en todos los elementos de esta categoría.

En la información cualitativa el valor de la mediana obtenido por los diferentes elementos es muy bajo, aunque sí hay elementos donde el valor máximo ha sido de 1. Lo anterior sugiere que la mitad de las empresas no revelan información cuantitativa sobre medio ambiente o divulgan muy poca información, no obstante, hay empresas que destacan sobre las demás.

Los anteriores resultados coinciden en algunos aspectos con los obtenidos por Clavel, *et al.*, (2003) que encuentran que en Alemania, España y Reino Unido las empresas analizadas dan mayor importancia a temas relacionados con empleados y medio ambiente. Sin embargo, las empresas de Chile divulgan poca información sobre relaciones industriales (resultados que coinciden, en parte, con el estudio de Aranguren & Ochoa, 2008) y la mayor parte de la información es cualitativa.

**Tabla 34. Análisis de la información por elementos (información cuantitativa – cualitativa)  
Chile (escala 0-1)**

| CHILE                    |                                                             | Información cuantitativa |      |       |             |           | Información cualitativa |     |       |             |           |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------|--------------------------|------|-------|-------------|-----------|-------------------------|-----|-------|-------------|-----------|
|                          |                                                             | Max                      | Min  | Media | Mediana     | Des. Est. | Max                     | Min | Media | Mediana     | Des. Est. |
| EMPLEADOS                | Comunicación y consulta                                     | 0,40                     | 0    | 0.05  | 0.00        | 0.12      | <b>0,71</b>             | 0   | 0.12  | 0.00        | 0.19      |
|                          | Relaciones industriales                                     | 0,38                     | 0    | 0.06  | 0.00        | 0.11      | 0,60                    | 0   | 0.17  | 0.00        | 0.20      |
|                          | Salud y seguridad                                           | 0,44                     | 0    | 0.06  | 0.00        | 0.12      | <b>0,88</b>             | 0   | 0.20  | 0.13        | 0.24      |
|                          | Formación y desarrollo profesional                          | <b>0,78</b>              | 0    | 0.16  | 0.11        | 0.18      | <b>0,83</b>             | 0   | 0.29  | 0.33        | 0.24      |
|                          | Retribución y condiciones de trabajo                        | 0,56                     | 0    | 0.10  | 0.11        | 0.13      | 0,63                    | 0   | 0.17  | 0.13        | 0.17      |
|                          | Contrataciones y despido                                    | <b>0,80</b>              | 0    | 0.05  | 0.00        | 0.15      | 0,57                    | 0   | 0.07  | 0.00        | 0.11      |
|                          | Otra información                                            | <b>1.00</b>              | 0    | 0.13  | 0.00        | 0.22      | <b>1.00</b>             | 0   | 0.28  | 0.33        | 0.25      |
| MEDIO AMBIENTE           | Políticas, declaraciones y sis. Gestión                     | 0,25                     | 0    | 0.02  | 0.00        | 0.06      | 0,67                    | 0   | 0.18  | 0.08        | 0.19      |
|                          | Consumo y conservación de recursos                          | 0,50                     | 0    | 0.09  | 0.00        | 0.16      | <b>1.00</b>             | 0   | 0.46  | 0.00        | 0.51      |
|                          | Emisiones, vertidos y residuos e impacto en los ecosistemas | 0,60                     | 0    | 0.10  | 0.00        | 0.16      | <b>1.00</b>             | 0   | 0.27  | 0.33        | 0.26      |
|                          | Energía                                                     | 0,67                     | 0    | 0.08  | 0.00        | 0.18      | <b>1.00</b>             | 0   | 0.41  | 0.00        | 0.50      |
|                          | Productos                                                   | 0,50                     | 0    | 0.03  | 0.00        | 0.11      | <b>1.00</b>             | 0   | 0.11  | 0.00        | 0.23      |
|                          | Inversiones y gastos medioambientales                       | 0,67                     | 0    | 0.15  | 0.00        | 0.21      | <b>1.00</b>             | 0   | 0.33  | 0.00        | 0.44      |
|                          | Otra información                                            | 0,40                     | 0    | 0.08  | 0.00        | 0.13      | 0,5                     | 0   | 0.14  | 0.13        | 0.15      |
| COMUNIDAD                | Actividades de apoyo a la comunidad/ compromiso social      | <b>0,75</b>              | 0    | 0.06  | 0.00        | 0.18      | 0,67                    | 0   | 0.18  | 0.11        | 0.22      |
|                          | Patrocinio y mecenazgo                                      | <b>1.00</b>              | 0    | 0.21  | 0.00        | 0.41      | 0,67                    | 0   | 0.24  | 0.17        | 0.25      |
|                          | Actividades benéficas/filantropía                           | 0,67                     | 0    | 0.11  | 0.00        | 0.18      | <b>1.00</b>             | 0   | 0.30  | 0.00        | 0.35      |
|                          | Compromiso de los empleados con la comunidad                | <b>0,75</b>              | 0    | 0.07  | 0.00        | 0.18      | <b>1.00</b>             | 0   | 0.19  | 0.00        | 0.28      |
|                          | Otra información                                            | 0,17                     | 0    | 0.04  | 0.00        | 0.07      | <b>0,83</b>             | 0   | 0.15  | 0.00        | 0.20      |
| CONSUMIDORES Y PRODUCTOS | Calidad de los productos y servicios                        | 0,17                     | 0    | 0.00  | 0.00        | 0.03      | <b>0,89</b>             | 0   | 0.20  | 0.11        | 0.23      |
|                          | Seguridad de los productos y de los clientes                | 0,33                     | 0    | 0.02  | 0.00        | 0.07      | 0,60                    | 0   | 0.12  | 0.10        | 0.15      |
|                          | Relaciones con los clientes                                 | 0,40                     | 0    | 0.03  | 0.00        | 0.10      | <b>1.00</b>             | 0   | 0.36  | 0.33        | 0.27      |
|                          | Otra información                                            | 0,67                     | 0    | 0.05  | 0.00        | 0.14      | <b>0,75</b>             | 0   | 0.20  | 0.25        | 0.21      |
| DERECHOS HUMANOS Y ÉTICA | Derechos humanos en la cadena de suministros                | 0.00                     | 0    | 0.00  | 0.00        | 0.00      | 0.00                    | 0   | 0.00  | 0.00        | 0.00      |
|                          | Derechos humanos en el trabajo                              | 0,60                     | 0    | 0.32  | <b>0.40</b> | 0.13      | 0,40                    | 0   | 0.08  | <b>1.00</b> | 0.47      |
|                          | Soborno y corrupción                                        | 0,40                     | 0    | 0.01  | 0.00        | 0.06      | 0,67                    | 0   | 0.08  | 0.00        | 0.19      |
|                          | Donaciones a partidos políticos                             | 0.00                     | 0    | 0.00  | 0.00        | 0.00      | 0,33                    | 0   | 0.01  | 0.00        | 0.05      |
|                          | Libre competencia                                           | 0,50                     | 0    | 0.04  | 0.00        | 0.13      | 0,25                    | 0   | 0.03  | 0.00        | 0.08      |
|                          | Gobierno corporativo                                        | 0,67                     | 0,17 | 0.31  | 0.33        | 0.11      | <b>0,80</b>             | 0   | 0.33  | 0.40        | 0.19      |
|                          | Otra información                                            | 0,33                     | 0    | 0.06  | 0.00        | 0.10      | 0,50                    | 0   | 0.11  | 0.10        | 0.15      |

*Fuente: elaboración propia*

En la categoría de derechos humanos y ética se refleja una tendencia a divulgar información sobre derechos en el trabajo y gobierno corporativo. Esto puede explicarse, como lo manifiesta Giner (1997), por la presión del mercado y por la coerción legal o normas específicas relacionadas con el tema que obliga a la

divulgación sobre estos aspectos<sup>83</sup>. De acuerdo con lo observado, parece ser que la fuerza de la ley es un motor para la divulgación de información (Larrinaga, *et al.*, 2002).

#### **6.2.2.2 Revelación de información por elementos para Colombia**

Para Colombia se encuentra un nivel más bajo de información en todos los elementos en general. Se observan valores altos en la información cualitativa y, escudriñando en los valores de la mediana, parece que un mayor porcentaje de empresas divulgan información cualitativa (ver Tabla 35).

Tratándose de datos cualitativos, se distingue de alguna manera la información sobre empleados y sobre medio ambiente en cuanto a valores máximos. Elementos como patrocinio y mecenazgo y actividades de apoyo a la comunidad muestran valores relativamente altos, a pesar de que el valor de la mediana es cero, con lo cual no es generalizada la divulgación de estos elementos.

Los valores más altos de la mediana se encuentran en **empleados** (formación y desarrollo, 0.22 en información cuantitativa y 0.17, en información cualitativa; retribución y condiciones de trabajo 0.22, en información cuantitativa y contrataciones y despidos 0.20, en información cuantitativa), **consumidores y productos** (relaciones con clientes 0.17, en información cualitativa) y **derechos humanos y ética** (soborno y corrupción 0.20, en información cuantitativa y gobierno corporativo, 0.20 en información cualitativa).

---

<sup>83</sup>En Chile el mercado de valores está regulado por el Estado a partir de una serie de normas que incluyen también una normativa muy precisa para el gobierno corporativo de las sociedades anónimas.

**Tabla 35. Análisis de la información por elementos (información cuantitativa – cualitativa)- Colombia (escala 0-1)**

| COLOMBIA                 |                                                             | Información cuantitativa |      |      |      |            | Información cualitativa |      |      |      |            |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------|--------------------------|------|------|------|------------|-------------------------|------|------|------|------------|
|                          |                                                             | Max                      | Min  | Pro  | Med. | Des. estn. | Max                     | Min  | Pro  | Med. | Des. estn. |
| EMPLEADOS                | Comunicación y consulta                                     | 0,60                     | 0.0  | 0.10 | 0.00 | 0.18       | <b>0,71</b>             | 0.00 | 0.20 | 0.14 | 0.23       |
|                          | Relaciones industriales                                     | 0,38                     | 0.0. | 0.03 | 0.00 | 0.10       | 0,6                     | 0.00 | 0.12 | 0.00 | 0.20       |
|                          | Salud y seguridad                                           | 0,56                     | 0.0  | 0.16 | 0.11 | 0.20       | 0,63                    | 0.00 | 0.19 | 0.13 | 0.23       |
|                          | Formación y desarrollo profesional                          | 0,56                     | 0.0  | 0.20 | 0.22 | 0.19       | <b>1.00</b>             | 0.00 | 0.31 | 0.17 | 0.30       |
|                          | Retribución y condiciones de trabajo                        | 0,44                     | 0.0  | 0.21 | 0.22 | 0.14       | <b>0,75</b>             | 0.00 | 0.15 | 0.13 | 0.17       |
|                          | Contrataciones y despido                                    | 0,60                     | 0.0  | 0.24 | 0.20 | 0.27       | 0,43                    | 0.00 | 0.06 | 0.00 | 0.11       |
|                          | Otra información                                            | 0,33                     | 0.0  | 0.02 | 0.00 | 0.09       | 0,67                    | 0.00 | 0.07 | 0.00 | 0.17       |
| MEDIO AMBIENTE           | Políticas, declaraciones y sistemas de gestión              | 0,20                     | 0.0  | 0.02 | 0    | 0.06       | <b>1.00</b>             | 0.00 | 0.12 | 0.00 | 0.23       |
|                          | Consumo y conservación de recursos                          | 0,60                     | 0.0  | 0.08 | 0.00 | 0.16       | <b>1.00</b>             | 0.00 | 0.30 | 0.00 | 0.47       |
|                          | Emisiones, vertidos y residuos e impacto en los ecosistemas | <b>0,80</b>              | 0.0  | 0.11 | 0.00 | 0.23       | <b>1.00</b>             | 0.00 | 0.16 | 0.00 | 0.28       |
|                          | Energía                                                     | 0,67                     | 0.0  | 0.09 | 0.00 | 0.20       | <b>1.00</b>             | 0.00 | 0.15 | 0.00 | 0.36       |
|                          | Productos                                                   | 0.00                     | 0.0  | 0.00 | 0.00 | 0.00       | 0,33                    | 0.00 | 0.02 | 0.00 | 0.09       |
|                          | Invers. y gastos medioambientales                           | 0,67                     | 0.0  | 0.11 | 0.00 | 0.18       | 0,50                    | 0.00 | 0.17 | 0.00 | 0.24       |
|                          | Otra información                                            | 0,20                     | 0.0  | 0.02 | 0    | 0.06       | <b>0,75</b>             | 0.00 | 0.10 | 0.00 | 0.17       |
| COMUNIDAD                | Actividades de apoyo a la comunidad/ compromiso social      | 0,50                     | 0.0  | 0.08 | 0.00 | 0.17       | <b>0,78</b>             | 0.00 | 0.21 | 0.11 | 0.24       |
|                          | Patrocinio y mecenazgo                                      | <b>1.00</b>              | 0.0  | 0.11 | 0.00 | 0.32       | <b>0,83</b>             | 0.00 | 0.20 | 0.00 | 0.30       |
|                          | Actividades benéficas/filantropía                           | 0,67                     | 0.0  | 0.15 | 0.00 | 0.21       | 0,67                    | 0.00 | 0.15 | 0.00 | 0.24       |
|                          | Compromiso de los empleados con la comunidad                | 0,50                     | 0.0  | 0.05 | 0.00 | 0.14       | 0,67                    | 0.00 | 0.10 | 0.00 | 0.22       |
|                          | Otra información                                            | 0,17                     | 0.0  | 0.01 | 0.00 | 0.04       | 0,67                    | 0.00 | 0.08 | 0.00 | 0.17       |
| CONSUMIDORES Y PRODUCTOS | Calidad de los productos y servicios                        | 0.00                     | 0.0  | 0.00 | 0.00 | 0.00       | 0,33                    | 0.00 | 0.07 | 0.00 | 0.10       |
|                          | Seguridad de los productos y de los clientes                | 0.00                     | 0.0  | 0.00 | 0.00 | 0.00       | 0,10                    | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.02       |
|                          | Relaciones con los clientes                                 | <b>0,80</b>              | 0.0  | 0.08 | 0.00 | 0.19       | 0,67                    | 0.00 | 0.20 | 0.17 | 0.23       |
|                          | Otra información                                            | 0.00                     | 0.0  | 0.00 | 0.00 | 0.00       | 0,25                    | 0.00 | 0.01 | 0.00 | 0.05       |
| DERECHOS HUMANOS Y ÉTICA | Derechos humanos en la cadena de suministros                | 0,33                     | 0.0  | 0.01 | 0.00 | 0.06       | 0,50                    | 0.00 | 0.02 | 0.00 | 0.10       |
|                          | Derechos humanos en el trabajo                              | <b>0,80</b>              | 0.0  | 0.38 | 0.00 | 0.06       | 0,60                    | 0.00 | 0.07 | 0.00 | 0.10       |
|                          | Soborno y corrupción                                        | 0.00                     | 0.0  | 0.00 | 0.20 | 0.28       | 0,50                    | 0.00 | 0.12 | 0.00 | 0.16       |
|                          | Donaciones a partidos políticos                             | 0.00                     | 0.0  | 0.00 | 0.00 | 0.00       | 0.00                    | 0.00 | 0.00 | 0.00 | 0.00       |
|                          | Libre competencia                                           | 0.00                     | 0.0  | 0.00 | 0.00 | 0.00       | 0,25                    | 0.00 | 0.02 | 0.00 | 0.07       |
|                          | Gobierno corporativo                                        | 0,17                     | 0.0  | 0.01 | 0.00 | 0.04       | 0,60                    | 0.00 | 0.26 | 0.20 | 0.21       |
|                          | Otra información                                            | 0,17                     | 0.0  | 0.01 | 0.00 | 0.03       | 0,40                    | 0.00 | 0.08 | 0.00 | 0.14       |

**Fuente: elaboración propia**

Estos resultados coinciden con lo expresado por Lindgreen, *et al.*, (2010) quienes encontraron que, para una muestra de diez grandes compañías colombianas, las acciones sobre RSC estaban dirigidas principalmente a dar respuesta a los empleados y a los miembros de la comunidad. Un trabajo más reciente (Duque, *et al.*, 2012) sugiere que un tema recurrente sobre la RSC en las empresas en Colombia es el de la comunidad, especialmente en formación, pero contrario a los

resultados obtenidos en el presente estudio, los asuntos menos mencionados son relacionados con los empleados

**6.2.2.3 Revelación de información por elementos para México.** En México se percibe un nivel más bajo de información, dado que la mayoría de los elementos presentan valor cero en la mediana (ver Tabla 36). Los únicos elementos que presentan un valor diferente son **relaciones industriales** (0.20 en información cualitativa), **formación y desarrollo profesional** (0.17 en información cualitativa), **retribución y condiciones de trabajo** (0.11 en información cuantitativa), **calidad de los productos y servicios** (0.11 en información cualitativa), **relaciones con clientes** (0.33 en información cualitativa), **derechos humanos en el trabajo** (0.20 en información cuantitativa), **gobierno corporativo** (0.20 en información cualitativa) y **otra información** (0.10).

En general, las empresas mexicanas divulgan poca información y se presenta una tendencia a revelar datos de tipo cualitativo sobre la mayoría de los elementos que componen las diferentes categorías analizadas. En el caso de derechos humanos en el trabajo, retribución y condiciones de trabajo y contrataciones y despidos un mayor grado de información cuantitativa pero con niveles bajos.

Estos resultados coinciden parcialmente con los obtenidos por Wanderley *et al.*, (2008), quienes encontraron que en los países analizados, incluido México, las empresas presentaban divulgación sobre su código de ética. Por otro lado, y contrario a lo que se evidenció en el presente estudio, Alonso-Almeida *et al.*, (2010) hallaron que las empresas mexicanas que tienen alta visibilidad emitieron información sobre RSC a sus *stakeholders*. Lo anterior puede explicarse a partir de lo ya comentado con relación a la presión de las multinacionales.

**Tabla 36. Análisis de la información por elementos (información cuantitativa – cualitativa)- México (escala 0-1)**

| MÉXICO                   |                                                             | Información cuantitativa |      |             |             |      | Información cualitativa |      |             |             |             |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------|--------------------------|------|-------------|-------------|------|-------------------------|------|-------------|-------------|-------------|
|                          |                                                             | Max                      | Min  | Pro         | Med         | D.E. | Max                     | Min  | Pro         | Med.        | D.E.        |
| EMPLEADOS                | Comunicación y consulta                                     | 0,20                     | 0,00 | 0.02        | 0.00        | 0.06 | 0,57                    | 0,00 | 0.09        | 0.00        | 0.17        |
|                          | Relaciones industriales                                     | 0,63                     | 0,00 | 0.07        | 0.00        | 0.14 | 0,60                    | 0,00 | 0.15        | <b>0.20</b> | 0.18        |
|                          | Salud y seguridad                                           | 0,67                     | 0,00 | 0.09        | 0.00        | 0.17 | <b>0,88</b>             | 0,00 | 0.13        | 0.00        | 0.25        |
|                          | Formación y desarrollo profesional                          | 0,56                     | 0,00 | 0.10        | 0.00        | 0.15 | <b>0,83</b>             | 0,00 | 0.22        | <b>0.17</b> | 0.25        |
|                          | Retribución y condiciones de trabajo                        | 0,56                     | 0,00 | 0.10        | 0.11        | 0.11 | 0,63                    | 0,00 | 0.11        | 0.00        | 0.16        |
|                          | Contrataciones y despido                                    | 0,60                     | 0,00 | 0.11        | 0.00        | 0.16 | 0,29                    | 0,00 | 0.02        | 0.00        | 0.06        |
|                          | Otra información                                            | 0,33                     | 0,00 | 0.04        | 0.00        | 0.11 | 0,67                    | 0,00 | 0.10        | 0.00        | 0.18        |
| MEDIO AMBIENTE           | Políticas, declaraciones y sistemas de gestión              | 0,20                     | 0,00 | 0.03        | 0.00        | 0.11 | <b>1,00</b>             | 0,00 | 0.12        | 0.00        | 0.19        |
|                          | Consumo y conservación de recursos                          | 0,60                     | 0,00 | 0.10        | 0.00        | 0.20 | <b>1,00</b>             | 0,00 | 0.40        | 0.00        | 0.50        |
|                          | Emisiones, vertidos y residuos e impacto en los ecosistemas | <b>0,80</b>              | 0,00 | 0.10        | 0.00        | 0.22 | <b>1,00</b>             | 0,00 | 0.26        | 0.00        | 0.32        |
|                          | Energía                                                     | 0,67                     | 0,00 | 0.12        | 0.00        | 0.28 | <b>1,00</b>             | 0,00 | 0.37        | 0.00        | 0.49        |
|                          | Productos                                                   | 0,00                     | 0,00 | 0.04        | 0.00        | 0.14 | 0,33                    | 0,00 | 0.09        | 0.00        | 0.19        |
|                          | Inversiones y gastos medioambientales                       | 0,67                     | 0,00 | 0.10        | 0.00        | 0.25 | 0,50                    | 0,00 | 0.11        | 0.00        | 0.21        |
|                          | Otra información                                            | 0,20                     | 0,00 | 0.03        | 0.00        | 0.09 | <b>0,75</b>             | 0,00 | 0.11        | 0.00        | 0.23        |
| COMUNIDAD                | Actividades de apoyo a la comunidad/ compromiso social      | 0,50                     | 0,00 | 0.06        | 0.00        | 0.19 | <b>0,78</b>             | 0,00 | 0.21        | 0.00        | 0.28        |
|                          | Patrocinio y mecenazgo                                      | <b>1,00</b>              | 0,00 | 0.09        | 0.00        | 0.28 | <b>0,83</b>             | 0,00 | 0.17        | 0.00        | 0.29        |
|                          | Actividades benéficas/ filantropía                          | 0,67                     | 0,00 | 0.17        | 0.00        | 0.30 | 0,67                    | 0,00 | 0.23        | 0.00        | <b>0.37</b> |
|                          | Compromiso de los empleados con la comunidad                | 0,50                     | 0,00 | 0.04        | 0.00        | 0.14 | 0,67                    | 0,00 | 0.17        | 0.00        | 0.31        |
|                          | Otra información                                            | 0,17                     | 0,00 | 0.02        | 0.00        | 0.07 | 0,67                    | 0,00 | 0.09        | 0.00        | 0.19        |
| CON. Y PRODUCTOS         | Calidad de los productos y servicios                        | 0,00                     | 0,00 | 0.01        | 0.00        | 0.04 | 0,33                    | 0,00 | 0.14        | 0.11        | 0.15        |
|                          | Seguridad de los productos y de los clientes                | 0,00                     | 0,00 | 0.00        | 0.00        | 0.00 | 0,10                    | 0,00 | 0.09        | 0.00        | 0.18        |
|                          | Relaciones con los clientes                                 | <b>0,80</b>              | 0,00 | 0.03        | 0.00        | 0.10 | 0,67                    | 0,00 | <b>0.24</b> | <b>0.33</b> | 0.22        |
|                          | Otra información                                            | 0,00                     | 0,00 | 0.03        | 0.00        | 0.09 | 0,25                    | 0,00 | 0.09        | 0.00        | 0.16        |
| DERECHOS HUMANOS Y ÉTICA | Derechos humanos en la cadena de suministros                | 0,33                     | 0,00 | 0.01        | 0.00        | 0.06 | 0,50                    | 0,00 | 0.02        | 0.00        | 0.07        |
|                          | Derechos humanos en el trabajo                              | <b>0,80</b>              | 0,00 | <b>0.26</b> | <b>0.20</b> | 0.14 | 0,60                    | 0,00 | 0.07        | 0.00        | 0.15        |
|                          | Soborno y corrupción                                        | 0,00                     | 0,00 | 0.06        | 0.00        | 0.20 | 0,50                    | 0,00 | 0.07        | 0.00        | 0.18        |
|                          | Donaciones a partidos políticos                             | 0,00                     | 0,00 | 0.00        | 0.00        | 0.00 | 0,00                    | 0,00 | 0.00        | 0.00        | 0.00        |
|                          | Libre competencia                                           | 0,00                     | 0,00 | 0.00        | 0.00        | 0.00 | 0,25                    | 0,00 | 0.03        | 0.00        | 0.08        |
|                          | Gobierno corporativo                                        | 0,17                     | 0,00 | 0.09        | 0.00        | 0.11 | 0,60                    | 0,00 | <b>0.29</b> | <b>0.20</b> | 0.27        |
|                          | Otra información                                            | 0,17                     | 0,00 | 0.03        | 0.00        | 0.09 | 0,40                    | 0,00 | 0.14        | 0.10        | 0.19        |

*Fuente: elaboración propia*

**6.2.2.4 Revelación de información por elementos: comparativo para los tres países.** A pesar del bajo nivel de divulgación de información sobre RSC encontrado, se advierten diferencias y coincidencias en algunos elementos para cada categoría (ver Tabla 37).

De la categoría de empleados se concluye que en los tres países las empresas muestran una tendencia marcada a divulgar información sobre formación y desarrollo y sobre retribución y condiciones de trabajo, con mayor énfasis en la información cualitativa, aunque con niveles bajos. No obstante, en Colombia se

encuentra el valor más alto de la mediana en información cuantitativa sobre el elemento retribución y condiciones de trabajo y formación y desarrollo profesional.

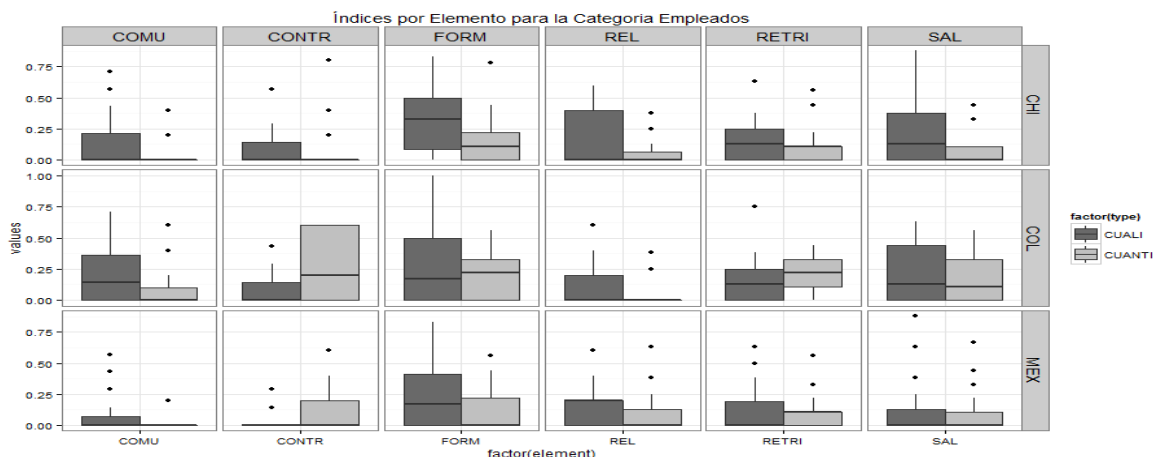
**Tabla 37. Comparativo, a partir de la mediana, de los elementos de cada categoría en los tres países**

| ELEMENTO                 |                                                             | Información cuantitativa |             |      | Información cualitativa |             |             |
|--------------------------|-------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------|------|-------------------------|-------------|-------------|
|                          |                                                             | Chi.                     | Col.        | Méx. | Chi.                    | Col.        | Méx.        |
| EMPLEADOS                | Comunicación y consulta                                     | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | 0.00                    | <b>0.14</b> | 0.00        |
|                          | Relaciones industriales                                     | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | 0.00                    | 0.00        | <b>0.20</b> |
|                          | Salud y seguridad                                           | 0.00                     | 0.11        | 0.00 | <b>0.13</b>             | <b>0.13</b> | 0.00        |
|                          | Formación y desarrollo profesional                          | <b>0.11</b>              | <b>0.22</b> | 0.00 | <b>0.33</b>             | <b>0.17</b> | <b>0.17</b> |
|                          | Retribución y condiciones de trabajo                        | <b>0.11</b>              | <b>0.22</b> | 0.11 | <b>0.13</b>             | <b>0.13</b> | 0.00        |
|                          | Contrataciones y despido                                    | 0.00                     | <b>0.20</b> | 0.00 | 0.00                    | 0.00        | 0.00        |
|                          | Otra información                                            | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | <b>0.33</b>             | 0.00        | 0.00        |
| MEDIO AMBIENTE           | Políticas, declaraciones y sistemas de gestión              | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | <b>0.08</b>             | 0.00        | 0.00        |
|                          | Consumo y conservación de recursos                          | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | 0.00                    | 0.00        | 0.00        |
|                          | Emisiones, vertidos y residuos e impacto en los ecosistemas | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | 0.33                    | 0.00        | 0.00        |
|                          | Energía                                                     | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | 0.00                    | 0.00        | 0.00        |
|                          | Productos                                                   | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | 0.00                    | 0.00        | 0.00        |
|                          | Inversiones y gastos medioambientales                       | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | 0.00                    | 0.00        | 0.00        |
|                          | Otra información                                            | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | <b>0.13</b>             | 0.00        | 0.00        |
| COMUNIDAD                | Actividades de apoyo a la comunidad/ compromiso social      | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | <b>0.11</b>             | <b>0.11</b> | 0.00        |
|                          | Patrocinio y mecenazgo                                      | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | <b>0.17</b>             | 0.00        | 0.00        |
|                          | Actividades benéficas/filantropía                           | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | 0.00                    | 0.00        | 0.00        |
|                          | Compromiso de los empleados con la comunidad                | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | 0.00                    | 0.00        | 0.00        |
|                          | Otra información                                            | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | 0.00                    | 0.00        | 0.00        |
| CON. / PRODUC.           | Calidad de los productos y servicios                        | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | <b>0.11</b>             | 0.00        | <b>0.11</b> |
|                          | Seguridad de los productos y de los clientes                | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | <b>0.10</b>             | 0.00        | 0.00        |
|                          | Relaciones con los clientes                                 | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | <b>0.33</b>             | <b>0.17</b> | <b>0.33</b> |
|                          | Otra información                                            | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | <b>0.25</b>             | 0.00        | 0.00        |
| DERECHOS HUMANOS Y ÉTICA | Derechos humanos en la cadena de suministros                | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | 0.00                    | 0.00        | 0.00        |
|                          | Derechos humanos en el trabajo                              | <b>0.40</b>              | 0.00        | 0.20 | <b>1.00</b>             | 0.00        | 0.00        |
|                          | Soborno y corrupción                                        | 0.00                     | <b>0.20</b> | 0.00 | 0.00                    | 0.00        | 0.00        |
|                          | Donaciones a partidos políticos                             | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | 0.00                    | 0.00        | 0.00        |
|                          | Libre competencia                                           | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | 0.00                    | 0.00        | 0.00        |
|                          | Gobierno corporativo                                        | <b>0.33</b>              | 0.00        | 0.00 | <b>0.40</b>             | <b>0.20</b> | <b>0.20</b> |
|                          | Otra información                                            | 0.00                     | 0.00        | 0.00 | <b>0.10</b>             | 0.00        | <b>0.10</b> |

**Fuente: elaboración propia**

En la Figura 19 se perciben diferencias en los elementos y se halla mayor variación en los datos de la información relacionada con formación y desarrollo profesional y en salud y seguridad, lo que implica que las empresas reflejan un comportamiento diferente a nivel divulgativo en estos elementos. En la gráfica también se corrobora la presencia de datos atípicos correspondientes a aquellas empresas que sobresalen por presentar los índices más altos (estas son un poco más marcadas en México). Por otro lado, en México el comportamiento de las empresas es un poco más homogéneo que en los otros países (a pesar de los datos atípicos) observándose una menor dispersión.

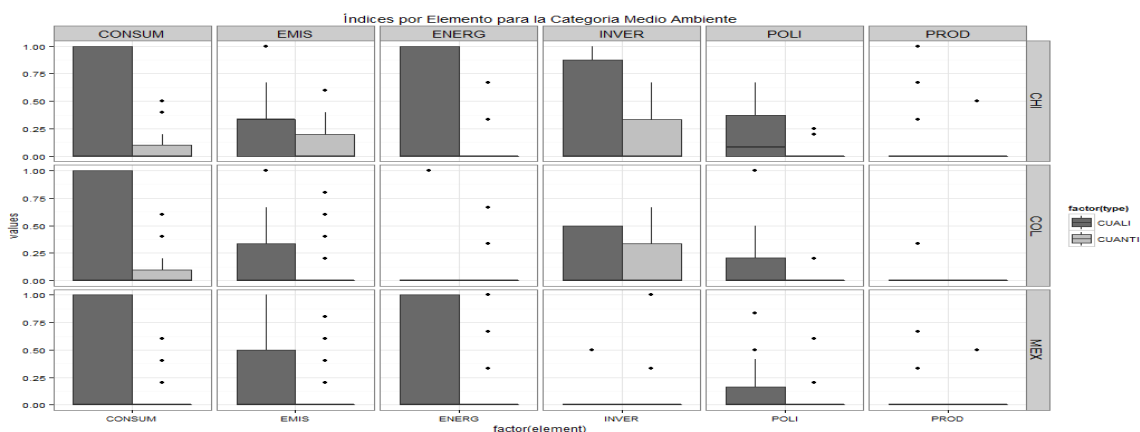
**Figura 19. Comparativo entre países de la mediana de los elementos de la categoría Empleados**



**Fuente:** elaboración propia

En el caso de la categoría de medio ambiente, se pueden destacar las diferencias entre los indicadores cualitativos y cuantitativos de los elementos de emisiones, inversiones y políticas para el caso de los tres países (ver Figura 20). Es importante resaltar que en el caso de consumo y energía, la información cualitativa solo tenía un indicador posible, lo que explica los resultados reflejados en la figura, en donde se observa que las barras llegan hasta el valor de 1 en la información cualitativa, sin embargo, se evidencia que más del 50% están en cero, por lo que no se pueden destacar diferencias en estos casos.

**Figura 20. Comparativo entre países de la mediana de los elementos de la categoría Medio ambiente**

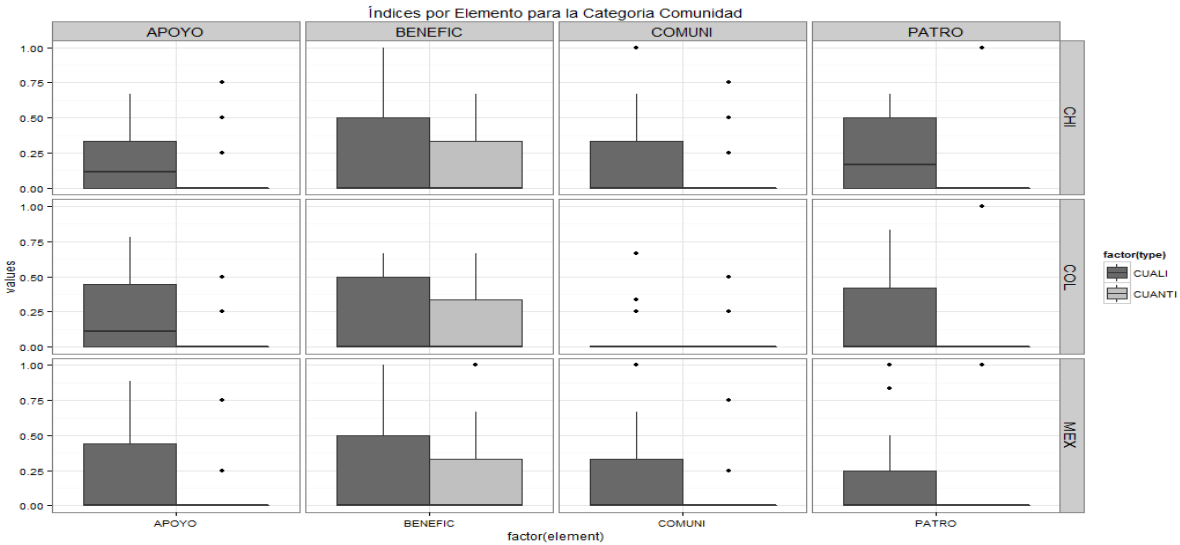


**Fuente:** elaboración propia

Es notorio el comportamiento del elemento productos, en donde la mayoría de las empresas no presenta información y solo se cuenta con datos, para los tres países, de aquellas empresas que reportan altos niveles de información divulgada. De otra parte, se constata un importante número de datos atípicos frente a un bajo nivel de divulgación de información en la mayor parte de los elementos que componen esta categoría.

En los elementos relacionados con la categoría comunidad se percibe un comportamiento más homogéneo en los tres países, aunque es significativa la falta de información en el elemento compromiso de los empleados con la comunidad en Colombia, que no reporta ningún tipo de información. Sobresalen algunos datos atípicos y una muy baja divulgación de información cuantitativa en todos los elementos, excepto las actividades de beneficencia, aunque en esta última hay una alta dispersión (véase Figura 21).

**Figura 21. Comparativo entre países de la mediana de los elementos de la categoría Comunidad**

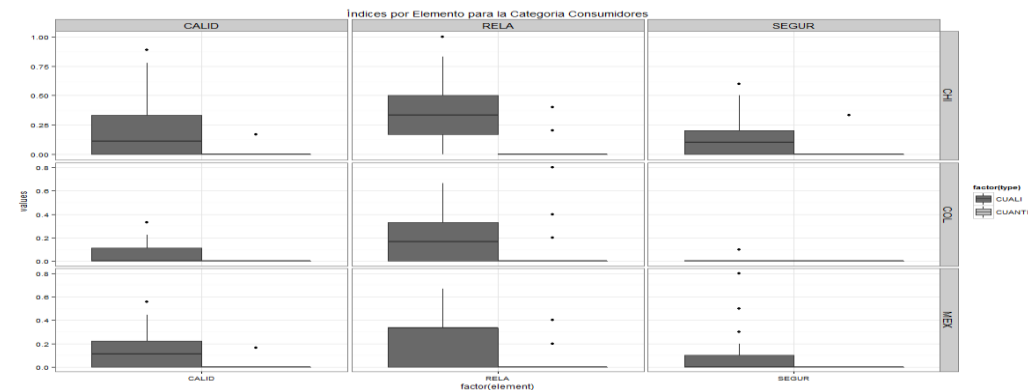


**Fuente:** elaboración propia

Continuando con el análisis de los elementos por país, en la categoría de consumidores y productos, los tres países tienen diferencias en la divulgación de información en cada uno de los elementos. Es patente la ausencia de información cuantitativa con el predominio de la divulgación de información cualitativa en todos

los elementos (ver Figura 22). La mayor dispersión se observa en el elemento relación con los clientes y la menor divulgación, en el elemento seguridad de los productos y de los clientes.

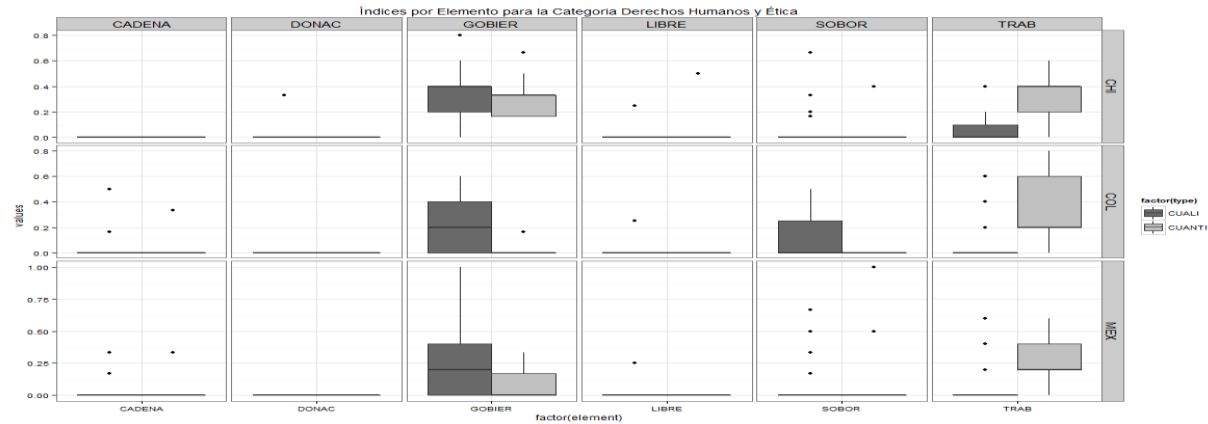
**Figura 22. Comparativo entre países de la mediana de los elementos de la categoría Consumidores y productos**



*Fuente: elaboración propia*

En la Figura 23 se observa que hay una tendencia en los tres países a divulgar sobre gobierno corporativo y derechos humanos en el trabajo. No obstante, los índices son bajos y se nota mayor divulgación a favor del índice cualitativo frente al cuantitativo. Caso contrario sucede con el elemento derechos humanos en el trabajo, en donde se advierte mayor divulgación de la información cuantitativa que la cualitativa en los tres países.

**Figura 23. Comparativo entre países de la mediana de los elementos de la categoría Derechos humanos y ética**



*Fuente: elaboración propia*

Obsérvese, en la Figura 23, que para los otros elementos no se muestra divulgación de información, con excepción de algunas empresas que reportan un comportamiento atípico.

En términos generales, y examinando comparativamente la información sobre los elementos en los tres países, se puede concluir que la tendencia divulgativa reposa en la información cualitativa. Estos hallazgos coinciden con lo encontrado por Moneva & Llena (1996), Aranguren (2008), Gutiérrez & Navallas (2011), entre otros.

Resumiendo, los tres países dan mayor importancia a los elementos relacionados con formación de personal y retribución al trabajo, así como a asuntos relativos a los derechos humanos en el trabajo y al gobierno corporativo. Lo anterior puede obedecer a la tendencia encontrada por Criado *et al.*, (2008), quienes en un estudio realizado a partir de la información sobre medio ambiente, en 78 grandes compañías españolas para los años 2001 y 2003, encontraron evidencia que sugiere que las empresas pueden verse motivadas a divulgar más información si hay una ley o norma que las obligue<sup>84</sup>.

Esta situación podría estar sucediendo con las empresas objeto de estudio, ya que en el caso de empleados y de gobierno corporativo, existen, en los tres países, leyes claras sobre la necesidad de divulgar información en torno a asuntos relativos al trabajo y al gobierno corporativo.

En la misma dirección, está el trabajo de Gallego-Álvarez (2008) quien encontró que en general las empresas españolas toman muy en cuenta la información sobre asuntos laborales; y el de Holder-Webb, *et al.*, (2009) quienes también hallaron que las empresas de (EEUU) analizadas en su estudio divulgan información sobre temas laborales en alto nivel.

---

<sup>84</sup>No obstante estos hallazgos, el estudio sugiere que las empresas tienden a mejorar sus estrategias para ocultar información a sus grupos de interés, así sea información obligatoria y, además, que es necesario realizar más estudios para corroborar la relación que hay entre la norma y un mayor nivel de divulgación sobre temas medioambientales.

Por otro lado, se deduce que las empresas de Colombia, a diferencia de lo que se percibe en las empresas de los otros dos países, no dan mucha importancia a la información sobre consumidores y productos, con excepción de la información sobre relaciones con los clientes, elemento en el cual las empresas analizadas tienden a divulgar un volumen importante de información. Estos resultados están alineados con lo encontrado por Gallego-Álvarez (2008) quien afirma que un alto porcentaje de las empresas del IBEX-35 divulga información sobre el producto.

En lo que respecta a medio ambiente, las empresas de Chile sobresalen porque brindan información sobre políticas y emisiones, vertidos y residuos e impacto en los ecosistemas y, además, sobre la comunidad, a partir de elementos como actividades de apoyo, patrocinio y mecenazgo y actividades benéficas, así como sobre actividades conjuntas con los empleados. No sucede lo mismo en Colombia, en donde la mayor importancia está centrada en actividades hacia la comunidad. Estos dos resultados contrastan con lo que presentan las empresas mexicanas, ya que en estas ningún elemento de comunidad se distingue.

Además, se podría deducir por los resultados obtenidos, tal como lo exponen Duque, *et al.*, (2012)<sup>85</sup>, que las empresas en estos países se concentran en diseñar programas y divulgar información sobre algunos grupos de interés, pero no todos, como sucede en las compañías multinacionales. Por último, y a manera de síntesis, los elementos sobre los que se presenta mayor información en los tres países pertenecen a la categoría de empleados, consumidores y productos y derechos humanos y ética.

### **6.3. Factores determinantes de la divulgación de RSC**

Como se había comentado en el capítulo 5, para determinar la influencia de las variables independientes en las variables explicadas (índices de divulgación de información por categoría e índice general de divulgación) se realizó un análisis de

---

<sup>85</sup>El trabajo de Duque, *et al.*, (2012) se centra en un análisis sobre las prácticas que las empresas multinacionales impulsan en los países desarrollados frente a las prácticas de estas mismas empresas en países en vías de desarrollo, en particular empresas con operaciones en Colombia.

regresión lineal múltiple utilizando la aplicación *R*. A través del procedimiento *Backward Stepwise Regression* se introdujeron al modelo todas las variables independientes para ser contrastadas con cada uno de los índices de divulgación. Posteriormente, mediante un proceso de selección de variables, se fueron eliminando una a una aquellas variables menos influyentes según el contraste individual de la *F*, hasta lograr el valor del criterio AIC más bajo.<sup>86</sup>

El modelo general responde a la ecuación:

$$\begin{aligned} INDIS = & \beta_1 ACSTAN + \beta_2 PASTAN + \beta_3 PTSTAN + \beta_4 VENSTAN + \beta_5 UAIIAAT \\ & + \beta_6 MBITDA + \beta_7 URAAT + \beta_8 SOLVEN + \beta_{10} KWAAC + \beta_{11} VTAAT \\ & + \beta_{12} MTBOOK + \beta_{13} BETA + \beta_{14} VARAN1 + \beta_{15} PAIS + \beta_{16} GRAEXP \\ & + \beta_{17} ORGCAP + \beta_{18} SECT + \varepsilon \end{aligned}$$

En donde se incluyen las variables de tamaño, resultado, mercado y otras, de acuerdo con la siguiente taxonomía que fue ampliamente presentada en el capítulo 5:

**Tamaño:** ACSTAN, PASTAN, PTSTAN, VENSTAN

**Resultado:** UAIIAAT, MBITDA, URAAT, SOLVEN, KWAAC, VTAAT

**Mercado:** MTBOOK, BETA, VARAN1

**Otras:** PAIS, GRAEXP, ORGCAP, SECT.

Este mismo procedimiento se realizó con cada índice de divulgación de información. En total se elaboraron 13 modelos para el índice general, 13 para el índice de empleados, 15 para medio ambiente, 15 correspondientes al índice de comunidad, 15 dirigidos al índice de consumidores y productos y 14 para derechos humanos y ética. De cada una de las categorías se eligió un modelo que incluía las variables más significativas (ver los anexos 14 al 19).

A continuación se presentan los resultados para cada índice.

---

<sup>86</sup> La validación del modelo se logró a partir de la validación tanto grafica como formal de los supuestos de la regresión lineal.

### 6.3.1 Factores determinantes de la divulgación de información sobre empleados.

Para el índice de divulgación sobre empleados, INEMP, se seleccionó el modelo que reportó un AIC de -106. 7. El coeficiente de determinación es del 28% por lo que se puede decir que a través de las variables explicativas utilizadas se explica el 28% de la variabilidad del índice de divulgación de empleados (ver Tabla 39). Al nivel de significación del 5% sólo resulta significativa la variable PASTAN ( $p=0,00587$ ) que representa al pasivo, con el signo esperado, lo que indica que las empresas de mayor tamaño, medido por el valor del pasivo revelan más información sobre empleados.

En cuanto a la variable sector, ésta resulta significativa en su conjunto al 5% ( $p=0,0280$ ), sin embargo al separar la variable en sus diferentes componentes (sectores), ninguno resulta significativo.

Por otra parte, se observa que la variable PAIS2 que representa a Colombia, aún no siendo significativa al nivel del 5% ( $p=0,0522$ ) tiene un coeficiente positivo, lo que indicaría que las empresas de dicho país revelan más información sobre empleados que las empresas el PAIS1 que representa a Chile y que es el país que se ha tomado como referencia.

**Tabla 38. Análisis de regresión para la variable INEMP.**

| AIC -106.74   |                | R <sup>2</sup> 28% |              |                |    |
|---------------|----------------|--------------------|--------------|----------------|----|
| Variable      | Coeficiente    | Error              | t value      | Pr(> t )       |    |
| (Intercept)   | -0.86092       | 0.56214            | -1.531       | 0.12928        |    |
| <b>PAIS2</b>  | <b>0.31868</b> | <b>0.16191</b>     | <b>1.968</b> | <b>0.05222</b> | .  |
| PAIS3         | -0.15197       | 0.15699            | -0.968       | 0.33572        |    |
| VARAM1        | -0.26076       | 0.17498            | -1.49        | 0.13978        |    |
| SECT2         | 0.60669        | 0.38718            | 1.567        | 0.12076        |    |
| SECT3         | 0.21478        | 0.32173            | 0.668        | 0.50616        |    |
| SECT4         | -0.74243       | 0.45694            | -1.625       | 0.10783        |    |
| SECT5         | -0.30335       | 0.3404             | -0.891       | 0.37530        |    |
| SECT6         | -0.57487       | 0.47394            | -1.213       | 0.22844        |    |
| SECT7         | 0.14318        | 0.32828            | 0.436        | 0.66380        |    |
| SECT8         | -0.48131       | 0.46488            | -1.035       | 0.30338        |    |
| <b>PASTAN</b> | <b>0.22754</b> | <b>0.08056</b>     | <b>2.825</b> | <b>0.00587</b> | ** |
| VTAAT         | 0.18745        | 0.12846            | 1.459        | 0.1481         |    |
| GRAEXP1       | 0.43444        | 0.30448            | 1.427        | 0.15721        |    |

Signif. codes: 0 '\*\*\*' 0.001 '\*\*' 0.01 '\*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

### **6.3.2 Factores determinantes de la divulgación de información sobre medio ambiente.**

El modelo seleccionado, para el caso del índice de divulgación sobre medio ambiente, mostró un AIC de -95.11. El modelo en su conjunto consigue explicar el 42% de la variabilidad del índice de revelación sobre medio ambiente. Se observa, además, que las variables más significativas son PTSTAN ( $p=0,000609$ ) que representa al patrimonio y SECTOR5 ( $p=0,001619$ ) que representa al sector “Transporte, almacenamiento y comunicaciones” ambas significativas al 1%, seguidas del SECTOR4 ( $p=0,023233$ ) que identifica al sector “Intermediación Financiera” y de la variable VTAAT ( $p=0,031002$ ) que representa a la variable de resultados ventas sobre activos.

Los coeficientes de las variables SECTOR4 y SECTOR5 presentan signo negativo, es decir, que las empresas de dichos sectores revelan significativamente menos información sobre medio ambiente que el sector de referencia que es el sector de “Agricultura, silvicultura y pesca”.

Además, percibimos que el signo de los coeficientes es el esperado de acuerdo con la teoría en cuanto al patrimonio y a las ventas sobre activo, lo que significa que a mayor tamaño medido a partir del monto del patrimonio, será significativamente mayor el nivel de divulgación de información sobre medio ambiente. Igual sucede con la variable ventas sobre activo, cuyo coeficiente positivo indica que en tanto más alto sea el índice de ventas sobre activos mayor será la información divulgada sobre medio ambiente, es decir, que a mayor tamaño y mejores resultados, mayor es el grado de revelación de información sobre medio ambiente.

La variable KWAAC (  $p=0,076195$ ) que representa a la variable de resultados del capital del trabajo sobre el activo total con un coeficiente negativo no resulta significativa al 5% pero podría resultar interesante tenerla en cuenta de cara a futuras investigaciones.

**Tabla 39. Análisis de regresión para la variable INMA.**

| AIC -95.11    |                 | R <sup>2</sup> 42% |               |                 |     |  |
|---------------|-----------------|--------------------|---------------|-----------------|-----|--|
| Variable      | Coeficientes    | Error              | t value       | Pr(> t )        |     |  |
| (Intercept)   | -1.48226        | 0.7509             | -1.974        | 0.051451        | .   |  |
| KWAACT        | -0.63323        | 0.353              | -1.794        | 0.076195        | .   |  |
| SECT2         | 0.22591         | 0.38344            | 0.589         | 0.557228        |     |  |
| SECT3         | -0.20924        | 0.32357            | -0.647        | 0.519506        |     |  |
| <b>SECT4</b>  | <b>-0.76162</b> | <b>0.32985</b>     | <b>-2.309</b> | <b>0.023233</b> | *   |  |
| <b>SECT5</b>  | <b>-1.1349</b>  | <b>0.3491</b>      | <b>-3.251</b> | <b>0.001619</b> | **  |  |
| SECT6         | -0.52163        | 0.34301            | -1.521        | 0.131832        |     |  |
| SECT7         | 0.03107         | 0.35323            | 0.088         | 0.930101        |     |  |
| SECT8         | -0.62767        | 0.34748            | -1.806        | 0.074204        | .   |  |
| <b>PTSTAN</b> | <b>0.40213</b>  | <b>0.11318</b>     | <b>3.553</b>  | <b>0.000609</b> | *** |  |
| <b>VTAAT</b>  | <b>0.29396</b>  | <b>0.13414</b>     | <b>2.191</b>  | <b>0.031002</b> | *   |  |

Signif. codes: 0 '\*\*\*' 0.001 '\*\*' 0.01 '\*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

### 6.3.3 Factores determinantes de la divulgación de información sobre comunidad.

En cuanto al índice de divulgación sobre comunidad, el modelo reportó un AIC de -77.79 (ver Tabla 41) con un coeficiente de determinación del 33%, lo cual indica que las variables utilizadas explican un 33% de la variabilidad del índice de divulgación sobre comunidad. Se observa que las variables significativas al 5% fueron en su orden, el patrimonio (PTSTAN), ventas totales sobre activos (VTAAT) y origen del capital (ORGCAP). Al igual que en el análisis del índice de revelación sobre empleados, el sector resulta significativo en el modelo, sin embargo, al contrastar las variables de cada sector con respecto al sector 1, ninguno resulta significativo al 5% siendo el SECTOR2 «Exploración, explotación y extracción de pozos, minas y canteras» el que muestra el mejor valor ( $p=0,054487$ ).

En este caso se puede deducir que las empresas que reportan mejores resultados, medidos por el volumen de ventas producto de la inversión en activos, reportan mayores niveles de divulgación de información sobre comunidad, al igual que el conjunto de empresas de mayor tamaño, medido por el monto de su patrimonio. Adicionalmente, las empresas con capital mixto tienden a presentar mayores niveles de información sobre comunidad al igual que las empresas que pertenecen al sector

«Exploración, explotación y extracción de pozos, minas y canteras», este último comparado con el sector 1 (Agricultura, silvicultura y pesca) de referencia.

**Tabla 40. Análisis de regresión para la variable INCOM.**

| AIC -77.79    |               | R <sup>2</sup> 33% |              |                 |     |
|---------------|---------------|--------------------|--------------|-----------------|-----|
| Variable      | Coeficiente   | Error              | t value      | Pr(> t )        |     |
| (Intercept)   | -2.8169       | 0.8185             | -3.442       | 0.000883        | *** |
| VARAM1        | -0.2886       | 0.2013             | -1.434       | 0.155181        |     |
| <b>ORGCAP</b> | <b>0.5058</b> | <b>0.2352</b>      | <b>2.151</b> | <b>0.034202</b> | *   |
| <b>SECT2</b>  | <b>0.846</b>  | <b>0.4342</b>      | <b>1.949</b> | <b>0.054487</b> | .   |
| SECT3         | 0.261         | 0.3511             | 0.744        | 0.459114        |     |
| SECT4         | 0.2833        | 0.3603             | 0.786        | 0.433751        |     |
| SECT5         | -0.3773       | 0.3782             | -0.998       | 0.321089        |     |
| SECT6         | -0.1029       | 0.3691             | -0.279       | 0.781055        |     |
| SECT7         | 0.3424        | 0.3799             | 0.901        | 0.369875        |     |
| SECT8         | 0.2606        | 0.379              | 0.688        | 0.493487        |     |
| <b>PTSTAN</b> | <b>0.4278</b> | <b>0.1211</b>      | <b>3.533</b> | <b>0.000654</b> | *** |
| <b>VTAAT</b>  | <b>0.3996</b> | <b>0.1455</b>      | <b>2.746</b> | <b>0.007296</b> | **  |

Signif. codes: 0 '\*\*\*' 0.001 '\*\*' 0.01 '\*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

#### 6.3.4 Factores determinantes de la divulgación de información sobre consumidores y productos

En cuanto al índice de divulgación sobre consumidores y productos, en el modelo con el AIC más bajo (-173.81) se advierte que las variables significativas al 5% fueron PAÍS3 ( $p=0,0193$ ) y PAÍS2 ( $p=0,0202$ ) que representan a México y Colombia respectivamente. Ambas variables presentan coeficientes negativos lo cual indica que las empresas colombianas y mexicanas revelan significativamente menos información sobre consumidores y productos que las empresas del país 1 que es Chile y que sirve como país de referencia. Las demás variables no son significativas al 5%. No obstante, el patrimonio ( $p=0,0718$ ) y las ventas a activos ( $p=0,0726$ ) resultan significativas al 10% y podrían resultar de interés de cara a futuras investigaciones (ver Tabla 42).

El modelo presenta un coeficiente de determinación del 15% lo cual indica que las variables utilizadas explican el 15% de la variabilidad del índice de revelación de información sobre consumidores y productos.

**Tabla 41. Análisis de regresión para la variable INCYP**

| AIC -173.81 |             | R <sup>2</sup> 15% |         |          |   |
|-------------|-------------|--------------------|---------|----------|---|
| Variable    | Coeficiente | Error              | t value | Pr(> t ) |   |
| (Intercept) | -0.4315     | 0.4984             | -0.866  | 0.3888   |   |
| PAIS2       | -0.2555     | 0.1082             | -2.361  | 0.0202   | * |
| PAIS3       | -0.2387     | 0.1003             | -2.379  | 0.0193   | * |
| PTSTAN      | 0.1486      | 0.0816             | 1.821   | 0.0718   | . |
| VTAAT       | 0.1541      | 0.0849             | 1.815   | 0.0726   | . |

Signif. codes: 0 '\*\*\*' 0.001 '\*\*' 0.01 '\*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

### 6.3.5 Factores determinantes de la divulgación de información sobre el índice de derechos humanos y ética

Para el índice de derechos humanos y ética, el modelo seleccionado presentó un AIC de -213.95. Se aprecia que las variables significativas fueron PTSTAN ( $p=0,00994$ ) que representa al patrimonio con un coeficiente positivo y PAIS3 ( $p=0,01587$ ) que representa a México con un coeficiente negativo. El conjunto de las variables utilizadas logran explicar un 17% de la variabilidad del índice de divulgación sobre derechos humanos y ética (ver Tabla 43).

De acuerdo con lo anterior, se puede deducir que el tamaño, medido a partir del volumen del patrimonio, influye de manera significativa en el grado de divulgación de información sobre derechos humanos y ética, es decir, a mayor tamaño de la empresa, mayor será la información divulgada sobre esta categoría. En cuanto a la variable país, se observa que país 3 (México) presenta una relación significativa, pero negativa frente al país de referencia (Chile), lo que significa que las empresas mexicanas tienen un nivel de divulgación de información sobre este aspecto significativamente menor que las empresas de Chile.

**Tabla 42. Análisis de regresión para la variable INDHE**

| AIC -213.95   |                 | R <sup>2</sup> 17% |               |                |    |
|---------------|-----------------|--------------------|---------------|----------------|----|
| Variable      | Coeficiente     | Error              | t value       | Pr(> t )       |    |
| (Intercept)   | -0.6929         | 0.41857            | -1.655        | 0.10114        |    |
| PAIS2         | -0.09739        | 0.0893             | -1.091        | 0.27825        |    |
| <b>PAIS3</b>  | <b>-0.20308</b> | <b>0.08269</b>     | <b>-2.456</b> | <b>0.01587</b> | *  |
| ORGCAP        | 0.17601         | 0.11982            | 1.469         | 0.14516        |    |
| <b>PTSTAN</b> | <b>0.17531</b>  | <b>0.06664</b>     | <b>2.631</b>  | <b>0.00994</b> | ** |
| VTAAT         | 0.10647         | 0.0693             | 1.536         | 0.12778        |    |

Signif. codes: 0 '\*\*\*' 0.001 '\*\*' 0.01 '\*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

Asimismo, se realizaron las pruebas de homocedasticidad (**Breusch-Pagan test**), autocorrelación (Durbin-Watson test) y normalidad (Shapiro-Wilk test) para la comprobación de los supuestos de los modelos para cada índice, comprobando la robustez de los mismos (ver anexos 20 y 22). Entiendo que este párrafo también aplica a la regresión del índice de divulgación general sobre RSC por lo que creo que su ubicación no es la más correcta.

### 6.3.6 Factores determinantes de la divulgación general sobre RSC.

Los resultados de los análisis de regresión para la variable índice de divulgación general, INDIS, se muestran en la Tabla 38, donde se observa que las variables significativas para explicar el comportamiento del índice de divulgación general, INDIS al 5%, fueron el PTSTAN (p=0.0079) que representa al patrimonio, VTAAT (p=0.0169) que representa las ventas a activos. Por otra parte, las variables SECT5 que corresponde a «Transporte, almacenamieto y comunicaciones» (p=0.0582) y ORGCAP (p=0,0848) que representa al origen del capital han resultado significativas al 10% por lo que puede ser interesante considerarlas en futuras investigaciones. El modelo seleccionado fue el que presentó el menor AIC (-148.04), donde las variables incluidas, en conjunto, logran explicar un 32% de la variabilidad de INDIS.

Sumado a lo anterior, se observan los resultados para cada uno de los coeficientes estimados de las variables que presentan los signos esperados en relación con el

patrimonio y las ventas a activos, es decir, el nivel de divulgación aumenta en aquellas empresas en que las ventas y el patrimonio son mayores.

**Tabla 43. Análisis de regresión para la variable INDIS.**

| AIC -148.04   |               | R <sup>2</sup> 32% |               |               |           |
|---------------|---------------|--------------------|---------------|---------------|-----------|
| Variable      | Coeficientes  | Error              | t value       | Pr(> t )      |           |
| (Intercept)   | -1.1481       | 0.5971             | -1.9230       | 0.0578        | .         |
| KWAACT        | -0.3789       | 0.2698             | -1.4040       | 0.1638        |           |
| ORGCAP        | 0.2884        | 0.1655             | 1.7430        | 0.0848        | .         |
| SECT2         | 0.2472        | 0.2926             | 0.8450        | 0.4004        |           |
| SECT3         | -0.0103       | 0.2495             | -0.0410       | 0.9671        |           |
| SECT4         | -0.4641       | 0.3529             | -1.3150       | 0.1918        |           |
| SECT5         | -0.5144       | 0.2680             | -1.9190       | 0.0582        | .         |
| SECT6         | -0.5067       | 0.3569             | -1.4200       | 0.1591        |           |
| SECT7         | 0.1230        | 0.2695             | 0.4560        | 0.6492        |           |
| SECT8         | -0.4587       | 0.3633             | -1.2630       | 0.2100        |           |
| <b>PTSTAN</b> | <b>0.2352</b> | <b>0.0865</b>      | <b>2.7210</b> | <b>0.0079</b> | <b>**</b> |
| <b>VTAAT</b>  | <b>0.2500</b> | <b>0.1026</b>      | <b>2.4360</b> | <b>0.0169</b> | <b>*</b>  |
| GRAEXP1       | 0.3298        | 0.2431             | 1.3570        | 0.1784        |           |

Signif. codes: 0 ‘\*\*’ 0.001 ‘\*’ 0.01 ‘.’ 0.05 ‘.’ 0.1 ‘.’ 1

## 6.4. Verificación de hipótesis

En el capítulo 4 se describió el planteamiento de las hipótesis que guiaron el presente estudio. En este apartado se expone la decisión adoptada en relación con cada una de las hipótesis con base en los resultados obtenidos y que se describieron en el apartado anterior.

### 6.4.1 Verificación de hipótesis relacionadas con la variable tamaño.

De acuerdo con los resultados obtenidos en relación con la variable tamaño, esta se mostró determinante de la revelación de información en todas las categorías a excepción de la categorías de consumidores y productos. Por tanto, se afirma que, en términos generales, para las empresas analizadas, hay evidencia empírica para no rechazar la hipótesis de que el tamaño de la firma influye en la divulgación sobre responsabilidad social en su totalidad y para cada una de sus categorías menos para consumidores y productos, aunque sólo cuando el tamaño se representa con el patrimonio (ver Tabla 44).

Que el tamaño, medido por el valor del patrimonio, influye en la revelación de información sobre responsabilidad social es coincidente con los hallazgos hechos por Dhaliwal, *et al.*, (2011) para empresas de Estados Unidos.

Otros autores (Gray, Javad, Power & Sinclair, 2001; Ortiz & Clavel, 2006; Aranguren, 2008; Pérez-Batres, *et al.*, 2010) también han constatado una relación positiva y significativa entre el tamaño y la revelación de información, aunque han utilizado las ventas y los activos como medidas de tamaño.

**Tabla 44. Comprobación de hipótesis para la variable tamaño.**

| HIPÓTESIS                                                                                                                               | SUBHIPÓTESIS                                                                                                                                                             | DECISIÓN                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------|
| <i>H<sub>1</sub> Existe una relación positiva y significativa entre el tamaño de la firma y la revelación de información sobre RSC.</i> | <i>H<sub>1.1</sub> Existe una relación positiva y significativa entre el nivel de divulgación de información sobre empleados y el tamaño de la firma.</i>                | No se rechaza para la variable PSTAN  |
|                                                                                                                                         | <i>H<sub>1.2</sub> Existe una relación positiva y significativa entre el nivel de divulgación de información sobre medio ambiente y el tamaño de la firma.</i>           | No se rechaza para la variable PTSTAN |
|                                                                                                                                         | <i>H<sub>1.3</sub> Existe una relación positiva y significativa entre el nivel de divulgación de información sobre comunidad y el tamaño de la firma.</i>                | No se rechaza para la variable PTSTAN |
|                                                                                                                                         | <i>H<sub>1.4</sub> Existe una relación positiva y significativa entre el nivel de divulgación de información sobre consumidores y productos y el tamaño de la firma.</i> | Se rechaza                            |
|                                                                                                                                         | <i>H<sub>1.5</sub> Existe una relación positiva y significativa entre el nivel de divulgación de información sobre derechos humanos y ética y el tamaño de la firma.</i> | No se rechaza para la variable PTSTAN |
|                                                                                                                                         | <i>H<sub>1.6</sub> Existe una relación positiva y significativa entre el nivel de divulgación de responsabilidad social y el tamaño de la firma.</i>                     | No se rechaza para la variable PTSTAN |

#### 6.4.2 Verificación de hipótesis relacionadas con la variable resultados financieros.

En el presente estudio se advirtió una relación positiva y significativa entre los resultados de la empresa, medidos por la variable ventas a activos, y la revelación de información sobre medio ambiente, comunidad y RSC en general (ver Tabla 45). En este sentido, los resultados nos permiten aceptar algunas relaciones, pero no se encuentra evidencia significativa que relacione la divulgación de información sobre empleados, consumidores y derechos humanos y ética con los resultados financieros.

Los estudios previos han arrojado resultados muy diversos con respecto a la posible relación entre los resultados financieros y la revelación de información sobre

responsabilidad social. Al igual que en el presente estudio, aunque utilizando otras proxies para medir los resultados financieros, Gómez *et al.*, (2006) encuentran una relación positiva entre la información sobre gobierno corporativo y la información voluntaria *online* y los resultados financieros. También Castelo & Lima (2008) encontraron relación entre la revelación de información y el apalancamiento financiero. Sin embargo, autores como Andrikopoulos & Kriklani (2012), Da Silva & Albar (2011) y Haro, *et al.*, (2012) no hallan relación o encuentran una relación de carácter negativo.

**Tabla 45. Comprobación de hipótesis para la variable resultados financieros.**

| HIPÓTESIS                                                                                                                                                       | SUBHIPÓTESIS                                                                                                                                                                                        | DECISIÓN                             |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------|
| <b><i>H<sub>2</sub> Existe una relación positiva y significativa entre los resultados financieros de la firma y la revelación de información sobre RSC.</i></b> | H <sub>2.1</sub> Existe una relación positiva y significativa entre la divulgación de información sobre empleados y los resultados financieros de la empresa.                                       | Se rechaza                           |
|                                                                                                                                                                 | <b><i>H<sub>2.2</sub> Existe una relación positiva y significativa entre la divulgación de información sobre medio ambiente y los resultados financieros de la empresa.</i></b>                     | No se rechaza para VTAAT.            |
|                                                                                                                                                                 | <b><i>H<sub>2.3</sub> Existe una relación positiva y significativa entre la divulgación de información sobre comunidad y los resultados financieros de la empresa.</i></b>                          | No se rechaza para la variable VTAAT |
|                                                                                                                                                                 | H <sub>2.4</sub> Existe una relación positiva y significativa entre la divulgación de información sobre consumidores y productos y los resultados financieros de la empresa.                        | Se rechaza                           |
|                                                                                                                                                                 | H <sub>2.5</sub> Existe una relación positiva y significativa entre la divulgación de información sobre derechos humanos y ética los resultados financieros de la empresa                           | Se rechaza                           |
|                                                                                                                                                                 | <b><i>H<sub>2.6</sub> Existe una relación positiva y significativa entre la divulgación de información sobre responsabilidad social corporativa y los resultados financieros de la empresa.</i></b> | No se rechaza para la variable VTAAT |

#### **6.4.3 Verificación de hipótesis relacionadas con la variable país de origen.**

En relación con la variable país de origen, los resultados obtenidos evidenciaron que el país no es un factor determinante de la revelación de información sobre empleados, medio ambiente, comunidad y RSC en general (ver Tabla 46). Se puede afirmar, por tanto, que no existen pruebas suficientes para aceptar la hipótesis de que el país influye en la revelación de información sobre empleados, medio ambiente, comunidad y RSC en general. Sin embargo, los resultados proporcionaron evidencia empírica de que el país influye en la revelación de información sobre consumidores y productos, lo mismo que sobre derechos

humanos y ética, permitiendo aceptar esta hipótesis para las categorías mencionadas. Es decir, que el pertenecer a uno u otro país está determinando la mayor o menor divulgación de información sobre estas categorías para el conjunto de las empresas objeto de estudio.

**Tabla 46. Comprobación de hipótesis para la variable país de origen**

| HIPOTESIS                                                                                     | SUBHIPÓTESIS                                                                                                               | DECISIONES                              |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------|
| <b><i>H<sub>3</sub> El país de origen influye en la revelación de información de RSC.</i></b> | <i>H<sub>3.1</sub> El país de origen influye en la revelación de información sobre empleados.</i>                          | Se rechaza                              |
|                                                                                               | <i>H<sub>3.2</sub> El país de origen influye en la revelación de información sobre medio ambiente.</i>                     | Se rechaza                              |
|                                                                                               | <i>H<sub>3.3</sub> El país de origen influye en la revelación de información sobre comunidad.</i>                          | Se rechaza                              |
|                                                                                               | <b><i>H<sub>3.4</sub> El país de origen influye en la revelación de información sobre consumidores y productos.</i></b>    | <b>No se rechaza para PAÍS2 Y PAÍS3</b> |
|                                                                                               | <b><i>H<sub>3.5</sub> El país de origen influye en la revelación de información sobre derechos humanos y ética.</i></b>    | <b>No se rechaza para PAÍS3</b>         |
|                                                                                               | <i>H<sub>3.6</sub> El país de origen influye en la revelación de información sobre responsabilidad social corporativa.</i> | Se rechaza                              |

Así las cosas, hay evidencia empírica suficiente que permite aceptar la hipótesis que hace referencia a la existencia de una relación entre el país y la revelación de información en las categorías de consumidores y productos y derechos humanos y ética. Lo anterior se puede justificar, en parte, porque los países estudiados, a pesar de compartir valores culturales similares, presentan diferencias en su estructura económica y en su sistema de normas y prácticas contables y de divulgación. En este sentido, Araya (2006) sugirió que el país de origen, dependiendo de su nivel de desarrollo, influye en las prácticas divulgativas sobre información de RSC.

En este sentido se podría explicar que Chile presente una dinámica divulgativa mayor que México y Colombia, ya que, a pesar de compartir características culturales y sociales similares, Chile ha logrado un mayor desarrollo social y

económico<sup>87</sup>. De allí se podría advertir porque Colombia y México revelan significativamente menos información que Chile.

En el caso de la información relativa a empleados, medio ambiente y comunidad, la evidencia encontrada no permite comprobar esta relación. Lo anterior coincide con los resultados obtenidos por Robb, *et al.*, (2001), quienes no encontraron evidencia de la relación entre el país de origen y la divulgación sobre empleados y clientes después de estudiar empresas de países desarrollados como Australia, Canadá y Estados Unidos.

En el caso de los países objeto de estudio, y como lo manifestara Texidó *et al.*, 2002, la cercanía geográfica, cultural y social, genera que el comportamiento de las empresas en muchos aspectos tienda a ser similar, con lo cual el resultado obtenido es coherente con la literatura. No obstante, otros autores como Pérez-Bartes, *et al.*, (2010) encontraron evidencia de la influencia que tiene un país “rico” en la divulgación de información sobre RSC en empresas de países como Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú, pero entre ellos no se evidencian diferencias.

#### **6.4.4 Verificación de hipótesis relacionadas con la variable sector de actividad.**

El sector se mostró como factor determinante de la revelación de información sobre medio ambiente, no obstante para las categorías de comunidad y RSC en general resulta significativa al 10% (ver Tabla 47).

Los resultados evidenciaron que los sectores que tienen incidencia en la revelación de información sobre medio ambiente son el sector de «Intermediación financiera» (4) y el sector de «Transporte, almacenamiento y comunicaciones» (5) con un valor  $p=0.023233$  y  $p= 0.001619$  respectivamente. Así las cosas, no se halló evidencia suficiente para rechazar la hipótesis de que el sector influye en la revelación de información sobre medio ambiente. Sin embargo, no se encontró evidencia empírica para aceptar la hipótesis de que el sector influye en la revelación de información

---

<sup>87</sup> En general, los países del denominado cono sur presentan un mayor nivel de desarrollo medido a partir del Índice de Desarrollo Humano, entre estos países se encuentra Chile que es catalogado como uno de los países de mayor índice de desarrollo por encima de Colombia y México (<http://hdr.undp.org/es/countries>)

sobre empleados, comunidad, consumidores y productos, derechos humanos y ética y en la información general sobre RSC.

**Tabla 47. Comprobación de hipótesis para la variable sector de actividad**

| HIPÓTESIS                                                                                      | SUBHIPÓTESIS                                                                                                                    | DECISIÓN                                                                                                               |
|------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>H<sub>4</sub> El sector de actividad influye en la revelación de información sobre RSC.</b> | <i>H<sub>4.1</sub> El sector de actividad influye en la revelación de información sobre empleados.</i>                          | Se rechaza                                                                                                             |
|                                                                                                | <b><i>H<sub>4.2</sub> El sector de actividad influye en la revelación de información sobre medio ambiente.</i></b>              | No se rechaza para el sector 4 (intermediación financiera) y el sector 5 (transporte, almacenamiento y comunicaciones) |
|                                                                                                | <i>H<sub>4.3</sub> El sector de actividad influye en la revelación de información sobre comunidad.</i>                          | Se rechaza.                                                                                                            |
|                                                                                                | <i>H<sub>4.4</sub> El sector de actividad influye en la revelación de información sobre consumidores y productos.</i>           | Se rechaza                                                                                                             |
|                                                                                                | <i>H<sub>4.5</sub> El sector de actividad influye en la revelación de información sobre derechos humanos y ética.</i>           | Se rechaza                                                                                                             |
|                                                                                                | <i>H<sub>4.6</sub> El sector de actividad influye en la revelación de información sobre responsabilidad social corporativa.</i> | Se rechaza                                                                                                             |

La literatura coincide en sugerir la relación entre la categoría de medio ambiente y el sector, sobre todo en los aquellos de mayor impacto como lo son el de exploración y explotación minera, suministros de gas y agua y el de industria manufacturera. Los resultados del presente estudio coinciden con los hallazgos de Gamerschlag, *et al.*, (2011) quienes en un estudio realizado a los reportes corporativos de 140 empresas alemanas sobre información social y medioambiental solo hallaron asociación con la categoría de medio ambiente, coincidiendo con otros autores que observaron asociación entre estas variables en empresas que tienen un alto impacto en el medio ambiente (Deegan & Gordon, 1996; Archel & Lizarraga, 2001; García-Ayuso & Larrinaga, 2003; Hibbit, 2003; Husillos, 2007; Cho, *et al.*, 2010).

La falta de relación entre el sector y temas tan sensibles como consumidores y productos y derechos humanos y ética, posiblemente se explica por la característica de estos países en temas de desarrollo económico, derechos humanos y transparencia. Igual sucede con la categoría de empleados y comunidad, en donde se aprecia este mismo comportamiento. En este sentido, Andrew, *et al.*, (1989) han sugerido que, en general, las empresas de países desarrollados presentan un mayor nivel de información que las empresas de los llamados países en vías de desarrollo. Así, el *ranking* de los países estudiados en el índice de desarrollo humano y en el índice de transparencia no son los mejores, no obstante, estos

vienen subiendo de acuerdo con el último informe del Programa de la Naciones Unidas para el Desarrollo<sup>88</sup>.

#### **6.4.5 Verificación de hipótesis relacionadas con la variable grado de exposición de la industria según el sector.**

Los resultados obtenidos sugieren que el grado de exposición de la industria no influye en el nivel de divulgación de información sobre RSC, lo cual nos permite afirmar que no hay evidencia empírica para aceptar las hipótesis según las cuales las empresas de alto impacto, según el grado de exposición, divulgan más información sobre RSC y sus categorías que las de bajo impacto (ver Tabla 48). Estos resultados se contradicen con lo encontrado por autores como Fernández y Luna (2003) que sugirieron que la actividad, según el tipo de industria, no es relevante a nivel general, no obstante, los autores hallan una relación significativa con la información ambiental.

En esta misma línea, Aranguren (2008), encontró que las empresas pertenecientes a sectores de alto impacto son las que más divulgan información, resultados que no se evidencian en el presente estudio. A pesar de lo anterior, en el análisis del sector se encontró evidencia que permite sugerir que empresas que son particularmente sensibles al tema medioambiental, por su actividad industrial, tienden a divulgar un mayor volumen de información sobre esta categoría.

---

<sup>88</sup>**ÍNDICE DE TRANSPARENCIA:** Chile ocupa el 5 lugar en la región y el 22 a nivel mundial; Colombia ocupa el puesto 20 en la región y el 94 a nivel mundial; México ocupa el puesto 26 en la región y el 106 a nivel mundial. En cuanto al **ÍNDICE DE DESARROLLO HUMANO** los datos son los siguientes: Chile, puesto 40; Colombia, puesto 91 y México, puesto 61 (datos tomados de las estadísticas del Banco Mundial y de la ONG Transparencia Internacional).

**Tabla 48. Comprobación de hipótesis para la variable grado de exposición según el sector**

| HIPÓTESIS                                                                                                            | SUBHIPÓTESIS                                                                                                                                                                                                                                               | DECISIÓN   |
|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b><i>H<sub>5</sub> El grado de exposición de la industria influye en la revelación de información sobre RSC</i></b> | <i>H<sub>5.1</sub> Las empresas que pertenecen a industrias de alto impacto, de acuerdo al grado de exposición de la industria, divulgan más información sobre empleados que aquellas que pertenecen a industrias de bajo impacto.</i>                     | Se rechaza |
|                                                                                                                      | <i>H<sub>5.2</sub> Las empresas que pertenecen a industrias de alto impacto, de acuerdo al grado de exposición de la industria, divulgan más información sobre medio ambiente que aquellas que pertenecen a industrias de bajo impacto</i>                 | Se rechaza |
|                                                                                                                      | <i>H<sub>5.3</sub> Las empresas que pertenecen a industrias de alto impacto, de acuerdo al grado de exposición de la industria, divulgan más información sobre comunidad que aquellas que pertenecen a industrias de bajo impacto</i>                      | Se rechaza |
|                                                                                                                      | <i>H<sub>5.4</sub> Las empresas que pertenecen a industrias de alto impacto, de acuerdo al grado de exposición de la industria, divulgan más información sobre consumidores y productos que aquellas que pertenecen a industrias de bajo impacto</i>       | Se rechaza |
|                                                                                                                      | <i>H<sub>5.5</sub> Las empresas que pertenecen a industrias de alto impacto, de acuerdo al grado de exposición de la industria, divulgan más información sobre derechos humanos y ética que aquellas que pertenecen a industrias de bajo impacto</i>       | Se rechaza |
|                                                                                                                      | <i>H<sub>5.6</sub> Las empresas que pertenecen a industrias de alto impacto, de acuerdo al grado de exposición, divulgan más información sobre responsabilidad social corporativa que aquellas que pertenecen a industrias de bajo grado de exposición</i> | Se rechaza |

#### **6.4.6 Verificación de hipótesis relacionadas con variables de mercado.**

En relación con las variables de mercado se esperaba que estas fueran un motor para el mayor nivel de divulgación de información debido a que las empresas del mercado de valores pueden tener más presión de los inversionistas, en el sentido de poder medir riesgos frente a las externalidades negativas, y del gobierno por la regulación a que están sometidas. No obstante lo anterior, para las empresas analizadas, no se encontró evidencia que relacione la pertenencia al mercado de valores con mayores o menores niveles de información divulgada, lo cual nos lleva a rechazar las hipótesis relacionadas con esta variable (ver Tabla 49).

Estos resultados coinciden, en parte, con estudios como los realizados por Moneva & Llena (2000), Moneva Hernández (2007) sobre información medioambiental y con los resultados del estudio realizado por Archel (2003) sobre información relativa a personal, labor social y medio ambiente. Sin embargo, muchos autores coinciden en afirmar que la fuerte presión que existe sobre las empresas cotizadas es un factor que ayuda a mejorar las prácticas divulgativas (Castelo & Lima, 2006; Gamerschlag, *et al.*, 2011; Haro, *et al.*, 2012, entre otros). Este hecho se vincula con el desarrollo

del mercado de valores y la existencia de consumidores bien informados, situación que no se presenta en los países objeto de estudio.

**Tabla 49. Comprobación de hipótesis para las variables de mercado**

| HIPÓTESIS                                                                                                                                                                                | SUBHIPÓTESIS                                                                                                                                                                 | DECISIÓN   |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| <b><i>H<sub>6</sub> Existe una relación positiva y significativa entre variables relacionadas con la pertenencia al mercado de valores y la revelación de información sobre RSC.</i></b> | <i>H<sub>6.1</sub> Existe una relación positiva y significativa entre la divulgación de información sobre empleados y las variables de mercado.</i>                          | Se rechaza |
|                                                                                                                                                                                          | <i>H<sub>6.2</sub> Existe una relación positiva y significativa entre la divulgación de información sobre medio ambiente y las variables de mercado.</i>                     | Se rechaza |
|                                                                                                                                                                                          | <i>H<sub>6.3</sub> Existe una relación positiva y significativa entre la divulgación de información sobre comunidad y las variables de mercado.</i>                          | Se rechaza |
|                                                                                                                                                                                          | <i>H<sub>6.4</sub> Existe una relación positiva y significativa entre la divulgación de información sobre consumidores y productos y las variables de mercado.</i>           | Se rechaza |
|                                                                                                                                                                                          | <i>H<sub>6.5</sub> Existe una relación positiva y significativa entre la divulgación de información sobre derechos humanos y ética y las variables de mercado.</i>           | Se rechaza |
|                                                                                                                                                                                          | <i>H<sub>6.6</sub> Existe una relación positiva y significativa entre la divulgación de información sobre responsabilidad social corporativa y las variables de mercado.</i> | Se rechaza |

#### **6.4.7 Verificación de hipótesis concernientes a las variables relacionadas con el origen del capital.**

De acuerdo con la información obtenida, se encuentra una relación significativa entre el origen del capital y la información sobre comunidad. Sin embargo, no permite aceptar las hipótesis que relacionan el origen del capital con la revelación de información para el resto de categorías (ver Tabla 50).

Los resultados obtenidos para esta variable, hablando del índice general de RSC, se contradicen con las apreciaciones realizadas por Joao, *et al.*, (2011), quienes sugieren la relación que existe entre la divulgación de información sobre RSC y la presión del capital extranjero. Los autores hablan de una categoría de empresas, multilatinas, haciendo referencia a aquellas grandes empresas latinoamericanas que logran traspasar las fronteras de su país y sugieren que estas compañías y las multinacionales tienden a mejorar la comunicación con sus *stakeholders* debido a

que el contacto con nuevos escenarios empresariales, sobre todo con países desarrollados, mejoran la información divulgada.

**Tabla 50. Comprobación de hipótesis para la variable origen del capital**

| HIPÓTESIS                                                                                                                       | SUB-HIPÓTESIS                                                                                                                                              | DECISIÓN      |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|---------------|
| <b><i>H<sub>7</sub> La composición del capital (nacional/extranjero) influye en la revelación de información sobre RSC.</i></b> | <i>H<sub>7.1</sub> La composición del capital (nacional/extranjero) influye en la divulgación de información sobre empleados.</i>                          | Se rechaza    |
|                                                                                                                                 | <i>H<sub>7.2</sub> La composición del capital (nacional/extranjero) influye en la divulgación de información sobre medio ambiente.</i>                     | Se rechaza    |
|                                                                                                                                 | <b><i>H<sub>7.3</sub> La composición del capital (nacional/extranjero) influye en la divulgación de información sobre comunidad.</i></b>                   | No se rechaza |
|                                                                                                                                 | <i>H<sub>7.4</sub> La composición del capital (nacional/extranjero) influye en la divulgación de información sobre consumidores y productos.</i>           | Se rechaza    |
|                                                                                                                                 | <i>H<sub>7.5</sub> La composición del capital (nacional/extranjero) influye en la divulgación de información sobre derechos humanos y ética.</i>           | Se rechaza    |
|                                                                                                                                 | <i>H<sub>7.6</sub> La composición del capital (nacional/extranjero) influye en la divulgación de información sobre responsabilidad social corporativa.</i> | Se rechaza    |

Resultados similares fueron hallados por Gómez-Villegas & Quintanilla (2012) que sugieren una relación importante entre la divulgación de información y el origen del capital. En esta misma línea, el estudio realizado por Archel & Lizarraga (2001), sugieren una relación positiva entre el origen del capital y el nivel de divulgación de información sobre medio ambiente.

No obstante los resultados obtenidos, abundan los estudios que avalan la presión de la inversión extranjera, la participación de las multinacionales y la apertura económica, en la divulgación de información sobre RSC (ver, por ejemplo a Cook, 1989; Chen & Bouvain, 2009 y Araya, 2006). En este sentido, para los países de la región latinoamericana, se ha comprobado un mayor volumen de informes, pero no una mejora en su contenido (KPMG, 2011).



## **Capítulo 7. Conclusiones, aportaciones del estudio, limitaciones y futuras investigaciones**

### **7.1. Conclusiones generales**

En el presente capítulo se exponen las conclusiones más relevantes derivadas de la revisión de la literatura y del estudio empírico realizado. Lo anterior, con el fin de desarrollar el objetivo propuesto: *“Medir y comparar la revelación de información sobre responsabilidad social en las empresas cotizadas que pertenecen al principal índice bursátil de las bolsas de valores de Chile, Colombia y México”*. Asimismo, se presentarán las principales limitaciones del estudio, ideas para futuras investigaciones y algunas implicaciones académicas y prácticas de la investigación.

Los resultados sugieren que a nivel general las empresas analizadas revelan poca información y las que lo hacen tienen un comportamiento similar. Estos resultados coinciden con lo encontrado en la literatura previa, ya que diferentes estudios han hallado evidencia que permite señalar que las empresas que menos divulgan son aquellas que ejercen su actividad en países en vías de desarrollo, aunque se percibe una propensión a su aumento.

También se evidencia que las empresas que divulgan mucha información copian las dinámicas de las empresas de los países desarrollados, lo que puede llevar a pensar que la presión ejercida por estas empresas está dando como resultado una homogenización a nivel internacional de estas prácticas. Lo anterior se podría explicar a partir de la necesidad que tienen las empresas locales de legitimar su comportamiento frente a posibles inversores extranjeros con el fin de demostrar la minimización de riesgos por posibles multas o sanciones derivadas del incumplimiento de determinadas cuestiones ambientales, éticas o sociales. Adicionalmente, y tratándose de empresas extranjeras, estas se verán obligadas a asumir comportamientos similares a los de su casa matriz.

Por otro lado, es importante recalcar el hecho de que la información divulgada no es información trazable puesto que en su mayoría es información cualitativa. Esto se podría explicar a partir de la tendencia, de acuerdo a Husillos (2007;6), que tienen las empresas a legitimar su actuación a partir de "...manipular la percepción del público relevante desviando su atención mediante la utilización, por ejemplo, de símbolos emotivos...". Adicionalmente, a la fecha del estudio, no se encontró evidencia sobre la existencia de normativa específica que obligue a las empresas a divulgar información sobre RSC.

#### **7.1.1 Con relación a la publicación de informes.**

De acuerdo con la información obtenida, se constató que existe una importante dinámica divulgativa que se manifiesta en la creciente utilización de reportes corporativos para informar sobre actividades relacionadas con la RSC. Sin embargo, coexisten diferencias entre los países investigados que se evidencian en la forma como emiten la información de tipo social y medioambiental. Es así como los informes adoptan diferentes nombres y no existe homogeneidad en su estructura de presentación e información divulgada para las empresas de los países objeto de análisis. Esta heterogeneidad existente podría sugerir una falta de acuerdo en el contenido del mismo, lo que dificulta su estudio.

En cuanto a la adopción de estándares internacionales para la presentación de la información sobre RSC, se advierte que son pocas las empresas que están adheridas oficialmente al GRI y que utilizan la guía como modelo para su reporte, siendo las empresas chilenas las que en mayor número presentan sus memorias conforme a la guía (20.5%). No obstante, solo el 15.4% de las empresas chilenas reportan adhesión al estándar. Por otro lado, las empresas de Colombia son las que exponen el mayor número de informes separados sobre información social, ya que el 34.6% de las empresas presentan memoria de sostenibilidad y un informe de gestión o memoria anual por separado.

También se interpreta que las empresas objeto de estudio ponen énfasis en mayor medida en los informes anuales con contenido financiero y corporativo que en los

informes sobre sostenibilidad. Esto sugiere que las empresas están dando más importancia a la información que es de interés para los inversionistas, dedicando menos espacio del reporte a la información dirigida a otros grupos de interés.

### **7.1.2 Con relación al grado de divulgación de información sobre RSC.**

La medición del grado de revelación de información en las empresas objeto de estudio permitió constatar que, como se observó en la literatura previa, en general las empresas analizadas revelan poca información sobre responsabilidad social.

En este sentido, los valores promedio de los índices calculados en las categorías estudiadas no superan, en promedio, la calificación de 1 en una escala de 0-5, teniendo en cuenta que hay algunas empresas que presentan índices altos, pero nunca superando la calificación de tres. Es el caso de empresas como D&S, Banco Santander, Andina B y Masisa (en Chile), Isagen, Cementos Argos y Cartón Colombia (en Colombia) y Peñoles, Wal-Mart y Cemex en México. Por otro lado, es Chile el país que presenta el valor promedio más alto en casi todas las categorías, pero, como se anotó anteriormente, con niveles muy bajos por parte de la mayoría de las empresas.

### **7.1.3 Con relación a la divulgación de información sobre las categorías**

Las empresas de los tres países divulgan poca información en todas las categorías, presentando niveles muy bajos en sus índices y cierto grado de uniformidad en la información divulgada, lo que evidencia un comportamiento similar entre ellas. Lo anterior se puede explicar a partir de la presencia de elementos culturales, sociales y políticos similares, que tienden a homogenizar el comportamiento del tejido empresarial, sobre todo tratándose de empresas que pertenecen al mercado de valores y comparten características análogas.

La media más baja la arroja el índice de consumidores y productos en todos los países, sin embargo, son las empresas de Chile las que reportan mayor información sobre esta categoría, al igual que sobre medioambiente, en donde se encuentra el mayor número de empresas con calificaciones que superan la valoración de 1. Las

categorías sobre las que más se divulga información, son las de empleados, seguida por la de comunidad.

El examen del contenido de la información revelada ha llevado a constatar la coincidencia entre los aspectos revelados por las empresas objeto de análisis y las empresas de otros contextos geográficos, tanto de países desarrollados como de países en vías de desarrollo. Lo anterior podría explicarse inicialmente mediante dos situaciones particulares que afectan las rutinas empresariales de la región. Por una parte, la presión que ejerce la inversión de compañías multinacionales frente a las diferentes prácticas empresariales. En el caso de la población estudiada, el 91% de las empresas reportan capital extranjero en su composición accionaria, lo que puede influir en su comportamiento divulgativo, no obstante, cuando se analizan los factores que influyen en la divulgación de información sobre RSC, se encontró que la variable origen del capital es un factor determinante en la divulgación de información sobre comunidad, no así con las otras categorías.

Por otra parte, la adhesión al mercado de valores en una economía fuertemente globalizada exige la observación de algunos estándares en materia de transparencia informativa y divulgación de información, debido a la presión de los inversores por conocer los riesgos potenciales de las empresas en las que se invierte.

Ligado a lo anterior, se encuentra la introducción de estándares, como la guía GRI, que ha logrado ubicarse en la región, aunque lentamente; las categorías sobre las que divulgan las empresas y los asuntos tratados en los informes coinciden en gran parte con los asuntos propuestos en este tipo de estándares.

#### **7.1.4 Con relación a la divulgación de información por sectores**

Los análisis realizados arrojaron evidencia de que la mayoría de los sectores, para todos los países y categorías, presentan un muy bajo nivel de información. Sin embargo, el sector de «exploración, explotación y extracción de pozos, minas y canteras» sobresale entre los demás sectores porque muestra los niveles más altos

de divulgación de información en casi todas las categorías. El sector que reporta el menor nivel de divulgación de información es el sector de «construcción», seguido por el sector de «intermediación financiera».

Las categorías que reportan los niveles más bajos de información en todos los sectores son las de «consumidores y productos» y la de «derechos humanos y ética», con predominio del sector de «exploración, explotación y extracción», en la primera; y el sector de «suministro de electricidad, gas y agua», en el segundo. Y las categorías más reportadas son las de «empleados», «medioambiente» y «comunidad» para los sectores de «exploración, explotación y extracción», «industrias manufactureras» y «suministro de energía, gas y agua».

Los resultados con respecto al sector deben ser tomados con precaución, puesto que la composición sectorial no es homogénea; se pueden observar sectores con una alta participación, como es el caso de los sectores «manufacturero» y «financiero» (21% y 22%, respectivamente) y otros con muy baja participación, como son los sectores de «agricultura, silvicultura y pesca» y el de «exploración, explotación y extracción» (4% y 6%, respectivamente).

Desde el punto de vista del país, las diferencias encontradas también se explican por la composición sectorial de la población. En el caso de Chile, un importante número de empresas pertenecen a sectores sensibles al tema de medioambiente (agricultura, silvicultura y pesca, industrias manufactureras, y suministro de electricidad, gas y agua); en Colombia hay una fuerte presencia de empresas de los sectores «financiero» y del «manufacturero». Una situación diferente se presenta en México, en donde la composición es muy homogénea, pero sobresalen los sectores de «exploración, explotación y extracción», «industria manufacturera» y «suministro de energía, agua y gas».

#### **7.1.5 Con relación a la divulgación de información sobre los elementos**

En los tres grupos de empresas y prácticamente en todos los elementos se evidencia un mayor nivel de divulgación de información cualitativa sobre la

cuantitativa. Esto podría sugerir, por una parte, que las empresas aún no han considerado la estructuración de su informe con base en un estándar que determine de manera clara y precisa la información a divulgar (hay que tener en cuenta el bajo porcentaje de las empresas se guía por el estándar de la GRI), con lo cual la oferta informativa se hace bajo una base cualitativa, emitiendo información de tipo textual y narrativo.

Por otra parte, esto puede ser indicativo de que las empresas, de manera intencional, emiten datos no trazables sobre la información de RSC, haciendo énfasis en la información cualitativa, ya que su interés se centra en emitir información de tipo financiero dirigida a inversores y propietarios, privilegiando a un grupo de interés en particular.

Los elementos más divulgados en los tres países corresponden a la categoría de «empleados». Las empresas presentan una tendencia marcada a revelar información sobre «formación y desarrollo» y «sobre retribución y condiciones de trabajo», con un comportamiento más homogéneo en las empresas de México que presentan una menor dispersión.

En el caso de la categoría de medio ambiente, destacan para los tres países las diferencias entre los indicadores cualitativos y cuantitativos de los elementos «emisiones», «inversiones» y «políticas». La información es casi nula en información cuantitativa sobre «emisiones» para Colombia y México, y en «políticas», para los tres países, no obstante, la información cualitativa se hace presente en todos. Sobre el tema de «inversiones», México no reporta ningún tipo de información. Es notorio el comportamiento del elemento «productos», en donde la mayoría de las empresas no presenta información y solo se encuentran datos reportados, para los tres países, en aquellas empresas que reportan altos niveles de información divulgada.

En la información relativa a asuntos con la «comunidad», se refleja un comportamiento más homogéneo en los tres países, aunque es palpable la falta de

información en el elemento «compromiso de los empleados con la comunidad» en Colombia.

En la categoría «consumidores y productos», los tres países presentan diferencias en la divulgación de información en cada uno de los elementos. Es manifiesta la ausencia de información cuantitativa, con predominio de la divulgación de información cualitativa en todos los elementos, siendo el elemento «seguridad de los productos y de los clientes» en el que se presenta menor divulgación.

Por último, en el caso de la información sobre «derechos humanos y ética», destaca la información sobre «gobierno corporativo» y «derechos humanos en el trabajo», aunque los índices son bajos y se advierte mayor divulgación a favor del índice cualitativo frente al cuantitativo en el primer elemento, mientras que en el segundo se observa mayor divulgación de la información cuantitativa que cualitativa en los tres países.

La medición del grado de revelación a nivel de elementos ha permitido constatar que los tres países dan mayor importancia a los elementos relacionados con «formación de personal» y «retribución al trabajo, de la categoría «empleados», así como a asuntos relativos a los «derechos humanos en el trabajo» y al «gobierno corporativo», de la categoría de «derechos humanos y ética», presentando muy bajos niveles en los demás elementos. Al ser información de carácter obligatorio (en su mayoría), esto podría sugerir que las empresas están divulgando información dirigida a aquellos grupos de interés que pueden generar mayor riesgo para la empresa, ya que, estos podrían originar demandas de tipo legal y con ello riesgos de reputación, por un lado, y sanciones pecuniarias, por otro.

#### **7.1.6 Con relación a los factores determinantes de la divulgación de RSC**

Para la identificación de los posibles factores determinantes de la divulgación de información se han contrastado varias hipótesis de trabajo mediante regresiones.

La posible influencia del tamaño se ha contrastado a partir de las hipótesis 1.1 a 1.6. Las pruebas realizadas han permitido constatar que el tamaño medido por el

patrimonio es un factor que influye en la revelación de información sobre RSC, en su conjunto y en la mayor parte de las categorías, hipótesis que no se comprueba para la información sobre consumidores y productos.

Con la evidencia encontrada se podría sugerir que son las empresas más grandes las que más divulgan, lo que podría explicarse en parte por la teoría de la legitimidad, partiendo del supuesto de que estas empresas, por su tamaño y su exposición, deben mantener la atención de los *stakeholder*, enviando un mensaje que ayude a modificar las expectativas que éstos tienen con respecto a la actuación de la entidad mediante la información y la educación del público relevante (Husillos, 2007, citando a Dowling y Pfeffer (1975).

El contraste de las hipótesis 2.1 a 2.6 ha proporcionado evidencia de que la relación ventas a activos, que deja ver la capacidad de la empresa para generar ingresos a partir de la inversión, expone una relación con la divulgación de información sobre RSC para los índices de medioambiente, comunidad y para el índice general. Así las cosas, parece ser que las empresas que toman mejores decisiones financieras de inversión en activos y, por tanto, generan un monto mayor de ingresos, son más proclives a mejorar su dinámica divulgativa. En este sentido, se podría sugerir que las empresas que presentan mejores resultados financieros estarán más expuestas pues los inversores, el Estado y la sociedad en general, tendrán un mayor interés en su comportamiento ético y social. Así, éstas se verán forzadas a mejorar su dinámica divulgativa tratando de mantener una imagen positiva y así refrendar su actuación ante los stakeholder.

Aunque las similitudes en el contexto cultural, económico y social de los tres países llevaban a pensar que el país no sería un factor determinante de la revelación de información, como resultado del contraste de las hipótesis 3.1 a 3.6, se ha advertido que el país influye en la revelación de información en las categorías de «consumidores y productos» y «derechos humanos y ética». Las empresas mexicanas divulgan significativamente menos información que las empresas chilenas en relación con estas dos categorías.

De acuerdo con las pruebas realizadas para el contraste de las hipótesis 4.1 a 4.6, se ha confirmado una relación significativa entre el grado de divulgación sobre medio ambiente para los sectores de «intermediación financiera» y «transporte y almacenamiento»

En cuanto a la clasificación de los sectores en alto y bajo grado de exposición en función de la presión que reciben de la sociedad, no ha resultado ser un factor relevante de la revelación de información sobre responsabilidad social, tal como se ha evidenciado a través del contraste de las hipótesis 5.1 a 5.6.

En la misma línea se perfilan los hallazgos encontrados cuando se contrastan las hipótesis 6.1 a 6.6, en donde tampoco se ha encontrado evidencia que permita relacionar las variables de mercado y la revelación de información sobre RSC en su conjunto y en sus categorías.

Un factor que se esperaba tuviera gran influencia en la divulgación de información sobre RSC era el origen del capital, ya que, de acuerdo con la literatura, las empresas extranjeras de países desarrollados ejercen una influencia importante en sus filiales o subsidiarias. No obstante, el contraste de las hipótesis 7.1 a 7.6 permitió corroborar tal influencia únicamente para la información sobre comunidad.

#### **7.1.7 Con relación a la teoría de la legitimidad**

En el capítulo 3, en el cual se definieron las diferentes teorías que explican la dinámica divulgativa de las empresas, se tomó la decisión de enmarcar la presente investigación en la teoría de la legitimidad, entendiendo que las empresas adoptarán comportamientos que les permita convivir socialmente, respetando una serie de normas, valores, creencias y definiciones, como lo manifestara Suchman (1975), citado por Tillin (2007). Bajo este precepto, se esperaba que, consierando la presión mundial, principalmente la ejercida por las multinacionales que operan en estos países y la alta presencia de capital extranjero en la composición accionaria de las empresas de la población, se presentaría un mayor nivel de información, sobre todo en aquellos aspectos relacionados con información social y medioambiental.

No obstante, los resultados no permiten afirmar, para el caso de la población estudiada, que la teoría de la legitimidad explique totalmente el comportamiento divulgativo de las empresas, al menos no en el contexto geográfico estudiado y con relación a variables como las de mercado, sector, origen del capital, país y grado de exposición, ya que los datos no son concluyentes para todas las variables analizadas. Sin embargo, basados en la teoría y los resultados del presente estudio, las empresas de mayor tamaño y con mejores resultados financieros divulgan un mayor volumen de información. Lo anterior se podría asociar, como se mencionó en el apartado 7.1.6, con la teoría de la legitimidad, no queda completamente demostrada esta relación al tratarse de las demás variables.

Resulta interesante, por los datos encontrados en trabajos recientes, hacer una nueva revisión con el fin de corroborar si los resultados se mantienen, ya que hay un mayor número de empresas a nivel de América Latina reportando a partir de la GRI (ver informe de KPMG, 2011).

Es posible que un mayor desarrollo de los mercados, la presión y formalización del tema por parte de los organismos multilaterales y la presión de los grupos de interés, lleve a las empresas a adoptar comportamientos responsables en materia de divulgación de información, sin embargo, en la presente investigación esta cuestión no se pudo corroborar.

## **7.2. Aportaciones del estudio**

Con el presente trabajo se ha realizado un avance importante en la investigación empírica sobre la revelación de información de RSC en empresas que operan en países en desarrollo, en un contexto geográfico poco estudiado como lo es América Latina (Andrew, Gul, Guthrie & Teoh, 1989; Rahman, 2001; Araya, 2006, Aranguren, 2008 y Kolk y Van Tulder, 2010). Si bien, existen estudios comparativos internacionales que han observado el comportamiento divulgativo de las empresas pertenecientes a estos países (Wanderley, *et al.*, 2008, Garza, 2008, Pérez-Batres, Miller & Pisani, 2010 y Ortas & Moneva, 2011, entre otros), aún no hay abundante literatura empírica sobre el tema, lo que dificulta el análisis de las rutinas

organizacionales que se han desarrollado en materia de transparencia informativa. Es así como desde el punto de vista académico, consideramos que éste puede ser un importante referente para futuros estudios en la región, considerando que no existe la tradición de la medición de información y, en consecuencia, estudios de esta naturaleza son muy escasos en América Latina.

Por otro lado, y a partir de los trabajos de Gómez (2006) y Aranguren (2008), se realizó una importante actualización de la revisión de la literatura, complementándola mediante la observación de estudios comparativos internacionales realizados en países en vías de desarrollo e incluyendo investigaciones elaborados sobre empresas de países de Latinoamérica. Esta información se sistematizó a partir de una división entre los estudios realizados en países desarrollados, en países emergentes y en países en vías de desarrollo, y, simultáneamente, se elaboró una subdivisión de aquellos estudios comparativos y otros sobre un solo país. Esto permitió un mejor acercamiento al estado del arte en la región y en general en aquellos países denominados en vías de desarrollo o subdesarrollados, corroborando el bajo nivel de investigación que existe sobre el tema y la ausencia de estudios empíricos que permitan conocer el avance y, principalmente, la aceptación de los empresarios de estas regiones sobre la necesidad de divulgar sus actividades sociales a los diferentes grupos de interés.

Además, se tuvieron en cuenta aquellas investigaciones en las que el criterio de selección de la población se basó en listas internacionales de grandes empresas que incluían tanto empresas de países desarrollados como empresas de países emergentes y en vías de desarrollo. Lo anterior permitió contar con trabajos comparativos que reconocieran empresas de la región. En resumen, el cuadro de revisión de la literatura será un buen punto de partida para estudios posteriores y un importante avance en el conocimiento del estado del arte relativo al análisis de la información social divulgada.

El instrumento de recolección de información se constituye como otro aporte de gran importancia en la medida en que éste, redefinido a partir de la propuesta de Aranguren (2008), puede ser utilizado para explorar la situación de la divulgación

de información de empresas de otros países de la región. Lo anterior se valida teniendo en cuenta la rigurosidad con la cual se realizó el afinamiento del instrumento base, como consecuencia de un análisis comparativo de la información encontrada en una importante muestra de empresas de la región frente a los indicadores propuestos en el trabajo mencionado.

En esta misma línea, la taxonomía utilizada en el instrumento que resume las categorías, elementos e indicadores que componen la información sobre RSC, la cual ha sido ajustada a la realidad de la divulgación de las empresas de la región, es una importante contribución que puede ampliar el alcance de investigaciones como las realizadas por Pérez-Batres, *et al.* (2010); Ortas y Moneva (2011) y Gómez y Quintanilla (2012), entre otros, quienes analizan el avance del reporte social en América Latina basados en la adopción de estándares internacionales (como por ejemplo la GRI), pero no profundizan en el tipo y volumen de información divulgada.

En los estudios mencionados se encuentra evidencia sobre el avance en materia de emisión de informes, lo que se considera un indicador positivo sobre el tema de la transparencia en esta región, no obstante, de acuerdo con la evidencia encontrada en nuestro estudio, los informes emitidos por las empresas analizadas reportan bajos niveles de información sobre RSC y el mayor énfasis se hace en la información financiera. Nuestros resultados están sintonizados con lo que sugiere el estudio de KPMG (2011) en donde se evidencia que las empresas se han preocupado por la publicación de informes sin hacer énfasis en su contenido. Los resultados de este trabajo han evidenciado la necesidad de profundizar en el análisis del contenido de los informes para poder evaluar el verdadero avance de la información social y medioambiental y de la transparencia informativa en las empresas de la región.

De acuerdo con lo anterior, se espera que los resultados encontrados no solo se conviertan en un aporte para los estudios comparativos con empresas de la región sino que, a partir de los hallazgos, y gracias a la sistematización y estandarización

de los indicadores, elementos y categorías utilizadas<sup>89</sup>, es posible hacer comparaciones con diferentes entornos geográficos, lo que ayudará a ampliar y mejorar el conocimiento sobre el tema de la divulgación de información sobre RSC.

La técnica de análisis de contenido y la realización de una prueba de fiabilidad con tres codificadores es un aporte importante en el ámbito académico para la zona geográfica estudiada, pues la mayor parte de estudios sobre RSC en los países del área se basan en aspectos generales sobre información divulgada, sin abordar la tarea de la medición de los datos. En este sentido, se proporcionan elementos teóricos y empíricos que pueden contribuir al desarrollo de un programa de investigación en la región. Lo anterior permitirá analizar el desarrollo, aceptación y aplicación de los principios de transparencia informativa en el tejido empresarial latinoamericano y extender el análisis a otros ámbitos geográficos que aportan estudios con similar metodología, mejorando la rigurosidad en la aplicación de la técnica en cuanto al tratamiento de los datos se refiere como lo sugiere Husillos (2009), que reclama una mayor rigurosidad en las técnicas de análisis para este tipo de investigaciones.

Adicionalmente, lo anterior puede contribuir a potenciar el desarrollo de trabajos sobre medición de información, a comparar el comportamiento de las empresas en diferentes países y a establecer la situación real de la divulgación de información en las empresas de estos países, así como la influencia que pueden tener las prácticas de otras regiones del mundo, ya que el instrumento es amplio en categorías, elementos e indicadores, características que lo hacen flexible para distintas realidades geográficas.

Una aportación importante tiene que ver con los hallazgos en cuanto al marco teórico que guió la investigación. Si bien, el punto de partida de análisis fue la teoría de la legitimidad, ésta se limitó, en su alcance, a los aspectos generales de la

---

<sup>89</sup> La sistematización y estandarización se logra a partir de la utilización de referentes nacionales e internacionales en la construcción del instrumento de recolección de información. Así, se garantiza que los asuntos tenidos en cuenta son relevantes y cuentan con un importante consenso a nivel internacional.

misma, sin especificar su dirección, positiva o negativa, en cuanto a su aplicación. No obstante, y de acuerdo a los hallazgos, se puede sugerir que las empresas están utilizando los informes sobre RSC como una estrategia de legitimación con el fin de enviar un mensaje positivo con relación a la aceptación de los valores sociales imperantes, lo que garantizará su permanencia en el mercado. Lo anterior se puede presentar debido a la falta de normatividad en materia de revelación de información en los países analizados. No obstante, hay evidencia que sugiere que la regulación no garantiza un mayor nivel de divulgación de información y tampoco la calidad de la misma. Por el contrario, podría suceder que esta misma regulación, como lo manifiestan Pérez-Batres (2010), desencadene un acondicionamiento de la información, de acuerdo a la norma y los estándares, sesgando la información divulgada.

Con respecto a las empresas, consideramos que la investigación aquí presentada ayudará a comprender la dinámica lograda en la región, así como a aclarar los aspectos sobre los cuales se espera que se divulgue algún tipo de información. Esto puede ser de utilidad para las empresas, puesto que hay cierta confusión sobre la materia, como se evidenció en el estudio al encontrar que la memoria anual y los informes de sostenibilidad contienen diferentes denominaciones, un contenido heterogéneo y poco estructurado, lo que sin duda es fruto del desconocimiento o la falta de claridad sobre los asuntos que realmente pueden ser relevantes a hora de divulgar información social.

Por otro lado, conocer la situación de la región frente a la dinámica de otros países, puede animar a las compañías a emprender la tarea de divulgar información si conocen los beneficios que ésta puede generar. De la misma manera, sería una motivación para las empresas que no cotizan en bolsa, pues en la región existen grandes grupos empresariales cuyas empresas ingresan al grupo de reconocidas firmas, sin embargo, al carecer de las presiones de las empresas pertenecientes al mercado de valores, no encuentran incentivos para divulgar información.

En síntesis, y en un nivel más general, es fundamental resaltar la importancia del estudio, puesto que las investigaciones preliminares han mostrado cómo estas

iniciativas mejoran las condiciones de vida de la población siempre que las empresas emprendan un camino consciente hacia la aplicación de normas y principios que enriquezcan la actuación de las mismas, con miras a lograr un desarrollo sostenible. Lo anterior se logra si se hace evidente y explícito el compromiso de las empresas hacia su entorno. Así, siguiendo la dinámica de la línea de investigación iniciada, hay un aporte importante para la generación de política pública, ya que se hacen evidentes las fallas, los aciertos y el nivel de desarrollo de un tema tan importante como lo es la transparencia informativa, principalmente en una región en donde los niveles de corrupción, tanto pública como privada, se presentan como una constante en el ámbito económico.

### **7.3. Limitaciones y futuras investigaciones**

#### **7.3.1 Limitaciones**

Como un primer aspecto a considerar, es que los resultados obtenidos solo pueden ser aplicables a la población analizada y no pueden ser extrapolados a otro tipo de empresas. No obstante, tales resultados aportan una idea general sobre la situación en América Latina, ya que las empresas de la población analizada, debido a su alto grado de visibilidad, son las primeras que tienden a aplicar o copiar nuevas tendencias empresariales, pues al pertenecer al mercado de valores están sometidas a una alta presión en cuanto a la divulgación de información. Lo anterior sumado a que las empresas de menor tamaño, que son potenciales proveedoras de estas grandes empresas, encontrarán motivaciones para copiar estas prácticas divulgativas.

Es posible que la población seleccionada limite el análisis en dos sentidos. En primer lugar, porque al ser empresas cotizadas están sometidas a normas muy particulares que no cobijan a las demás empresas, por lo tanto habrá situaciones y comportamientos que no se pueden medir a partir del presente estudio.

En segundo lugar, porque en el contexto latinoamericano, el mercado de valores no está muy desarrollado y existen empresas consideradas de gran tamaño, con un

significativo impacto social y económico, pero que al no ser cotizadas quedan fuera del estudio. Además, y ligado a lo anterior, el tejido empresarial en la región está conformado en su mayoría por pymes, con lo cual se hace necesario extender futuros estudios. En consecuencia, y como se anotó previamente, resulta pertinente iniciar el estudio con este tipo de empresas puesto que ellas permiten acercarse al tema de la RSC, entender la dinámica empresarial de las compañías en materia de divulgación de información e interpretar el contexto en el que se mueven.

En lo que respecta al método, la literatura ha sido reiterativa en cuanto a la subjetividad que puede acompañar la construcción de un índice que mida la revelación de información sobre RSC, porque su construcción normalmente se realiza a partir de la codificación de los informes, previo acuerdo entre los codificadores. Sin embargo, la caracterización y categorización realizada para la construcción del instrumento de calificación (que se basó en la literatura internacional sobre el tema y se complementó con la lectura y análisis de varios informes de empresas de la región), lo mismo que la realización de una prueba de fiabilidad, ayudaron a mejorar la estabilidad de los datos.

Por otro lado, la composición del sector impide llegar a conclusiones definitivas en cuanto a su influencia en la divulgación de información sobre RSC, debido a la participación desigual de los mismos en la población examinada. Otro factor que puede limitar los resultados es el espacio temporal, pues un análisis en una serie de tiempo puede dar mayores pistas sobre el fenómeno de la divulgación y sus efectos, sobre todo en los resultados financieros y en las variables de mercado.

### **7.3.2 Futuras investigaciones.**

De acuerdo con lo expuesto, la continuidad de la presente investigación está dirigida a realizar el análisis sobre un número mayor de empresas, incluyendo dentro la muestra las pequeñas y medianas empresas. Esto ampliará el conocimiento sobre las prácticas que las empresas realizan en cuanto a las actividades de RSC y a la dinámica divulgativa.

Adicionalmente, y con el fin de realizar un profundo análisis desde la perspectiva de la teoría de la legitimidad, ampliar las variables utilizando variables internas y variables externas. Estas últimas dirigidas a evaluar la percepción de la sociedad sobre la actuación de las empresas, lo que se podría lograr a través de avisos en prensa, noticieros especializados y demandas en torno a temas sociales y medioambientales. Lo anterior permitiría hacer un cruce de información y establecer cuál es la estrategia que utiliza la empresa para llegar a los diferentes usuarios de la información.

Por otro lado, es interesante, y necesario también, realizar análisis temporales que permitan estudiar no solo las causas de la divulgación de información sobre RSC, sino también las consecuencias y la permanencia en el tiempo de estas prácticas. Lo anterior se justifica en tanto que no es claro desde la perspectiva de la empresa el beneficio, particularmente económico, de mantener una buena dinámica divulgativa, en específico en las pequeñas y medianas empresas. Igualmente, se ampliaría la muestra a otros países, ya que de acuerdo a lo encontrado en la literatura, la mayor parte de las investigaciones se han centrado en los países llamados desarrollados.



## **BIBLIOGRAFÍA**

- Abbott, W. F., & Monsen, R. J. (1979). On the measurement of corporate social responsibility: self-reported disclosures as a method of measuring corporate social involvement. *Academy of Management Journal*, 22(3), 501-515.
- Abdul, H., F. Z. (2004). Corporate social disclosure by banks and finance companies: Malaysian evidence. *Corporate Ownership & Control*, 1(4), 118-129
- Abreu, R., & Carreira, F. (2007). El valor de la empresa y la responsabilidad social corporativa: Análisis empírico, *Estudios e Documentos de Trabalho*, Escola Superior de Tecnologia e Gestão do Instituto Politécnico da Guarda, Portugal.
- Ackerman, R. W., & R. A. Bauer (1976). *Corporate Social Responsiveness - The Modern Dilemma*. Reston, Virginia.
- Acquier, A. (2005). *Les Modeles De Pilotage du Developpement durable: Du Controle externe a la conception innovante*. (Tesis Doctoral), l'Ecole des Mines, Paris.
- Adams, C. (2002). Factors influencing corporate social and ethical reporting: moving on from extant theories. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(2), 223-250.
- Adams, C. A., Coutts, A., & Harte, G. (1995). Corporate equal opportunities (non-) disclosure. *The British Accounting Review*, 27(2), 87-108.
- Adams, C., Hill, W. A., & Roberts, C. B. (1998). Corporate Social Reporting Practices in Western Europe: Legitimizing Corporate Behaviour? *The British Accounting Review*, 30(1), 1-21.
- Adams, C., Hill, W., & Roberts, C. (1995b). Environmental, employee and ethical reporting in Europe. *ACCA Research Report*, (41), London, Chartered Association of Certified Accountants.

- Adams, C. & Kuasirikum, N. (2000). A comparative analysis of corporate reporting on ethical issues by UK and German chemical and pharmaceutical companies. *European Accounting Review*, 9(1), 53-80.
- Adams, C.A. & Roberts, C.B. (1995): Corporate Ethics: An issue worthy of report? *Accounting Forum*, Vol. 19, No. 2/3, pp. 128-142
- AECA (2004). Documentos sobre Responsabilidad Social Corporativa, Doc. Nº 1 Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa. AECA, Madrid.
- AECA (2011). Información Integrada: el cuadro integrado de indicadores (CII-FESG) y su taxonomía XBRL.
- Agüero, F. (2002). La Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Argentina, Brasil, Chile, Colombia, México y Perú. Escuela de Estudios Internacionales de Miami, un estudio preliminar.
- Albareda, V. L., & Balaguer, F., M. R. (2008). La Responsabilidad Social de la Empresa y los Resultados Financieros. *Revista de Contabilidad y Dirección*. (7), 11-26.
- Allouche, J. & Laroche, P. (2005). A Meta-Analytical Examination of the Link Between Corporate Social and Financial Performance. Groupe de REcherche en Gestion des Organizations, IAE de Paris, Université Paris, Panthéon-Sorbonne, (3), 1-31. Recuperado de <http://gregoriae.univ-paris1.fr/accueil/>.
- Alonso-Almeida, M., Rodríguez, M., Cortez, K. A., & Abreu, J. L. (2010). La responsabilidad social corporativa y el desempeño financiero: un análisis en empresas mexicanas que cotizan en la bolsa. *Contaduría y Administración*, 57(1), 53-77.
- Amran, A. & Haniffa, R. (2011). Evidence in Development of Sustainability Reporting: a Case of a Developing Country. *Business Strategy and the Environment* Bus. Strat. Env. 20, 141-156. Recuperado de [wileyonlinelibrary.com](http://wileyonlinelibrary.com). Doi: 10.1002/bse.672

- Andrew, B., Gul, F., Guthrie, J. & Teoh, J. (1989). A note on corporate social disclosure practices in developing countries: the case of Malaysia and Singapore. *British Accounting Review*, (21), 371-376.
- Andrikopoulos, A. & Kriklani, N. (2012). Environmental Disclosure and Financial Characteristics of the Firm: The Case of Denmark. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(1), 55-64.
- Angla J., & Rodríguez M, A. (2004). El nivel de la información consolidada divulgada por los grupos que cotizan en España: Análisis de sus determinantes en el período 1991-2001, *Revista análisis financiero*, (93), 18-28.
- Ansoff, I. (1965). *Corporate strategy* (New York, McGraw Hill).
- Aranguren, G. N., & Martínez, C. L. (2010). Difusão de informação sobre a responsabilidade social pelos bancos chilenos: uma aproximação segundo a teoria da legitimidade. *Economia Global e Gestão*, 15(2).115-135.
- Aranguren, G. N., & Ochoa, L. E. (2008). Divulgación de información sobre empleados y medio ambiente en España y Alemania: Una nota de investigación. *RC-SAR*, 11(2), 123-142.
- Aranguren, N. (2008). Divulgación de información sobre responsabilidad social: un análisis corporativo entre empresas cotizadas de Alemania, España y Reino Unido, (Tesis Doctoral), Universidad de Deusto. San Sebastian.
- Araya, M. (2006). Exploring Terra Incognita Non-financial Reporting in Corporate Latin America. *Journal of corporate citizenship*, (21), 25-36.
- Arcas, L., N., & Briones, P., A. J. (2009). Responsabilidad Social Empresarial de las Organizaciones de la Economía Social. Valoración de la misma en las empresas de la Región de Murcia. CIRIEC. España: *Revista de economía pública, social y cooperativa*, (65), 143-161.
- Archel, P. (2003). La divulgación de la información social y medioambiental de la gran empresa española en el período 1994-1998: Situación actual y

- perspectivas. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, XXXI, 571-601.
- Archel, P., & Husillos, J. (2009). Últimos desarrollos sobre RSE en España: ¿un avance hacia la sostenibilidad? CIRIEC-España, *Revista de Economía Pública, Social y Cooperativam*, (65), 59-84.
- Archel, P., Husillos, J., & Spence, C. (2011). The institutionalisation of unaccountability: Loading the dice of Corporate Social Responsibility discourse. *Accounting, Organizations and Society*, (36), 327-343.
- Archel, P., & Lizarraga, F. (2001). Algunos determinantes de la información medioambiental divulgada por las empresas españolas cotizadas. *Revista de Contabilidad*, 129-154.
- Areizaga, E. M. (2004). Un Modelo de Responsabilidad social En una Gran Empresa en Cuesta, M.D.L. y Rodríguez, D.L., *Responsabilidad Social Corporativa*. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, 37-39.
- Argandoña, A. (2005). Firm, Market Economy and Social Responsibility, IESE Business School. Working Paper, (600).
- Ariza Buenaventura, E. D. (2011). Una aproximación a la problemática de la ética contable en la globalización. *Contaduría Universidad de Antioquia*, (54), 29-54.
- Ayala, M. A. (2007). Responsabilidad Social. *Memorias de Sostenibilidad y Auditoria*. *Partida Doble*, (191), 106-115.
- Backman, J. (1975). *Social responsibility and accountability*. University Press. New York.
- Bardin, L. (1996). *Análisis de Contenido*. Akal ediciones, Madrid.
- Barroso T. F. G. (2008). La responsabilidad social empresarial: un estudio en cuarenta empresas de la ciudad de Mérida, Yucatán. *Contaduría y administración*, (226), 73-91.

- Bayoud, N. S., Kavanagh, M., & Slaughter, G. (2012). Factors Influencing Levels of Corporate Social Responsibility Disclosure by Libyan Firms: A Mixed Study. *International Journal of Economics and Finance*, 4(4), 13-29.
- Bebbington, J. & Larrinaga, C. (2006). Environmental reporting in the UK: An analysis of emerging trends, 29<sup>th</sup> Annual Congress of the European Accounting Association. Dublín, Irlanda, 2006.
- Bedicks, H. B., & Arrunda, C. (2005). Business Ethics and Corporate Governance in Latin America. *Business & society*, 44(2), 218-228. Doi: 10.1177/0007650305275301
- Berbel, G. G., Reyes, G. D., & Gómez, M. (2007). La responsabilidad social en las organizaciones (RSO): análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información. *Revista Innovar*, 17(29), 27-47.
- Berbel, J. G. (2010). Aproximación y apreciaciones sobre la RSC en Europa, en Responsabilidad social empresarial: una reflexión desde la gestión, lo social y ambiental, Universidad Nacional de Colombia, 127-160.
- Bigné, E. A., Chumpitaz, R., Andreu, L. & Swaen, V. (2005). Percepción de la responsabilidad social corporativa: un análisis cross-cultural. *Universia Business Review*, (5), 14-27.
- Blackburn, V. L., Doran, M., & Shrader, C. B. (1994). Investigating the Dimensions of Social Responsibility and the Consequences for Corporate Financial Performance. *Journal of Managerial Issues*, VI (2), 195-212.
- Botosan, C. A. (1997). Disclosure level and the cost of equity capital. *The Accounting Review*, 72(3).
- Bowen, H. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*, N.Y., Harper & Brothers.

- Brammer, S., & Pavelin, S. (2006). Voluntary Environmental Disclosures by Large UK Companies, *Journal of Business Finance & Accounting*, 33(7) & (8), 1168–1188, doi: 10.1111/j.1468-5957.2006.00598.x
- Brown, N. & Deegan, C. (1998). The public disclosure of environmental performance information - a dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory. *Accounting and Business Research*, 29 (1), 21-42.
- Brundtland, I. (1987). Comisión Mundial para el Medio Ambiente y Desarrollo. Naciones Unidas.
- Buhr, N., & Freedman, M. (1996). A comparison of mandated and voluntary environmental disclosures. Critical Perspectives on Accounting Conference, New York.
- Buzby, S. (1974). Selected items of information and their disclosure in annual reports. *The accounting review*, 49(3), 423-435
- Byus, k., Deis, D., & Ouyang, B. (2010). Doing Well by Doing Good: Corporate social responsibility and profitability. *Advanced Management Journal*. 75(1), 44-55.
- Calderón, M. (2011). CSR in Latin America and South East Asia Analysis of the Corporate Communication of Top Local Companies. *International Research Journal of Finance & Economics*, (73), 67-85.
- Camejo, A. J. (2007). Gestión de Recursos Humanos y Responsabilidad Social en las Organizaciones Empresariales en el siglo, Entelequia. *Revista Interdisciplinar*, (3).
- Cañibano, C. L. (2004). Información financiera y gobierno de empresa. *Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría*, (19), 157-235.
- Carmona, S., & Carrasco, F. (1988). Información de Contenido Social y Estados Contables: Una aproximación empírica y algunas consideraciones teóricas. *Actualidad Financiera*, 2175-2192.

- Carnegie, A. (1889). *The Gospel of Wealth*, N.Y.CH. Schribner's Sons
- Carroll, A. B. (1979). A Three-dimensional Model of Corporate Social Responsibility. *Academy of Management Review*, 4(2), 497-505.
- Carroll, A. B. (1991), The pyramid of corporate social responsibility: Towards the moral management of organisational stakeholders. *Business Horizons*, 34, 39-48.
- Carroll, A. B., & Shabana, K. M. (2010). The Business Case for Corporate Social Responsibility: A Review of Concepts, Research and Practice. *International Journal of Management Reviews*, 12(1), 87-105.
- Casado, C. F. (2006). *La RSE Ante el Espejo. Carencias, Complejos y Expectativas de la Empresa Responsable en el Siglo XXI*. Prensas Universitarias de Zaragoza.
- Casado, F. & Roser, I. (2009). *La RSE de la Empresa Española en América Latina: Una mirada al Patronato de la Fundación Carolina*, Documento de trabajo (34), Fundación Carolina – CeALCI.
- Casas, C., Oberlaender, J., & Sanín, M. C. (2007). *Las Fundaciones Empresariales y Apoyo a la Educación: El caso de Colombia*, presentado en el II Seminario Internacional: Nuevos Desafíos del Desarrollo en América Latina, Argentina.
- Castelo, M., & Lima, L. (2006). Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks. A legitimacy theory perspective. *Corporate Communications: An International Journal*, 11(3), 232-248.
- Castelo, M., & Lima, L. (2008). Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. *Journal of Business Ethics*, 83, 685-701.
- Castillo, C. A. M. (2002). El resurgir de la responsabilidad social de la empresa en Europa: El libro verde, *Noticias de la Economía Pública social y Cooperativa*, (35), 40-45.

- Cerf, A.R. (1961): "Corporate reporting and investment decisions, University of California Press", pp. 25-27. Tomado de García B., M.A. y Mongterrey M., J. (1993): "La revelación voluntaria en las compañías españolas cotizadas en Bolsa", *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, No. 74, pp. 53-70.
- Chen, S., & Bouvain, P. (2009). Is Corporate Responsibility Converging? A Comparison of Corporate Responsibility Reporting in the USA, UK, Australia, and Germany. *Journal of Business Ethics*, 87, 299-317.
- Cheung, P., & Mak, W. (2010). The relation between corporate social responsibility disclosure and financial performance: evidence from the commercial banking industry. Project submitted in partial fulfillment of the requirements for the degree of master of financial risk management.
- Cho, C. H. & Patten, D. M. (2007). The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: A research note. *Accounting, Organizations and Society*, 32 (7), 639-647.
- Cho, C. H., Roberts, R. W., & Patten, D. M. (2010). The language of US corporate environmental disclosure. *Accounting, Organizations and Society*, 35(4), 431-443.
- Choudhuri, A., & Chakraborty, J. (2009). An Insight into Sustainability Reporting, The Icfai University Press. *The Icfai Journal of Management Research*, VIII (4).
- Chow, C., & Wong-Boren, A. (1987). Divulgación financiera voluntaria en las corporaciones Mexicanas. *The Accounting Review*, 62(3), 533-441.
- Clark, W. C. (2008). Toward a Taxonomy of Corporate Reporting Strategies. *Journal of Business Communication*, 45(3), 232-264.
- Clarke, J., & Gibson-Sweet, M. (1999). The use of corporate social disclosures in the management of reputation and legitimacy: a cross sectoral analysis of UK top 100 companies. *Business Ethics: A European Review*, 8(1), 5-13.

- Clarkson, P. M., Li, Y., Richardson, G. D., & Vasvari, F. P. (2008). Revisiting the relation between environmental performance and environmental disclosure: An empirical analysis. *Accounting, Organizations and Society*, 33(4), 303-327.
- Clavel, J., Ortiz, E., & Martínez, I. (2003). Factors which influence disclosure about human resources. An international comparison based on disclosure issued in from 20-F and Annual Reports. En H. Yanai, K. Okada, K. Shigemasu, Y. Kano, Y. J. Meulman. *New Developments in Psychometrics*. Tokyo: Springer-Verlag.
- Cohen, J. R., Holder-Webb, L.L., Nath, L. & Wood, D. (2012): Corporate Reporting of Nonfinancial Leading Indicators of Economic Performance and Sustainability. *Accounting Horizons*: March 2012, Vol. 26, No. 1, pp. 65-90.
- Cooke, T. (1989). Disclosure In The Corporate Annual Reports Of Swedish Companies. *Accounting and Business Research*, 19(74), 113.
- Cormier, D., Magnan, M., & Van Velthoven, B. (2005). Environmental Disclosure Quality in Large German Companies: Economic Incentives, Public Pressures or Institutional Conditions? *European Accounting Review*, 14(1), 3-39.
- Correa, M. E., Flynn, S., & Amit, A. (2004). Responsabilidad Social en América Latina: una visión empresarial. Series Medio Ambiente y Desarrollo. Publicación de las Naciones Unidas. CEPAL, División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos, (85), 1-79.
- Corres, V.P. (2004): "Regulación y Voluntariedad en la RSC" en De La Cuesta, G.M. y Rodríguez, D.L., *Responsabilidad Social Corporativa*. Publicaciones Universidad Pontificia de Salamanca, pp. 117-130.
- Cortez, M. A. (2012). The Japanese Multinational Enterprise Influence on Sustainability Reporting Practices of Philippine Subsidiaries: A Theoretical Review. *Business & Economics Review*, 21(2), 37-46.

- Cowen, S. S., Ferreri, L. B., & Parker, L. D. (1987). The impact of corporate characteristics on social responsibility disclosure: a typology and frequency-based analysis. *Accounting, Organizations and society*, 12(2), 111-122.
- Criado, I., Fernández, M., Larrinaga, C & Husillos, F. J., (2008). "Compliance with Mandatory Environmental Reporting in Financial Statements: The Case of Spain (2001-2003)", *Journal of Business Ethics*, 79, 245-262.
- Cuesta G., M.D.L. (2005). La Responsabilidad social Corporativa o Responsabilidad Social de la Empresa, Documento presentado en las Jornadas de Economía Alternativa y Solidaria de la bbk, octubre 18,19 y 20.
- Cuesta González, M. D. L., & Galindo García, A. (2005). Inversiones socialmente responsables.
- Da Silva, S., & Aibar G, B. (2011). Factores determinantes del grado de información medioambiental divulgada en las grandes empresas que operan en Portugal: un análisis univariante. *Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*. 8(1), 3-19.
- Dagilene, L. (2010). The research of corporate social responsibility disclosures in annual reports. *Inzinerine Ekonomika-Engineering Economics*, 21(2), 197-204.
- Dagilienė, L., & Gokienė, R. (2011). Valuation of corporate social responsibility reports. *Economics & Management*, 16, 21-27.
- Dahlsrud, A. (2008). How Corporate Social Responsibility is defined: an Analysis of 37 Definitions, *Corporate Social-Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13.
- Davis, K. (1960). Can business afford to ignore social responsibilities? *California Management Review* 2 (3), 70-77.

- Dawkins, C. E. & Fraas, J. W. (2011). Erratum to: Beyond Acclamations and Excuses: Environmental Performance, Voluntary Environmental Disclosure and the Role of Visibility. *Journal of Business Ethics*, (99), 383-397.
- Dawkins, C., & Ngunjiri, F. W. (2008). Corporate Social Responsibility Reporting in South Africa a Descriptive and Comparative Analysis. *Journal of Business Communication*, 45(3), 286-307.
- Dawkins, C. y Wambura N., F. (2008): "Corporate social responsibility reporting in South Africa", *Journal of Business Communication*, Vol. 45, No. 3, pp. 286-307.
- Day, R., & Woodward, T. (2004). Disclosure of information about employees in the Directors' report of UK published financial statements: Substantive or symbolic? *Accounting Forum*, (28), 43-59.
- De Godos Díez, J. L., Gago, R. F., & García, L. C. (2012). Propiedad y control en la puesta en práctica de la RSC. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 15(1), 1-11.
- De la Garza Carranza, M. T. (2007). Responsabilidad Social Corporativa en México. *Gaceta Ideas CONCYTEG*, 2(23), 86-98.
- De Lara Bueno, M. I. (2003). *La Responsabilidad Social de la Empresa: implicaciones contables*. Madrid, Edisofer, S.L.
- De Regil, C. A. (2005). El Futuro de la RSC Reflejará la Salud de la Sociedad: Ponderando la evolución de la RSC, en documentos de la Alianza Global Jus Semper, Ensayo Temático Lisdinys, noviembre.
- Deegan, C. (2002). The legitimising effect of social and environmental disclosures – a theoretical foundation, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15 (3), 282-311.

- Deegan, C. & Gordon, B. (1996). A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations. *Accounting and Business Research*, 26(3), 187-199.
- Deegan, C., Rankin, M., & Tobin, J. (2002). An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997. A test of legitimacy theory, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 15(3), 312-343.
- Deegan, C., & Rankin, M. (1996). Do Australian companies report environmental news objectively? An analysis of environmental disclosures by firms prosecuted successfully by the Environmental Protection Authority. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 9(2), 50.
- Deumes, R. (2008). A Content Analysis of Narrative Risk Disclosures in Prospectuses, Corporate Risk Reporting. *Journal of Business Communication*, 45(120), doi: 10.1177/0021943607313992
- Dhaliwal, D., Li, O. Z., Tsang, A., & Yang, Y. G. (2009). Voluntary non-financial disclosure and the cost of equity capital: the case of corporate social responsibility reporting. Available at SSRN 1343453.
- Dhaliwal, D. S., Li, O. Z., Tsang, A., & Yang, Y. G. (2011). Voluntary nonfinancial disclosure and the cost of equity capital: The initiation of corporate social responsibility reporting. *The Accounting Review*, 86(1), 59-100.
- Dierkes, M. (1979). Corporate Social Reporting in Germany Conceptual Developments and Practical Experience. *Accounting, Organizations and Society*, 4(1/2), 87-107.
- Duque, Y. V., Osorio, D., & Cardona, M. (2012). Examples of socially responsible practices of multinational enterprises from developed and developing countries in Colombia. *Suma de Negocios*, 3(3), Edición Especial 2012, 57-70.

- Eccles, R. G., & Krzus, M. (2010). One Report: Integrated Reporting for a sustainable strategy, D. Tapscot, New Jersey: John Wiley & Sons Inc: Hoboken.
- Eels, R., & Walton (1961). Conceptual foundations of business, Homewood Ill.: Richard D. Irwin.
- Elkington, J. (1997). Cannibals with forks. The triple bottom line of 21st century.
- Enrique, B., Chumpitaz, R., Andreu, L., & Swaen, V. (2005). Percepción de la responsabilidad social corporativa: un análisis cross-cultural. *Universia Business Review*, (5), 14-27.
- Epstein, E. M. (2007). The Good Company: Rhetoric or Reality? Corporate Social Responsibility and Business Ethics Redux. *American Business Law Journal*, 44(2), 207-222.
- Ernst & Ernst. (1978). Social Responsibility Disclosure, 1978 Survey, Ernst & Ernst, Cleveland OH.
- Escobar, P. B. & González, G., José M. (2005). Responsabilidad Social Corporativa: Compromiso u oportunismo?. *Revista de Contabilidad*, 8 (16), 67-98
- Farook, S., Hassan, M. K., & Lanis, R. (2011). Determinants of corporate social responsibility disclosure: The case of Islamic banks. *Journal of Islamic Accounting and Business Research*, 2(2), 114-141.
- Fernández, G.R. (2009): Responsabilidad Social Corporativa: Una nueva cultura empresarial. Editorial Club Universitario. ISBN, 13, 978-84.
- Fernández C. M., & Larrinaga, G. C. (2009). Memorias de sostenibilidad: responsabilidad y transparencia. *Contaduría Universidad de Antioquia*, (51), 89-104.
- Fernández S., J. L. & Luna S., L. (2003). La revelación de información social. Análisis empírico de la información divulgada a través de internet por las

empresas del Ibex 35. *"Transparencia Empresarial y Sociedad del Conocimiento"*, AECA

Fortanier, F., Kolk, A., & Pinkse, J. (2011). Harmonization in CSR reporting. *Management International Review*, 51(5), 665-696.

Fraile, I. A., & Fradejas, N. A. (2012). Gobierno corporativo y rendición de cuentas: ¿existe algún efecto sobre la performance empresarial? *Rc-sar*, 15(1), 143-178. ISSN: 1138-4891 - dep. Legal: ma-1436/97

Frederick, W. C. (1960). The growing concern over business responsibility. *California management review*, 2(4), 54-61

Frederick, W. C. (1978). From CSR1 to CSR2: The Maturing of Business-and-Society Thought (working paper 1978 - published in 1994). *Business and Society*, 33(2), 150-165.

Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman. Boston. MA.

Freeman, I., & Hasnaoui, A. (2010). The meaning of corporate social responsibility: The vision of four nations. *Journal of business Ethics*, 100(3), 419-436.

Friedman, M. (1966). *Capitalismo y libertad*. Ediciones Rialp, Madrid.

Fuentes, G. E. (2006). La responsabilidad social corporativa. Su dimensión normativa: implicaciones para las empresas españolas. *Pecunia*, (3), 1-20.

Fuenzalida, M. C., & Torres Z. I. (2008). Responsabilidad Social Empresarial en Chile, Documento de investigación. Congreso ALAFEC, México

Gallego-Alvarez, I. (2008). Analysis of social information as a measure of the ethical behavior of Spanish firms. *Management Decision*, 46(4), 580-599.

Gamble, G. O., Hsu, K., Jackson, C., & Tollerson, C. D. (1996). Environmental disclosures in annual reports: An international perspective. *The International Journal of Accounting*, 31(3), 293-331.

- Gamerschlag, Möller, & Verbeeten. (2011). Determinants of voluntary CSR disclosure: empirical evidence from Germany. *Review of Managerial Science*, 5(2-3), 233-262.
- García-Ayuso, M., & Larrinaga, C. (2003). Environmental disclosure in Spain: Corporate characteristics and media exposure. *Spanish Journal of Finance and Accounting/Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 32(115), 184-214.
- García, B. M., & Monterrey, M. J. (1993). La Revelación Voluntaria en las Compañías Españolas Cotizadas en Bolsa. *Revista Española de Contabilidad y Financiación*, 33(74), 53-70.
- García, E. S. (1978). El Balance Social en la Gestión Empresarial. *ESIC-MARKET*, 13-19.
- García, F. I. (2006). Responsabilidad Social Empresarial: informes contables sobre su cumplimiento. Fondo editorial Edicon, Buenos Aires.
- García, F. N. (2012). Responsabilidad social corporativa: teoría y práctica. Esic Editorial.
- García, I. M., Cuadrado, B., Santero, E., & Ordóñez, C. (2010). Impacto del macro contexto institucional en la divulgación voluntaria de información sostenible, Granada, XVI Congreso AECA para la REF, septiembre de 2011.
- García, I., Gibaja, J.J. & Mújica, A. (2009). Relación entre RS y Competitividad en: Responsabilidad Social Empresarial: Competitividad y casos de buenas prácticas en Pymes, Deusto Publicaciones, 21-51.
- García, S., M. G., (2003). El Gobierno Corporativo y las Decisiones de Crecimiento Empresarial: Evidencia en las Cajas de Ahorro Españolas. (Tesis Doctoral). Universidad Las Palmas de Gran Canaria, España.

- García-Meca, E., & Martínez, I. (2004). Divulgación voluntaria de información empresarial: índices de revelación. *Índices de revelación. Partida doble*, 14(157), 66-77.
- García, E., & Sánchez, J. P. (2006). Un estudio meta-analítico de los factores determinantes de la revelación de información. *Spanish Journal of Finance and Accounting/Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 35(132), 761-788.
- Garza, A., M. (2008). Memorias de sostenibilidad en las empresas Latinoamericanas. *Revista Internacional Legis de Contabilidad y Auditoría*, (33), 143-193.
- Georgakopoulos, G., & Thompson, I. (2008). Social reporting, engagements, controversies and conflict in an arena context. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 1(8), 1116-1143.
- Gil, E. M. De L. A, Giner, de la F., F & Gríful, M., C. (2007): The Importance of Corporate Social Responsibility and Its Limits. *International Advances in Economic Research*, (13:3), 379-388.
- Giner, D. F. & Gil, E. M. (2006). Un Modelo para Medir la Responsabilidad Social Corporativa en las empresas, *Partida Doble*. (182), 36-50.
- Giner, I. (1997). The influence of company characteristics and accounting regulation on information disclosed by Spanish firms. *The European Accounting Review*, 6 (1), 45-68.
- Giraldo, C. (2004). Financiarización: un nuevo orden social y político, en *Reserch Paper Series*, Universidad Nacional de Colombia.
- Gómez, J. (2006). Divulgación de información sobre intangibles en las empresas cotizadas españolas: factores determinantes e impacto en los mercados financieros y en la reputación corporativa. San Sebastián:(Tesis Doctoral), Universidad de Deusto.

- Gómez, L., M. A. (2003). Una Visión de la Responsabilidad Social Corporativa en México. Papeles de Ética, Economía y Dirección, (8).
- Gómez-Villegas, M., & Quintanilla, D. A. (2012). Los informes de Responsabilidad Social Empresarial: su evolución y tendencias en el contexto internacional y colombiano. Cuadernos de contabilidad, 13(32), 121-158.
- Gómez, J. C., Sánchez, R. I., & Poveda, F. (2006). Revelación voluntaria de información y características de las sociedades cotizadas en el mercado de capitales español. Spanish Journal of Finance and Accounting/Revista Española de Financiación y Contabilidad, 35(131), 8-32.
- Gómez, S., Torres, V., García, Y. & Navarro, J.A. (2012). Procedimientos estadísticos más utilizados en el análisis de medidas repetidas en el tiempo en el sector agropecuario. Revista Cubana de Ciencia Agrícola, 46(1), 1-7.
- González, M. D. C. P., Canto, M. B., & Arroyo, M. T. (2013). Una aproximación a la Responsabilidad Social Corporativa en Andalucía ante la crisis económica actual. Prisma Social: revista de ciencias sociales, (10), 191-232.
- Gray, R., Owen, D., & Adams, C. (1996). Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting. Prentice Hall, London.
- Gray, R. H, Owen D. & Adams, C. (2010). Some Theories for Social Accounting? A review essay and a tentative pedagogic categorization of theorizations around social accounting. Advances in Environmental Accounting and Management, 4, 1-54.
- Gray, R. H. (2006). Does sustainability reporting improve corporate behavior? Wrong question? Right time? Accounting and Business Research, International Accounting Policy Forum, 65-88.

- Gray, R., Kouhy, R., & Larvers, S. (1995a). Corporate social and environmental reporting: a review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure, *Accounting, Auditing and accountability Journal*, 8(2), 47-77.
- Gray, R., Mohammed, J., Power, D., & Sinclair, D. (2001). Social and Environmental Disclosure and Corporate Characteristics: A Research Note and Extension. *Journal of Business Financial & Accounting*, 28(3).
- Grosser, K., & Moon, J. (2008). Developments in company reporting on workplace gender equality? A corporate social responsibility perspective. *Accounting Forum*, 32, 179-198.
- Guthrie, J. (1982). Social Accounting in Australia: Social responsibility disclosure in the top 150 listed Australian companies 1980 annual reports, unpublished dissertation, WAIT, Perth.
- Guthrie, J. (1983). Corporate Social accounting and reporting: an Australian empirical study, AAANZ Conference Proceedings, Brisbane, Australia.
- Guthrie, J. E. & Mathews, M. R. (1985). Corporate social accounting in Australasia. In Preston, L.E. *Research in Corporate Social Performance and Policy*, JAI Press, 251-277.
- Guthrie, J., & Parker, L. D. (1989). Corporate social reporting: a rebuttal of legitimacy theory, *Accounting and Business Research*, autumn, pp. 343-352.
- Guthrie, J., & Parker, L. D. (1990). Corporate social disclosure practice: a comparative international analysis, *Advances in Public Interest Accounting*, (3), 159-175.
- Gutiérrez, P., H & Navallas, L., B. (2007). La información medioambiental de las empresas, análisis de la regulación existente: un estudio empírico sobre la información medioambiental que suministran las empresas incluidas en el índice bursátil IBEX-35. 1996-1999. Presentado en la IX reunión de Economía Mundial, Madrid.

- Gutiérrez, P. H., & Navallas, L. B. (2011). La revelación de información social por parte de las empresas españolas: factores explicativos y necesidad de legitimidad social. *Contabilidad y Negocios*, 6(12), 5-25.
- Gutiérrez, R., Avella, L. F. & Villar, R. (2006). Aportes y Desafíos de la Responsabilidad Social Empresarial en Colombia. Fundación Corona, Bogotá, 1-45.
- Hackston, D., & Milne, M. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* (1), 77-108.
- Hall, J. A. (2002). An exploratory investigation into the corporate social disclosure of selected New Zealand companies. Discussion Paper series 211, Massey University
- Hamid, F.Z.A. (2004). "Corporate Social Disclosure by banks and finance companies: Malaysian evidence". *Corporate Ownership and Control*, 1(4), 118-130.
- Haro, A., Alarcón, S. F., & Caba, M. (2012). Los Determinantes de la Divulgación de Información sobre Responsabilidad Social Corporativa en el Sector Financiero: El Caso Español. *Revista de ciencias y economía*, 20(1), 189-205.
- Harte, G., & Owen, D. (1991). Environmental Disclosure in the Annual Reports of British Companies: A Research Note. *Accounting, Auditing & Accountability*, 51-61.
- Haslam, P. A. (2003). Surplus values: The Americas at a crossroads in the corporate social responsibility debate. FOCAL.
- Haslam, P. A. (2004). The Corporate Social Responsibility System in Latin America and the Caribbean. Series: FOCAL Policy Paper (FPP-04-1). Recuperado de [http://www.focal.ca/projects/privatesector/corporatesocial/publications\\_s.a](http://www.focal.ca/projects/privatesector/corporatesocial/publications_s.a)

- Hassan, A., & Harahap, S. S. (2010). Exploring corporate social responsibility disclosure: the case of Islamic banks. *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, 3(3), 203-227
- Hayes, A., & Krippendorff, K. (2007). Answering the call for standard reliability measure for coding data. *Communication methods and measures*, 1(1), 77-89.
- Heald, M. (1961). The business thought in the twenties: social responsibility. *American Quarterly*, 13(2), 126-13.
- Herrera, J. C., & Abreu, J. L. (2008). Cómo gestionar la responsabilidad social en las pymes Colombianas (How to manage corporate social responsibility in small and middle-sized Colombian business). *Daena: International Journal of Good Conscience*, 3(1), 395-425.
- Hibbitt, C. (2003). External environmental disclosure and reporting by large European companies. An economic, social and political analysis of managerial behavior. Limperg Institute.
- Holder-Webb, L., Cohen, J. R., Nath, L., & Wood, D. (2009). The Supply of Corporate Social Responsibility Disclosures Among U.S. Firms. *Journal of Business Ethics*, 84, 497-527.
- Holmes, S. L. (1976). "Executive perceptions of corporate social responsibility", *Business Horizons*, 34-40.
- Hrasky, S. (2012). Visual disclosure strategies adopted by more and less sustainability-driven companies. In *Accounting Forum*, 36, 154-165.
- Hubbard, G. (2011). The Quality of the Sustainability Reports of Large International Companies: An Analysis *International Journal of Management*. *International Journal of Management*, 28(3), 824-848.

- Husillos Carqués, F. J. (2004). Información medioambiental, contabilidad y teoría de la legitimación. Empresas cotizadas: 1997-1999. Documento de trabajo 07/04, Universidad de Burgos.
- Husillos, C. F. (2007). Una aproximación desde la teoría de la legitimidad a la información medioambiental revelada por las empresas españolas cotizadas. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, XXXVI, 97-121.
- Husillos, J., & Álvarez-Gil, M. J. (2008). Una aproximación desde la teoría de los stakeholder a la divulgación de información medioambiental de las pequeñas y medianas empresas (PYMES). *RC-SAR*, 11(1), 125-156.
- Husillos, J., Alvarez, M.J., Fernández, M., & Larrinaga, C. (2007). The driving forces behind sustainability reporting in Spain: a qualitative analysis of Spanish reporting entities. 5th Asia Pacific Interdisciplinary Research in Accounting Conference.
- Hutton, A. P., Miller, G. S., & Skinner, D.J., (2003). The Role of Supplementary Statements with Management Earnings Forecasts. *Journal of Accounting Research*, 41(5), 867-890
- Idowu, S. O., & Towler, B. A. (2004). A Comparative Study of the Contents of Corporate Social Responsibility Reports of UK Companies. *Management of Environmental Quality: An International Journal*. 15(4), 420-437.
- Ingram, R., & Beal F, K. (1980). Environmental Performance and Corporate Disclosure. *Journal of Accounting Research*, 18(2).
- Islam, M. A., & Deegan, C. (2008). Motivations for an organization within a developing country to report social responsibility information: evidence from Bangladesh. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(6), 850-874.
- Joao, B.N., Serralvo, F. A. & Cardozo, O.O., (2011). Reporting sustainability in Latin America: the role of MNCs and national champions. *Review of Business Research*, 11(2), 93-98

- Kaplan, A., & Goldsen, J. M. (1965). The reliability of content analysis categories. *Language of politics*, 83-112, Cambridge...
- Kolk, A. (2003). Trends in Sustainability reporting by the fortune Global 250. *Business Strategy and the Environment*, (12), 279–291.
- Kolk, A. (2008). Sustainability, accountability and corporate governance: exploring multinationals' reporting practices. *Business Strategy and the Environment*, 17(1), 1-15.
- Kolk, A., & Van, Tulder, R. (2010). International business, corporate social responsibility and sustainable development. *International Business Review*, 19, 119–125.
- Kowszyk, Y., Covarrubias, A., & García, L. (2011). El Estado de la Responsabilidad Social Empresarial en América Latina 2011. Percepciones de consumidores y ejecutivos de empresas. Red Forum Empresa.
- KPMG (2005). KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2005, KPMG Global Sustainability Services, The Netherlands.
- KPMG (2008). KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2008, KPMG Global Sustainability Services, The Netherlands.
- KPMG (2011). KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011, KPMG Global Sustainability Services, The Netherlands.
- Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis: An introduction to its Methodology*. Sage, London.
- Kuiasirikum, N., & Sherer, N. (2004). Corporate social accounting disclosure in Thailand. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 17(4), 629-660.
- Larran, J. M., & Giner, B. (2001). El desequilibrio entre oferta y demanda informativa: ¿está la solución en Internet?, VII Jornada de trabajo de análisis contable, Madrid.

- Larrinaga, C. (2005). Responsabilidad Social e Información de Sostenibilidad, en Perdiguero, T. G. y García R.A., La Responsabilidad Social de las Empresas y los Nuevos Desafíos de la Gestión Empresarial. Universitat de Valencias, 169-202.
- Larrinaga, C., Carrasco, F., Correa, C., Llena, F., & Moneva, J. (2002). Accountability and accounting regulation: the case of the Spanish environmental disclosure standard. *The European Accounting Review*, 11(4), 723-740.
- Larrinaga, G., C. (1999). Perspectivas Alternativas De Investigación En Contabilidad: Una Revisión. *Revista de Contabilidad*, 2(3), 103-131.
- Lecuona, J. R. (2007). La Responsabilidad Social Empresarial y México en la globalización. *Business and Businessmen of the World Economy*. IX reunión de Economía mundial. Madrid.
- Lev, B. (2003). Intangibles: Medición, gestión e información. Ediciones Deusto, p 246. Barcelona
- Limón, E. (2007). Responsabilidad social corporativa y la toma de decisiones ética (un reto para el empresario mexicano). *TECSISTECATL Revista electrónica de ciencias sociales*, 2-14.
- Lindgreen, A., Córdoba, J. R., Maon, F., & Mendoza, J. M. (2010). Corporate social responsibility in Colombia: Making sense of social strategies. *Journal of business ethics*, 91(2), 229-242.
- Lizcano, J. L. (2006). Buen Gobierno y Responsabilidad Social Corporativa, *Partida Doble*, (182), 20-35.
- Lizcano, J. L. (2009). Cuadernos de Comunicación e Innovación, (79), 131-137.
- Lizcano, J. L. (2011). Gobierno, responsabilidad social y transparencia: la información integrada de las empresas. Especial XVI congreso AECA. Pg. 61-63

- Lizcano, J. L., Flores, F., & Rejón, M. (2011). Spanish accounting and business administration association. Integrated reporting research Project.
- Llena, F., Moneva, J., & Hernández, B. (2007). Environmental disclosures and compulsory accounting standards: the case of Spanish annual reports. *Business Strategy and the Environment*, 16(1), 50-63.
- Logsdon, J. M., Thomas, D. E., & Van Buren, H. J. (2006). Corporate Social Responsibility in Large Mexican Firms. *The Journal of Corporate Citizenship*. Spring, 21, 51-60.
- López G., M. G., & Rodríguez A. L. (2004). Limitaciones de la contabilidad frente a las obligaciones ambientales, *Partida Doble*, (154), 40-53.
- Lynch, B. (2010). An examination of environmental reporting by Australian state government departments. In *Accounting forum*, 34(1), 32-45.
- Mahoney, L., & Roberts, R. W. (2007). Corporate social performance, financial performance and institutional ownership in Canadian firms. *Accounting Forum*, (31), 233–253.
- Maignan, I. (2001). Consumers' Perceptions of Corporate Social Responsibilities: A cross-Cultural Comparison. *Journal of Business Ethics*, (30), 57-72.
- Maldonado, G.S., Aranguren, G. N. & Gómez, J. J. V (2011). Análisis de Contenido y el Proceso Comunicativo Empresarial Relacionado con la Responsabilidad Social Corporativa. Documento de trabajo presentado en el marco del 17th IAJBS World Forum, Corporate Social Responsibility and Inclusive Business, Lima, Perú.
- Mamos, R. J., & Vidal, M. I. (2005). Responsabilidad Social Corporativa. F.C. Editorial, Madrid.
- Matten, D., & Moon, J. (2008). Implicit "and" explicit" csr: a conceptual framework for a comparative understanding of corporate social responsibility. *Academy of management review*, 33.

- McGuire, J. W. (1963). *Business and society*. McGraw-Hill, 144. New York.
- Meek, G., Roberts, C., & Gray, S. J. (1995). Factors influencing voluntary annual report disclosures by US, UK and Continental European Multinational corporations. *Journal of International Business Studies*, (26), 555-572.
- Menassa, E. (2010). Corporate social responsibility an exploratory study of the quality and extent of social disclosures by Lebanese commercial banks. *Journal of Applied Accounting*, 11(1), 4-23.
- Mercado, P., & García, P. (2007). La responsabilidad social en empresas del valle de Toluca (México). Un estudio exploratorio. *Estudios gerenciales*, 119-135.
- Méndez, P., M.T. (2005). Ética y responsabilidad social corporativa. *Ética y Economía*. 283, 141-150.
- Miazzo, C., Bilbao, A. & Bernardi, A. (2008). La rendición de cuentas de sostenibilidad de las empresas radicadas en América del Sur. *Revista de Gestao Social Ambiental*, 2(3), 59-77.
- Milne, M., & Alder, R. (1999). Exploring the reliability of social and environmental disclosures content analysis. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 12(2), 237-252.
- Miras, R., M. del M., Carrasco, G., A. & Escobar P. B. (2011). Una Revisión de los Meta-Análisis sobre Responsabilidad Social Corporativa y Rendimiento Financiero. *Revista de Estudios Empresariales*. Segunda época, (1), 118–132.
- Moneva, J. M. (2005). Información sobre responsabilidad social corporativa: Situación y tendencias. *Revista Asturiana de economía*, 34, 43-67.
- Moneva, J. M. (2007). ¿Es la responsabilidad social corporativa rentable para la empresa?, en *Responsabilidad social corporativa*, Barcelona, ACCID Contabilidad y Dirección, pp. 55–76.

- Moneva, J. M., & Ortas, E. (2010). Corporate environmental and financial performance: a multivariate approach. *Industrial Management & Data Systems*, 110(2), 193-210.
- Moneva, J. M., Rivera-Lirio, J. M., & Muñoz-Torres, M. J. (2007). The corporate stakeholder commitment and social and financial performance. *Industrial Management & Data Systems*, 107(1), 84-102.
- Moneva, J. M., Fuentes, C, Y., & Pascual, G, E. (2001). Información de base social en el sector eléctrico español: análisis de su evolución y factores explicativos. *Cuadernos de Economía y Dirección de Empresas*, (9), 227-248.
- Moneva, J. M., & Llena, F. (1996). Análisis de la información sobre responsabilidad social en las empresas industriales que cotizan en bolsa. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 25(87), 361-401.
- Moneva, J. M., & Llena, F. (2000). Environmental disclosures in the annual reports of large companies in Spain. *European Accounting Review*, 9, 7-29.
- Moneva, J. M. & Ortas, E. (2009). Desarrollo Sostenible e Información Corporativa: evaluación y situación actual, *Revista Economía Industrial*, (371), 139-154.
- Montiel, I. (2008). Corporate Social Responsibility and Corporate Sustainability: Separate Pasts, Common Futures. *Organization & Environment*, (21), 245-269
- Moreno, Á., & Capriotti, P. (2006). La comunicación de Las empresas Españolas en sus webs corporativas. Análisis de la información de responsabilidad social, ciudadanía corporativa y desarrollo sostenible. 21, 49-64.
- Moreno, I., J. A. (2004). Responsabilidad Social Corporativa y Competitividad: Una Visión desde la Empresa, *R.V.E.H.* (12).
- Morhardt, J. E. (2009). Corporate Social Responsibility and Sustainability Reporting on the Internet. *Business Strategy and the Environment*, doi: 10.1002/bse.657

- Murphy, P. (1997): An Evolution: Corporate Social Responsiveness, *Business Review*, No. 30, pp. 19-25.
- Nafez, A., & Naser, K. (2000). Empirical evidence on corporate social disclosure practice in Jordan. *International Journal of Commerce and Management*, 10(3), 18-34.
- Ness, K. F., & Mirza, A. M. (1991). Corporate social disclosure a note on a test of agency theory. *British accounting review*, 23, 211-217
- Neu, D., Warsame, H., & Pedwell, K. (1998). Managing public impressions: environmental disclosures in annual reports. *Accounting, Organizations and Society*, 23(3), 265-282.
- Newson, M., & Deegan, C. (2002). Global expectation and their association with corporate social disclosure practices in Australia, Singapore, and South Korea. *The International Journal of Accounting*, 37, 183-213.
- Nieto A., M. & Fernández G. R. (2004). Responsabilidad Social Corporativa: La última innovación en management, *Universia Business Review*, primer trimestre, 28-39.
- Nikolaeva, R., & Bicho, M. (2011). The role of institutional and reputational factors in the voluntary adoption of corporate social responsibility reporting standards. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 39(1), 136-175.
- Núñez, G. (2003). La responsabilidad social corporativa en un marco de desarrollo sostenible. *Serie Medio Ambiente y Desarrollo*, Naciones Unidas, 72, 1-70.
- Orij, R. (2010). Corporate social disclosures in the context of national cultures and stakeholder theory, *Accounting. Auditing y Accountability Journal*, 23(7), 868-889.
- Ortas, E., & Moneva, J. (2011). Origins and development of sustainability reporting: Analysis of the Latin American context. *Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 5(2), 16-37.

- Ortiz, E. (2005). Emisión de información social en páginas web de empresas cotizadas, armonización y gobierno de la diversidad, XIII Congreso AECA, Oviedo.
- Ortiz, E., & Clavel, J. (2006). Índice de Revelación de Información: Una propuesta de mejora de la metodología. Aplicación a la información sobre recursos humanos incluida en los 20F. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, XXXV (128), 87-113.
- Ortiz, E., Martinez, I. & Clavel, J. (2001). Changing SEC's disclosure requirements in global capital markets. Application of Correspondence Analysis to relationships between different factors and informative policy about human resources. International Workshop on Capital Market Research, Eiasm, Valencia, diciembre, 2001.
- Ortiz-Martinez, E. & Crowther, D. (2006). ¿Son Compatibles la Responsabilidad Económica y la Responsabilidad Social Corporativa? *Harvard Deusto Finanzas y Contabilidad*, (71), 2-12.
- Patten, D. M. (1991). Exposure, legitimacy, and social disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*, (10), 297-308.
- Patten, D. M. (1992). Intra-industry environmental disclosures in response to the Alaskan oil spill: a note on legitimacy theory. *Accounting, Organizations and Society*, 17(5), 471-475.
- Patten, D.M. (2002a). The Relation Between Environmental Performance and Environmental Disclosure: A Research Note, *Accounting, Organizations & Society*, 27 (8), 763–64.
- Patten, D. M. (2002). Give or Take on the Internet: An Examination of the Disclosure Practices of Insurance Firm Web Innovators. *Journal of Business Ethics*, 36(3), 247-259.

- Paul, K., Cobas, E., & Zalka D. L. (2006). Corporate Social Reporting in México. *Journal of Corporate Citizenship*, (22), 67-80
- Peinado-Vara, E. (2006). *Corporate Social Responsibility in Latin America*, Greenleaf Publishing, 61-69.
- Perdiguero, T. G., & López, R. A. (2005). Los Informes Sociales: información y rendición de cuentas sobre las políticas y prácticas sociales de las empresas. *La Responsabilidad Social de las Empresas y los Nuevos Desafíos de la Gestión Empresarial*, Universitat de Valencias, 237-275.
- Pérez, CH. (2006). *La Responsabilidad Social Corporativa en México: Un acercamiento desde la comunicación en las 25 empresas más importantes del país. (Tesis doctoral)*. Universidad de Málaga.
- Perez-Batres, L. A., Miller, V. V., & Pisani, M. J. (2010). CSR, Sustainability and the Meaning of Global Reporting for Latin American Corporations. *Journal of Business Ethics* 91:193–209 Springer. 192-209. doi: 10.1007/s10551-010-0614-y.
- Pinillos, A. A., & Fernández, J. L. F. (2011). De la RSC a la sostenibilidad corporativa: una evolución necesaria para la creación de valor. *Harvard-Deusto Business Review*, 207, 5-21.
- Porter, M. E. & Kramer, M. R. (2006). Strategy & Society: The link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, 84(12), 78-92.
- Porto, S., N. & Castromán, D., J.L. (2006). Responsabilidad Social: un análisis de la situación actual en México y en España. *Revista de Contaduría y Administración*, (220).
- Prado-Lorenzo, J. M., García-Sánchez, I. M., & Gallego-Álvarez, I. (2009). Características del consejo de administración e información en materia de

Responsabilidad Social Corporativa. Revista Española De Financiación y Contabilidad, XXXVIII (141), 107-135.

Prado-Lorenzo, J. M., García-Sánchez, I. M., & Gallego-Álvarez, I. (2012). Efectos del accionariado activista en las políticas de información sobre responsabilidad social corporativa: un estudio empírico en España. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 17(32), 7-16.

Pratt, J., & Zeckhauser, R. (1991). *Principals and agents: the structure of business*. Harvard Business School Press.

Quaak, L., Aalbers, T., & Goedee, J. (2007). Transparency of corporate social responsibility in Dutch breweries. *Journal of Business Ethics*, 76(3), 293-308.

Rahman, B. A. (2001). A study of corporate social disclosures in Bangladesh. *Managerial Auditing Journal*, 16(5), 274 – 289.

Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras (RACEF). (2007). *La Responsabilidad Social de la Empresa (RSE). Propuesta para una nueva economía de la empresa responsable y sostenible*. Madrid, España.

Rejón, M. (2011). *Integrated reporting: una mejora sustancial en la información empresarial*.

Restrepo B., D. I. (2003). *De la Falacia Neoliberal a la Nueva Política*, en: *La Falacia Neoliberal, Crítica y Alternativas*, Universidad Nacional de Colombia, Bogotá D.C.

Reverte, C. (2009). Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms. *Journal of Business Ethics*, 88(2), 351-366.

Richardson, A.J. (1987). Accounting as a legitimating institution. *Accounting, Organizations and Society*, 12(4), 341-355

Robb, S.W.G., Single, L.E., & M.T. Zarzeski. 2001. Non-financial disclosures across Anglo-American countries. *Journal of International Accounting* 10 (1): 71 – 83

- Roberts, C. B. (1991). Environmental Disclosures: A Note on Reporting Practices in Mainland Europe. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 4(3), 62-71.
- Roberts, R. (1990). International Trends in Social and Employee Reporting. AACCA Occasional Research Paper (6), London, Chartered Association of Certified Accountants.
- Roberts, R. (1992). Determinants of corporate social responsibility disclosure: An application of stakeholder. *Accounting Organizations and Society*, 17(6), 595-612.
- Rodríguez, F., J.M. (2007): Responsabilidad social corporativa y análisis económico: práctica frente a teoría. *Ekonomiaz, Revista Vasca de Economía*, 65, Responsabilidad social de la empresa. Más allá de la sabiduría convencional, 12-49.
- Rodríguez, D., L., Gallego-Alvárez, I. & García, S., I.M. (2010). Determinantes de la divulgación voluntaria de información estratégica en internet: un estudio de las empresas españolas cotizadas. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19 (1), pp. 9-26
- Roitstein, F. (2004). La responsabilidad social en Argentina: Tendencias y oportunidades. *Revista latinoamericana de administración*, 32, 5-28, en [www.redalyc.org](http://www.redalyc.org).
- Rojas, A., & Olaya, J. E. (2012). Responsabilidad Social Empresarial: Su origen, evolución y desarrollo en Colombia. Cali: Universidad Santiago de Cali.
- Ruiz L., F.C. (2007). La Responsabilidad Social Corporativa: ¿Genera valor? *Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Finanzas*. 1(78), 3-7.
- Sabaté, P. (2001). Problemáticas contables en los daños del medio ambiente. *Revista española de Financiación y Contabilidad*, XXX (110), 973-1000.

- Saleh, M. (2009). Corporate Social Responsibility Disclosure in an Emerging Market: A Longitudinal Analysis Approach. *International Business Research*, 2(1), 131-141.
- Sanborn, C. A. & Portocarrero, S. F. (2003). La Filantropía en América Latina: Los desafíos de las fundaciones donantes en la construcción de capital humano y justicia social. (La Filantropía Realmente Existe en América Latina), presentado en el Seminario Internacional Fundación PROHUMANA, y Fundación Ford, Santiago de Chile.
- Savage, A.A. (1994). Corporate social disclosure practices in South Africa: a research note, *Social and Environmental Accounting*, 14(1), 2-4.
- Senes. G. B., & Rodríguez, M. P. (2002). Actividad empresarial y medio ambiente: la Unión Europea concreta los conceptos contables medioambientales, Ecosistemas. *Revista científica y técnica de ecología y medio ambiente*, XI (3).
- Simpson, W. G. & Kohers, T. (2002). The link between corporate social and financial performance: evidence from the banking industry *Journal of Business Ethics*, 35(2), 97-109.
- Singh, D. R., & Ahuja, J. M. (1983). Corporate social reporting in India. *The international Journal of Accounting*, 151-169.
- Singhvi, S. S. (1968). Disclosure to whom? Annual financial reports to stockholders and to the Securities and Exchange Commission. *Journal of Business*, 347-351.
- Singhvi, S. S., & Desai, H. B. (1971). An empirical analysis of the quality of corporate financial disclosure. *Accounting Review*, 129-138.
- Solarte, M. R. (2006). La responsabilidad social de las organizaciones: situación y perspectivas. *Revista Javeriana*. 142 (723).

- Stray, S. (2008). Environmental reporting: the UK water and energy industries: a research note. *Journal of Business Ethics*, 80(4), 697-710.
- Suárez, A. (2007). Políticas Públicas de Responsabilidad Social Corporativa. Un estudio comparativo, Universidad Alberto Hurtado.
- Subbarao, A. V., & Zeghal, D. (1997). Human Resources Information Disclosure in Annual Reports: An International Comparison. *Journal of Human Resource Costing and Accounting*, 2(2), 53-73.
- Suchman, M. C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Journal*, 20(3), 571-610.
- Teixidó, S, Chavarri, R., & Castro, A. (2002). Responsabilidad Social Empresarial en Chile: Perspectivas para una Matriz de Análisis. Documento preparado para la Quinta Conferencia Internacional de la Sociedad Internacional de Investigación del Tercer Sector, Cape Town, Sudáfrica, 2002 por PROHUMANA de Chile.
- Thompson, P., & Zakaria, Z. (2004). Corporate social responsibility reporting in Malaysia. *Journal of Corporate Citizenship*, 2014 (13), 125-136.
- Tilling, M. (2004). Refinements to Legitimacy Theory in Social and Environmental Accounting, *Commerce Research Paper Series*, 4-6.
- Toro, D. (2006). El enfoque estratégico de la responsabilidad social corporativa: revisión de la literatura académica. *Intangible Capital*, 2(14), 338-358.
- Tostes, V., M. & Chero, S. L. (2010). Análisis comparativo de la responsabilidad social en el sector financiero: Estudios de caso en Perú y Brasil 2007–2009, *Derecho PUCP*; 64, 299-315
- Trotman, K., & Bradley, G. (1981). Associations between social responsibility disclosure and characteristics of companies. *Accounting, Organizations and Society*, 6(4), 355-362.

- Túa, P. J. (1989). Algunas implicaciones del Paradigma de la Utilidad en la Disciplina Contable. *Revista Técnica Contable*, Incluido en "Lecturas de Teoría e Investigación Contable". 261-280.
- Ullmann, A. A (1985). Data in search of a theory: A critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance of U.S. firms. *Academy of management Review*. 10(3), 540-557.
- Unerman, J. (2000). Methodological issues- Reflections on quantification in corporate social reporting content analysis, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 13(5), 667-681.
- Unerman, J. & O'Dwyer, B. (2007). The business case for regulation of corporate social responsibility and accountability. In *Accounting Forum*, 31(4), 332-353. Elsevier.
- Van der Laan Smith, J., Adhikari, A., & Tondkar, R. (2005). Exploring differences in social disclosures internationally: A stakeholder perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24, 123-151.
- Vassilikopoulou, A. I., Siomkos, G. J. & Mylonakis, J. (2005). Clustering consumers according to their attitudes on corporate social responsibility. *International Journal of Business Governance and Ethics*, 1(4), 317-328.
- Verrecchia, R. E. (1983). Discretionary disclosure. *Journal of accounting and economics*, 5, 179-194.
- Verrecchia, R. E. (2001). Essays on disclosure. *Journal of Accounting and Economics*, (32), 97-180.
- Vicente, M. A., Ruiz R. M., Tamayo O. U. & Balderas C., A. (2004). Compatibilidad entre Responsabilidad Social Corporativa y Competitividad: Estado de la cuestión en el ámbito internacional, Instituto de Economía Aplicada a la empresa, Bilbao.

- Vieira, T. M. & Senmache, C. L. (2010). Análisis comparativo de la responsabilidad social en el sector financiero: estudios de caso en Perú y Brasil 2007–2009. *DERECHO PUCP*, (64), 299-324.
- Vives, A., Corral, A. & Isusi, I. (2005). Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica. Recuperado de [www.iadb.org/csramericas/doc/PyMEs](http://www.iadb.org/csramericas/doc/PyMEs).
- Vives, A., & Peinado-Vara, E. (2011). La responsabilidad social de la empresa en América latina. Manual de Gestión. Fondo Multilateral de Inversiones Miembro del Grupo BID, 65-82.
- Waddock, S. A. & Graves, S. B. (1997). The Corporate Social Performance-Financial Performance Link. *Strategic Management Journal*. 18(4), 303-309.
- Wagenberg, A. (2006). La Narrativa de la Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Cuadernos Latinoamericanos de Administración*, Universidad del Bosque, Colombia, 1(2), 113-120
- Wallace, R. S., Kamal, N. & Mora, A. (1994). The relationship between the comprehensiveness of corporate annual reports and firm characteristics in Spain. *Accounting and Business research*, 25(97), 41-53.
- Wanderley, L. S. O., Lucian, R., Farache, F. & de Sousa Filho, J. M. (2008). CSR information disclosure on the web: a context-based approach analyzing the influence of country of origin and industry sector. *Journal of Business Ethics*, 82(2), 369-378.
- Weyzing, F. (2007). Corporate Social Responsibility in Mexico: How changes in the behavior of multinational enterprises contribute to economic development. *Accountancy Business and the Public Interest*, 6(1), 1-157.
- White, G. B. (2005). How to Report Companies Sustainability Activities. *Management Accounting Quarterly*; autumn, 7(1), 36-43.

- Winter, (2010). Doing Well by Doing Good: Corporate Social Responsibility and Profitability Kent Byus; Donald Deis; Bo Ouyang S.A.M. Advanced Management Journal, ABI/INFORM Global, 75(1), 44.
- Wiseman, J. (1982). An Evaluation of Environmental Disclosures Made In Corporate Annual Reports, Accounting, Organizations and Society, 7(1), 53-63.
- Wood, D. J. (1991). Corporate social performance revisited. Academy of Management Review, 16, 691-718.
- Yepes, G. A., Peña, W. & Sánchez, L. F. (2007). Responsabilidad social empresarial; Fundamentos y aplicación en las organizaciones de hoy. Universidad externado de Colombia, Bogotá D.C.
- Yepes, L., G. & Ospina G. A. (2006). Casos empresariales. Especial: Responsabilidad Social Empresarial. Universidad Externado de Colombia, Bogotá, D.C.
- Zadek, S., Pruzan, P. & Evans, R. (1997). Building Corporate Accountability – Emerging Practices in Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting. London: Earth Scan.
- Zeghal, D. & Ahmed, S. (1990). Comparison of social responsibility information disclosure media used by Canadian firms. Accounting, Auditing and Accountability Journal, 3(1), 38-53.
- Zubair, M., Mehmood, K. & Hussain, S. (2011). One Report: Bringing Change in Corporate Reporting through integration of Financial and Non-Financial Performance Disclosure. International Journal of Accounting and Financial Reporting, 1(1), 50-71. Doi: 10.5296/ijafr.v1i1.831.

## ACRÓNIMOS Y ABREVIATURAS

- ADMIC A.C. Microempresas Asociación Civil
- AECA Asociación Española de Contabilidad y Administración de empresas
- AliaRSE Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial de México
- ANDI Asociación Nacional de Empresarios de Colombia
- ASSC Asociación de Estándares de Contabilidad
- ASSC Accounting Standards Steering Committee
- BSR Business for Social Responsibility
- CCE Consejo Coordinador Empresarial (México)
- CCI Cuadro Central de Indicadores
- CE Comisión Europea
- CECODES Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible
- CCRE Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial
- CEMEFI Centro Mexicano para la Filantropía
- CEOE Confederación Española de Organizaciones Empresariales
- CEP Council on Economic Priorities
- CEPAL Comisión económica para América Latina y el Caribe
- CERES Coalition for environmentally Responsible Economies
- CERES Coalition for Environmentally Responsible Economies
- CIMA Chartered Institute of Management Accountants
- CIU Clasificación Internacional industrial única
- COM Comunicación
- CONCAMIN Confederación de Cámaras Industriales de los E.U. Mexicanos
- CNBV Comisión Nacional Bancaria y de Valores de México
- COPARMEX Confederación Patronal de la República Mexicana
- CSP Corporate Social Performance
- CSR Corporate Social Responsibility

- DOF Diario Oficial de la Federación
- FASB Financial Accounting Standards Board
- FOCAL Fundación Canadiense Para Las Américas
- GRI Global Reporting Initiative
- GTC RSC Guía Técnica Colombiana de RSC
- IAAER Asociación Internacional para la Formación e Investigación
- IAS International Accounting Standards
- IASB International Accounting Standards Board
- ICAC Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas
- ICONTEC Instituto Colombiano de Normas Técnicas
- IGBC Índice general de la bolsa de valores de Colombia
- IIRC International Integrated Reporting Committee
- IPC Índice de precios y cotizaciones de México
- IPSA índice de precios selectivo de acciones
- ISEA Institute for Social and Ethical Accountability
- ISO International Organization for Standardization
- ISO International Organization for Standardization
- NIIF Normas Internacionales de Información Financiera
- NMP Nacional Monte de Piedad
- OCDE Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico
- OIT Organización Internacional del Trabajo
- ONG Organización no gubernamental
- PNUMA Programa de Naciones Unidas para el Medio ambiente
- PWBLF Prince of Wales Business Leadership Forum
- PWC Price Waterhouse Cooper
- RACEF Real Academia de Ciencias Económicas y Financieras
- RC Responsabilidad social
- RD Real Decreto
- RSC Responsabilidad social corporativa
- RSE Responsabilidad social de la empresa

- SAI Social Accountability International
- SEC Securities and Exchange Commission
- SGE Sistema de Gestión Ética
- TBL Triple Bottom Line
- TRI Toxic Release Inventory
- UE Unión Europea
- USEM Unión Social de Empresarios de México
- WBCSD World Business Council for Sustainable Development
- XBRL eXtensible Business Reporting Language

## ANEXOS

### Anexo 1. Lista de empresas que componen la población

| CHILE       | COLOMBIA        | MÉXICO         |
|-------------|-----------------|----------------|
| IPSA        | IGBC            | IPC            |
| AGUASA      | BANCO DE BOGOTÁ | ALFA           |
| ALMENDRAL   | BANCOLOMBIA     | AMÉRICAMOVIL   |
| ANDINAB     | BVC             | ARA            |
| ANTARCHILE  | CARTÓN COLOMBIA | ARCA           |
| B DE CHILE  | CEMENTOS ARGOS  | BIMBO          |
| B SANTANDER | COLINVER        | CCM            |
| BCI         | COLPATRIA       | CEMEX          |
| CAMPOS      | COLTEJER        | CICSA          |
| CAP         | CORFICOLOMBINA  | ELEKTRA        |
| CCU         | ENKA            | FEMSA          |
| CENCOSUD    | ETB             | GAP            |
| CMPC        | ÉXITO           | GCARSO         |
| COLBUN      | FABRICATO       | GEO            |
| COLO COLO   | GRUPO AVAL      | GFAMSA         |
| CONCHATORO  | INTERBOLSA      | GFIMBUR        |
| COPEC       | INVERAGROS      | GFNORTE        |
| CORPBANCA   | ISA             | GMEXICO        |
| CTC-A       | ISAGEN          | GMODELO        |
| DS          | MINEROS         | GRUMA          |
| EDELNOR     | NAL. CHOCOLATES | HOMEX          |
| ENDESA      | ODINSA          | ICA            |
| ENERSIS     | PAZ DEL RÍO     | ICH            |
| ENTEL       | PROMIGAS        | IDEAL          |
| FALABELLA   | PROTECCIÓN      | KIMBERLY-CLARK |
| IAM         | SURAMERICANA    | OMA            |
| IANSA       | TABLEMAC        | PEÑOLES        |
| INVERCAP    | VALOREM         | PINFRA         |
| INVERMAR    |                 | SARE           |
| LA POLAR    |                 | SORIANA        |
| LAN         |                 | TELECOM        |
| MADECO      |                 | TELEVISA       |
| MASISA      |                 | TELMEX         |
| QUINENCO    |                 | TV AZTECA      |
| RIPLEY      |                 | URBI           |
| SECURITY    |                 | WAL-MART       |
| SK          |                 |                |
| SQM-B       |                 |                |
| TATTERSALL  |                 |                |
| VAPORES     |                 |                |

## Anexo 2. Categorías definidas por los organismos internacionales

| ORGANISMO                                                           | CATEGORÍAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|---------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Guía GRI-3 del <i>Global Reporting Initiative</i>                   | Dimensión económica<br>Dimensión ambiental<br>Dimensión social (incluye prácticas laborales y ética en el trabajo, la sociedad, los derechos humanos y la responsabilidad sobre los productos)                                                                                                                                                       |
| El Libro Verde de la Comisión de las Comunidades Europeas           | <u>Dimensión interna</u> : gestión de recursos humanos, salud y seguridad en el lugar de trabajo, adaptación al cambio, gestión del impacto ambiental y de los recursos naturales. <u>Dimensión externa</u> : comunidades locales, socios comerciales, proveedores y consumidores, derechos humanos y problemas ecológicos mundiales.                |
| Directrices de la OCDE para empresas multinacionales                | Publicación de información<br>Empleo y derechos laborales<br>Medio ambiente<br>Lucha contra la corrupción<br>Intereses de los consumidores<br>Ciencia y tecnología<br>Competencia<br>Fiscalidad                                                                                                                                                      |
| Libro Blanco sobre responsabilidad ambiental de la Comisión Europea | Medio ambiente                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Pacto Mundial                                                       | Derechos humanos<br>Relaciones laborales<br>Medio ambiente<br>Lucha contra la corrupción                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Principios del Ecuador                                              | Trabajo y condiciones de trabajo<br>Prevención y mitigación de la contaminación<br>Salud, seguridad y protección a la comunidad<br>Asentamiento involuntario en la adquisición de tierras<br>Conservación de la biodiversidad y manejo sustentable de recursos naturales<br>Protección a los pueblos indígenas<br>Protección del patrimonio cultural |

**Fuente: elaboración propia**

### Anexo 3. Entidades promotoras de la RSE en Colombia, Chile y México

| PAÍS            | ORGANIZACIÓN                                                           | CATEGORÍAS                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-----------------|------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| <b>Colombia</b> | CECODES (Consejo Empresarial Colombiano para el Desarrollo Sostenible) | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspecto financiero</li> <li>• Gestión del talento humano</li> <li>• Monto de las inversiones sociales</li> <li>• Actividades relacionadas con el Medio ambiente</li> <li>• Actividades de ecoeficiencia</li> <li>• Datos relacionados con la materia prima</li> </ul>                                                                                   |
|                 | CCRE (Centro Colombiano de Responsabilidad Empresarial)                | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ambiente organizacional</li> <li>• Comunidad</li> <li>• Gestión</li> <li>• Ética y valores</li> <li>• Mercadeo</li> <li>• Medio ambiente</li> </ul>                                                                                                                                                                                                     |
|                 | ANDI                                                                   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Trabajo digno</li> <li>• Medio ambiente</li> <li>• Transparencia (corrupción, extorsión y soborno).</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                          |
|                 | ICONTEC (Comité Técnico Colombiano 180 de Responsabilidad Social)      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Gobierno corporativo</li> <li>• Respeto por los derechos humanos y laborales</li> <li>• Protección y mejoramiento del medio ambiente</li> <li>• Prácticas asociadas a la corrupción y a la competencia injusta</li> <li>• Contribución al desarrollo económico y social</li> <li>• Respeto y protección al usuario</li> </ul>                           |
| <b>Chile</b>    | Acción RSE                                                             | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética empresarial</li> <li>• Trabajadores</li> <li>• Medio ambiente</li> <li>• Comunidad</li> <li>• Comercialización y marketing responsable</li> </ul>                                                                                                                                                                                                 |
|                 | Fundación Prohumana                                                    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medio ambiente</li> <li>• Ética</li> <li>• Inclusión</li> <li>• Comunidad</li> <li>• Trabajadores</li> <li>• Divulgación</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                     |
|                 | Proyecto Vincular                                                      | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se basa en las dimensiones del GRI</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
| <b>México</b>   | AliaRSE (Alianza por la Responsabilidad Social Empresarial de México)  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conducta ética</li> <li>• Cumplimiento de la ley</li> <li>• Gobernabilidad</li> <li>• Desarrollo sostenible</li> <li>• Reconocimiento de las partes interesadas y sus preocupaciones</li> <li>• Rendición de cuentas</li> <li>• Respeto por la diversidad</li> <li>• Respeto por los derechos humanos fundamentales</li> <li>• Transparencia</li> </ul> |
|                 | CEMEFI (Centro Mexicano para la Filantropía)                           | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Ética</li> <li>• Trabajadores</li> <li>• Comunidad</li> <li>• Medio ambiente</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                 | COMPITE (Comité Nacional de Productividad e Innovación Tecnológica)    | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Empleados</li> <li>• Clientes</li> <li>• Proveedores</li> <li>• Inversionistas</li> <li>• Entorno social</li> <li>• Medio ambiente</li> </ul>                                                                                                                                                                                                           |
|                 | Red puentes                                                            | <ul style="list-style-type: none"> <li>• No tiene definidas categorías ya que es una asociación de varias ONGs que trabajan sobre diversos temas</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                      |
|                 | CESPEDES                                                               | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medio ambiente</li> </ul>                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |

Fuente: elaboración propia

#### Anexo 4. Esquema base de clasificación, Aranguren (2008)

| 1. RECURSOS HUMANOS |                         |                                                                                                                                                |
|---------------------|-------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.1                 | Comunicación y consulta | 1. Política de comunicación                                                                                                                    |
|                     |                         | 2. Mecanismo/canales de comunicación                                                                                                           |
|                     |                         | 3. Mecanismos de consulta ( <i>employee council, Works council, otros</i> )                                                                    |
|                     |                         | 4. Programas de estímulo y recompensa a sugerencias de empleados                                                                               |
|                     |                         | 5. n.º ideas sugeridas por los empleados                                                                                                       |
|                     |                         | 6. Cantidad de dinero distribuida en forma de premios/recompensas por sugerencias de los empleados                                             |
|                     |                         | 7. Encuestas de clima laboral ( n.º de encuestas o el % de plantilla que ha participado se considera información cuantitativa)                 |
|                     |                         | 8. Índice de satisfacción de los empleados                                                                                                     |
|                     |                         | 9. Evaluación del desempeño                                                                                                                    |
| 1.2                 | Relaciones industriales | 1. Sistemas de negociación colectiva                                                                                                           |
|                     |                         | 2. Acuerdos en materia de retribución y condiciones de trabajo                                                                                 |
|                     |                         | 3. Procedimientos de información, consulta y negociación con los empleados en situaciones de cambio en la organización                         |
|                     |                         | 4. % plantilla afiliada a sindicatos                                                                                                           |
|                     |                         | 5. % plantilla cubierta por los convenios colectivos                                                                                           |
|                     |                         | 6. n.º huelgas ocurridas durante el año                                                                                                        |
|                     |                         | 7. Tiempo perdido en huelgas                                                                                                                   |
| 1.3                 | Salud y seguridad       | 1. Política sobre salud y seguridad                                                                                                            |
|                     |                         | 2. Programas para mejorar la seguridad y la protección de la salud de los trabajadores (actividades llevadas a cabo: campañas, iniciativas...) |
|                     |                         | 3. Departamento o comité responsable de asuntos de salud y seguridad                                                                           |
|                     |                         | 4. Información y formación de empleados en materia de salud y seguridad                                                                        |
|                     |                         | 5. Premios en el campo de salud y seguridad                                                                                                    |
|                     |                         | 6. Cumplimiento de los estándares y la regulación en materia de salud y seguridad                                                              |
|                     |                         | 7. Sistemas de gestión en prevención de riesgos laborales y certificaciones                                                                    |
|                     |                         | 8. Índice de accidentalidad o evolución del índice                                                                                             |
|                     |                         | 9. Índice de absentismo o evolución del índice                                                                                                 |
|                     |                         | 10. n.º de víctimas mortales consecuencia de accidentes                                                                                        |
|                     |                         | 11. Sanciones y multas por incumplimiento                                                                                                      |
|                     |                         | 12. Inversión/gastos en seguridad                                                                                                              |

|     |                                                   |                                                                                                                                                                                    |
|-----|---------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.4 | Formación y desarrollo profesional                | 1. Política sobre formación                                                                                                                                                        |
|     |                                                   | 2. Programas/ planes de formación interna (actividades de formación)                                                                                                               |
|     |                                                   | 3. Programas de becas/apoyo financiero para la formación externa de los empleados                                                                                                  |
|     |                                                   | 4. Tiempos de formación (horas; horas promedio por empleado; por categoría...)                                                                                                     |
|     |                                                   | 5. n° empleados que participan en programas de formación                                                                                                                           |
|     |                                                   | 6. Acciones formativas                                                                                                                                                             |
|     |                                                   | 7. Inversión destinada a actividades de formación                                                                                                                                  |
|     |                                                   | 8. Grado de satisfacción de los empleados con la formación                                                                                                                         |
|     |                                                   | 9. Programas de formación profesional para jóvenes ( <i>vocational training</i> )/programas de prácticas para recién graduados ( <i>internships</i> )                              |
|     |                                                   | 10. n° de Jóvenes en programas de formación profesional/prácticas                                                                                                                  |
|     |                                                   | 11. Desarrollo profesional (planes de desarrollo de carreras directivas; promociones internas, no. personas en planes de carrera)                                                  |
| 1.5 | Diversidad                                        | 1. Política sobre diversidad/igualdad de oportunidades                                                                                                                             |
|     |                                                   | 2. Programas sobre diversidad/igualdad de oportunidades (programas de empleo y desarrollo profesional para mujeres, discapacitados y otros grupos discriminados)                   |
|     |                                                   | 3. Grado de diversidad en la composición de la plantilla (desglose de la plantilla por sexo y otros indicadores de diversidad p. ej. Nacionalidad, religión, etc.)                 |
|     |                                                   | 4. Grado de diversidad en el consejo de administración y en puestos directivos (% de mujeres; % discapacitados; % grupos discriminados)                                            |
|     |                                                   | 5. % discapacitados sobre el total de la plantilla                                                                                                                                 |
|     |                                                   | 6. Edad media de las personas de la organización                                                                                                                                   |
|     |                                                   | 7. Desglose del colectivo de trabajadores (geográfica, por categorías, por edades, por titulación, remuneración...)                                                                |
|     |                                                   | 8. Formación de los empleados sobre el respeto a la diversidad                                                                                                                     |
|     |                                                   | 1. Política sobre retribución/sobre horarios de trabajo                                                                                                                            |
|     |                                                   | 2. Costes de personal                                                                                                                                                              |
|     |                                                   | 3. Prestaciones sociales a los empleados no exigidas por ley (plan de salud familiar, apoyo a la educación de los hijos, préstamos hipotecarios, actividades recreativas)          |
| 1.6 | Retribución y condiciones de trabajo (incentivos) | 4. Programas para la conciliación de la vida familiar y laboral (jornada parcial, teletrabajo, horarios flexibles, servicio de guardería, subvenciones para servicio de guardería) |
|     |                                                   | 5. Plan de acciones para empleados (excluyendo directivos y ejecutivos)                                                                                                            |
|     |                                                   | 6. n° empleados que participan en los planes de acciones                                                                                                                           |
|     |                                                   | 7. Otros programas de participación de los empleados en los beneficios                                                                                                             |
|     |                                                   | 8. n° empleados que participan en los programas de participación en beneficios                                                                                                     |
|     |                                                   | 9. Retribución variable (criterios para determinar la retribución variable)                                                                                                        |
|     |                                                   | 10. % retribución variable (retribución variable/masa salarial y no. personas con retribución variable)                                                                            |
|     |                                                   | 11. Otros planes de incentivos                                                                                                                                                     |
|     |                                                   |                                                                                                                                                                                    |
|     |                                                   |                                                                                                                                                                                    |
|     |                                                   |                                                                                                                                                                                    |

|     |                           |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|-----|---------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 1.7 | Contrataciones y despidos | 1. Política de contratación, reclutamiento y selección                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|     |                           | 2. Métodos de contratación/reclutamiento                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|     |                           | 3. Desglose colectivo trabajadores por tipo de contratación (jornada completa o media jornada);modalidad de contrato (indefinido/temporal)                                                                                                                                                                                                                                |
|     |                           | 4. Planes de acogida                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|     |                           | 5. Creación o pérdida de empleo neta                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|     |                           | 6. Expedientes de regulación de empleo/reestructuraciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|     |                           | 7. n° personas afectadas por las reestructuraciones o por los expedientes de regulación de empleo                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|     |                           | 8. Contratación de discapacitados                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|     |                           | 9. Planes sociales (recolocación, recapacitación, <i>job-sharing</i> , mercado de trabajo interno) para los trabajadores afectados por los procedimientos de reestructuración y los expedientes de regulación de empleo                                                                                                                                                   |
|     |                           | 10. Asistencia o asesoramiento a empleados que están en proceso de jubilación                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| 1.8 | Otra información          | 1. Política de respeto a los derechos fundamentales en el trabajo (libertad de asociación; eliminación del trabajo forzoso u obligatorio; abolición del trabajo infantil y eliminación de la discriminación en materia de empleo y ocupación) Sirve la declaración por parte de la empresa de su adhesión al Global Compact y su respeto a la declaración de la OIT, etc. |
|     |                           | 2. Premios y reconocimientos recibidos por la empresa por sus políticas y programas en materia de recursos humanos                                                                                                                                                                                                                                                        |

#### Anexo 4. Esquema base de clasificación, Aranguren (2008) - Continuación

| 2. MEDIO AMBIENTE                                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|-------------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.1<br><br>Política, declaraciones y sistemas de gestión medioambiental | 1. Pol. y decla. de respeto al m.a. (reconocimiento de la importancia al tema medioambiental, declaraciones de buenas intenciones, de cumplimiento de la normativa legal, adhesión al Pacto Mundial o a otras iniciativas internacionales como los Principios de Ecuador, los Principios del banco Mundial sobre MA, etc.) |
|                                                                         | 2. Departamento o comité responsable de asuntos medioambientales                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                         | 3. Objetivos de actuación medioambiental                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                         | 4. Mecanismos de seguimiento y control de la actuación medioambiental                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                         | 5. Logros en relación a los objetivos medioambientales internos y a los estándares externos                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                         | 6. Auditorías medioambientales                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                         | 7. Sistemas de Gestión medioambiental y certificaciones medioambientales (ISO14001, EMAS)                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                         | 8. Formación de los empleados en temas medioambientales (también se incluye la formación medioambiental de los jóvenes en prácticas o en programas de formación profesional)                                                                                                                                               |
|                                                                         | 9. Comunicación /información/sensibilización a los empleados sobre temas medioambientales                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                         | 10. Comunicación, consulta y diálogo con los stakeholders del área medioambiental                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                         | 11. Sistemas de evaluación de riesgos medioambientales                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 2.2<br><br>Consumo y conservación de recursos naturales                 | 1. Consumo de materias primas                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
|                                                                         | 2. Materias primas utilizadas que son residuos (materias primas recicladas tras su consumo y residuos de origen industrial)                                                                                                                                                                                                |
|                                                                         | 3. Consumo de agua                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                         | 4. Reciclaje y reutilización de agua (incluye aguas residuales y otros tipos de agua utilizadas)                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                         | 5. Consumo de materia reciclado (papel, plástico, etc.)                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 2.3<br><br>Emisiones, vertidos y residuos e impacto en los ecosistemas  | 6. Programas para la conservación de recursos y para potenciar el uso de material reciclado                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                         | 1. Emisiones al aire (gases de efecto invernadero (CO <sub>2</sub> y otros) y otras emisiones atmosféricas (VOC))                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                         | 2. Residuos generados                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                         | 3. Gestión y reciclaje de residuos (peligrosos: aceites minerales, metales, pilas, etc. y no peligrosos: papel, cartón, plásticos, cartuchos, tóner, etc.)                                                                                                                                                                 |
|                                                                         | 4. Vertidos al agua de sustancias químicas, aceites y combustibles de importancia                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                         | 5. Impacto de las actividades de la empresa en el hábitat                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                         | 6. Programas para reducir la contaminación (emisiones, vertidos, residuos, ruido, etc.) generada por la empresa (se incluyen también los programas para potenciar el reciclaje de residuos, la separación de basuras, y aquellos para la sustitución de materiales peligrosos por otros menos peligrosos)                  |
| 2.4<br><br>Energía                                                      | 7. Programas para proteger y restaurar ecosistemas                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                         | 1. Consumo energético                                                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                         | 2. Consumo de energías renovables                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 2.5<br><br>Productos                                                    | 3. Programas para mejorar la eficiencia energética y para potenciar el uso de energías renovables                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                         | 1. Impacto medioambiental de los productos actuales                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                         | 2. Productos beneficiosos para el medio ambiente o con un reducido impacto medioambiental ( en el caso de los bancos, se incluyen las actividades de financiación de proyectos con un impacto medioambiental positivo)                                                                                                     |
|                                                                         | 3. Programas para considerar el impacto medioambiental de los productos en su fase de I+D+i (en el caso de los bancos, se incluye la consideración de factores medioambientales y sociales a la hora de conceder créditos, así como los métodos para la evaluación de los riesgos sociales y medioambientales)             |
|                                                                         | 4. Programas para reducir el impacto de los productos al final de su ciclo de vida                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

|     |                                       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----|---------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 2.6 | Inversiones y gastos medioambientales | 1. Descripción de los proyectos de inversión medioambiental<br>2. Coste de la inversión<br>3. Impacto de las actividades de inversión en el medio ambiente<br>4. Gastos medioambientales (operativos, I+D, gastos de descontaminación, provisiones)<br>5. Multas por incumplimientos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
| 2.7 | Otra información                      | 1. Criterios medioambientales en la evaluación y selección de proveedores (se incluye también información sobre los criterios medioambientales a la hora de seleccionar productos)<br>2. Estudios para la evaluación del impacto medioambiental (también los realizados en colaboración con universidades u otras instituciones)<br>3. Investigación en el área medioambiental (programas de investigación para reducir el consumo de recursos naturales, el impacto en los ecosistemas, la contaminación generada por la empresa, el consumo energético así como la investigación para la mejora de la eficiencia energética y el uso de las energías renovables)<br>4. Premios/reconocimientos recibidos por su actuación medioambiental<br>5. Procedimientos legales/expedientes sancionadores como consecuencia de incumplimientos o accidentes medioambientales<br>6. Foros de diálogo o eventos sobre medio ambiente o sobre desarrollo sostenible en los que la empresa participa o que la empresa patrocina<br>7. Accidentes medioambientales<br>8. Formación de los proveedores en temas medioambientales |

**Anexo 4. Esquema base de clasificación, Aranguren (2008) - Continuación**

| <b>3.COMUNIDAD</b>                                               |                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|------------------------------------------------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 3.1<br><br>Actividades de apoyo a la comunidad/compromiso social | 1. Proyectos de apoyo a la educación y a la cultura                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                  | 2. Proyectos de apoyo al medio ambiente                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                  | 3. Proyectos de apoyo a la salud                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                                  | 4. Proyectos de apoyo a la promoción del conocimiento y a la investigación                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                  | 5. Proyectos de apoyo al desarrollo (programas de apoyo al desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, programas de ayuda al desarrollo en el tercer mundo y también las compras a proveedores locales)                                                                           |
|                                                                  | 6. Programas para la integración socio-laboral de colectivos desfavorecidos (discapacitados, inmigrantes, desempleados de larga duración)                                                                                                                                                   |
| 3.2<br><br>Patrocinio y mecenazgo                                | 7. Otros acuerdos de colaboración con instituciones del tercer sector para el desarrollo de programas de apoyo conjunto                                                                                                                                                                     |
|                                                                  | 8. Inversión en proyectos sociales                                                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                  | 1. Patrocinio de actividades deportivas                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                  | 2. Patrocinio de eventos culturales: literarios, musicales, exposiciones de arte                                                                                                                                                                                                            |
|                                                                  | 3. Patrocinio en el área de educación y formación                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                  | 4. Patrocinio de actividades relacionadas con el medio ambiente                                                                                                                                                                                                                             |
| 3.3<br><br>Actividades benéficas/filantropía                     | 5. Patrocinio de actividades relacionadas con el desarrollo social                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                  | 6. Cantidades destinadas al patrocinio                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                                                                  | 1. Actividades de tipo filantrópico llevadas a cabo por la empresa                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                  | 2. Donaciones de tipo caritativo/benéfico en efectivo                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                  | 3. Donaciones en especie                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                                  | 4. Ayuda en situaciones de emergencia/catástrofes                                                                                                                                                                                                                                           |
| 3.4<br><br>Compromiso de los empleados con la comunidad          | 1. Programas de voluntariado de los empleados (incluye el apoyo de la empresa al voluntariado con aportaciones económicas a los proyectos en los que los empleados trabajan como voluntarios)                                                                                               |
|                                                                  | 2. Actividades de tipo filantrópico llevadas a cabo por los empleados (donaciones de sangre, etc.)                                                                                                                                                                                          |
|                                                                  | 3. Aportaciones económicas de los empleados a la comunidad                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                  | 4. Programas de apoyo a la comunidad llevados a cabo de forma conjunta entre la empresa y los empleados                                                                                                                                                                                     |
|                                                                  | 5. Tiempo que los empleados destinan a actividades de voluntariado                                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                  | 1. Política de apoyo a la comunidad (declaración de compromiso con la comunidad. Si se describen los objetivos se considera información cuantitativa)                                                                                                                                       |
| 3.5<br><br>Otra información                                      | 2. Responsabilidad en asuntos de comunidad (departamento, comité, fundación)                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                  | 3. Procedimientos de diálogo, comunicación y consulta con la comunidad (se incluyen las jornadas de puertas abiertas)                                                                                                                                                                       |
|                                                                  | 4. Compensaciones o ayudas a comunidades afectadas por la actividad de la empresa                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                  | 5. Premios recibidos por la empresa por sus actividades de apoyo a la comunidad                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                  | * Los programas para reducir el impacto medioambiental se consideran como indicador cuantitativo cuando se indica el número de programas o se cuantifica el impacto medioambiental de los mismos, expresando en cifras o en porcentaje la reducción de la contaminación derivada del mismo. |

#### Anexo 4. Esquema base de clasificación, Aranguren (2008) - Continuación

| 4.CONSUMIDORES Y PRODUCTOS |                                                                                             |
|----------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4.1                        | Calidad de los productos y servicios                                                        |
|                            | 1. Política sobre calidad (declaración del compromiso con la calidad)                       |
|                            | 2. Planes de calidad (planes y proyectos para mejorar la calidad)                           |
|                            | 3. Objetivos de calidad                                                                     |
|                            | 4. Formación de los empleados en temas de calidad                                           |
|                            | 5. Sistemas de gestión de calidad y certificaciones de calidad (ISO 9001)                   |
|                            | 6. Definición de responsabilidades en el área de calidad (departamento, comité ...)         |
|                            | 7. Premios de calidad                                                                       |
|                            | 8. Foros o eventos sobre calidad en los que la empresa participa o que la empresa patrocina |
|                            | 9. Auditorías de calidad                                                                    |
| 4.2                        | Seguridad de los productos y de los clientes                                                |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
| 4.3                        | Relaciones con los clientes                                                                 |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
|                            |                                                                                             |
| 4.4                        | Otra información                                                                            |
|                            |                                                                                             |

#### Anexo 4. Esquema base de clasificación, Aranguren (2008) - Continuación

| 5. DERECHOS HUMANOS Y ÉTICA                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|----------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 5.1<br><br><br><br><br><br><br>Derecho humanos                 | 1. Política sobre el respeto a los derechos humanos en la organización (declaración del respeto a los derechos humanos y del cumplimiento de recomendaciones internacionales como la declaración universal, y la adhesión al Global Compact)                                                                          |
|                                                                | 2. Política sobre el respeto a los derechos humanos en la cadena de suministros (se incluyen también los derechos fundamentales en el trabajo y la prevención de riesgos laborales)                                                                                                                                   |
|                                                                | 3. Programas para la puesta en práctica de esta política en la cadena de suministros                                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                | 4. Procedimientos para evaluar la actuación de la cadena de suministros en relación a los derechos humanos (encuestas, auditorías...)                                                                                                                                                                                 |
|                                                                | 5. n.º de auditorías realizadas en la cadena de suministros                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                                | 6. Resultados de las auditorías                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                                | 7. Planes correctivos                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                | 8. Selección de proveedores teniendo en cuenta sus prácticas en relación a los derechos humanos                                                                                                                                                                                                                       |
| 5.2<br><br><br><br><br><br><br>Corrupción                      | 1. Política sobre soborno y corrupción                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                                | 2. Programas y procedimientos para evitar el soborno y la corrupción (formación de empleados; información sobre cómo actuar en situaciones delicadas; línea de ayuda a la que los empleados puedan dirigirse en caso de duda y para denunciar violaciones de la política; descripción de las sanciones por violación) |
|                                                                | 3. Mecanismos de control para asegurar el cumplimiento (proceso de auditoría interna)                                                                                                                                                                                                                                 |
| 5.3<br><br><br><br><br><br><br>Donaciones a partidos políticos | 1. Política sobre donaciones a partidos políticos                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                | 2. Programas y procedimientos que hagan referencia a donaciones a partidos políticos (formación de los empleados, sanciones por incumplimiento, etc.)                                                                                                                                                                 |
|                                                                | 3. Mecanismos de control dedicados a las contribuciones y los instrumentos de presión política (información mediante certificados al comité de auditoría, de que no se han realizado donaciones o detalle de las donaciones realizadas, por ejemplo)                                                                  |
|                                                                | 4. Cantidades donadas a las instituciones o partidos políticos con la finalidad de financiar a los partidos o a sus candidatos                                                                                                                                                                                        |
| 5.4<br><br><br><br><br><br><br>Libre competencia               | 1. Política sobre libre competencia                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
|                                                                | 2. Programas o procedimientos para prevenir las conductas contrarias a la libre competencia (formación de los empleados en la legislación sobre libre competencia; sanciones por incumplimiento de la política, etc.)                                                                                                 |
|                                                                | 3. Mecanismos de control enfocados a prevenir las conductas contrarias a la libre competencia                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                                | 4. Resoluciones relativas a causas judiciales sobre la normativa antimonopolio                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                | 5. Sanciones                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 5.5<br><br><br><br><br><br><br>Gobierno corporativo            | 1. Código de gobierno corporativo                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                                | 2. Remuneración directivos                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                                                                | 3. Planes de acciones para directivos                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                                | 4. Canales de comunicación con los accionistas                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                                                                | 5. n.º de consultas atendidas a los accionistas                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 5.6<br><br><br><br><br><br><br>Otra información                | 1. Código ético o código de conducta organizativa (incluye políticas de prevención de blanqueo de capitales)                                                                                                                                                                                                          |
|                                                                | 2. Miembros de la organización a los que afecta el código                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                | 3. Programas para su puesta en práctica (p.ej. Formación)                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                                | 4. Mecanismos de control para garantizar su cumplimiento (proceso de auditoría interna)                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                                | 5. Foros de diálogo o eventos sobre ética en los que la empresa participa o que la empresa patrocina                                                                                                                                                                                                                  |
|                                                                | 6. Premios y reconocimientos por su implicación en un compromiso ético y por sus esfuerzos en pro del buen gobierno corporativo                                                                                                                                                                                       |

## Anexo 5. Instrumento de recolección de información para los bancos en la categoría de medio ambiente.

| 2. MEDIO AMBIENTE (BANCOS)                                  |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|-------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Elementos                                                   | INFORMACIÓN CUANTITATIVA | INFORMACIÓN CUALITATIVA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| 1                                                           | 1.1                      | Objetivos cuantitativos de actuación medioambiental                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 0.1   | Política medioambiental (declaración de compromiso medioambiental)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                             |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.2   | Departamento o comité responsable de asuntos medioambientales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |
|                                                             | 1.2                      | n° de certificaciones medioambientales recibidas (ISO 14001, EMAS, etc.).                                                                                                                                                                                                                                                                             | 0.3   | Objetivos de actuación medioambiental                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                                                             |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.4   | Mecanismos de seguimiento y control de la actuación medioambiental                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                                                             | 1.3                      | n° de personas en el departamento o comité responsable de asuntos medioambientales                                                                                                                                                                                                                                                                    | 0.5   | Logros en relación a los objetivos medioambientales internos y a los estándares externos                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                              |
| 2                                                           |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.6   | Auditorías medioambientales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                             |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.7   | Sistemas de Gestión medioambiental y certificaciones medioambientales (ISO14001, EMAS)                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                             | 1.4                      | n° de programas o n.° de empleados que participan en los programas de formación, comunicación, información y sensibilización en temas medioambientales (se incluye también el n.° de jóvenes en práctica o en programas de formación profesional y el n.° de <i>stakeholders</i> que participan en los programas de comunicación, consulta y diálogo) | 0.8   | Formación de los empleados en temas medioambientales (también se incluye la formación medioambiental de los jóvenes en prácticas o en programas de formación profesional)                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                             |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.9   | Comunicación /información/sensibilización a los empleados sobre temas medioambientales                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                |
|                                                             |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.10. | Comunicación, consulta y diálogo con los <i>stakeholders</i> del área medioambiental                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| 3                                                           |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.11  | Sistema de evaluación de riesgos medioambientales (en el caso de los bancos se incluyen los métodos para la evaluación de los riesgos sociales y medioambientales a la hora de conceder créditos)                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                                                             |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.12  | Cumplimiento de los estándares y de la regulación en materia medioambiental                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                                                             | 1.1                      | Consumo de materias primas (en el caso de los bancos hace referencia al consumo de papel y fungibles como plásticos, cauchos, lapiceros, sellos, etc.)                                                                                                                                                                                                | 0.1   | Programas para la conservación de recursos y para potenciar el uso de material reciclado.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|                                                             | 1.2                      | Consumo de agua                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                             | 1.3                      | Consumo de material reciclado (papel, plástico, fungibles, etc.)                                                                                                                                                                                                                                                                                      |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
| Emisiones, vertidos y residuos e impacto en los ecosistemas | 1.4                      | Impacto de los programas encaminados al control del consumo y la conservación de recursos naturales                                                                                                                                                                                                                                                   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                             | 1.1                      | Emisiones al aire gases de efecto invernadero otras emisiones atmosféricas como consecuencia de procesos directos e indirectos como consecuencia de la utilización de vehículos propios o contratados, viajes terrestres o aéreos y la utilización de sistemas de enfriamiento para los equipos de cómputo.                                           | 0.1   | Descripción del impacto de las actividades de la empresa en el hábitat.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|                                                             | 1.2                      | Vertidos al agua de sustancias químicas, aceites y combustibles de importancia, así como detergentes y elementos de aseo.                                                                                                                                                                                                                             | 0.2   | Programas para reducir la contaminación (emisiones, vertidos, residuos, ruido, visual, etc.) generada por la empresa (se incluyen también los programas para potenciar el reciclaje de residuos, la separación de basuras orgánicas e inorgánicas, y aquellos para la sustitución de materiales peligrosos por otros menos peligrosos así como la disposición final de las tarjetas de crédito, débito, bolsas plásticas, cubiertas plásticas, etc.). |
|                                                             | 1.3                      | Residuos y basuras generadas (en el caso de los bancos se tendrán en cuenta residuos como papel, cartón, toneres, equipos electrónicos, etc.)                                                                                                                                                                                                         | 0.3   | Programas para proteger y restaurar ecosistemas (incluye programas de reforestación y programas para alargar la vida útil de los equipos electrónicos y/o incentivar su reutilización, al igual que el diseño y construcción de edificios amigables con el medio ambiente).                                                                                                                                                                           |
|                                                             | 1.4                      | Reciclaje de residuos (peligrosos: pilas, equipos electrónicos, etc. y no peligrosos: papel, cartón, plásticos, cartuchos, tóner, etc.)                                                                                                                                                                                                               |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                                                             | 1.5                      | Impacto de los programas encaminados al control de las emisiones, vertidos y residuos e impacto en los ecosistemas.                                                                                                                                                                                                                                   |       |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |

|   |                                       |                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                               |                                                      |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|---|---------------------------------------|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| 4 | Energía                               | 1.1<br>1.2<br>1.3               | Consumo energético<br>Consumo de energías renovables<br>Impacto de los programas para mejorar la eficiencia energética y para potenciar el uso de energías renovables                                                                                                                         | 0.1                                                  | Programas para mejorar la eficiencia energética y para potenciar el uso de energías renovables.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 5 | Productos                             | 1.1                             | Productos beneficiosos para el medio ambiente o con un reducido impacto medioambiental ( se incluyen las actividades de financiación de proyectos con un impacto medioambiental positivo)                                                                                                     | 0.1                                                  | Programas para considerar el impacto medioambiental de los productos en su fase de I+D+I (se incluye la consideración de factores medioambientales y sociales a la hora de conceder créditos. También la adhesión a los Principios del Ecuador).                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                   |
| 6 | Inversiones y gastos medioambientales | 1.1<br>1.2<br>1.3               | Coste de la inversión<br>Impacto de las actividades de inversión en el medio ambiente<br>Gastos medioambientales (operativos, I+D, gastos de descontaminación, provisiones)                                                                                                                   | 0.1                                                  | Descripción de los proyectos de inversión medioambiental.                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                          |
| 7 | Otra información                      | 1.1<br>1.2<br>1.3<br>1.4<br>1.5 | nº de proveedores en los programas de formación, evaluación y selección<br>nº de estudios y/o programas de investigación en el área medioambiental<br>nº de premios (o cuantificación) recibidos en el campo de la actuación medioambiental<br>Multas por incumplimientos<br>Otra información | 0.1<br>0.2<br>0.3<br>0.4<br>0.5<br>0.6<br>0.7<br>0.8 | <p>Criterios medioambientales en la evaluación y selección de proveedores (se incluye también información sobre los criterios medioambientales a la hora de seleccionar productos).</p> <p>Estudios para la evaluación del impacto medioambiental (también los realizados en colaboración con universidades u otras instituciones).</p> <p>Investigación en el área medioambiental (programas de investigación para reducir el consumo de recursos naturales, el impacto en los ecosistemas, la contaminación generada por la empresa, el consumo energético así como la investigación para la mejora de la eficiencia energética y el uso de las energías renovables).</p> <p>Premios/reconocimientos recibidos por su actuación medioambiental.</p> <p>Denuncias, resoluciones, sanciones o procedimientos legales/expedientes sancionadores como consecuencia de incumplimientos o accidentes medioambientales o incumplimiento a las normas y los estándares internacionales sobre el cuidado del medio ambiente.</p> <p>Foros de diálogo o eventos sobre medio ambiente o sobre desarrollo sostenible en los que la empresa participa o que la empresa patrocina.</p> <p>Formación de los proveedores en temas medioambientales.</p> <p>Otra información.</p> |

## Anexo 6. Esquema de clasificación general ajustado

| 1. EMPLEADOS |                                    |                          |                                                                                                                                                                                                  |                         |                                                                                                                                                                                         |
|--------------|------------------------------------|--------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Elementos    | Cód                                | INFORMACIÓN CUANTITATIVA | Cód                                                                                                                                                                                              | INFORMACIÓN CUALITATIVA |                                                                                                                                                                                         |
| 1            | Comunicación y consulta            | 1.1                      | nº de ideas sugeridas o implementadas por los empleados                                                                                                                                          | 0,1                     | Política de comunicación (declaración de importancia en la comunicación)                                                                                                                |
|              |                                    | 1.2                      | Cantidad de dinero distribuida en forma de premios/recompensas por sugerencias de los empleados, o n.º de empleados beneficiados.                                                                | 0,2                     | Programas de estímulo y recompensa a sugerencias de empleados                                                                                                                           |
|              |                                    | 1.3                      | Encuestas de clima laboral (n.º de encuestas o consultas realizadas; % de la plantilla que ha participado en las encuestas).                                                                     | 0,3                     | Mecanismo/canales de comunicación (Boletines, periódico interno, encuestas de clima laboral, otros)                                                                                     |
|              |                                    | 1.4                      | Índice de satisfacción de los empleados                                                                                                                                                          | 0,4                     | Evaluación de desempeño                                                                                                                                                                 |
|              |                                    | 1.5                      | nº de procedimientos o sistemas de evaluación de desempeño (o resultados)                                                                                                                        | 0,5                     | Mecanismo de consulta (employee council, works council, otros)                                                                                                                          |
|              |                                    |                          |                                                                                                                                                                                                  | 0,6                     | Satisfacción de los empleados                                                                                                                                                           |
| 2            | Relaciones industriales            | 1.1                      | nº de sistemas de negociación colectiva existente                                                                                                                                                | 0,7                     | Mecanismos o sistemas para recibir sugerencias de los empleados (Buzón de sugerencias)                                                                                                  |
|              |                                    | 1.2                      | % de la plantilla cubierta por los convenios colectivos                                                                                                                                          | 0,1                     | Sistemas de negociación colectiva                                                                                                                                                       |
|              |                                    | 1.3                      | nº de sindicatos existentes                                                                                                                                                                      | 0,2                     | Sistemas de asociación de los trabajadores (por ejemplo sindicatos)                                                                                                                     |
|              |                                    | 1.4                      | % ó n.º de trabajadores afiliados a los sindicatos                                                                                                                                               | 0,3                     | Acuerdos en materia de retribución y condiciones de trabajo                                                                                                                             |
|              |                                    | 1.5                      | nº de acuerdos en la negociación colectiva o cifras relacionadas con dichos acuerdos                                                                                                             | 0,4                     | Huelgas o situaciones de cese de labores en procesos de negociación con los trabajadores                                                                                                |
|              |                                    | 1.6                      | nº de huelgas o cese de actividades ocurridas durante el año                                                                                                                                     |                         |                                                                                                                                                                                         |
|              |                                    | 1.7                      | Pérdidas económicas en dinero o en tiempo generadas por situaciones de cese de actividades, paros o huelgas                                                                                      | 0,5                     | Procedimientos de información, consulta y negociación con los empleados en situaciones de cambio en la organización (planes de retiro, remuneraciones al retiro y planes de pensiones). |
|              |                                    | 1.8                      | Medición de los procedimientos de información, consulta y negociación con los empleados en situaciones de cambio organizacional (n.º de comités, reuniones, n.º de trabajadores que participan). |                         |                                                                                                                                                                                         |
| 3            | Salud y seguridad                  | 1.1                      | Índice de accidentalidad o evolución del índice                                                                                                                                                  | 0,1                     | Política sobre salud y seguridad (declaración de importancia a la salud y seguridad)                                                                                                    |
|              |                                    | 1.2                      | nº de programas, cursos o mecanismos de información y formación de empleados en materia de salud y seguridad (n.º de personas que participan de dichos programas)                                | 0,2                     | Programas para mejorar la seguridad y la protección de la salud de los trabajadores (actividades llevadas a cabo: campañas, iniciativas...)                                             |
|              |                                    | 1.3                      | Índice de absentismo o evolución del índice                                                                                                                                                      | 0,3                     | Programas para disminuir el absentismo                                                                                                                                                  |
|              |                                    | 1.4                      | nº de accidentes y de víctimas mortales consecuencia de accidentes laborales                                                                                                                     | 0,4                     | Cumplimiento de los estándares y la regulación en materia de salud y seguridad (OHSAS 18001)                                                                                            |
|              |                                    | 1.5                      | Objetivos cuantitativos en materia de salud y seguridad                                                                                                                                          | 0,5                     | Sistemas de gestión en prevención de riesgos laborales y certificaciones                                                                                                                |
|              |                                    | 1.6                      | Inversión (gastos en seguridad)                                                                                                                                                                  | 0,6                     | Objetivos en materia de salud y seguridad                                                                                                                                               |
|              |                                    | 1.7                      | Índice de gravedad                                                                                                                                                                               | 0,7                     | Mecanismos de información y planes de formación/capacitación de empleados en materia de salud y seguridad                                                                               |
|              |                                    | 1.8                      | nº de personas en el departamento o comité de salud y seguridad                                                                                                                                  | 0,8                     | Existencia de un departamento o comité responsable de asuntos de salud y seguridad                                                                                                      |
|              |                                    | 1.9                      | nº de empleados que participan en programas de salud y seguridad                                                                                                                                 |                         |                                                                                                                                                                                         |
| 4            | Formación y desarrollo profesional | 1.1                      | Tiempo de formación (horas; horas promedio por empleado; por categoría...)                                                                                                                       | 0,1                     | Política sobre formación (declaración de compromiso en la formación)                                                                                                                    |
|              |                                    | 1.2                      | nº de empleados que participan en programas de formación (también %)                                                                                                                             | 0,2                     | Objetivos de formación                                                                                                                                                                  |
|              |                                    | 1.3                      | Inversión destinada a actividades de formación (se puede incluir el n.º de becas asignadas por la empresa)                                                                                       | 0,3                     | Programas/planes de formación interna (actividades de formación, actividades formativas)                                                                                                |
|              |                                    | 1.4                      | Grado de satisfacción de los empleados con la formación                                                                                                                                          | 0,4                     | Programas de becas/apoyo financiero para la formación externa de los empleados                                                                                                          |
|              |                                    | 1.5                      | nº de Jóvenes en programas de formación profesional/prácticas                                                                                                                                    | 0,5                     | Programas de formación profesional para jóvenes (vocational training)/programas de prácticas para recién graduados (internships)                                                        |
|              |                                    | 1.6                      | nº de acciones formativas                                                                                                                                                                        |                         |                                                                                                                                                                                         |
|              |                                    | 1.7                      | nº de personas promocionadas (también %)                                                                                                                                                         |                         |                                                                                                                                                                                         |
|              |                                    | 1.8                      | nº de personas en planes de carrera o planes de desarrollo profesional                                                                                                                           | 0,6                     | Desarrollo profesional (planes de desarrollo de carreras directivas; promociones internas)                                                                                              |
|              |                                    | 1.9                      | Objetivos cuantitativos de los planes de formación y de las actividades formativas                                                                                                               |                         |                                                                                                                                                                                         |

## Anexo 6. Esquema de clasificación general ajustado.-. Continuación

| 1. EMPLEADOS |                                      |                          |                                                                                                                                                           |     |                                                                                                                                                                                                                |
|--------------|--------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Elementos    | Cód                                  | INFORMACIÓN CUANTITATIVA |                                                                                                                                                           | Cód | INFORMACIÓN CUALITATIVA                                                                                                                                                                                        |
| 5            | Retribución y condiciones de trabajo | 1,1                      | Costes de personal                                                                                                                                        | 0,1 | Política sobre retribución/sobre horarios de trabajo (declaración de importancia con respecto a los horarios o retribuciones de trabajo)                                                                       |
|              |                                      | 1,2                      | Inversión en prestaciones sociales no exigidas por ley (extralegales)                                                                                     | 0,2 | Programas para la conciliación de la vida familiar y laboral (jornada parcial, teletrabajo, horarios flexibles, servicio de guardería, subvenciones para servicio de guardería)                                |
|              |                                      | 1,3                      | nº de empleados que participan en los planes de acciones y n.º de acciones repartidas como participación en los beneficios                                |     |                                                                                                                                                                                                                |
|              |                                      | 1,4                      | nº de empleados que participación de los planes de beneficios                                                                                             | 0,3 | Otros programas de participación de los empleados en los beneficios                                                                                                                                            |
|              |                                      | 1,5                      | nº de los programas (o inversión en \$) para la conciliación de la vida familiar y laboral o medición del impacto de los programas                        | 0,4 | Plan de acciones para empleados (excluyendo directivos y ejecutivos)                                                                                                                                           |
|              |                                      | 1,6                      | % retribución variable (retribución variable/masa salarial y n.º de personas con retribución variable)                                                    | 0,5 | Otros planes de incentivos                                                                                                                                                                                     |
|              |                                      | 1,7                      | nº de personas o inversión hecha por la empresa en otros planes de incentivos                                                                             | 0,6 | Retribución variable (criterios para determinar la retribución variable)                                                                                                                                       |
|              |                                      | 1,8                      | % diferencial entre el salario mínimo legal vigente y el salario mínimo de la empresa                                                                     | 0,7 | Prestaciones sociales a los empleados no exigidas por ley (plan de salud familiar, apoyo a la educación de los hijos, préstamos hipotecarios, actividades recreativas)                                         |
|              |                                      | 1,9                      | Dinero entregado por la empresa al fondo de empleados                                                                                                     | 0,8 | Programas o actividades del fondo de empleados copatrocinados por la empresa                                                                                                                                   |
| 6            | Contrataciones y despidos            | 1,1                      | Desglose del colectivo de trabajadores por tipo de contratación (jornada completa o media jornada);modalidad de contrato (indefinido/temporal)            | 0,1 | Métodos de contratación/reclutamiento                                                                                                                                                                          |
|              |                                      | 1,2                      | nº de personas afectadas por las reestructuraciones o por los expedientes de regulación de empleo                                                         | 0,2 | Planes sociales (re-colocación, re-capacitación, job-sharing, mercado de trabajo interno) para los trabajadores afectados por los procedimientos de reestructuración y los expedientes de regulación de empleo |
|              |                                      |                          |                                                                                                                                                           | 0,3 | Planes de acogida (incluye planes de re-contratación o de retiro anticipado)                                                                                                                                   |
|              |                                      | 1,3                      | Creación o pérdida de empleo neta                                                                                                                         | 0,4 | Expedientes de regulación de empleo/reestructuraciones                                                                                                                                                         |
|              |                                      | 1,4                      | Índice de antigüedad de la plantilla, o índice de rotación                                                                                                | 0,5 | Planes y programas de retención de personal                                                                                                                                                                    |
|              |                                      | 1,5                      | nº de participantes en los programas de asistencia o asesoramiento a empleados que están en proceso de jubilación                                         | 0,6 | Asistencia o asesoramiento a empleados que están en proceso de jubilación                                                                                                                                      |
| 7            | Otra información                     | 1,1                      | nº de premios (o cuantificación) recibidos por la empresa por sus políticas y programas en materia de recursos humanos (p. ej. en salud, seguridad, etc.) | 0,1 | Política de contratación, reclutamiento y selección (declaración de importancia en aspectos de contratación, reclutamiento y selección)                                                                        |
|              |                                      | 1,2                      | Multas o sanciones por incumplimiento a la legislación laboral o a la ley laboral                                                                         | 0,2 | Premios y reconocimientos recibidos por la empresa por sus políticas y programas en materia de recursos humanos (p. ej. En salud, seguridad, mejor sitio para trabajar, etc.)                                  |
|              |                                      | 1,3                      | Otra Información                                                                                                                                          | 0,3 | Demandas, denuncias resoluciones o sanciones relativas a causas judiciales por despidos o por incumplimiento a la ley laboral                                                                                  |
|              |                                      |                          |                                                                                                                                                           | 0,3 | Otra Información                                                                                                                                                                                               |

## Anexo 6 Esquema de clasificación general ajustado.-. Continuación

| 2. MEDIO AMBIENTE |                                                              |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|-------------------|--------------------------------------------------------------|--------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Elementos         | Cód                                                          | INFORMACIÓN CUANTITATIVA |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | INFORMACIÓN CUALITATIVA |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 1                 | Política, declaraciones y sistemas de gestión medioambiental | 1.1                      | Objetivos cuantitativos de actuación medioambiental                                                                                                                                                                                                                                                                                                   | 0.1                     | Política medioambiental (declaración de compromiso medioambiental)                                                                                                                                                                                                                                     |
|                   |                                                              | 1.2                      | n° de certificaciones medioambientales recibidas (ISO 14001, EMAS, etc.).                                                                                                                                                                                                                                                                             | 0.2                     | Departamento o comité responsable de asuntos medioambientales                                                                                                                                                                                                                                          |
|                   |                                                              |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.3                     | Objetivos de actuación medioambiental                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                   |                                                              | 1.3                      | Medición del impacto de los logros en relación a los objetivos medioambientales internos y a los estándares externos.                                                                                                                                                                                                                                 | 0.4                     | Mecanismos de seguimiento y control de la actuación medioambiental                                                                                                                                                                                                                                     |
|                   |                                                              |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.5                     | Logros en relación a los objetivos medioambientales internos y a los estándares externos                                                                                                                                                                                                               |
|                   |                                                              | 1.4                      | n° de programas y n.° de empleados que participan en los programas de formación, comunicación, información y sensibilización en temas medioambientales (se incluye también el n.° de jóvenes en práctica o en programas de formación profesional y el n.° de <i>stakeholders</i> que participan en los programas de comunicación, consulta y diálogo) | 0.6                     | Auditorías medioambientales                                                                                                                                                                                                                                                                            |
|                   |                                                              |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.7                     | Sistemas de Gestión medioambiental y certificaciones medioambientales (ISO14001, EMAS)                                                                                                                                                                                                                 |
|                   |                                                              |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.8                     | Formación de los empleados en temas medioambientales (también se incluye la formación medioambiental de los jóvenes en prácticas o en programas de formación profesional)                                                                                                                              |
|                   |                                                              |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.9                     | Comunicación /información/sensibilización a los empleados sobre temas medioambientales                                                                                                                                                                                                                 |
|                   |                                                              | 1.5                      | n° de personas en el departamento o comité responsable de asuntos medioambientales                                                                                                                                                                                                                                                                    | 0.10                    | Comunicación, consulta y diálogo con los <i>stakeholders</i> del área medioambiental                                                                                                                                                                                                                   |
|                   |                                                              |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.11                    | Sistema de evaluación de riesgos medioambientales.                                                                                                                                                                                                                                                     |
|                   |                                                              |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.12                    | Cumplimiento de los estándares y de la regulación en materia medioambiental                                                                                                                                                                                                                            |
| 2                 | Consumo y conservación de recursos naturales                 | 1.1                      | Consumo de agua                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.1                     | Programas para la conservación de recursos naturales (incluye programas para potenciar el uso de material reciclado, reutilización de materias primas, residuos, reciclaje y reutilización de agua, etc.)                                                                                              |
|                   |                                                              | 1.2                      | Consumo de material reciclado (papel, plástico, etc.)                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                   |                                                              | 1.3                      | Materias primas utilizadas que son residuos (mat. primas recicladas tras su consumo y residuos de origen industrial)                                                                                                                                                                                                                                  |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                   |                                                              | 1.4                      | Reciclaje y reutilización de agua (incluye aguas residuales y otros tipos de agua utilizadas)                                                                                                                                                                                                                                                         |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                   |                                                              | 1.5                      | Impacto de los programas encaminados al control del consumo y la conservación de recursos naturales (% , n.° o inversión en \$ de ahorro en materias primas que son recursos naturales en riesgo)                                                                                                                                                     |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 3                 | Emisiones, vertidos y residuos e impacto en los ecosistemas  | 1.1                      | Emisiones al aire (gases de efecto invernadero (CO <sup>2</sup> y otros) y otras emisiones atmosféricas (VOC)                                                                                                                                                                                                                                         | 0.1                     | Programas para reducir la contaminación (emisiones, vertidos, residuos, ruido, etc.) generada por la empresa (se incluyen también los programas para potenciar el reciclaje de residuos, la separación de basuras, y aquellos para la sustitución de materiales peligrosos por otros menos peligrosos) |
|                   |                                                              | 1.2                      | Vertidos al agua de sustancias químicas, aceites y combustibles de importancia                                                                                                                                                                                                                                                                        |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                   |                                                              | 1.3                      | Residuos generados                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 0.2                     | Descripción del impacto de las actividades de la empresa en el hábitat                                                                                                                                                                                                                                 |
|                   |                                                              | 1.4                      | Reciclaje de residuos (peligrosos: aceites minerales, metales, pilas, etc. y no peligrosos: papel, cartón, plásticos, cartuchos, tóner, etc.)                                                                                                                                                                                                         |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                   |                                                              | 1.5                      | Impacto de los programas encaminados al control de las emisiones, vertidos y residuos e impacto en los ecosistemas.                                                                                                                                                                                                                                   | 0.3                     | Programas para proteger y restaurar ecosistemas (incluye programas de reforestación)                                                                                                                                                                                                                   |
| 4                 | Energía                                                      | 1.1                      | Consumo energético                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    | 0.1                     | Programas para mejorar la eficiencia energética y para potenciar el uso de energías renovables                                                                                                                                                                                                         |
|                   |                                                              | 1.2                      | Consumo de energías renovables                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                   |                                                              | 1.3                      | Impacto de los programas para mejorar la eficiencia energética y para potenciar el uso de energías renovables                                                                                                                                                                                                                                         |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
| 5                 | Productos                                                    | 1.1                      | Productos beneficiosos para el medio ambiente o con un reducido impacto medioambiental                                                                                                                                                                                                                                                                | 0.1                     | Programas para considerar el impacto medioambiental de los productos en su fase de I+D+I                                                                                                                                                                                                               |
|                   |                                                              | 1.2                      | Impacto medioambiental de los productos actuales                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 0.2                     | Programas para reducir el impacto de los productos al final de su ciclo de vida                                                                                                                                                                                                                        |
|                   |                                                              |                          |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                       | 0.3                     | Productos beneficiosos para el medio ambiente o con un reducido impacto medioambiental                                                                                                                                                                                                                 |
| 6                 | Inversiones y gastos medioambientales                        | 1.1                      | Coste de la inversión                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                 | 0.1                     | Descripción de los proyectos de inversión medioambiental                                                                                                                                                                                                                                               |
|                   |                                                              | 1.2                      | Impacto de la inversión en equipos e infraestructura encaminada a proteger el medio ambiente.                                                                                                                                                                                                                                                         |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                   |                                                              | 1.3                      | Gastos medioambientales (operativos, I+D, gastos de descontaminación, provisiones)                                                                                                                                                                                                                                                                    |                         |                                                                                                                                                                                                                                                                                                        |

**Anexo 6. Esquema de clasificación general ajustado.-. Continuación**

| 2. MEDIO AMBIENTE |                  |     |                                                                                       |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
|-------------------|------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------|-----|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Elementos         |                  | Cód | INFORMACIÓN CUANTITATIVA                                                              | Cód | INFORMACIÓN CUALITATIVA                                                                                                                                                                                                                                                                                                     |
| 7                 | Otra información | 1.1 | nº de proveedores en los programas de formación, evaluación y selección               | 0.1 | Criterios medioambientales en la evaluación y selección de proveedores (se incluye también información sobre los criterios medioambientales a la hora de seleccionar productos)                                                                                                                                             |
|                   |                  | 1.2 | nº de estudios y programas de investigación en el área medioambiental                 | 0.2 | Estudios para la evaluación del impacto medioambiental (también los realizados en colaboración con universidades u otras instituciones)                                                                                                                                                                                     |
|                   |                  |     |                                                                                       | 0.3 | Investigación en el área medioambiental (programas de investigación para reducir el consumo de recursos naturales, el impacto en los ecosistemas, la contaminación generada por la empresa, el consumo energético así como la investigación para la mejora de la eficiencia energética y el uso de las energías renovables) |
|                   |                  |     |                                                                                       | 0.4 | Premios/reconocimientos recibidos por su actuación medioambiental                                                                                                                                                                                                                                                           |
|                   |                  | 1.3 | nº de premios (o cuantificación) recibidos en el campo de la actuación medioambiental | 0.5 | Demandas, denuncias, resoluciones, sanciones o procedimientos legales/expedientes sancionadores como consecuencia de incumplimientos o accidentes medioambientales o incumplimiento a las normas y los estándares internacionales sobre el cuidado del medio ambiente                                                       |
|                   |                  | 1.4 | Multas por incumplimiento                                                             | 0.6 | Foros de diálogo o eventos sobre medio ambiente o sobre desarrollo sostenible en los que la empresa participa o que la empresa patrocina                                                                                                                                                                                    |
|                   |                  | 1.5 | Otra información                                                                      | 0.7 | Formación de los proveedores en temas medioambientales                                                                                                                                                                                                                                                                      |
|                   |                  |     |                                                                                       | 0.8 | Otra Información                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |

## Anexo 6. Esquema de clasificación general ajustado.- Continuación

| 3. COMUNIDAD |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     |                                                                                                                                                                                                                     |  |
|--------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--|
| Elementos    | Cód | INFORMACIÓN CUANTITATIVA                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                | Cód | INFORMACIÓN CUALITATIVA                                                                                                                                                                                             |  |
| 1            | 1,1 | nº de proyectos o de apoyo en temas relacionados con: la educación, la cultura, la salud, el desarrollo, la promoción del conocimiento, los proyectos de investigación y de desarrollo financiados por la empresa (incluye también los proyectos para la protección del patrimonio cultural indígena y la integración socio-laboral de colectivos desfavorecidos)                                       | 0,1 | Política de apoyo a la comunidad (declaración de compromiso con la comunidad).                                                                                                                                      |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 0,2 | Existencia de una fundación de apoyo a la comunidad creada por la empresa                                                                                                                                           |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 0,3 | Proyectos de apoyo a la educación y a la cultura (incluye también los proyectos para la protección del patrimonio cultural indígena)                                                                                |  |
|              | 1,2 | nº de personas que participan en los proyectos y programas de apoyo temas relacionados con: la educación, la cultura, la salud, el desarrollo, la promoción del conocimiento, los proyectos de investigación y de desarrollo financiados por la empresa (incluye también los proyectos para la protección del patrimonio cultural indígena y la integración socio-laboral de colectivos desfavorecidos) | 0,4 | Proyectos de apoyo al medio ambiente                                                                                                                                                                                |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 0,5 | Proyectos de apoyo a la salud                                                                                                                                                                                       |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 0,6 | Proyectos de apoyo a la promoción del conocimiento y a la investigación                                                                                                                                             |  |
|              | 1,3 | nº de acuerdos de colaboración con instituciones del tercer sector para el desarrollo de programas de apoyo conjunto o n.º de personas beneficiadas por estos acuerdos                                                                                                                                                                                                                                  | 0,7 | Proyectos de apoyo al desarrollo (programas de apoyo al desarrollo socioeconómico de las comunidades locales, programas de ayuda a la reconstrucción del tejido social y también las compras a proveedores locales) |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Programas para la integración socio-laboral de colectivos desfavorecidos (discapacitados, mujeres, personas de la tercera edad, desempleados de larga duración....)                                                 |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Otros acuerdos de colaboración con instituciones del tercer sector para el desarrollo de programas de apoyo conjunto                                                                                                |  |
| 2            | 1,1 | Cantidades de dinero destinadas al patrocinio                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                           | 0,1 | Patrocinio de actividades deportivas                                                                                                                                                                                |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 0,2 | Patrocinio de eventos culturales: literarios, musicales, exposiciones de arte                                                                                                                                       |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 0,3 | Patrocinio en el área de educación y formación                                                                                                                                                                      |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 0,4 | Patrocinio de actividades relacionadas con el medio ambiente                                                                                                                                                        |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 0,5 | Patrocinio de actividades relacionadas con el desarrollo social                                                                                                                                                     |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 0,6 | Patrocinio de actividades relacionadas con la salud                                                                                                                                                                 |  |
| 3            | 1,1 | nº de actividades de tipo filantrópico llevadas a cabo por la empresa o n.º de personas beneficiadas (se incluye también el n.º de intervenciones en situaciones de catástrofe).                                                                                                                                                                                                                        | 0,1 | Actividades de tipo filantrópico llevadas a cabo por la empresa                                                                                                                                                     |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Ayuda en situaciones de emergencia/catástrofe                                                                                                                                                                       |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Ayuda en situaciones de emergencia/catástrofe                                                                                                                                                                       |  |
| 4            | 1,1 | Donaciones de tipo caritativo/benéfico en efectivo (también ayuda en situaciones de emergencia)                                                                                                                                                                                                                                                                                                         | 0,2 | Donaciones de tipo caritativo/benéfico en efectivo (también ayuda en situaciones de emergencia)                                                                                                                     |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Donaciones en especie                                                                                                                                                                                               |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Donaciones en especie                                                                                                                                                                                               |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Donaciones en especie                                                                                                                                                                                               |  |
| 5            | 1,1 | nº de empleados en programas de voluntariado                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            | 0,1 | Programas de voluntariado de los empleados (incluye el apoyo de la empresa al voluntariado con aportaciones económicas a los proyectos en los que los empleados trabajan como voluntarios)                          |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Programas de voluntariado de los empleados (incluye el apoyo de la empresa al voluntariado con aportaciones económicas a los proyectos en los que los empleados trabajan como voluntarios)                          |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Actividades de tipo filantrópico llevadas a cabo por los empleados (donaciones de sangre, etc.)                                                                                                                     |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Programas de apoyo a la comunidad llevados a cabo de forma conjunta entre la empresa y los empleados                                                                                                                |  |
| 6            | 1,1 | nº de actividades de tipo filantrópico llevadas a cabo por los empleados (n.º de empleados que participan en dichas actividades)                                                                                                                                                                                                                                                                        | 0,2 | Programas de apoyo a la comunidad llevados a cabo de forma conjunta entre la empresa y los empleados                                                                                                                |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Programas de apoyo a la comunidad llevados a cabo de forma conjunta entre la empresa y los empleados                                                                                                                |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Programas de apoyo a la comunidad llevados a cabo de forma conjunta entre la empresa y los empleados                                                                                                                |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Programas de apoyo a la comunidad llevados a cabo de forma conjunta entre la empresa y los empleados                                                                                                                |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Programas de apoyo a la comunidad llevados a cabo de forma conjunta entre la empresa y los empleados                                                                                                                |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Programas de apoyo a la comunidad llevados a cabo de forma conjunta entre la empresa y los empleados                                                                                                                |  |
| 7            | 1,1 | nº de personas que participan en el departamento o comité encargado de asuntos con la comunidad.                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 0,1 | Responsabilidad en asuntos de comunidad (departamento, comité)                                                                                                                                                      |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Procedimientos de diálogo, comunicación y consulta con la comunidad (se incluyen las jornadas de puertas abiertas)                                                                                                  |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Procedimientos de diálogo, comunicación y consulta con la comunidad (se incluyen las jornadas de puertas abiertas)                                                                                                  |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Programas de ayuda a comunidades afectadas por la actividad de la empresa                                                                                                                                           |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Premios recibidos por la empresa por sus actividades de apoyo a la comunidad                                                                                                                                        |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Premios recibidos por la empresa por sus actividades de apoyo a la comunidad                                                                                                                                        |  |
| 8            | 1,1 | Multas o sanciones generadas por daños y perjuicios a la comunidad                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                      | 0,5 | Demandas, denuncias, resoluciones o sanciones generadas por daños y perjuicios a la comunidad                                                                                                                       |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Demandas, denuncias, resoluciones o sanciones generadas por daños y perjuicios a la comunidad                                                                                                                       |  |
| 9            | 1,1 | Otra información                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                        | 0,6 | Otra información                                                                                                                                                                                                    |  |
|              |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                         |     | Otra información                                                                                                                                                                                                    |  |

## Anexo 6. Esquema de clasificación general ajustado.- Continuación

| 4. CONSUMIDORES Y PRODUCTOS |                                              |                          |                                                                                                                                                                                              |      |                                                                                                                                                                                                                                   |
|-----------------------------|----------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Elementos                   | Cód                                          | INFORMACIÓN CUANTITATIVA |                                                                                                                                                                                              | Cód  | INFORMACIÓN CUALITATIVA                                                                                                                                                                                                           |
| 1                           | Calidad de los productos y servicios         | 1.1                      | Objetivos cuantitativos relacionados con la calidad                                                                                                                                          | 0,1  | Política sobre calidad (declaración del compromiso con la calidad)                                                                                                                                                                |
|                             |                                              | 1.2                      | nº de certificaciones en temas de calidad                                                                                                                                                    | 0,2  | Objetivos de calidad                                                                                                                                                                                                              |
|                             |                                              | 1.3                      | nº de personas que participan en los comités del área de calidad                                                                                                                             | 0,3  | Planes de calidad (planes y proyectos para mejorar la calidad, modelo de calidad de la empresa)                                                                                                                                   |
|                             |                                              | 1.4                      | nº de empleados formados en temas de calidad                                                                                                                                                 | 0,4  | Formación de los empleados en temas de calidad                                                                                                                                                                                    |
|                             |                                              | 1.5                      | nº de foros o eventos sobre calidad en los que participa o patrocina la empresa                                                                                                              | 0,5  | Sistemas de gestión de calidad y certificaciones de calidad (ISO 9001)                                                                                                                                                            |
|                             |                                              | 1.6                      | Impacto de los planes y proyectos para mejorar la calidad                                                                                                                                    | 0,6  | Existencia de un departamento o comité de calidad y definición de responsabilidades en el área de calidad.                                                                                                                        |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                                              | 0,7  | Auditorías de calidad                                                                                                                                                                                                             |
| 2                           | Seguridad de los productos y de los clientes | 1.1                      | nº o medición del impacto de los proyectos de investigación para mejorar la seguridad de los productos (también para identificar los riesgos potenciales del producto a corto y largo plazo) | 0,8  | Foros o eventos sobre calidad en los que la empresa participa o que la empresa patrocina                                                                                                                                          |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                                              | 0,9  | Criterios de calidad en la evaluación/selección de proveedores                                                                                                                                                                    |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                                              | 0,1  | Política sobre seguridad de los productos y de los clientes (declaración de compromiso con la seguridad de los productos y clientes)                                                                                              |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                                              | 0,2  | Política sobre marketing/prácticas publicitarias (declaración de importancia en el marketing/prácticas publicitarias)                                                                                                             |
|                             |                                              | 1.2                      | nº de ideas o n.º de personas involucradas para la innovación del producto (en general medidas) para mejorar su seguridad y la de los clientes.                                              | 0,3  | Política sobre el respeto a la intimidad de los clientes y protección de datos personales (declaración de importancia hacia el respeto de la intimidad y protección de datos personales de los clientes)                          |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                                              | 0,4  | Política sobre la información de los productos (Declaración de compromiso con la información de los productos)                                                                                                                    |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                                              | 0,5  | Proyectos de investigación para mejorar la seguridad de los productos (también para identificar los riesgos potenciales del producto a corto y largo plazo)                                                                       |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                                              | 0,6  | Innovaciones de producto (en general medidas) para mejorar su seguridad y la de los clientes                                                                                                                                      |
|                             |                                              | 1.3                      | Multas, denuncias, resoluciones o sanciones por incumplimiento en las regulaciones nacionales e internacionales en materia de seguridad de los productos                                     | 0,7  | Procedimientos para gestionar el uso de la información privada de los clientes                                                                                                                                                    |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                                              | 0,8  | Procedimientos referentes al etiquetado de los productos y a la información sobre productos a los consumidores                                                                                                                    |
| 3                           | Relaciones con los clientes                  | 1.1                      | nº de encuestas de satisfacción o mecanismos de comunicación con los clientes                                                                                                                | 0,9  | Cumplimiento de los estándares y de la regulación en la materia                                                                                                                                                                   |
|                             |                                              | 1.2                      | Índice de satisfacción de los clientes                                                                                                                                                       | 0,10 | Demandas, denuncias, resoluciones o sanciones por incumplimiento en las regulaciones nacionales e internacionales en materia de seguridad de los productos                                                                        |
|                             |                                              | 1.3                      | nº de actividades, procedimientos y proyectos tendientes a mejorar la satisfacción de los clientes y tramitar las quejas, consultas o sugerencias de los clientes                            | 0,1  | Declaraciones sobre la importancia de los clientes                                                                                                                                                                                |
|                             |                                              | 1.4                      | nº de reclamaciones, consultas y sugerencias tramitadas o atendidas                                                                                                                          | 0,2  | Definición de responsabilidades en la empresa de cara al consumidor (departamento, etc.)                                                                                                                                          |
|                             |                                              | 1.5                      | nº de personas que pertenecen al comité o departamento relativo al consumidor                                                                                                                | 0,3  | Actividades o proyectos de mejora para satisfacer las necesidades de los clientes (p. ej. CRM)                                                                                                                                    |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                                              | 0,4  | Canales de comunicación con los clientes (incluye también encuestas de satisfacción)                                                                                                                                              |
| 4                           | Otra información                             | 1.1                      | Multas y sanciones recibidas por la empresa por incumplimiento con los clientes                                                                                                              | 0,5  | Procedimientos para tramitar las quejas, consultas o sugerencias de los clientes (servicio de atención al cliente, defensor del cliente. . .)                                                                                     |
|                             |                                              | 1.2                      | nº de premios (o cuantificación) y reconocimiento recibidos por la empresa                                                                                                                   | 0,6  | Productos y servicios para clientes especiales (clientes con discapacidad o de difícil acceso)                                                                                                                                    |
|                             |                                              | 1.3                      | Otra información                                                                                                                                                                             | 0,1  | Productos o servicios con criterios éticos y solidarios (p. ej. Productos de inversión socialmente responsable y también aquellos productos por medio de los cuales los clientes pueden donar una parte a proyectos humanitarios) |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                                              | 0,2  | Incumplimiento en los compromisos adquiridos con clientes en el suministro de productos y/o servicios                                                                                                                             |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                                              | 0,3  | Premios y reconocimientos recibidos por la empresa                                                                                                                                                                                |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                                              | 0,4  | Otra información                                                                                                                                                                                                                  |

## Anexo 6. Esquema de clasificación general ajustado.- Continuación

| 5. DERECHOS HUMANOS Y ÉTICA |                                              |                          |                                                                                                                                                                       |     |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------|----------------------------------------------|--------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Elementos                   | Cód                                          | INFORMACIÓN CUANTITATIVA |                                                                                                                                                                       | Cód | INFORMACIÓN CUALITATIVA                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 1                           | Derechos humanos en la cadena de suministros | 1.1                      | nº de programas o n.º de personas que participan en la puesta en práctica de la política sobre el respeto a los derechos humanos en la cadena de suministros          | 0.1 | Política sobre el respeto a los derechos humanos en la cadena de suministros (se incluyen también los derechos fundamentales en el trabajo y la prevención de riesgos laborales) (declaración de importancia de los derechos humanos en la cadena de suministro)                                                   |
|                             |                                              | 1.2                      | nº de proveedores seleccionados teniendo en cuenta sus prácticas en relación a los derechos humanos                                                                   | 0.2 | Programas para la puesta en práctica de esta política en la cadena de suministros                                                                                                                                                                                                                                  |
|                             |                                              | 1.3                      | nº de auditorías sobre derechos humanos realizadas en la cadena de suministros                                                                                        | 0.3 | Procedimientos para evaluar la actuación de la cadena de suministros en relación a los derechos humanos (encuestas, auditorías, ...)                                                                                                                                                                               |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                       | 0.4 | Resultados de las auditorías                                                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                       | 0.5 | Planes correctivos                                                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                       | 0.6 | Selección de proveedores teniendo en cuenta sus prácticas en relación a los derechos humanos.                                                                                                                                                                                                                      |
| 2                           | Derechos humanos en el trabajo               | 1.1                      | Grado de diversidad en la composición de la plantilla (desglose de la plantilla por sexo y otros indicadores de diversidad p. ej. nacionalidad, religión, raza, etc.) | 0.1 | Políticas de respeto a los derechos fundamentales en el trabajo (declaración de compromiso con el respeto a los derechos fundamentales del trabajo, incluye también la política sobre diversidad)                                                                                                                  |
|                             |                                              | 1.2                      | Edad media de las personas de la organización                                                                                                                         | 0.2 | Formación de los empleados sobre el respeto a la diversidad                                                                                                                                                                                                                                                        |
|                             |                                              | 1.3                      | Desglose del colectivo de trabajadores (geográfica, por categorías, por edades, por titulación, remuneración ...)                                                     | 0.3 | Programas sobre diversidad/igualdad de oportunidades (programas de empleo y desarrollo profesional para minorías étnicas, mujeres, discapacitados y adultos mayores)                                                                                                                                               |
|                             |                                              | 1.4                      | Diversidad en el consejo de administración, junta directiva o directorio y desglose del mismo.                                                                        | 0.4 | Programas sobre diversidad/igualdad de oportunidades (programas de empleo y desarrollo profesional para colectivos vulnerables - discapacitados, víctimas de la violencia como reinsertados, viudas cabeza de familia, víctimas de las minas anti personas, desplazados, etc.-)                                    |
|                             |                                              | 1.5                      | nº de programas de formación o # de empleados que han participado en los programas de formación sobre el respeto a la diversidad                                      | 0.5 | Mecanismos de evaluación de impacto a los programas y políticas de diversidad/igualdad (minorías étnicas, mujeres, discapacitados, adultos mayores y colectivos vulnerables)                                                                                                                                       |
| 3                           | Soborno y Corrupción                         | 1.1                      | nº de programas y procedimientos para evitar el soborno y la corrupción                                                                                               | 0.1 | Políticas claras contra el soborno y la corrupción (declaración de compromiso en la lucha contra el soborno y la corrupción)                                                                                                                                                                                       |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                       | 0.2 | Programas y procedimientos para evitar el soborno y la corrupción (formación de empleados; información sobre cómo actuar en situaciones delicadas, línea de ayuda a la que los empleados puedan dirigirse en caso de duda y para denunciar violaciones de la política; descripción de las sanciones por violación) |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                       | 0.3 | Mecanismos de control para asegurar el cumplimiento (proceso de auditoría interna)                                                                                                                                                                                                                                 |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                       | 0.4 | Existencia de canales de comunicación sobre los programas y políticas contra el soborno y la corrupción                                                                                                                                                                                                            |
|                             |                                              | 1.2                      | nº de canales de comunicación sobre los programas y políticas contra el soborno y la corrupción                                                                       | 0.5 | Existencia de mecanismos de participación en organismos internacionales de lucha contra la corrupción                                                                                                                                                                                                              |
|                             |                                              |                          |                                                                                                                                                                       | 0.6 | Adhesión a organismos nacionales o internacionales que luchan contra la corrupción (Pactos de Integridad de Transparencia Internacional EITI, etc.)                                                                                                                                                                |
| 4                           | Donaciones a partidos políticos              | 1.1                      | nº de programas, procedimientos y n.º de personas que hagan referencia a donaciones a partidos políticos                                                              | 0.1 | Política sobre donaciones a partidos políticos (declaración de responsabilidad con las donaciones a partidos políticos)                                                                                                                                                                                            |
|                             |                                              | 1.2                      | Monto de las donaciones realizadas a las instituciones o partidos políticos con la finalidad de financiar a los partidos o a sus candidatos                           | 0.2 | Programas y procedimientos que hagan referencia a donaciones a partidos políticos (formación de los empleados, sanciones por incumplimiento, etc.)                                                                                                                                                                 |
|                             |                                              | 1.3                      | nº de auditorías realizadas sobre temas relacionados con donaciones a partidos políticos                                                                              | 0.3 | Mecanismos de control de las donaciones y contribuciones a los partidos políticos                                                                                                                                                                                                                                  |

**Anexo 6. Esquema de clasificación general ajustado.-. Continuación**

| 5. DERECHOS HUMANOS Y ÉTICA |                      |                          |                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|-----------------------------|----------------------|--------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Elementos                   | Cód                  | INFORMACIÓN CUANTITATIVA | Cód                                                                                                                                | INFORMACIÓN CUALITATIVA                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 5                           | Libre competencia    | 1,1                      | nº de programas o procedimientos para prevenir las conductas contrarias a la libre competencia                                     | 0,1<br>Política sobre libre competencia (declaración de compromiso con la libre competencia)<br>Programas o procedimientos para prevenir las conductas contrarias a la libre competencia (formación de los empleados en la legislación sobre libre competencia; sanciones por incumplimiento de la política, etc.) |
|                             |                      | 1,2                      | Sanciones y multas relativas a causas judiciales sobre la norma antimonopolio                                                      | 0,2<br>Mecanismos de control enfocados a prevenir las conductas contrarias a la libre competencia (comités, auditorías, etc.)<br>0,3<br>Denuncias, Demandas y resoluciones relativas a causas judiciales sobre la normativa antimonopolio<br>0,4                                                                   |
|                             |                      |                          |                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
|                             |                      |                          |                                                                                                                                    |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 6                           | Gobierno corporativo | 1,1                      | Remuneración directivos                                                                                                            | 0,1<br>Código de gobierno corporativo (incluye también política de gobierno corporativo)                                                                                                                                                                                                                           |
|                             |                      | 1,2                      | nº de consultas atendidas a los accionistas                                                                                        | 0,2<br>Planes de acciones para directivos y otros incentivos                                                                                                                                                                                                                                                       |
|                             |                      | 1,3                      | nº de acciones distribuidas a directivos (tener en cuenta información cuantitativa sobre otro tipo de incentivos)                  | 0,3<br>Canales de comunicación con los accionistas                                                                                                                                                                                                                                                                 |
|                             |                      | 1,4                      | nº de directivos cubiertos por los planes de acciones                                                                              | 0,4<br>Premios y reconocimientos por su implicación en un compromiso ético y por sus esfuerzos en pro del buen gobierno corporativo                                                                                                                                                                                |
|                             |                      | 1,5                      | nº de premios y reconocimientos por su implicación en un compromiso ético y por sus esfuerzos en pro del buen gobierno corporativo | 0,5<br>Mecanismos de control para garantizar su cumplimiento (comités, auditorías, etc.)                                                                                                                                                                                                                           |
|                             |                      | 1,6                      | nº de auditorías realizadas a las actividades del comité de gobierno corporativo (desglose de los miembros del comité)             |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| 7                           | Otra información     | 1,1                      | Miembros de la organización a los que afecta el código                                                                             | 0,1<br>Política de respeto a los derechos humanos en la organización (declaración del respeto de los derechos humanos y del cumplimiento de recomendaciones internacionales como la declaración universal)                                                                                                         |
|                             |                      | 1,2                      | nº de premios y reconocimientos en materia de cumplimiento de los derechos humanos                                                 | 0,2<br>Código ético o código de conducta organizativa (incluye políticas de prevención contra el blanqueo de capitales y el terrorismo)                                                                                                                                                                            |
|                             |                      |                          |                                                                                                                                    | 0,3<br>Adhesión al Global Compact                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
|                             |                      | 1,3                      | nº de otras auditorías realizadas sobre temas de derechos humanos y cumplimiento del código de ética.                              | 0,4<br>Programas para la puesta en práctica del código de ética (p. ej. Formación)                                                                                                                                                                                                                                 |
|                             |                      | 1,4                      | nº de foros o eventos realizados sobre ética                                                                                       | 0,5<br>Premios y reconocimientos por su actuación en relación a los derechos humanos (p. ej. Premios por contratación a discapacitados)                                                                                                                                                                            |
|                             |                      |                          |                                                                                                                                    | 0,6<br>Mecanismos de control para asegurar el cumplimiento del código de ética (proceso de auditoría interna)                                                                                                                                                                                                      |
|                             |                      | 1,5                      | Sanciones y multas por violación a los derechos humanos                                                                            | 0,7<br>Foros de diálogo o eventos sobre ética en los que la empresa participa o que la empresa patrocina                                                                                                                                                                                                           |
|                             |                      | 1,6                      | Otra Información                                                                                                                   | 0,8<br>Criterios éticos y de transparencia en la selección de proveedores<br>0,9<br>Demandas por violación de los derechos humanos<br>0,10<br>Otra Información                                                                                                                                                     |

## Anexo 7. Criterios definidos por los tres codificadores para la prueba de fiabilidad

- ❖ Los asuntos sobre las actividades, remuneraciones y participación de los directivos, consejeros y junta (dependiendo del país toman diferentes nombres) no serán considerados en la categoría. Estos serán tenidos en cuenta en la categoría 5 en la sección de gobierno corporativo.
- ❖ Un indicador puede aparecer varias veces dentro de los informes, sin embargo, solamente se tendrá en cuenta una vez, ya que no se está midiendo frecuencia o cantidad sino amplitud de la información revelada. Lo anterior aplica en los dos informes (informe anual e informe de responsabilidad social).
- ❖ La simple mención de intención no genera la existencia de un indicador. La declaración debe ser concreta en el sentido de que exprese realmente la existencia de programas o actividades relacionadas con la categoría.
- ❖ Si alguna frase contiene indicadores de más de una categoría o elemento, la frase debe ser clasificada en cuanto a la actividad que más peso tenga en la misma, la que más se repita o la que esté mejor descrita.
- ❖ Si la empresa reporta en el formato GRI e involucra cuadros, datos o cifras en la lista de verificación, estos se asumirán como un indicador cualitativo o cuantitativo, según sea el caso.
- ❖ La simple descripción de los productos no es suficiente, en términos de calidad, para considerar esta información como revelación de información en calidad del producto. Se tendrá en cuenta solo si los elementos definidos como calidad del producto van más allá de lo que él mismo, por su naturaleza, debe contener.
- ❖ Las sentencias sobre la calidad de los productos se tendrán en cuenta solo si hay prueba de su veracidad o impacto. Es decir, si están acreditados o suscritos a alguna norma de calidad.
- ❖ En las categorías se consideran programas y objetivos como indicadores. Los programas se tomarán como un indicador cualitativo a menos que señalen el número de programas, en cuyo caso serán cuantitativos; los objetivos, si son desglosados, se tomarán como cuantitativos cuando estos tengan un elemento medible, por ejemplo meta en porcentaje de reducción de emisiones.
- ❖ En los indicadores que tienen que ver con “impactos” de sus programas, planes o proyectos, es necesaria la existencia de datos concretos para que se puedan considerar como cuantitativos.
- ❖ Se pueden encontrar repetidas menciones sobre un mismo indicador. Solamente se cuantificará una vez. Diferente es si el indicador habla de, por ejemplo, programas y posteriormente define, de manera cuantitativa, logros, impacto, cobertura, etc. En este caso se contabilizará como cuantitativo y cualitativo.
- ❖ La información sobre proveedores no será considerada, ya que, a pesar de ser un *stakeholder*, la información sobre RSE no lo contempla como una categoría. Hay mención sobre los proveedores en la cadena de suministros y en la calidad del producto únicamente, el resto de información sobre proveedores no se reconocerá.
- ❖ Los conflictos jurídicos, de cualquier naturaleza, no serán considerados, a menos que informen la existencia de una resolución.
- ❖ La información de la fundación no será tomada en cuenta. Hay un indicador que contempla la existencia de la fundación, pero las actividades de la fundación no se tendrán en cuenta.

**Anexo 8. Factores y dimensiones de componentes principales para los índices de divulgación de Chile**

| Componente. | Valor Propio | % de Varianza | % de Varianza Acumulada | Índice | Dim.1 | Dim.2 | Dim.3 | Dim.4 | Dim.5 |
|-------------|--------------|---------------|-------------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1           | 4.85         | 80.88         | 80.88                   | INEMP  | 0.92  | -0.07 | 0.22  | -0.31 | -0.03 |
| 2           | 0.54         | 9.05          | 89.93                   | INMA   | 0.76  | 0.64  | 0.06  | 0.09  | -0.02 |
| 3           | 0.29         | 4.90          | 94.82                   | INCOM  | 0.91  | -0.07 | -0.34 | -0.03 | 0.23  |
| 4           | 0.16         | 2.68          | 97.50                   | INCYP  | 0.91  | -0.20 | -0.19 | 0.08  | -0.29 |
| 5           | 0.15         | 2.50          | 100.00                  | INDHE  | 0.88  | -0.28 | 0.29  | 0.23  | 0.11  |
| 6           | 0.00         | 0.00          | 100.00                  | INDIS  | 1.00  | 0.06  | -0.03 | -0.02 | 0.00  |

| Empresa | Dim.1 | Dim.2 | Dim.3 | Dim.4 | Dim.5 | Sec. | Empresa | Dim.1 | Dim.2 | Dim.3 | Dim.4 | Dim.5 | Sec. |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| AGA2    | 0.90  | 1.06  | -0.95 | 0.12  | -0.40 | 7    | END     | 0.80  | 0.39  | 0.93  | 0.05  | -0.15 | 7    |
| ALM     | -1.78 | -0.61 | -0.02 | 0.26  | 0.39  | 7    | ENR     | -0.29 | 0.53  | 0.06  | -0.34 | 0.38  | 7    |
| ANB     | 4.97  | -0.18 | -0.54 | -0.36 | -0.69 | 3    | ENT     | -0.17 | -0.48 | -0.43 | -0.25 | -0.37 | 5    |
| ANT     | -1.33 | 0.62  | -0.22 | 0.52  | -0.04 | 1    | FAL     | 0.14  | -0.25 | -0.51 | 0.01  | 0.77  | 8    |
| BDC     | -0.86 | -0.94 | -0.19 | 0.04  | -0.15 | 4    | IAM     | -1.23 | 0.22  | 0.08  | 0.25  | -0.77 | 7    |
| BSN     | 5.45  | -0.24 | -0.58 | -0.28 | 0.07  | 4    | IAN     | -0.32 | -0.11 | 0.28  | -1.09 | -0.18 | 3    |
| BCI     | 3.36  | -0.17 | 0.76  | -0.61 | 0.42  | 4    | INV     | -2.57 | 0.04  | 0.08  | 0.06  | 0.11  | 2    |
| CAM     | -1.96 | -0.10 | 0.13  | -0.03 | -0.04 | 1    | INM     | -0.92 | 0.62  | -0.06 | -0.34 | -0.42 | 1    |
| CAP     | -1.39 | 1.07  | 0.41  | 0.49  | 0.35  | 2    | LPL     | -1.81 | -0.53 | -0.08 | -0.31 | -0.72 | 8    |
| CCU     | 2.42  | -0.23 | 0.45  | 0.39  | 0.25  | 3    | LAN     | 0.58  | -0.78 | 0.25  | -0.21 | 0.79  | 5    |
| CEN     | -0.96 | -0.10 | -0.50 | -0.34 | 0.02  | 8    | MAD     | -0.79 | -0.60 | -0.15 | -0.61 | 0.53  | 3    |
| CMP     | 3.19  | 1.12  | 0.79  | -0.25 | -0.05 | 1    | MAS     | 3.44  | 0.99  | 1.32  | 0.18  | 0.00  | 3    |
| COL     | -0.73 | 1.48  | -0.25 | 0.28  | 0.82  | 7    | QUI     | -1.61 | -0.22 | -0.43 | -0.06 | 0.45  | 4    |
| CCL     | -2.81 | -0.03 | -0.14 | -0.53 | -0.05 | 8    | RYP     | -1.39 | -0.41 | -0.91 | -0.14 | 0.13  | 8    |
| CYT     | -1.27 | -0.06 | 0.39  | 0.06  | -0.48 | 3    | SEC     | -1.56 | -0.59 | -0.48 | 0.02  | 0.18  | 4    |
| CP      | 1.03  | 1.60  | -1.21 | 0.54  | -0.12 | 7    | SK_     | -0.19 | 0.05  | 0.17  | 0.09  | -0.21 | 6    |
| CRB     | -1.09 | -1.15 | 0.64  | 0.86  | -0.14 | 4    | SQM     | -0.08 | 1.10  | -0.32 | 0.00  | 0.08  | 3    |
| CTC2    | -0.98 | -1.09 | 0.52  | 0.58  | 0.12  | 5    | TAT     | -1.86 | -0.40 | 0.06  | 0.54  | -0.41 | 4    |
| D&S     | 6.40  | -1.64 | -0.55 | 0.72  | -0.02 | 8    | VAP     | -1.57 | -0.50 | 0.58  | -0.34 | -0.20 | 5    |
| EDL     | -1.14 | 0.50  | 0.62  | 0.00  | -0.25 | 7    |         |       |       |       |       |       |      |

**Anexo 9. Ranking de las empresas de Chile con base en el INDIS**

| EMP         | INDIS | INEMP | INMA  | INCOM | INCYP | INDHE |
|-------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| DS          | 1,909 | 1,894 | 1,202 | 2,715 | 2,226 | 1,510 |
| B SANTANDER | 1,790 | 2,027 | 1,611 | 2,472 | 1,734 | 1,104 |
| ANDINAB     | 1,688 | 1,980 | 1,560 | 2,030 | 1,890 | 0,980 |
| MASISA      | 1,358 | 1,714 | 2,036 | 1,012 | 0,923 | 1,104 |
| BCI         | 1,335 | 1,965 | 1,248 | 1,499 | 0,923 | 1,040 |
| CMPC        | 1,334 | 1,714 | 1,964 | 1,160 | 0,923 | 0,912 |
| CCU         | 1,117 | 1,203 | 1,136 | 1,256 | 0,948 | 1,040 |
| COPEC       | 0,927 | 0,284 | 1,740 | 1,307 | 0,862 | 0,442 |
| AGUASA      | 0,883 | 0,554 | 1,395 | 1,109 | 0,923 | 0,434 |
| ENDESA      | 0,797 | 1,056 | 1,130 | 0,436 | 0,578 | 0,783 |
| LAN         | 0,737 | 0,980 | 0,348 | 1,114 | 0,431 | 0,812 |
| FALABELLA   | 0,677 | 0,549 | 0,517 | 1,261 | 0,431 | 0,627 |
| SQM-B       | 0,671 | 0,497 | 1,219 | 0,775 | 0,431 | 0,434 |
| ENERSIS     | 0,608 | 0,715 | 0,845 | 0,724 | 0,259 | 0,499 |
| ENTEL       | 0,601 | 0,668 | 0,339 | 0,724 | 0,776 | 0,499 |
| SK          | 0,595 | 0,620 | 0,696 | 0,481 | 0,578 | 0,598 |
| IANSA       | 0,591 | 1,165 | 0,434 | 0,486 | 0,434 | 0,434 |
| COLBUN      | 0,545 | 0,170 | 1,302 | 0,820 | 0,000 | 0,434 |
| INVERMAR    | 0,479 | 0,554 | 0,782 | 0,288 | 0,431 | 0,342 |
| MADECO      | 0,476 | 0,720 | 0,083 | 0,820 | 0,259 | 0,499 |
| CENCOSUD    | 0,456 | 0,455 | 0,345 | 0,673 | 0,431 | 0,377 |
| B DE CHILE  | 0,429 | 0,440 | 0,000 | 0,532 | 0,603 | 0,570 |
| EDELNOR     | 0,405 | 0,511 | 0,756 | 0,000 | 0,259 | 0,499 |
| IAM         | 0,379 | 0,275 | 0,607 | 0,000 | 0,578 | 0,434 |
| ANTARCHILE  | 0,376 | 0,000 | 0,785 | 0,339 | 0,319 | 0,434 |
| CAP         | 0,368 | 0,114 | 1,038 | 0,192 | 0,000 | 0,499 |
| CTC-A       | 0,368 | 0,336 | 0,000 | 0,288 | 0,431 | 0,783 |
| RIPLEY      | 0,360 | 0,166 | 0,086 | 0,775 | 0,431 | 0,342 |
| CONCHATORO  | 0,360 | 0,436 | 0,434 | 0,000 | 0,431 | 0,499 |
| CORPBANCA   | 0,331 | 0,223 | 0,000 | 0,096 | 0,517 | 0,819 |
| QUINENCO    | 0,310 | 0,170 | 0,172 | 0,628 | 0,172 | 0,406 |
| SECURITY    | 0,304 | 0,166 | 0,000 | 0,577 | 0,345 | 0,434 |
| VAPORES     | 0,289 | 0,601 | 0,086 | 0,000 | 0,259 | 0,499 |
| LA POLAR    | 0,249 | 0,388 | 0,000 | 0,000 | 0,517 | 0,342 |
| ALMENDRAL   | 0,241 | 0,109 | 0,000 | 0,390 | 0,172 | 0,534 |
| CAMPOS      | 0,224 | 0,223 | 0,223 | 0,096 | 0,172 | 0,406 |
| TATTERSALL  | 0,219 | 0,000 | 0,167 | 0,000 | 0,431 | 0,499 |
| INVERCAP    | 0,103 | 0,000 | 0,172 | 0,000 | 0,000 | 0,342 |
| COLO        | 0,070 | 0,166 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,185 |

**Anexo 10. Factores y dimensiones de componentes principales para los índices de divulgación de Colombia**

| Componente. | Valor Propio | % de Varianza | % de Varianza Acumulada | Índice | Dim.1 | Dim.2 | Dim.3 | Dim.4 | Dim.5 |
|-------------|--------------|---------------|-------------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1           | 4.91         | 81.82         | 81.82                   | INEMP  | 0.86  | -0.10 | 0.50  | 0.09  | -0.05 |
| 2           | 0.39         | 6.50          | 88.32                   | INMA   | 0.89  | -0.18 | -0.07 | -0.40 | 0.08  |
| 3           | 0.35         | 5.79          | 94.10                   | INCOM  | 0.90  | -0.20 | -0.22 | 0.31  | 0.13  |
| 4           | 0.26         | 4.37          | 98.47                   | INCYP  | 0.83  | 0.55  | 0.01  | 0.00  | 0.08  |
| 5           | 0.09         | 1.53          | 100.00                  | INDHE  | 0.94  | 0.04  | -0.22 | 0.01  | -0.25 |
| 6           | 0.00         | 0.00          | 100.00                  | INDIS  | 0.86  | -0.10 | 0.50  | 0.09  | -0.05 |

| Empresas | Dim.1 | Dim.2 | Dim.3 | Dim.4 | Dim.5 | Sector |
|----------|-------|-------|-------|-------|-------|--------|
| PDR      | -0.84 | -0.32 | 1.00  | -0.49 | 0.18  | 3      |
| PRO      | 0.93  | 1.85  | -0.11 | 0.80  | 0.31  | 4      |
| EXT      | 1.40  | -0.24 | 0.01  | 0.01  | 0.30  | 8      |
| AVA      | -1.84 | -0.16 | 0.30  | -0.04 | 0.01  | 4      |
| BCL      | 1.03  | -0.03 | -0.30 | 1.54  | 0.21  | 4      |
| BBT      | -1.55 | 0.53  | -0.50 | -0.14 | -0.31 | 4      |
| BVC      | -1.17 | -0.04 | -0.06 | 0.26  | -0.13 | 4      |
| CTC      | 2.79  | -1.28 | -1.22 | -0.27 | -0.39 | 3      |
| CLP      | -0.84 | -0.44 | 0.49  | 0.39  | -0.46 | 4      |
| CEM      | 3.13  | -0.74 | -0.12 | 0.91  | 0.35  | 2      |
| IAG      | -1.23 | -0.17 | -0.20 | -0.53 | 0.32  | 4      |
| CTJ      | -1.84 | -0.16 | 0.30  | -0.04 | 0.00  | 3      |
| CVE      | -1.92 | -0.10 | -0.23 | -0.04 | -0.02 | 4      |
| CFC      | -1.73 | 0.24  | -0.37 | -0.13 | -0.27 | 4      |
| ETB      | -1.18 | 0.61  | -0.29 | -0.21 | 0.01  | 5      |
| ENK      | -1.72 | 0.07  | 0.26  | -0.16 | 0.20  | 3      |
| NCH      | 1.44  | 0.40  | 0.66  | -1.07 | 0.04  | 3      |
| IBL      | -1.71 | -0.13 | -0.57 | 0.07  | -0.19 | 4      |
| ISA_     | 2.90  | -0.02 | 0.57  | -0.15 | -0.60 | 7      |
| IGN      | 7.19  | 0.38  | -0.73 | -0.87 | 0.28  | 7      |
| MIN      | 0.76  | -1.36 | 0.59  | 0.32  | 0.27  | 2      |
| ODI      | -1.91 | -0.19 | -0.35 | -0.23 | 0.26  | 6      |
| PRG      | 2.37  | 1.15  | 0.36  | 0.33  | -0.54 | 7      |
| SRA      | -1.97 | -0.11 | -0.48 | 0.00  | 0.08  | 4      |
| TAB      | -1.94 | 0.42  | -0.23 | -0.37 | 0.55  | 3      |
| FAB      | 1.12  | -0.06 | 1.72  | 0.08  | -0.04 | 3      |
| VRE      | -1.66 | -0.09 | -0.52 | 0.01  | -0.41 | 4      |

**Anexo 11 Ranking de las empresas de Colombia con base en el INDIS**

| EMP               | INDIS | INEMP | INMA  | INCOM | INCYP | INDHE |
|-------------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| ISAGEN            | 2,001 | 2,074 | 2,887 | 2,421 | 1,105 | 1,517 |
| CEMENTOS ARGOS    | 1,211 | 1,686 | 1,042 | 2,132 | 0,406 | 0,791 |
| CARTÓN COLOMBIA   | 1,118 | 0,975 | 1,631 | 1,736 | 0,172 | 1,075 |
| ISA               | 1,109 | 1,908 | 1,185 | 1,012 | 0,492 | 0,947 |
| PROMIGAS          | 0,933 | 1,567 | 0,589 | 0,871 | 0,725 | 0,912 |
| ÉXITO             | 0,816 | 1,151 | 0,935 | 1,114 | 0,345 | 0,534 |
| NACIONAL DE CHOC. | 0,794 | 1,364 | 1,292 | 0,288 | 0,492 | 0,534 |
| FABRICATO         | 0,773 | 2,074 | 0,595 | 0,481 | 0,345 | 0,370 |
| MINEROS           | 0,748 | 1,482 | 0,762 | 1,154 | 0,000 | 0,342 |
| BANCOLOMBIA       | 0,718 | 1,037 | 0,000 | 1,646 | 0,345 | 0,563 |
| PROTECCIÓN        | 0,606 | 0,814 | 0,000 | 0,871 | 0,811 | 0,534 |
| PAZ DEL RÍO       | 0,357 | 1,094 | 0,512 | 0,000 | 0,086 | 0,093 |
| COMPATRIA         | 0,334 | 0,980 | 0,000 | 0,339 | 0,000 | 0,349 |
| INVERAGROS        | 0,244 | 0,275 | 0,512 | 0,192 | 0,086 | 0,157 |
| BVC               | 0,241 | 0,492 | 0,000 | 0,339 | 0,086 | 0,285 |
| ETB               | 0,205 | 0,218 | 0,167 | 0,096 | 0,259 | 0,285 |
| ENKA              | 0,134 | 0,436 | 0,083 | 0,000 | 0,086 | 0,064 |
| VALOREM           | 0,121 | 0,109 | 0,000 | 0,147 | 0,000 | 0,349 |
| COLTEJER          | 0,116 | 0,488 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,093 |
| INTERBOLSA        | 0,116 | 0,052 | 0,000 | 0,243 | 0,000 | 0,285 |
| GRUPO AVAL        | 0,115 | 0,483 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,093 |
| BANCO DE BOGOTÁ   | 0,115 | 0,052 | 0,000 | 0,000 | 0,172 | 0,349 |
| CORFICOLOMBINA    | 0,096 | 0,109 | 0,000 | 0,000 | 0,086 | 0,285 |
| ODINSA            | 0,094 | 0,052 | 0,179 | 0,147 | 0,000 | 0,093 |
| COLINVER          | 0,083 | 0,161 | 0,000 | 0,096 | 0,000 | 0,157 |
| SURAMERICANA      | 0,070 | 0,000 | 0,000 | 0,192 | 0,000 | 0,157 |
| TABLEMAC          | 0,068 | 0,000 | 0,167 | 0,000 | 0,172 | 0,000 |

**Anexo 12. Factores y dimensiones de componentes principales para los índices de divulgación de México**

| Componente. | Valor Propio | % de Varianza | % de Varianza Acumulada | Índice | Dim.1 | Dim.2 | Dim.3 | Dim.4 | Dim.5 |
|-------------|--------------|---------------|-------------------------|--------|-------|-------|-------|-------|-------|
| 1           | 5.32         | 88.63         | 88.63                   | INEMP  | 0.94  | -0.11 | -0.29 | 0.09  | 0.11  |
| 2           | 0.32         | 5.38          | 94.01                   | INMA   | 0.96  | -0.18 | -0.06 | -0.07 | -0.20 |
| 3           | 0.16         | 2.61          | 96.61                   | INCOM  | 0.93  | -0.24 | 0.26  | 0.09  | 0.08  |
| 4           | 0.13         | 2.24          | 98.86                   | INCYP  | 0.93  | 0.21  | 0.03  | -0.28 | 0.08  |
| 5           | 0.07         | 1.14          | 100.00                  | INDHE  | 0.89  | 0.42  | 0.04  | 0.18  | -0.05 |
| 6           | 0.00         | 0.00          | 100.00                  | INDIS  | 1.00  | -0.06 | 0.02  | 0.00  | -0.01 |

| Empresa | Dim.1 | Dim.2 | Dim.3 | Dim.4 | Dim.5 | Sec. | Empresa | Dim.1 | Dim.2 | Dim.3 | Dim.4 | Dim.5 | Sec. |
|---------|-------|-------|-------|-------|-------|------|---------|-------|-------|-------|-------|-------|------|
| ALF     | 2.80  | -0.74 | 0.15  | 0.23  | -0.11 | 3    | GRUM    | -0.26 | -0.73 | 0.83  | -0.07 | -0.16 | 3    |
| MOV     | -1.86 | -0.15 | 0.07  | -0.16 | -0.11 | 5    | HOMEX   | 3.22  | 2.08  | 0.92  | 0.75  | 0.05  | 6    |
| ARA     | -0.11 | 0.70  | 0.20  | -1.26 | 0.50  | 6    | ICA     | -0.89 | 0.22  | -0.41 | 0.20  | -0.11 | 6    |
| ARCA    | 1.24  | -0.97 | -0.02 | 0.37  | 0.17  | 3    | ICH     | -0.97 | 0.01  | -0.43 | -0.15 | 0.03  | 3    |
| BIM     | 0.51  | -0.22 | 0.11  | -0.02 | -0.11 | 3    | IDEAL   | -1.58 | -0.32 | 0.00  | -0.03 | 0.10  | 6    |
| CEM2    | 3.65  | -0.08 | -0.18 | -0.13 | -0.65 | 6    | KIMB    | -1.38 | -0.45 | -0.01 | -0.07 | -0.10 | 3    |
| CICS    | -1.95 | -0.22 | 0.06  | -0.01 | -0.16 | 6    | OMA     | -0.46 | 0.78  | -0.27 | 0.12  | 0.25  | 5    |
| CCM     | -1.95 | -0.22 | 0.06  | -0.01 | -0.16 | 8    | PEÑO    | 8.38  | -0.62 | -0.49 | -0.55 | 0.25  | 2    |
| ELK     | -0.86 | 0.38  | -0.52 | 0.39  | 0.17  | 8    | PINF    | -1.77 | -0.15 | -0.09 | 0.13  | -0.10 | 6    |
| FEM     | 2.09  | -0.73 | 0.34  | 0.78  | 0.35  | 3    | SARE    | -0.82 | 0.25  | -0.47 | 0.05  | 0.08  | 6    |
| GAP     | -0.48 | 0.40  | -0.52 | 0.00  | -0.02 | 5    | SORN    | 0.69  | -0.75 | 1.12  | -0.12 | 0.44  | 8    |
| GCA     | -1.85 | -0.05 | 0.08  | 0.11  | -0.21 | 6    | TEL     | -1.98 | -0.27 | 0.05  | -0.04 | -0.15 | 5    |
| GEO     | -1.32 | 0.13  | -0.16 | -0.22 | 0.12  | 6    | TELX    | -0.74 | 0.57  | 0.28  | 0.22  | -0.19 | 5    |
| GFA     | -1.69 | 0.04  | 0.11  | -0.24 | -0.08 | 8    | TELV    | -1.45 | -0.15 | 0.25  | -0.13 | 0.07  | 5    |
| GFI     | -1.79 | 0.14  | 0.18  | 0.21  | -0.31 | 4    | TVAZ    | -1.01 | 0.29  | 0.23  | -0.44 | 0.21  | 5    |
| GFN     | -0.85 | 0.59  | -0.18 | -0.26 | 0.20  | 4    | URBI    | -1.44 | -0.01 | -0.20 | -0.10 | 0.09  | 6    |
| GMEX    | -0.68 | -0.45 | -0.49 | 0.22  | -0.20 | 2    | WM      | 5.34  | 0.60  | 0.05  | -0.42 | -0.66 | 8    |
| GMO     | 2.22  | 0.09  | -0.66 | 0.66  | 0.52  | 3    |         |       |       |       |       |       |      |

**Anexo 13. Ranking de las empresas de México con base en el INDIS**

| EMP            | INDIS | INEMP | INMA  | INCOM | INCYP | INDHE |
|----------------|-------|-------|-------|-------|-------|-------|
| PEÑOLES        | 2,571 | 2,453 | 3,780 | 3,298 | 1,907 | 1,417 |
| WAL-MART       | 1,793 | 1,321 | 2,839 | 1,940 | 1,440 | 1,425 |
| CEMEX          | 1,410 | 1,160 | 2,387 | 1,544 | 0,948 | 1,011 |
| ALFA           | 1,233 | 1,094 | 1,798 | 1,883 | 0,664 | 0,726 |
| HOMEX          | 1,191 | 0,715 | 0,851 | 1,601 | 1,045 | 1,745 |
| FEMSA          | 1,050 | 1,042 | 1,101 | 1,980 | 0,431 | 0,698 |
| GMODELO        | 1,003 | 1,378 | 0,946 | 1,205 | 0,603 | 0,883 |
| ARCA           | 0,848 | 0,933 | 1,101 | 1,448 | 0,345 | 0,413 |
| SORIANA        | 0,718 | 0,379 | 0,595 | 1,787 | 0,517 | 0,313 |
| BIMBO          | 0,635 | 0,549 | 0,857 | 0,865 | 0,431 | 0,470 |
| GRUMA          | 0,495 | 0,161 | 0,673 | 1,160 | 0,259 | 0,221 |
| ARA            | 0,406 | 0,279 | 0,167 | 0,288 | 0,948 | 0,349 |
| GMEXICO        | 0,345 | 0,559 | 0,589 | 0,243 | 0,086 | 0,249 |
| GAP            | 0,338 | 0,540 | 0,333 | 0,000 | 0,345 | 0,470 |
| OMA            | 0,318 | 0,488 | 0,000 | 0,096 | 0,406 | 0,598 |
| TELMEX         | 0,290 | 0,166 | 0,167 | 0,288 | 0,259 | 0,570 |
| SARE           | 0,259 | 0,492 | 0,167 | 0,000 | 0,259 | 0,377 |
| ICA            | 0,253 | 0,436 | 0,250 | 0,000 | 0,172 | 0,406 |
| ELEKTRA        | 0,239 | 0,554 | 0,000 | 0,000 | 0,172 | 0,470 |
| ICH            | 0,239 | 0,436 | 0,250 | 0,000 | 0,259 | 0,249 |
| GFNORTE        | 0,236 | 0,336 | 0,000 | 0,000 | 0,431 | 0,413 |
| TV AZTECA      | 0,223 | 0,161 | 0,000 | 0,243 | 0,431 | 0,278 |
| KIMBERLY-CLARK | 0,179 | 0,223 | 0,250 | 0,243 | 0,086 | 0,093 |
| GEO            | 0,149 | 0,265 | 0,000 | 0,000 | 0,259 | 0,221 |
| TELEVISA       | 0,146 | 0,114 | 0,000 | 0,288 | 0,172 | 0,157 |
| URBI           | 0,126 | 0,275 | 0,000 | 0,000 | 0,172 | 0,185 |
| IDEAL          | 0,117 | 0,213 | 0,000 | 0,192 | 0,086 | 0,093 |
| GFAMSA         | 0,076 | 0,052 | 0,000 | 0,000 | 0,172 | 0,157 |
| PINFRA         | 0,064 | 0,166 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,157 |
| GFIMBUR        | 0,057 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,285 |
| GCARSO         | 0,047 | 0,052 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,185 |
| AMERICAMÓVIL   | 0,046 | 0,052 | 0,000 | 0,000 | 0,086 | 0,093 |
| CICSA          | 0,029 | 0,052 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,093 |
| CCM            | 0,029 | 0,052 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,093 |
| TELECOM        | 0,023 | 0,052 | 0,000 | 0,000 | 0,000 | 0,064 |

#### Anexo 14. Selección del modelo, método Backward- variable INDIS

Start: AIC=-129.58

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| PAIS     | 2  | 0.2741    | 17.34  | -131.97 |
| VENSTAN  | 1  | 0.0004    | 17.066 | -131.58 |
| MTBOOK   | 1  | 0.0165    | 17.083 | -131.48 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.0476    | 17.114 | -131.3  |
| ACSTAN   | 1  | 0.0719    | 17.138 | -131.16 |
| PASTAN   | 1  | 0.1027    | 17.169 | -130.97 |
| MBITDA   | 1  | 0.1091    | 17.175 | -130.94 |
| URAAT    | 1  | 0.1186    | 17.185 | -130.88 |
| BETA     | 1  | 0.1238    | 17.19  | -130.85 |
| VARAM1   | 1  | 0.1323    | 17.198 | -130.8  |
| SOLVEN   | 1  | 0.1528    | 17.219 | -130.68 |
| KWAACT   | 1  | 0.2149    | 17.281 | -130.32 |
| GRAEXP   | 1  | 0.272     | 17.338 | -129.98 |
| ORGCAP   | 1  | 0.276     | 17.342 | -129.96 |
| PTSTAN   | 1  | 0.5787    | 17.645 | -128.21 |
| VTAAAT   | 1  | 0.8198    | 17.886 | -126.84 |
| SECT     | 7  | 3.5197    | 20.586 | -124.64 |
| none>    |    |           | 17.066 | -129.58 |

Step: AIC=-131.97

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| VENSTAN  | 1  | 0.0071    | 17.35 | -133.9 |
| MTBOOK   | 1  | 0.0078    | 17.35 | -133.9 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.0227    | 17.36 | -133.8 |
| ACSTAN   | 1  | 0.0245    | 17.37 | -133.8 |
| PASTAN   | 1  | 0.0303    | 17.37 | -133.8 |
| MBITDA   | 1  | 0.0411    | 17.38 | -133.7 |
| SOLVEN   | 1  | 0.0567    | 17.4  | -133.6 |
| BETA     | 1  | 0.0719    | 17.41 | -133.6 |
| VARAM1   | 1  | 0.2047    | 17.55 | -132.8 |
| URAAT    | 1  | 0.2665    | 17.61 | -132.4 |
| KWAACT   | 1  | 0.2766    | 17.62 | -132.4 |
| GRAEXP   | 1  | 0.2974    | 17.64 | -132.3 |
| ORGCAP   | 1  | 0.401     | 17.74 | -131.7 |
| PTSTAN   | 1  | 0.4328    | 17.77 | -131.5 |
| VTAAAT   | 1  | 0.9227    | 18.26 | -128.7 |
| SECT     | 7  | 3.9997    | 21.34 | -125   |
| none>    |    |           | 17.34 | -132   |

Step: AIC=-133.93

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| MTBOOK   | 1  | 0.0077    | 17.355 | -135.88 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.0258    | 17.373 | -135.78 |
| ACSTAN   | 1  | 0.0276    | 17.375 | -135.77 |
| PASTAN   | 1  | 0.0438    | 17.391 | -135.68 |
| MBITDA   | 1  | 0.0486    | 17.396 | -135.65 |
| SOLVEN   | 1  | 0.0555    | 17.403 | -135.61 |
| BETA     | 1  | 0.0705    | 17.418 | -135.52 |
| VARAM1   | 1  | 0.2147    | 17.562 | -134.69 |
| KWAACT   | 1  | 0.2706    | 17.618 | -134.37 |
| URAAT    | 1  | 0.2713    | 17.619 | -134.36 |
| GRAEXP   | 1  | 0.2955    | 17.643 | -134.22 |
| ORGCAP   | 1  | 0.3984    | 17.746 | -133.64 |
| PTSTAN   | 1  | 0.5263    | 17.874 | -132.91 |
| VTAAAT   | 1  | 1.2622    | 18.61  | -128.84 |
| SECT     | 7  | 4.0057    | 21.353 | -126.95 |
| none>    |    |           | 17.347 | -133.93 |

Step: AIC=-135.89

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| UAIIAAT  | 1  | 0.0182    | 17.37 | -137.8 |
| ACSTAN   | 1  | 0.0221    | 17.38 | -137.8 |
| PASTAN   | 1  | 0.0361    | 17.39 | -137.7 |
| MBITDA   | 1  | 0.0458    | 17.4  | -137.6 |
| SOLVEN   | 1  | 0.0478    | 17.4  | -137.6 |
| BETA     | 1  | 0.0709    | 17.43 | -137.5 |
| VARAM1   | 1  | 0.2418    | 17.6  | -136.5 |
| KWAACT   | 1  | 0.2634    | 17.62 | -136.4 |
| URAAT    | 1  | 0.2637    | 17.62 | -136.4 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3168    | 17.67 | -136.1 |
| ORGCAP   | 1  | 0.3966    | 17.75 | -135.6 |
| PTSTAN   | 1  | 0.5356    | 17.89 | -134.8 |
| VTAAAT   | 1  | 1.2812    | 18.64 | -130.7 |
| SECT     | 7  | 3.999     | 21.35 | -128.9 |
| none>    |    |           | 17.36 | -135.9 |

# **Anexo 15. Selección del modelo, método *Backward*- variable INDIS. Continuación.**

**Step: AIC=-137.78**

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| ACSTAN   | 1  | 0.0254    | 17.398 | -139.63 |
| PASTAN   | 1  | 0.038     | 17.411 | -139.56 |
| MBITDA   | 1  | 0.0561    | 17.429 | -139.45 |
| SOLVEN   | 1  | 0.0694    | 17.443 | -139.38 |
| BETA     | 1  | 0.0778    | 17.451 | -139.33 |
| VARAM1   | 1  | 0.2306    | 17.604 | -138.45 |
| URAAT    | 1  | 0.2467    | 17.62  | -138.35 |
| KWAACT   | 1  | 0.254     | 17.627 | -138.31 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3032    | 17.676 | -138.03 |
| ORGCAP   | 1  | 0.4337    | 17.807 | -137.29 |
| PTSTAN   | 1  | 0.5427    | 17.916 | -136.67 |
| VTAAT    | 1  | 1.3229    | 18.696 | -132.37 |
| SECT     | 7  | 3.9808    | 21.354 | -130.94 |
| <none>   |    |           | 17.373 | -137.78 |

**Step: AIC=-139.63**

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| PASTAN   | 1  | 0.0133    | 17.41 | -141.6 |
| SOLVEN   | 1  | 0.0505    | 17.45 | -141.3 |
| MBITDA   | 1  | 0.0524    | 17.45 | -141.3 |
| BETA     | 1  | 0.0752    | 17.47 | -141.2 |
| URAAT    | 1  | 0.236     | 17.63 | -140.3 |
| VARAM1   | 1  | 0.2393    | 17.64 | -140.3 |
| KWAACT   | 1  | 0.2528    | 17.65 | -140.2 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3257    | 17.72 | -139.8 |
| ORGCAP   | 1  | 0.419     | 17.82 | -139.2 |
| PTSTAN   | 1  | 0.6064    | 18.01 | -138.2 |
| VTAAT    | 1  | 1.43      | 18.83 | -133.7 |
| SECT     | 7  | 3.9808    | 21.38 | -132.8 |
| <none>   |    |           | 17.4  | -139.6 |

**Step: AIC=-141.55**

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| SOLVEN   | 1  | 0.0377    | 17.45  | -143.34 |
| MBITDA   | 1  | 0.0452    | 17.457 | -143.29 |
| BETA     | 1  | 0.077     | 17.489 | -143.11 |
| VARAM1   | 1  | 0.233     | 17.645 | -142.21 |
| URAAT    | 1  | 0.2449    | 17.657 | -142.14 |
| KWAACT   | 1  | 0.2508    | 17.663 | -142.11 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3389    | 17.751 | -141.61 |
| ORGCAP   | 1  | 0.4417    | 17.854 | -141.03 |
| VTAAT    | 1  | 1.4898    | 18.902 | -135.26 |
| SECT     | 7  | 4.0167    | 21.428 | -134.59 |
| PTSTAN   | 1  | 1.7111    | 19.123 | -134.09 |
| none>    |    |           | 17.412 | -141.56 |

**Step: AIC=-143.34**

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| MBITDA   | 1  | 0.023     | 17.47 | -145.2 |
| BETA     | 1  | 0.0794    | 17.53 | -144.9 |
| URAAT    | 1  | 0.2093    | 17.66 | -144.1 |
| KWAACT   | 1  | 0.2434    | 17.69 | -143.9 |
| VARAM1   | 1  | 0.2631    | 17.71 | -143.8 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3961    | 17.85 | -143.1 |
| ORGCAP   | 1  | 0.4442    | 17.89 | -142.8 |
| VTAAT    | 1  | 1.487     | 18.94 | -137.1 |
| SECT     | 7  | 4.0131    | 21.46 | -136.4 |
| PTSTAN   | 1  | 1.7628    | 19.21 | -135.6 |
| none>    |    |           | 17.45 | -143.3 |

# Anexo 15. Selección del modelo, método *Backward*- variable INDIS. Continuación.

Step: AIC=-145.2

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| BETA     | 1  | 0.0777    | 17.55  | -146.76 |
| KWAACT   | 1  | 0.2294    | 17.702 | -145.89 |
| URAAT    | 1  | 0.2362    | 17.709 | -145.85 |
| VARAM1   | 1  | 0.305     | 17.777 | -145.46 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3959    | 17.868 | -144.94 |
| ORGCAP   | 1  | 0.4603    | 17.933 | -144.58 |
| VTAAAT   | 1  | 1.5135    | 18.986 | -138.81 |
| SECT     | 7  | 4.0196    | 21.492 | -138.29 |
| PTSTAN   | 1  | 1.8715    | 19.344 | -136.93 |
| none>    |    |           | 17.473 | -145.2  |

Step: AIC=-146.76

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| URAAT    | 1  | 0.1933    | 17.74 | -147.7 |
| KWAACT   | 1  | 0.3089    | 17.86 | -147   |
| VARAM1   | 1  | 0.3136    | 17.86 | -147   |
| GRAEXP   | 1  | 0.3486    | 17.9  | -146.8 |
| ORGCAP   | 1  | 0.5638    | 18.11 | -145.6 |
| VTAAAT   | 1  | 1.4375    | 18.99 | -140.8 |
| SECT     | 7  | 3.9816    | 21.53 | -140.1 |
| PTSTAN   | 1  | 1.8492    | 19.4  | -138.6 |
| <none>   |    |           | 17.55 | -146.8 |

Step: AIC=-147.65

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| VARAM1   | 1  | 0.2853    | 18.029 | -148.04 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3891    | 18.133 | -147.46 |
| KWAACT   | 1  | 0.4144    | 18.158 | -147.32 |
| ORGCAP   | 1  | 0.569     | 18.312 | -146.46 |
| VTAAAT   | 1  | 1.2503    | 18.994 | -142.77 |
| SECT     | 7  | 3.8575    | 21.601 | -141.78 |
| PTSTAN   | 1  | 1.6582    | 19.402 | -140.63 |
| <none>   |    |           | 17.744 | -147.65 |

anova(select\_model)

Analysis of Variance Table

Response: INDIS

| Variable  | Df | Sum Sq | Mean Sq | F value | Pr(>F)   |
|-----------|----|--------|---------|---------|----------|
| KWAACT    | 1  | 0.7291 | 0.729   | 3.5589  | 0.063 .  |
| ORGCAP    | 1  | 1.4221 | 1.422   | 6.9415  | 0.01 **  |
| SECT      | 7  | 3.072  | 0.439   | 2.1421  | 0.047 *  |
| PTSTAN    | 1  | 1.5002 | 1.5     | 7.3225  | 0.008 ** |
| VTAAAT    | 1  | 1.1276 | 1.128   | 5.5038  | 0.021 *  |
| GRAEXP    | 1  | 0.3771 | 0.377   | 1.8405  | 0.178    |
| Residuals | 88 | 18.029 | 0.205   |         |          |

Signif. codes: 0 '\*\*\*' 0.001 '\*\*' 0.01 '\*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

# Anexo 15. Selección del modelo, método Backward- variable INEMP

Start: AIC=-92.06

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| KWAACT   | 1  | 0.011     | 24.76 | -94.01 |
| MTBOOK   | 1  | 0.023     | 24.77 | -93.97 |
| ACSTAN   | 1  | 0.044     | 24.79 | -93.88 |
| BETA     | 1  | 0.092     | 24.84 | -93.69 |
| VENSTAN  | 1  | 0.101     | 24.85 | -93.65 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.107     | 24.85 | -93.62 |
| ORGCAP   | 1  | 0.192     | 24.94 | -93.28 |
| PASTAN   | 1  | 0.295     | 25.04 | -92.86 |
| PTSTAN   | 1  | 0.304     | 25.05 | -92.83 |
| MBITDA   | 1  | 0.325     | 25.07 | -92.74 |
| SOLVEN   | 1  | 0.371     | 25.12 | -92.56 |
| GRAEXP   | 1  | 0.377     | 25.12 | -92.53 |
| VARAM1   | 1  | 0.38      | 25.12 | -92.52 |
| URAAT    | 1  | 0.63      | 25.37 | -91.52 |
| VTAAT    | 1  | 0.888     | 25.63 | -90.5  |
| PAIS     | 2  | 1.707     | 26.45 | -89.32 |
| SECT     | 7  | 5.419     | 30.16 | -86.06 |
| <none>   |    |           | 24.74 | -92.06 |

Step: AIC=-94.01

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| MTBOOK   | 1  | 0.02      | 24.78 | -95.93 |
| ACSTAN   | 1  | 0.045     | 24.8  | -95.83 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.101     | 24.86 | -95.6  |
| VENSTAN  | 1  | 0.11      | 24.87 | -95.56 |
| BETA     | 1  | 0.114     | 24.87 | -95.55 |
| ORGCAP   | 1  | 0.192     | 24.95 | -95.23 |
| PASTAN   | 1  | 0.298     | 25.05 | -94.81 |
| MBITDA   | 1  | 0.318     | 25.07 | -94.73 |
| PTSTAN   | 1  | 0.346     | 25.1  | -94.61 |
| SOLVEN   | 1  | 0.367     | 25.12 | -94.53 |
| GRAEXP   | 1  | 0.378     | 25.13 | -94.48 |
| VARAM1   | 1  | 0.383     | 25.14 | -94.46 |
| URAAT    | 1  | 0.657     | 25.41 | -93.37 |
| VTAAT    | 1  | 0.925     | 25.68 | -92.31 |
| PAIS     | 2  | 1.763     | 26.52 | -91.07 |
| SECT     | 7  | 5.446     | 30.2  | -87.93 |
| none>    |    |           | 24.76 | -94.01 |

Step: AIC=-95.93

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| ACSTAN   | 1  | 0.033     | 24.81 | -97.8  |
| UAIIAAT  | 1  | 0.082     | 24.86 | -97.6  |
| VENSTAN  | 1  | 0.108     | 24.88 | -97.49 |
| BETA     | 1  | 0.111     | 24.89 | -97.48 |
| ORGCAP   | 1  | 0.191     | 24.97 | -97.16 |
| PASTAN   | 1  | 0.284     | 25.06 | -96.78 |
| MBITDA   | 1  | 0.307     | 25.08 | -96.69 |
| PTSTAN   | 1  | 0.347     | 25.12 | -96.53 |
| SOLVEN   | 1  | 0.36      | 25.14 | -96.48 |
| GRAEXP   | 1  | 0.41      | 25.19 | -96.27 |
| VARAM1   | 1  | 0.441     | 25.22 | -96.15 |
| URAAT    | 1  | 0.638     | 25.41 | -95.36 |
| VTAAT    | 1  | 0.937     | 25.71 | -94.18 |
| PAIS     | 2  | 1.743     | 26.52 | -93.07 |
| SECT     | 7  | 5.428     | 30.2  | -89.92 |
| none>    |    |           | 24.78 | -95.93 |

Step: AIC=-97.8

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| UAIIAAT  | 1  | 0.087     | 24.89 | -99.45 |
| VENSTAN  | 1  | 0.092     | 24.9  | -99.43 |
| BETA     | 1  | 0.104     | 24.91 | -99.38 |
| ORGCAP   | 1  | 0.177     | 24.99 | -99.08 |
| MBITDA   | 1  | 0.294     | 25.1  | -98.61 |
| SOLVEN   | 1  | 0.33      | 25.14 | -98.47 |
| PTSTAN   | 1  | 0.355     | 25.16 | -98.37 |
| GRAEXP   | 1  | 0.424     | 25.23 | -98.09 |
| VARAM1   | 1  | 0.468     | 25.28 | -97.91 |
| PASTAN   | 1  | 0.63      | 25.44 | -97.27 |
| URAAT    | 1  | 0.636     | 25.44 | -97.24 |
| VTAAT    | 1  | 0.948     | 25.76 | -96.01 |
| PAIS     | 2  | 1.802     | 26.61 | -94.72 |
| SECT     | 7  | 5.402     | 30.21 | -91.9  |
| none>    |    |           | 24.81 | -97.8  |

# Anexo 15. Selección del modelo, método *Backward*- variable INEMP. Continuación

Step: AIC=-99.45

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| VENSTAN  | 1  | 0.069     | 24.96 | -101.2 |
| BETA     | 1  | 0.116     | 25.01 | -101   |
| ORGCAP   | 1  | 0.231     | 25.13 | -100.5 |
| MBITDA   | 1  | 0.321     | 25.22 | -100.2 |
| PTSTAN   | 1  | 0.327     | 25.22 | -100.1 |
| GRAEXP   | 1  | 0.391     | 25.29 | -99.87 |
| SOLVEN   | 1  | 0.429     | 25.32 | -99.72 |
| VARAM1   | 1  | 0.433     | 25.33 | -99.71 |
| URAAT    | 1  | 0.555     | 25.45 | -99.22 |
| PASTAN   | 1  | 0.578     | 25.47 | -99.13 |
| VTAAT    | 1  | 0.973     | 25.87 | -97.58 |
| PAIS     | 2  | 1.75      | 26.65 | -96.59 |
| SECT     | 7  | 5.346     | 30.24 | -93.8  |
| none>    |    |           | 24.89 | -99.45 |

Step: AIC=-101.17

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| BETA     | 1  | 0.124     | 25.09 | -102.7 |
| ORGCAP   | 1  | 0.234     | 25.2  | -102.2 |
| PTSTAN   | 1  | 0.268     | 25.23 | -102.1 |
| MBITDA   | 1  | 0.279     | 25.24 | -102   |
| GRAEXP   | 1  | 0.392     | 25.36 | -101.6 |
| VARAM1   | 1  | 0.409     | 25.37 | -101.5 |
| SOLVEN   | 1  | 0.435     | 25.4  | -101.4 |
| PASTAN   | 1  | 0.52      | 25.48 | -101.1 |
| URAAT    | 1  | 0.568     | 25.53 | -100.9 |
| VTAAT    | 1  | 0.962     | 25.93 | -99.35 |
| PAIS     | 2  | 1.695     | 26.66 | -98.53 |
| SECT     | 7  | 5.294     | 30.26 | -95.74 |
| none>    |    |           | 24.96 | -101.2 |

Step: AIC=-102.67

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| PTSTAN   | 1  | 0.206     | 25.29 | -103.8 |
| MBITDA   | 1  | 0.253     | 25.34 | -103.7 |
| GRAEXP   | 1  | 0.332     | 25.42 | -103.3 |
| ORGCAP   | 1  | 0.336     | 25.42 | -103.3 |
| SOLVEN   | 1  | 0.424     | 25.51 | -103.0 |
| VARAM1   | 1  | 0.435     | 25.52 | -102.9 |
| PASTAN   | 1  | 0.515     | 25.6  | -102.6 |
| URAAT    | 1  | 0.534     | 25.62 | -102.5 |
| VTAAT    | 1  | 0.877     | 25.97 | -101.2 |
| PAIS     | 2  | 1.618     | 26.71 | -100.4 |
| SECT     | 7  | 5.182     | 30.27 | -97.7  |
| none>    |    |           | 25.09 | -102.7 |

Step: AIC=-103.84

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| MBITDA   | 1  | 0.28      | 25.57 | -104.7 |
| ORGCAP   | 1  | 0.314     | 25.61 | -104.6 |
| GRAEXP   | 1  | 0.335     | 25.63 | -104.5 |
| URAAT    | 1  | 0.408     | 25.7  | -104.2 |
| VARAM1   | 1  | 0.43      | 25.72 | -104.1 |
| SOLVEN   | 1  | 0.468     | 25.76 | -104   |
| none>    |    |           | 25.29 | -103.8 |
| VTAAT    | 1  | 0.797     | 26.09 | -102.7 |
| PAIS     | 2  | 1.676     | 26.97 | -101.4 |
| SECT     | 7  | 5.666     | 30.96 | -97.43 |
| PASTAN   | 1  | 2.449     | 27.74 | -96.51 |

# Anexo 15. Selección del modelo, método *Backward*- variable INEMP. Continuación

Step: AIC=-104.73

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| SOLVEN   | 1  | 0.254     | 25.83 | -105.7 |
| ORGCAP   | 1  | 0.41      | 25.99 | -105.1 |
| GRAEXP   | 1  | 0.435     | 26.01 | -105   |
| URAAT    | 1  | 0.504     | 26.08 | -104.8 |
| VARAM1   | 1  | 0.629     | 26.2  | -104.3 |
| VTAAT    | 1  | 0.954     | 26.53 | -103   |
| PAIS     | 2  | 1.642     | 27.22 | -102.4 |
| SECT     | 7  | 5.388     | 30.96 | -99.42 |
| PASTAN   | 1  | 2.222     | 27.8  | -98.31 |
| none>    |    |           | 25.57 | -104.7 |

Step: AIC=-105.73

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| URAAT    | 1  | 0.38      | 26.21 | -106.3 |
| ORGCAP   | 1  | 0.441     | 26.27 | -106   |
| GRAEXP   | 1  | 0.562     | 26.39 | -105.6 |
| VARAM1   | 1  | 0.658     | 26.49 | -105.2 |
| PAIS     | 2  | 1.453     | 27.28 | -104.2 |
| VTAAT    | 1  | 0.962     | 26.79 | -104   |
| SECT     | 7  | 5.308     | 31.14 | -100.9 |
| PASTAN   | 1  | 2.183     | 28.01 | -99.54 |
| none>    |    |           | 25.83 | -105.7 |

Step: AIC=-106.26

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| ORGCAP   | 1  | 0.397     | 26.61 | -106.7 |
| VARAM1   | 1  | 0.596     | 26.8  | -106   |
| GRAEXP   | 1  | 0.609     | 26.82 | -105.9 |
| VTAAT    | 1  | 0.685     | 26.89 | -105.7 |
| PAIS     | 2  | 2.062     | 28.27 | -102.6 |
| SECT     | 7  | 5.026     | 31.23 | -102.5 |
| PASTAN   | 1  | 2.226     | 28.43 | -100   |
| none>    |    |           | 26.21 | -106.3 |

Step: AIC=-106.74

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| GRAEXP   | 1  | 0.623     | 27.23 | -106.4 |
| VTAAT    | 1  | 0.651     | 27.26 | -106.3 |
| VARAM1   | 1  | 0.679     | 27.28 | -106.2 |
| PAIS     | 2  | 2.102     | 28.71 | -103.1 |
| SECT     | 7  | 5.609     | 32.21 | -101.4 |
| PASTAN   | 1  | 2.44      | 29.05 | -99.87 |
| <none>   |    |           | 26.61 | -106.7 |

anova(select\_model)

Analysis of Variance Table

Response: INEMP

| Variable  | Df | Sum Sq | Mean Sq | F value | Pr(>F) |    |
|-----------|----|--------|---------|---------|--------|----|
| PAIS      | 2  | 1.339  | 0.669   | 2.189   | 0.118  |    |
| VARAM1    | 1  | 0.247  | 0.247   | 0.807   | 0.371  |    |
| SECT      | 7  | 5.122  | 0.732   | 2.393   | 0.028  | *  |
| PASTAN    | 1  | 2.268  | 2.268   | 7.418   | 0.008  | ** |
| VTAAT     | 1  | 0.522  | 0.522   | 1.707   | 0.195  |    |
| GRAEXP    | 1  | 0.623  | 0.623   | 2.036   | 0.157  |    |
| Residuals | 87 | 26.61  | 0.306   |         |        |    |

Signif. codes: 0 '\*\*\*' 0.001 '\*\*' 0.01 '\*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

# Anexo 16. Selección del modelo, método *Backward*- variable INMA

Start: AIC=-72.73

Step: AIC=-76.23

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| PAIS     | 2  | 0.1498    | 30.113 | -76.225 |
| VARAM1   | 1  | 0         | 29.964 | -74.729 |
| ACSTAN   | 1  | 0.0015    | 29.965 | -74.724 |
| PASTAN   | 1  | 0.0034    | 29.967 | -74.718 |
| URAAT    | 1  | 0.0063    | 29.97  | -74.708 |
| BETA     | 1  | 0.0193    | 29.983 | -74.664 |
| SOLVEN   | 1  | 0.038     | 30.002 | -74.601 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.0508    | 30.014 | -74.558 |
| VENSTAN  | 1  | 0.0871    | 30.051 | -74.436 |
| MTBOOK   | 1  | 0.153     | 30.117 | -74.215 |
| MBITDA   | 1  | 0.2261    | 30.19  | -73.97  |
| ORGCAP   | 1  | 0.2609    | 30.224 | -73.853 |
| GRAEXP   | 1  | 0.2654    | 30.229 | -73.838 |
| VTAAT    | 1  | 0.7919    | 30.755 | -72.094 |
| PTSTAN   | 1  | 0.9559    | 30.919 | -71.557 |
| KWAACT   | 1  | 1.132     | 31.096 | -70.984 |
| SECT     | 7  | 10.333    | 40.297 | -56.804 |
| none>    |    |           | 29.964 | -72.729 |

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| URAAT    | 1  | 0.001     | 30.115 | -78.221 |
| ACSTAN   | 1  | 0.002     | 30.115 | -78.22  |
| VARAM1   | 1  | 0.004     | 30.117 | -78.213 |
| BETA     | 1  | 0.006     | 30.119 | -78.206 |
| SOLVEN   | 1  | 0.007     | 30.12  | -78.202 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.031     | 30.144 | -78.122 |
| PASTAN   | 1  | 0.034     | 30.147 | -78.112 |
| VENSTAN  | 1  | 0.115     | 30.228 | -77.841 |
| MTBOOK   | 1  | 0.134     | 30.247 | -77.777 |
| MBITDA   | 1  | 0.148     | 30.262 | -77.73  |
| GRAEXP   | 1  | 0.296     | 30.409 | -77.237 |
| ORGCAP   | 1  | 0.365     | 30.478 | -77.01  |
| PTSTAN   | 1  | 0.848     | 30.961 | -75.421 |
| VTAAT    | 1  | 0.903     | 31.016 | -75.242 |
| KWAACT   | 1  | 1.238     | 31.352 | -74.156 |
| SECT     | 7  | 11.36     | 41.469 | -57.908 |
| none>    |    |           | 30.113 | -76.225 |

Step: AIC=-78.22

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| ACSTAN   | 1  | 0.0018    | 30.117 | -80.215 |
| VARAM1   | 1  | 0.0036    | 30.118 | -80.209 |
| BETA     | 1  | 0.0051    | 30.12  | -80.204 |
| SOLVEN   | 1  | 0.0061    | 30.121 | -80.2   |
| UAIIAAT  | 1  | 0.0301    | 30.145 | -80.12  |
| PASTAN   | 1  | 0.0352    | 30.15  | -80.103 |
| VENSTAN  | 1  | 0.1164    | 30.231 | -79.831 |
| MTBOOK   | 1  | 0.1328    | 30.248 | -79.776 |
| MBITDA   | 1  | 0.15      | 30.265 | -79.719 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3002    | 30.415 | -79.219 |
| ORGCAP   | 1  | 0.3695    | 30.484 | -78.989 |
| PTSTAN   | 1  | 0.9107    | 31.025 | -77.212 |
| VTAAT    | 1  | 0.9401    | 31.055 | -77.116 |
| KWAACT   | 1  | 1.278     | 31.393 | -76.023 |
| SECT     | 7  | 11.479    | 41.594 | -59.604 |
| none>    |    |           | 30.115 | -78.221 |

Step: AIC=-80.21

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| VARAM1   | 1  | 0.003     | 30.12  | -82.204 |
| BETA     | 1  | 0.005     | 30.122 | -82.197 |
| SOLVEN   | 1  | 0.01      | 30.127 | -82.18  |
| UAIIAAT  | 1  | 0.031     | 30.147 | -82.111 |
| PASTAN   | 1  | 0.092     | 30.208 | -81.908 |
| VENSTAN  | 1  | 0.115     | 30.231 | -81.831 |
| MTBOOK   | 1  | 0.149     | 30.266 | -81.716 |
| MBITDA   | 1  | 0.155     | 30.272 | -81.696 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3       | 30.416 | -81.215 |
| ORGCAP   | 1  | 0.379     | 30.495 | -80.953 |
| VTAAT    | 1  | 0.946     | 31.063 | -79.091 |
| KWAACT   | 1  | 1.283     | 31.4   | -78     |
| PTSTAN   | 1  | 1.312     | 31.428 | -77.909 |
| SECT     | 7  | 11.49     | 41.603 | -61.583 |
| none>    |    |           | 30.117 | -80.215 |

## Anexo 16. Selección del modelo, método *Backward*- variable INMA. Continuación

Step: AIC=-82.2

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| BETA     | 1  | 0.0056    | 30.125 | -84.186 |
| SOLVEN   | 1  | 0.0128    | 30.132 | -84.161 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.0311    | 30.151 | -84.1   |
| PASTAN   | 1  | 0.0929    | 30.213 | -83.893 |
| VENSTAN  | 1  | 0.1203    | 30.24  | -83.802 |
| MTBOOK   | 1  | 0.1638    | 30.283 | -83.656 |
| MBITDA   | 1  | 0.1713    | 30.291 | -83.632 |
| GRAEXP   | 1  | 0.2971    | 30.417 | -83.213 |
| ORGCAP   | 1  | 0.384     | 30.504 | -82.925 |
| VTAAT    | 1  | 0.9432    | 31.063 | -81.09  |
| KWAACT   | 1  | 1.2893    | 31.409 | -79.971 |
| PTSTAN   | 1  | 1.3095    | 31.429 | -79.906 |
| SECT     | 7  | 11.494    | 41.614 | -63.555 |
| none>    |    |           | 30.12  | -82.204 |

Step: AIC=-84.19

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| SOLVEN   | 1  | 0.014     | 30.139 | -86.14  |
| UAIIAAT  | 1  | 0.036     | 30.161 | -86.066 |
| PASTAN   | 1  | 0.091     | 30.216 | -85.882 |
| VENSTAN  | 1  | 0.119     | 30.244 | -85.789 |
| MTBOOK   | 1  | 0.167     | 30.292 | -85.628 |
| MBITDA   | 1  | 0.171     | 30.296 | -85.615 |
| GRAEXP   | 1  | 0.292     | 30.417 | -85.211 |
| ORGCAP   | 1  | 0.414     | 30.539 | -84.808 |
| VTAAT    | 1  | 0.941     | 31.066 | -83.079 |
| PTSTAN   | 1  | 1.322     | 31.447 | -81.85  |
| KWAACT   | 1  | 1.385     | 31.51  | -81.646 |
| SECT     | 7  | 11.5      | 41.626 | -65.526 |
| none>    |    |           | 30.125 | -84.186 |

Step: AIC=-86.14

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| UAIIAAT  | 1  | 0.0422    | 30.181 | -87.999 |
| VENSTAN  | 1  | 0.1136    | 30.252 | -87.76  |
| PASTAN   | 1  | 0.1463    | 30.285 | -87.651 |
| MTBOOK   | 1  | 0.1533    | 30.292 | -87.628 |
| MBITDA   | 1  | 0.1595    | 30.298 | -87.607 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3398    | 30.479 | -87.008 |
| ORGCAP   | 1  | 0.417     | 30.556 | -86.752 |
| VTAAT    | 1  | 0.9699    | 31.109 | -84.941 |
| KWAACT   | 1  | 1.3716    | 31.51  | -83.645 |
| PTSTAN   | 1  | 1.473     | 31.612 | -83.321 |
| SECT     | 7  | 11.539    | 41.678 | -67.4   |
| none>    |    |           | 30.139 | -86.14  |

Step: AIC=-88

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| MTBOOK   | 1  | 0.111     | 30.292 | -89.627 |
| VENSTAN  | 1  | 0.126     | 30.307 | -89.578 |
| MBITDA   | 1  | 0.161     | 30.342 | -89.46  |
| PASTAN   | 1  | 0.241     | 30.422 | -89.196 |
| GRAEXP   | 1  | 0.326     | 30.507 | -88.912 |
| ORGCAP   | 1  | 0.468     | 30.649 | -88.444 |
| VTAAT    | 1  | 1.052     | 31.233 | -86.538 |
| KWAACT   | 1  | 1.329     | 31.51  | -85.645 |
| PTSTAN   | 1  | 1.658     | 31.839 | -84.599 |
| SECT     | 7  | 11.5      | 41.679 | -69.399 |
| none>    |    |           | 30.181 | -87.999 |

Step: AIC=-89.63

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| VENSTAN  | 1  | 0.1132    | 30.406 | -91.25  |
| MBITDA   | 1  | 0.1958    | 30.488 | -90.976 |
| PASTAN   | 1  | 0.2769    | 30.569 | -90.708 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3581    | 30.65  | -90.44  |
| ORGCAP   | 1  | 0.4318    | 30.724 | -90.197 |
| VTAAT    | 1  | 1.0134    | 31.306 | -88.303 |
| KWAACT   | 1  | 1.311     | 31.603 | -87.348 |
| PTSTAN   | 1  | 1.7895    | 32.082 | -85.83  |
| SECT     | 7  | 11.633    | 41.925 | -70.802 |
| none>    |    |           | 30.292 | -89.627 |

Step: AIC=-91.25

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| PASTAN   | 1  | 0.17      | 30.575 | -92.688 |
| MBITDA   | 1  | 0.29      | 30.695 | -92.292 |
| GRAEXP   | 1  | 0.346     | 30.751 | -92.107 |
| ORGCAP   | 1  | 0.423     | 30.829 | -91.854 |
| KWAACT   | 1  | 1.241     | 31.647 | -89.21  |
| VTAAT    | 1  | 1.864     | 32.27  | -87.241 |
| PTSTAN   | 1  | 2.412     | 32.817 | -85.54  |
| SECT     | 7  | 11.64     | 42.045 | -72.515 |
| none>    |    |           | 30.406 | -91.25  |

## Anexo 16. Selección del modelo, método *Backward*- variable INMA. Continuación

Step: AIC=-92.69

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| MBITDA   | 1  | 0.2849    | 30.86  | -93.751 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3415    | 30.917 | -93.566 |
| ORGCAP   | 1  | 0.3778    | 30.953 | -93.448 |
| KWAACT   | 1  | 1.2049    | 31.78  | -90.784 |
| VTAAT    | 1  | 1.8028    | 32.378 | -88.902 |
| PTSTAN   | 1  | 4.267     | 34.842 | -81.494 |
| SECT     | 7  | 12.285    | 42.86  | -72.575 |
| none>    |    |           | 30.575 | -92.688 |

Step: AIC=-94.62

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| ORGCAP   | 1  | 0.4682    | 31.676 | -95.115 |
| KWAACT   | 1  | 1.0603    | 32.268 | -93.244 |
| VTAAT    | 1  | 1.7141    | 32.922 | -91.218 |
| PTSTAN   | 1  | 4.4324    | 35.641 | -83.205 |
| SECT     | 7  | 13.719    | 44.927 | -71.818 |
| <none>   |    |           | 31.208 | -94.619 |

Step: AIC=-93.75

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| GRAEXP   | 1  | 0.348     | 31.208 | -94.619 |
| ORGCAP   | 1  | 0.432     | 31.292 | -94.347 |
| KWAACT   | 1  | 1.104     | 31.964 | -92.203 |
| VTAAT    | 1  | 1.816     | 32.676 | -89.976 |
| PTSTAN   | 1  | 4.546     | 35.406 | -81.873 |
| SECT     | 7  | 12.01     | 42.867 | -74.559 |
| <none>   |    |           | 30.86  | -93.751 |

Step: AIC=-95.11

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| KWAACT   | 1  | 1.133     | 32.809 | -93.567 |
| VTAAT    | 1  | 1.69      | 33.367 | -91.864 |
| PTSTAN   | 1  | 4.443     | 36.12  | -83.857 |
| SECT     | 7  | 15.27     | 46.945 | -69.381 |
| <none>   |    |           | 31.676 | -95.115 |

anova(select\_model)

Analysis of Variance Table

Response: INMA

| Variable  | Df | Sum Sq | Mean Sq | F value | Pr(>F) |     |
|-----------|----|--------|---------|---------|--------|-----|
| KWAACT    | 1  | 1.548  | 1.5476  | 4.397   | 0.04   | *   |
| SECT      | 7  | 14.984 | 2.1406  | 6.0818  | 0.00   | *** |
| PTSTAN    | 1  | 4.56   | 4.5598  | 12.9554 | 0      | *** |
| VTAAT     | 1  | 1.69   | 1.6902  | 4.8024  | 0.03   | *   |
| Residuals | 90 | 31.676 | 0.352   |         |        |     |

Signif. codes: 0 '\*\*\*' 0.001 '\*\*' 0.01 '\*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

# Anexo 17. Selección del modelo, método *Backward-* variable INCOM

Start: AIC=-59.66

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| VENSTAN  | 1  | 0.0085    | 34.112 | -61.634 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.0087    | 34.112 | -61.634 |
| URAAT    | 1  | 0.0335    | 34.137 | -61.56  |
| PAIS     | 2  | 0.7469    | 34.85  | -61.471 |
| MTBOOK   | 1  | 0.0886    | 34.192 | -61.397 |
| MBITDA   | 1  | 0.1615    | 34.265 | -61.182 |
| KWAACT   | 1  | 0.1668    | 34.27  | -61.166 |
| SOLVEN   | 1  | 0.2909    | 34.394 | -60.801 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3003    | 34.403 | -60.774 |
| PASTAN   | 1  | 0.4457    | 34.549 | -60.348 |
| ACSTAN   | 1  | 0.4609    | 34.564 | -60.303 |
| VARAM1   | 1  | 0.5101    | 34.613 | -60.16  |
| BETA     | 1  | 0.7363    | 34.839 | -59.502 |
| ORGCAP   | 1  | 1.0271    | 35.13  | -58.662 |
| SECT     | 7  | 6.5021    | 40.605 | -56.034 |
| PTSTAN   | 1  | 2.0188    | 36.122 | -55.851 |
| VTAAT    | 1  | 2.3865    | 36.489 | -54.828 |
| none>    |    |           | 34.103 | -59.659 |

Step: AIC=-61.63

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| UAIIAAT  | 1  | 0.0109    | 34.12 | -63.6  |
| URAAT    | 1  | 0.0326    | 34.14 | -63.54 |
| PAIS     | 2  | 0.7412    | 34.85 | -63.46 |
| MTBOOK   | 1  | 0.0891    | 34.2  | -63.37 |
| MBITDA   | 1  | 0.1537    | 34.27 | -63.18 |
| KWAACT   | 1  | 0.178     | 34.29 | -63.11 |
| SOLVEN   | 1  | 0.2887    | 34.4  | -62.78 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3003    | 34.41 | -62.75 |
| ACSTAN   | 1  | 0.4528    | 34.56 | -62.3  |
| PASTAN   | 1  | 0.4596    | 34.57 | -62.28 |
| VARAM1   | 1  | 0.5034    | 34.62 | -62.15 |
| BETA     | 1  | 0.7386    | 34.85 | -61.47 |
| ORGCAP   | 1  | 1.0311    | 35.14 | -60.63 |
| SECT     | 7  | 6.4954    | 40.61 | -58.03 |
| PTSTAN   | 1  | 2.1989    | 36.31 | -57.33 |
| VTAAT    | 1  | 2.875     | 36.99 | -55.46 |
| none>    |    |           | 34.11 | -61.63 |

Step: AIC=-63.6

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| URAAT    | 1  | 0.0489    | 34.171 | -65.457 |
| PAIS     | 2  | 0.7641    | 34.887 | -65.365 |
| MTBOOK   | 1  | 0.0809    | 34.203 | -65.362 |
| MBITDA   | 1  | 0.1503    | 34.273 | -65.158 |
| KWAACT   | 1  | 0.1914    | 34.314 | -65.037 |
| SOLVEN   | 1  | 0.2914    | 34.414 | -64.743 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3023    | 34.425 | -64.711 |
| ACSTAN   | 1  | 0.4657    | 34.588 | -64.232 |
| VARAM1   | 1  | 0.4994    | 34.622 | -64.134 |
| PASTAN   | 1  | 0.5016    | 34.624 | -64.128 |
| BETA     | 1  | 0.7307    | 34.853 | -63.462 |
| ORGCAP   | 1  | 1.0224    | 35.145 | -62.62  |
| SECT     | 7  | 6.5193    | 40.642 | -59.943 |
| PTSTAN   | 1  | 2.1912    | 36.314 | -59.316 |
| VTAAT    | 1  | 2.8799    | 37.002 | -57.418 |
| none>    |    |           | 34.122 | -63.602 |

Step: AIC=-65.46

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| MTBOOK   | 1  | 0.0775    | 34.25 | -67.23 |
| MBITDA   | 1  | 0.1791    | 34.35 | -66.93 |
| KWAACT   | 1  | 0.2276    | 34.4  | -66.79 |
| PAIS     | 2  | 0.9486    | 35.12 | -66.69 |
| SOLVEN   | 1  | 0.2721    | 34.44 | -66.66 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3135    | 34.49 | -66.54 |
| ACSTAN   | 1  | 0.4594    | 34.63 | -66.11 |
| VARAM1   | 1  | 0.4783    | 34.65 | -66.05 |
| PASTAN   | 1  | 0.5137    | 34.69 | -65.95 |
| BETA     | 1  | 0.6998    | 34.87 | -65.41 |
| ORGCAP   | 1  | 1.0022    | 35.17 | -64.54 |
| SECT     | 7  | 6.4831    | 40.65 | -61.91 |
| PTSTAN   | 1  | 2.1644    | 36.34 | -61.25 |
| VTAAT    | 1  | 2.9739    | 37.15 | -59.03 |
| none>    |    |           | 34.17 | -65.46 |

# Anexo 17. Selección del modelo, método *Backward*- variable INCOM. Continuación

Step: AIC=-67.23

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS        | AIC     |
|----------|----|-----------|------------|---------|
| MBITDA   | 1  | 0.2121    | 34.46<br>1 | -68.605 |
| KWAACT   | 1  | 0.245     | 34.49<br>4 | -68.508 |
| GRAEXP   | 1  | 0.2703    | 34.51<br>9 | -68.434 |
| PAIS     | 2  | 0.9704    | 35.21<br>9 | -68.406 |
| VARAM1   | 1  | 0.4153    | 34.66<br>4 | -68.011 |
| SOLVEN   | 1  | 0.5299    | 34.77<br>9 | -67.678 |
| ACSTAN   | 1  | 0.61      | 34.85<br>9 | -67.445 |
| BETA     | 1  | 0.7197    | 34.96<br>9 | -67.128 |
| PASTAN   | 1  | 0.7787    | 35.02<br>8 | -66.958 |
| ORGCAP   | 1  | 1.073     | 35.32<br>2 | -66.112 |
| SECT     | 7  | 6.5957    | 40.84<br>5 | -63.44  |
| PTSTAN   | 1  | 2.1494    | 36.39<br>8 | -63.081 |
| VTAAT    | 1  | 2.9886    | 37.23<br>8 | -60.778 |
| none>    |    |           | 34.24<br>9 | -67.228 |

Step: AIC=-68.6

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS       | AIC    |
|----------|----|-----------|-----------|--------|
| PAIS     | 2  | 0.8664    | 35.3<br>3 | -70.1  |
| KWAACT   | 1  | 0.2141    | 34.6<br>8 | -69.98 |
| SOLVEN   | 1  | 0.3411    | 34.8      | -69.61 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3454    | 34.8<br>1 | -69.6  |
| ACSTAN   | 1  | 0.5782    | 35.0<br>4 | -68.92 |
| VARAM1   | 1  | 0.5837    | 35.0<br>5 | -68.91 |
| BETA     | 1  | 0.6698    | 35.1<br>3 | -68.66 |
| PASTAN   | 1  | 0.7002    | 35.1<br>6 | -68.57 |
| ORGCAP   | 1  | 1.24      | 35.7      | -67.03 |
| SECT     | 7  | 6.3844    | 40.8<br>5 | -65.44 |
| PTSTAN   | 1  | 2.1356    | 36.6      | -64.53 |
| VTAAT    | 1  | 3.1805    | 37.6<br>4 | -61.69 |
| none>    |    |           | 34.4<br>6 | -68.61 |

# **Anexo 17. Selección del modelo, método *Backward*- variable INCOM. Continuación**

Step: AIC=-70.1

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| SOLVEN   | 1  | 0.0599    | 35.387 | -71.926 |
| ACSTAN   | 1  | 0.2409    | 35.568 | -71.41  |
| PASTAN   | 1  | 0.2704    | 35.598 | -71.327 |
| GRAEXP   | 1  | 0.2971    | 35.624 | -71.251 |
| KWAACT   | 1  | 0.4102    | 35.738 | -70.931 |
| BETA     | 1  | 0.4315    | 35.759 | -70.871 |
| VARAM1   | 1  | 0.8194    | 36.147 | -69.781 |
| ORGCAP   | 1  | 1.3915    | 36.719 | -68.195 |
| PTSTAN   | 1  | 1.5793    | 36.907 | -67.679 |
| SECT     | 7  | 7.6914    | 43.019 | -64.202 |
| VTAAT    | 1  | 2.9634    | 38.291 | -63.961 |
| none>    |    |           | 35.327 | -70.097 |

Step: AIC=-71.93

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| ACSTAN   | 1  | 0.1902    | 35.58 | -73.38 |
| PASTAN   | 1  | 0.2105    | 35.6  | -73.33 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3632    | 35.75 | -72.89 |
| KWAACT   | 1  | 0.3938    | 35.78 | -72.81 |
| BETA     | 1  | 0.4618    | 35.85 | -72.62 |
| VARAM1   | 1  | 0.8329    | 36.22 | -71.58 |
| ORGCAP   | 1  | 1.384     | 36.77 | -70.05 |
| PTSTAN   | 1  | 1.5591    | 36.95 | -69.57 |
| SECT     | 7  | 7.8032    | 43.19 | -65.8  |
| VTAAT    | 1  | 3.2238    | 38.61 | -65.12 |
| <none>   |    |           | 35.39 | -71.93 |

# Anexo 17. Selección del modelo, método *Backward*- variable INCOM. Continuación

Step: AIC=-73.38

Step: AIC=-75.31

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| PASTAN   | 1  | 0.025     | 35.602 | -75.313 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3841    | 35.962 | -74.3   |
| KWAACT   | 1  | 0.394     | 35.971 | -74.272 |
| BETA     | 1  | 0.4374    | 36.015 | -74.15  |
| VARAM1   | 1  | 0.864     | 36.441 | -72.961 |
| ORGCAP   | 1  | 1.3013    | 36.879 | -71.756 |
| PTSTAN   | 1  | 1.5039    | 37.081 | -71.202 |
| SECT     | 7  | 7.6678    | 43.245 | -67.672 |
| VTAAT    | 1  | 3.5663    | 39.144 | -65.736 |
| <none>   |    |           | 35.577 | -73.384 |

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| GRAEXP   | 1  | 0.3845    | 35.99 | -76.23 |
| KWAACT   | 1  | 0.4035    | 36.01 | -76.18 |
| BETA     | 1  | 0.4322    | 36.04 | -76.09 |
| VARAM1   | 1  | 0.8407    | 36.44 | -74.96 |
| ORGCAP   | 1  | 1.3551    | 36.96 | -73.54 |
| SECT     | 7  | 7.7116    | 43.31 | -69.51 |
| VTAAT    | 1  | 3.6087    | 39.21 | -67.56 |
| PTSTAN   | 1  | 4.8173    | 40.42 | -64.5  |
| <none>   |    |           | 35.6  | -75.31 |

Step: AIC=-76.23

Step: AIC=- 77.37

| Variable | Df  | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|-----|-----------|--------|---------|
| BETA     | 1   | 0.3076    | 36.295 | -77.369 |
| KWAACT   | 1   | 0.4026    | 36.39  | -77.104 |
| VARAM1   | 1   | 0.8282    | 36.815 | -75.93  |
| ORGCAP   | 1   | 1.4819    | 37.469 | -74.152 |
| SECT     | 7.0 | 7.3389    | 43.326 | -71.483 |
| VTAAT    | 1   | 3.42      | 39.407 | -69.059 |
| <none>   |     |           | 35.987 | -76.228 |

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|-----------|-------|--------|
| KWAACT   | 1  | 0.5721    | 36.87 | -77.79 |
| <none>   |    |           | 36.3  | -77.37 |
| VARAM1   | 1  | 0.8719    | 37.17 | -76.97 |
| ORGCAP   | 1  | 1.8096    | 38.1  | -74.46 |
| SECT     | 7  | 7.4265    | 43.72 | -72.57 |
| VTAAT    | 1  | 3.2186    | 39.51 | -70.79 |
| PTSTAN   | 1  | 4.2888    | 40.58 | -68.09 |

Step: AIC=-77.79

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| VARAM1   | 1  | 0.8514    | 37.718 | -77.483 |
| ORGCAP   | 1  | 1.9162    | 38.783 | -74.671 |
| SECT     | 7  | 7.7664    | 44.633 | -72.481 |
| VTAAT    | 1  | 3.1239    | 39.991 | -71.574 |
| PTSTAN   | 1  | 5.1707    | 42.037 | -66.533 |
| <none>   |    |           | 36.867 | -77.789 |

anova(select\_model)

Analysis of Variance Table

Response: INCOM

| Variable  | Df | Sum Sq | Mean   | F value | Pr(>F)     |
|-----------|----|--------|--------|---------|------------|
| VARAM1    | 1  | 0.058  | 0.0582 | 0.1405  | 0.7087     |
| ORGCAP    | 1  | 3.018  | 3.0179 | 7.2854  | 0.0083 **  |
| SECT      | 7  | 6.261  | 0.8944 | 2.1591  | 0.0454 *   |
| PTSTAN    | 1  | 5.25   | 5.2503 | 12.6749 | 0.0006 *** |
| VTAAT     | 1  | 3.124  | 3.1239 | 7.5415  | 0.0073 **  |
| Residuals | 89 | 36.867 | 0.4142 |         |            |

Signif. codes: 0 '\*\*\*' 0.001 '\*\*' 0.01 '\*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

# Anexo 18. Selección del modelo, método *Backward*- variable INCYP

Start: AIC=-144.44

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC     |
|----------|----|-----------|-------|---------|
| SECT     | 7  | 0.59      | 15.32 | -154.49 |
| ACSTAN   | 1  | 0.02      | 14.75 | -146.29 |
| MBITDA   | 1  | 0.03      | 14.76 | -146.24 |
| VENSTAN  | 1  | 0.03      | 14.76 | -146.23 |
| PASTAN   | 1  | 0.03      | 14.76 | -146.22 |
| BETA     | 1  | 0.03      | 14.77 | -146.21 |
| MTBOOK   | 1  | 0.04      | 14.77 | -146.16 |
| SOLVEN   | 1  | 0.07      | 14.8  | -145.95 |
| PTSTAN   | 1  | 0.1       | 14.83 | -145.75 |
| GRAEXP   | 1  | 0.1       | 14.83 | -145.75 |
| URAAT    | 1  | 0.11      | 14.84 | -145.69 |
| ORGCAP   | 1  | 0.11      | 14.84 | -145.67 |
| VARAM1   | 1  | 0.12      | 14.85 | -145.65 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.17      | 14.9  | -145.26 |
| KWAACT   | 1  | 0.19      | 14.92 | -145.16 |
| VTAAAT   | 1  | 0.29      | 15.02 | -144.5  |
| PAIS     | 2  | 0.66      | 15.39 | -144    |
| none>    |    |           | 14.73 | -144.44 |

Step: AIC=-154.49

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC     |
|----------|----|-----------|-------|---------|
| MBITDA   | 1  | 0.0014    | 15.32 | -156.48 |
| PASTAN   | 1  | 0.0053    | 15.33 | -156.45 |
| ACSTAN   | 1  | 0.0162    | 15.34 | -156.38 |
| MTBOOK   | 1  | 0.0199    | 15.34 | -156.35 |
| SOLVEN   | 1  | 0.0249    | 15.34 | -156.32 |
| BETA     | 1  | 0.0401    | 15.36 | -156.22 |
| VENSTAN  | 1  | 0.0418    | 15.36 | -156.21 |
| URAAT    | 1  | 0.0545    | 15.37 | -156.13 |
| KWAACT   | 1  | 0.1172    | 15.44 | -155.72 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.1243    | 15.44 | -155.67 |
| VARAM1   | 1  | 0.1291    | 15.45 | -155.64 |
| PTSTAN   | 1  | 0.1578    | 15.48 | -155.45 |
| GRAEXP   | 1  | 0.1688    | 15.49 | -155.38 |
| ORGCAP   | 1  | 0.2168    | 15.54 | -155.07 |
| VTAAAT   | 1  | 0.2538    | 15.57 | -154.83 |
| PAIS     | 2  | 0.9548    | 16.27 | -152.38 |
| none>    |    |           | 15.32 | -154.49 |

Step: AIC=-156.48

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC     |
|----------|----|-----------|-------|---------|
| PASTAN   | 1  | 0         | 15.33 | -158.44 |
| ACSTAN   | 1  | 0.02      | 15.34 | -158.37 |
| MTBOOK   | 1  | 0.02      | 15.34 | -158.35 |
| SOLVEN   | 1  | 0.02      | 15.35 | -158.32 |
| BETA     | 1  | 0.04      | 15.36 | -158.21 |
| VENSTAN  | 1  | 0.05      | 15.37 | -158.18 |
| URAAT    | 1  | 0.06      | 15.38 | -158.09 |
| KWAACT   | 1  | 0.12      | 15.44 | -157.71 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.13      | 15.45 | -157.64 |
| VARAM1   | 1  | 0.14      | 15.47 | -157.53 |
| PTSTAN   | 1  | 0.16      | 15.48 | -157.45 |
| GRAEXP   | 1  | 0.18      | 15.5  | -157.32 |
| ORGCAP   | 1  | 0.22      | 15.54 | -157.05 |
| VTAAAT   | 1  | 0.25      | 15.57 | -156.82 |
| PAIS     | 2  | 0.97      | 16.29 | -154.27 |
| none>    |    |           | 15.32 | -156.48 |

Step: AIC=-158.44

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC     |
|----------|----|-----------|-------|---------|
| MTBOOK   | 1  | 0.0154    | 15.34 | -160.34 |
| SOLVEN   | 1  | 0.019     | 15.35 | -160.32 |
| ACSTAN   | 1  | 0.021     | 15.35 | -160.31 |
| BETA     | 1  | 0.0383    | 15.36 | -160.19 |
| URAAT    | 1  | 0.0574    | 15.38 | -160.07 |
| VENSTAN  | 1  | 0.0603    | 15.39 | -160.05 |
| KWAACT   | 1  | 0.1229    | 15.45 | -159.64 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.123     | 15.45 | -159.64 |
| VARAM1   | 1  | 0.1476    | 15.47 | -159.48 |
| PTSTAN   | 1  | 0.1568    | 15.48 | -159.42 |
| GRAEXP   | 1  | 0.2058    | 15.53 | -159.1  |
| ORGCAP   | 1  | 0.2134    | 15.54 | -159.05 |
| VTAAAT   | 1  | 0.2477    | 15.57 | -158.82 |
| PAIS     | 2  | 1.1911    | 16.52 | -154.88 |
| none>    |    |           | 15.33 | -158.44 |

# **Anexo 18. Selección del modelo, método *Backward* - variable INCYP. Continuación**

Step: AIC=-160.34

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC     |
|----------|----|-----------|-------|---------|
| SOLVEN   | 1  | 0.01      | 15.35 | -162.26 |
| ACSTAN   | 1  | 0.03      | 15.37 | -162.15 |
| BETA     | 1  | 0.04      | 15.38 | -162.08 |
| URAAT    | 1  | 0.05      | 15.39 | -162    |
| VENSTAN  | 1  | 0.05      | 15.39 | -161.99 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.11      | 15.45 | -161.62 |
| KWAACT   | 1  | 0.11      | 15.46 | -161.59 |
| VARAM1   | 1  | 0.18      | 15.52 | -161.19 |
| PTSTAN   | 1  | 0.18      | 15.52 | -161.16 |
| ORGCAP   | 1  | 0.21      | 15.55 | -160.96 |
| GRAEXP   | 1  | 0.21      | 15.56 | -160.94 |
| VTAAT    | 1  | 0.26      | 15.6  | -160.66 |
| PAIS     | 2  | 1.18      | 16.52 | -156.86 |
| none>    |    |           | 15.34 | -160.34 |

Step: AIC=-162.26

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC     |
|----------|----|-----------|-------|---------|
| ACSTAN   | 1  | 0.0284    | 15.38 | -164.08 |
| BETA     | 1  | 0.0366    | 15.39 | -164.02 |
| VENSTAN  | 1  | 0.0431    | 15.4  | -163.98 |
| URAAT    | 1  | 0.0458    | 15.4  | -163.96 |
| KWAACT   | 1  | 0.1229    | 15.48 | -163.46 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.1527    | 15.51 | -163.26 |
| PTSTAN   | 1  | 0.177     | 15.53 | -163.1  |
| VARAM1   | 1  | 0.1782    | 15.53 | -163.1  |
| ORGCAP   | 1  | 0.2058    | 15.56 | -162.92 |
| GRAEXP   | 1  | 0.2215    | 15.58 | -162.82 |
| VTAAT    | 1  | 0.2643    | 15.62 | -162.54 |
| PAIS     | 2  | 1.1832    | 16.54 | -158.76 |
| none>    |    |           | 15.35 | -162.26 |

Step: AIC=-164.08

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC     |
|----------|----|-----------|-------|---------|
| VENSTAN  | 1  | 0.02      | 15.41 | -165.92 |
| BETA     | 1  | 0.03      | 15.42 | -165.86 |
| URAAT    | 1  | 0.04      | 15.42 | -165.8  |
| KWAACT   | 1  | 0.11      | 15.49 | -165.35 |
| PTSTAN   | 1  | 0.16      | 15.54 | -165.04 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.17      | 15.55 | -164.95 |
| GRAEXP   | 1  | 0.2       | 15.58 | -164.79 |
| ORGCAP   | 1  | 0.2       | 15.58 | -164.78 |
| VARAM1   | 1  | 0.21      | 15.6  | -164.68 |
| VTAAT    | 1  | 0.34      | 15.72 | -163.88 |
| PAIS     | 2  | 1.17      | 16.55 | -160.66 |
| none>    |    |           | 15.38 | -164.08 |

Step: AIC=-165.92

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC     |
|----------|----|-----------|-------|---------|
| BETA     | 1  | 0.0349    | 15.44 | -167.69 |
| URAAT    | 1  | 0.0537    | 15.46 | -167.57 |
| KWAACT   | 1  | 0.102     | 15.51 | -167.26 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.1705    | 15.58 | -166.81 |
| ORGCAP   | 1  | 0.1992    | 15.6  | -166.63 |
| VARAM1   | 1  | 0.2288    | 15.63 | -166.43 |
| GRAEXP   | 1  | 0.2291    | 15.63 | -166.43 |
| PTSTAN   | 1  | 0.5506    | 15.96 | -164.38 |
| VTAAT    | 1  | 0.5793    | 15.98 | -164.19 |
| PAIS     | 2  | 1.1646    | 16.57 | -162.56 |
| none>    |    |           | 15.41 | -165.92 |

# **Anexo 18. Selección del modelo, método *Backward*- variable INCYP. Continuación**

Step: AIC=-167.7

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC     |
|----------|----|-----------|-------|---------|
| URAAT    | 1  | 0.05      | 15.49 | -169.4  |
| KWAACT   | 1  | 0.14      | 15.59 | -168.75 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.17      | 15.61 | -168.59 |
| GRAEXP   | 1  | 0.22      | 15.66 | -168.27 |
| ORGCAP   | 1  | 0.24      | 15.68 | -168.16 |
| VARAM1   | 1  | 0.25      | 15.69 | -168.06 |
| PTSTAN   | 1  | 0.52      | 15.96 | -166.34 |
| VTAAT    | 1  | 0.55      | 15.99 | -166.19 |
| PAIS     | 2  | 1.17      | 16.61 | -164.34 |
| none>    |    |           | 15.44 | -167.69 |

Step: AIC=-169.4

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC     |
|----------|----|-----------|-------|---------|
| UAIIAAT  | 1  | 0.129     | 15.61 | -170.56 |
| KWAACT   | 1  | 0.173     | 15.66 | -170.28 |
| GRAEXP   | 1  | 0.2088    | 15.69 | -170.05 |
| ORGCAP   | 1  | 0.238     | 15.72 | -169.86 |
| VARAM1   | 1  | 0.2421    | 15.73 | -169.83 |
| PTSTAN   | 1  | 0.4784    | 15.96 | -168.33 |
| VTAAT    | 1  | 0.5034    | 15.99 | -168.17 |
| PAIS     | 2  | 1.257     | 16.74 | -165.52 |
| none>    |    |           | 15.49 | -169.4  |

Step: AIC=-170.56

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC     |
|----------|----|-----------|-------|---------|
| GRAEXP   | 1  | 0.15      | 15.77 | -171.58 |
| KWAACT   | 1  | 0.16      | 15.77 | -171.54 |
| VARAM1   | 1  | 0.2       | 15.81 | -171.29 |
| ORGCAP   | 1  | 0.32      | 15.93 | -170.52 |
| PTSTAN   | 1  | 0.4       | 16.01 | -170.02 |
| VTAAT    | 1  | 0.63      | 16.25 | -168.54 |
| PAIS     | 2  | 1.14      | 16.75 | -167.46 |
| none>    |    |           | 15.61 | -170.56 |

Step: AIC=-171.58

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC     |
|----------|----|-----------|-------|---------|
| KWATT    | 1  | 0.1387    | 15.91 | -172.7  |
| VARAM1   | 1  | 0.1944    | 15.96 | -172.34 |
| ORGCAP   | 1  | 0.2594    | 16.03 | -171.93 |
| PTSTAN   | 1  | 0.356     | 16.12 | -171.33 |
| VTAAT    | 1  | 0.5544    | 16.32 | -170.09 |
| PAIS     | 2  | 1.1126    | 16.88 | -168.69 |
| <none>   |    |           | 15.77 | -171.58 |

Step: AIC=-172.7

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC     |
|----------|----|-----------|-------|---------|
| VARAM1   | 1  | 0.17      | 16.08 | -173.6  |
| ORGCAP   | 1  | 0.25      | 16.16 | -173.1  |
| VTAAT    | 1  | 0.54      | 16.45 | -171.31 |
| PTSTAN   | 1  | 0.59      | 16.49 | -171.04 |
| PAIS     | 2  | 1.22      | 17.13 | -169.21 |
| <none>   |    |           | 15.91 | -172.7  |

Step: AIC=-173.6

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC     |
|----------|----|-----------|-------|---------|
| ORGCAP   | 1  | 0.2864    | 16.37 | -173.81 |
| PTSTAN   | 1  | 0.5316    | 16.61 | -172.31 |
| VTAAT    | 1  | 0.5383    | 16.62 | -172.27 |
| PAIS     | 2  | 1.1593    | 17.24 | -170.56 |
| <none>   |    |           | 16.08 | -173.6  |

# Anexo 18. Selección del modelo, método *Backward* - variable INCYP. Continuación

Step: AIC=-173.81

| Variable | Df | Sum<br>Of Sq | RSS   | AIC    |
|----------|----|--------------|-------|--------|
| VTAAT    | 1  | 0.56         | 16.93 | -172.4 |
| PTSTAN   | 1  | 0.57         | 16.93 | 172.38 |
| PAIS     | 2  | 1.42         | 17.78 | 169.43 |
| <none>   |    |              | 16.37 | 173.81 |

anova(select\_model)

Analysis of Variance  
Table

Response:  
INCYP

| Variable  | Df | Sum<br>Sq | Mean<br>Sq | F<br>value | Pr(>F) |    |
|-----------|----|-----------|------------|------------|--------|----|
| PAIS      | 2  | 1.8131    | 0.907      | 5.3179     | 0.006  | ** |
| PTSTAN    | 1  | 0.5093    | 0.509      | 2.9876     | 0.087  | .  |
| VTAAT     | 1  | 0.5618    | 0.562      | 3.2957     | 0.072  | .  |
| Residuals | 96 | 16.366    | 0.17       |            |        |    |

Signif. codes: 0 '\*\*\*' 0.001 '\*\*' 0.01 '\*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

## Anexo 19. Selección del modelo, método *Backward*- variable INDHE

Start: AIC=-190.72

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| SECT     | 7  | 0.9105    | 10.227 | -195.3  |
| PAIS     | 2  | 0.1118    | 9.4283 | -193.51 |
| MBITDA   | 1  | 0.0014    | 9.318  | -192.7  |
| VENSTAN  | 1  | 0.0023    | 9.3189 | -192.69 |
| VARAM1   | 1  | 0.0213    | 9.3379 | -192.49 |
| MTBOOK   | 1  | 0.0388    | 9.3553 | -192.3  |
| UAIIAAT  | 1  | 0.0469    | 9.3634 | -192.21 |
| ACSTAN   | 1  | 0.0712    | 9.3877 | -191.95 |
| PASTAN   | 1  | 0.0746    | 9.3911 | -191.91 |
| BETA     | 1  | 0.077     | 9.3935 | -191.88 |
| KWAACT   | 1  | 0.0946    | 9.4112 | -191.69 |
| ORGCAP   | 1  | 0.1092    | 9.4257 | -191.54 |
| SOLVEN   | 1  | 0.119     | 9.4355 | -191.43 |
| URAAT    | 1  | 0.2441    | 9.5607 | -190.1  |
| PTSTAN   | 1  | 0.289     | 9.6055 | -189.63 |
| GRAEXP   | 1  | 0.3771    | 9.6937 | -188.71 |
| VTAAT    | 1  | 0.3789    | 9.6955 | -188.69 |
| none>    |    |           | 9.3165 | -190.72 |

Step: AIC=-195.3

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC  |
|----------|----|-----------|-------|------|
| VENSTAN  | 1  | 0.001     | 10.23 | -197 |
| MBITDA   | 1  | 0.001     | 10.23 | -197 |
| VARAM1   | 1  | 0.009     | 10.24 | -197 |
| MTBOOK   | 1  | 0.037     | 10.26 | -197 |
| BETA     | 1  | 0.038     | 10.27 | -197 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.041     | 10.27 | -197 |
| KWAACT   | 1  | 0.047     | 10.27 | -197 |
| GRAEXP   | 1  | 0.061     | 10.29 | -197 |
| PASTAN   | 1  | 0.070     | 10.3  | -197 |
| ACSTAN   | 1  | 0.102     | 10.33 | -196 |
| PAIS     | 2  | 0.344     | 10.57 | -196 |
| SOLVEN   | 1  | 0.154     | 10.38 | -196 |
| URAAT    | 1  | 0.158     | 10.39 | -196 |
| VTAAT    | 1  | 0.222     | 10.45 | -195 |
| ORGCAP   | 1  | 0.254     | 10.48 | -195 |
| PTSTAN   | 1  | 0.434     | 10.66 | -193 |
| none>    |    |           | 10.23 | -195 |

Step: AIC=-197.29

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| MBITDA   | 1  | 0.0011    | 10.229 | -199.28 |
| VARAM1   | 1  | 0.01      | 10.238 | -199.19 |
| MTBOOK   | 1  | 0.0365    | 10.264 | -198.93 |
| BETA     | 1  | 0.038     | 10.266 | -198.92 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.0424    | 10.27  | -198.87 |
| KWAACT   | 1  | 0.0466    | 10.274 | -198.83 |
| GRAEXP   | 1  | 0.0607    | 10.289 | -198.69 |
| PASTAN   | 1  | 0.0835    | 10.311 | -198.47 |
| ACSTAN   | 1  | 0.106     | 10.334 | -198.25 |
| PAIS     | 2  | 0.3438    | 10.572 | -197.95 |
| SOLVEN   | 1  | 0.1536    | 10.382 | -197.78 |
| URAAT    | 1  | 0.159     | 10.387 | -197.73 |
| ORGCAP   | 1  | 0.2537    | 10.482 | -196.82 |
| VTAAT    | 1  | 0.345     | 10.573 | -195.94 |
| PTSTAN   | 1  | 0.5181    | 10.746 | -194.3  |
| none>    |    |           | 10.228 | -197.29 |

Step: AIC=-199.28

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC  |
|----------|----|-----------|-------|------|
| VARAM1   | 1  | 0.009     | 10.24 | -201 |
| MTBOOK   | 1  | 0.037     | 10.27 | -201 |
| BETA     | 1  | 0.038     | 10.27 | -201 |
| UAIIAAT  | 1  | 0.041     | 10.27 | -201 |
| KWAACT   | 1  | 0.047     | 10.28 | -201 |
| GRAEXP   | 1  | 0.06      | 10.29 | -201 |
| PASTAN   | 1  | 0.084     | 10.31 | -200 |
| ACSTAN   | 1  | 0.107     | 10.34 | -200 |
| PAIS     | 2  | 0.365     | 10.59 | -200 |
| URAAT    | 1  | 0.16      | 10.39 | -200 |
| SOLVEN   | 1  | 0.182     | 10.41 | -200 |
| ORGCAP   | 1  | 0.253     | 10.48 | -199 |
| VTAAT    | 1  | 0.344     | 10.57 | -198 |
| PTSTAN   | 1  | 0.518     | 10.75 | -196 |
| none>    |    |           | 10.23 | -199 |

**Anexo 19. Selección del modelo, método *Backward*- variable INDHE. Continuación.**

**Step: AIC=-201.19**

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| UAIIAAT  | 1  | 0.0406    | 10.278 | -202.79 |
| BETA     | 1  | 0.0434    | 10.281 | -202.76 |
| KWAACT   | 1  | 0.0444    | 10.282 | -202.75 |
| MTBOOK   | 1  | 0.0468    | 10.285 | -202.73 |
| GRAEXP   | 1  | 0.0581    | 10.296 | -202.62 |
| PASTAN   | 1  | 0.0914    | 10.329 | -202.29 |
| ACSTAN   | 1  | 0.1175    | 10.355 | -202.04 |
| PAIS     | 2  | 0.3599    | 10.598 | -201.7  |
| URAAT    | 1  | 0.1596    | 10.398 | -201.63 |
| SOLVEN   | 1  | 0.1896    | 10.428 | -201.34 |
| ORGCAP   | 1  | 0.2635    | 10.502 | -200.62 |
| VTAAAT   | 1  | 0.3456    | 10.584 | -199.84 |
| PTSTAN   | 1  | 0.5308    | 10.769 | -198.09 |
| none>    |    |           | 10.238 | -201.19 |

**Step: AIC=-202.79**

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC  |
|----------|----|-----------|-------|------|
| MTBOOK   | 1  | 0.017     | 10.3  | -205 |
| KWAACT   | 1  | 0.04      | 10.32 | -204 |
| BETA     | 1  | 0.045     | 10.32 | -204 |
| GRAEXP   | 1  | 0.051     | 10.33 | -204 |
| PASTAN   | 1  | 0.077     | 10.36 | -204 |
| ACSTAN   | 1  | 0.111     | 10.39 | -204 |
| URAAT    | 1  | 0.127     | 10.41 | -204 |
| PAIS     | 2  | 0.336     | 10.61 | -204 |
| SOLVEN   | 1  | 0.199     | 10.48 | -203 |
| ORGCAP   | 1  | 0.299     | 10.58 | -202 |
| VTAAAT   | 1  | 0.376     | 10.65 | -201 |
| PTSTAN   | 1  | 0.539     | 10.82 | -200 |
| none>    |    |           | 10.28 | -203 |

**Step: AIC=-204.62**

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| KWAACT   | 1  | 0.0362    | 10.332 | -206.27 |
| BETA     | 1  | 0.0461    | 10.342 | -206.17 |
| PASTAN   | 1  | 0.0613    | 10.357 | -206.02 |
| GRAEXP   | 1  | 0.0682    | 10.364 | -205.96 |
| ACSTAN   | 1  | 0.0966    | 10.392 | -205.68 |
| URAAT    | 1  | 0.129     | 10.425 | -205.37 |
| PAIS     | 2  | 0.3672    | 10.663 | -205.08 |
| SOLVEN   | 1  | 0.1897    | 10.485 | -204.78 |
| ORGCAP   | 1  | 0.2856    | 10.581 | -203.86 |
| VTAAAT   | 1  | 0.3684    | 10.664 | -203.07 |
| PTSTAN   | 1  | 0.5473    | 10.843 | -201.39 |
| none>    |    |           | 10.296 | -204.62 |

**Step: AIC=-206.27**

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC  |
|----------|----|-----------|-------|------|
| GRAEXP   | 1  | 0.06      | 10.39 | -208 |
| PASTAN   | 1  | 0.07      | 10.4  | -208 |
| BETA     | 1  | 0.074     | 10.41 | -208 |
| ACSTAN   | 1  | 0.101     | 10.43 | -207 |
| URAAT    | 1  | 0.162     | 10.49 | -207 |
| PAIS     | 2  | 0.429     | 10.76 | -206 |
| SOLVEN   | 1  | 0.222     | 10.55 | -206 |
| ORGCAP   | 1  | 0.275     | 10.61 | -206 |
| VTAAAT   | 1  | 0.387     | 10.72 | -205 |
| PTSTAN   | 1  | 0.627     | 10.96 | -202 |
| none>    |    |           | 10.33 | -206 |

**Step: AIC=-207.68**

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| BETA     | 1  | 0.0635    | 10.456 | -209.07 |
| PASTAN   | 1  | 0.1067    | 10.499 | -208.65 |
| ACSTAN   | 1  | 0.1158    | 10.508 | -208.56 |
| URAAT    | 1  | 0.1536    | 10.546 | -208.2  |
| PAIS     | 2  | 0.3932    | 10.785 | -207.93 |
| SOLVEN   | 1  | 0.245     | 10.637 | -207.33 |
| ORGCAP   | 1  | 0.2496    | 10.642 | -207.28 |
| VTAAAT   | 1  | 0.3524    | 10.745 | -206.31 |
| PTSTAN   | 1  | 0.5693    | 10.961 | -204.29 |
| none>    |    |           | 10.392 | -207.68 |

**Step: AIC=-209.07**

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC  |
|----------|----|-----------|-------|------|
| PASTAN   | 1  | 0.096     | 10.55 | -210 |
| ACSTAN   | 1  | 0.104     | 10.56 | -210 |
| URAAT    | 1  | 0.138     | 10.59 | -210 |
| PAIS     | 2  | 0.393     | 10.85 | -209 |
| SOLVEN   | 1  | 0.23      | 10.69 | -209 |
| ORGCAP   | 1  | 0.304     | 10.76 | -208 |
| VTAAAT   | 1  | 0.312     | 10.77 | -208 |
| PTSTAN   | 1  | 0.515     | 10.97 | -206 |
| none>    |    |           | 10.46 | -209 |

# Anexo 19. Selección del modelo, método *Backward*- variable INDHE. Continuación.

Step: AIC=-210.14

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| ACSTAN   | 1  | 0.0083    | 10.56  | -212.06 |
| URAAT    | 1  | 0.1354    | 10.687 | -210.85 |
| SOLVEN   | 1  | 0.1399    | 10.692 | -210.81 |
| PAIS     | 2  | 0.4388    | 10.991 | -210.02 |
| ORGCAP   | 1  | 0.2636    | 10.816 | -209.65 |
| VTAAT    | 1  | 0.3291    | 10.881 | -209.04 |
| PTSTAN   | 1  | 0.4217    | 10.974 | -208.18 |
| none>    |    |           | 10.552 | -210.14 |

Step: AIC=-212.06

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC  |
|----------|----|-----------|-------|------|
| URAAT    | 1  | 0.13      | 10.69 | -213 |
| SOLVEN   | 1  | 0.153     | 10.71 | -213 |
| PAIS     | 2  | 0.434     | 11    | -212 |
| ORGCAP   | 1  | 0.266     | 10.83 | -212 |
| VTAAT    | 1  | 0.35      | 10.91 | -211 |
| PTSTAN   | 1  | 0.981     | 11.54 | -205 |
| none>    |    |           | 10.56 | -212 |

Step: AIC=-212.83

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS    | AIC     |
|----------|----|-----------|--------|---------|
| SOLVEN   | 1  | 0.0929    | 10.783 | -213.95 |
| ORGCAP   | 1  | 0.2428    | 10.933 | -212.56 |
| VTAAT    | 1  | 0.2595    | 10.949 | -212.41 |
| PAIS     | 2  | 0.7585    | 11.448 | -209.91 |
| PTSTAN   | 1  | 0.8763    | 11.566 | -206.87 |
| none>    |    |           | 10.69  | -212.83 |

Step: AIC=-213.95

| Variable | Df | Sum Of Sq | RSS   | AIC  |
|----------|----|-----------|-------|------|
| ORGCAP   | 1  | 0.245     | 11.03 | -214 |
| VTAAT    | 1  | 0.268     | 11.05 | -213 |
| PAIS     | 2  | 0.689     | 11.47 | -212 |
| PTSTAN   | 1  | 0.785     | 11.57 | -209 |
| none>    |    |           | 10.78 | -214 |

anova(select\_model)

Analysis of Variance Table

Response: INDHE

| Variable  | Df | Sum Sq | Mean Sq | F value | Pr(>F) |
|-----------|----|--------|---------|---------|--------|
| PAIS      | 2  | 0.69   | 0.345   | 3.0394  | 0.1 .  |
| ORGCAP    | 1  | 0.2967 | 0.2967  | 2.6139  | 0.1    |
| PTSTAN    | 1  | 0.7395 | 0.7395  | 6.5152  | 0 *    |
| VTAAT     | 1  | 0.2679 | 0.2679  | 2.3603  | 0.1    |
| Residuals | 95 | 10.783 | 0.1135  |         |        |

Signif. codes: 0 '\*\*\*' 0.001 '\*\*' 0.01 '\*' 0.05 '.' 0.1 ' ' 1

## Anexo 20.Comprobación de supuesto para los modelos seleccionados

| Modelo | Homocedasticidad   |               | Autocorrelación    |               | Normalidad        |               |
|--------|--------------------|---------------|--------------------|---------------|-------------------|---------------|
|        | Breusch-Pagan test | Ho*           | Durbin-Watson test | Ho**          | Shapiro-Wilk Test | Ho***         |
| INDIS  | 0.16               | No se rechaza | 0.76               | No se rechaza | 0.11              | No se rechaza |
| INEMP  | 0.40               | No se rechaza | 0.61               | No se rechaza | 0.12              | No se rechaza |
| INMA   | 0.05               | Se rechaza    | 0.53               | No se rechaza | 0.00              | Se rechaza    |
| INCOM  | 0.05               | Se rechaza    | 0.41               | No se rechaza | 0.20              | No se rechaza |
| INDHE  | 0.39               | No se rechaza | 0.44               | No se rechaza | 0.06              | No se rechaza |
| INCYP  | 0.10               | No se rechaza | 0.87               | No se rechaza | 0.00              | Se rechaza    |

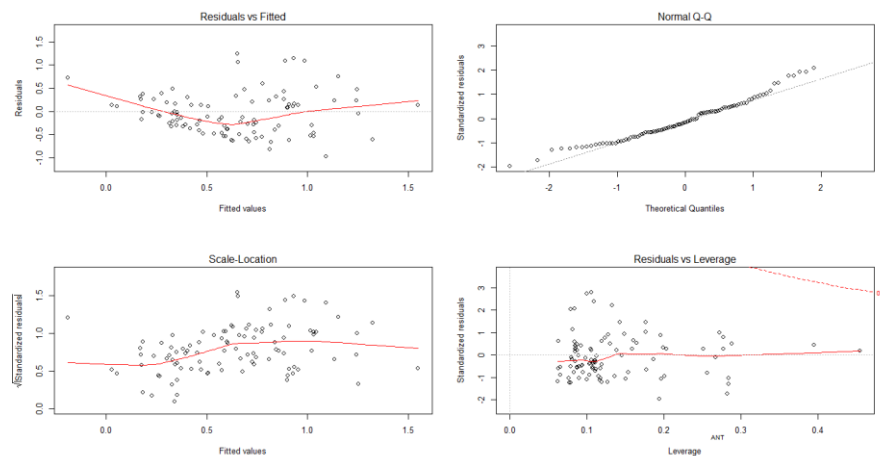
\* La hipótesis nula planteada es: existe homocedasticidad

\*\* La hipótesis nula planteada es: no existe autocorrelación

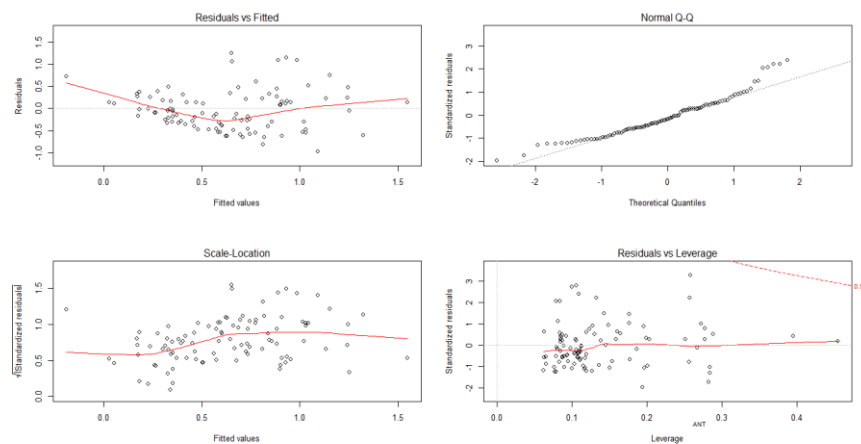
\*\*\* La hipótesis nula planteada es: existe normalidad

## Anexo 21. Pruebas gráficas de los supuestos de los modelos de regresión

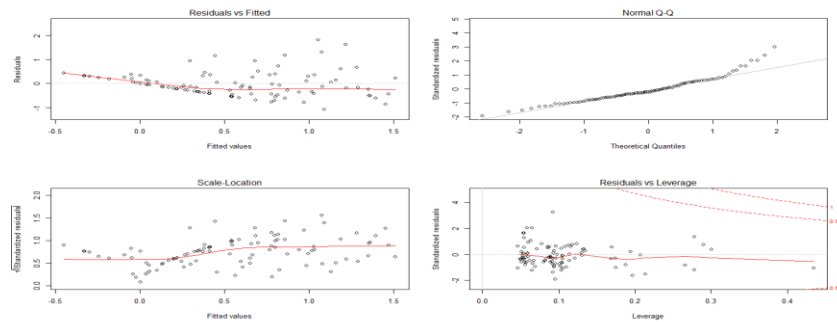
### Validación supuestos del modelo para INDIS



### Validación supuestos del modelo para INEMP

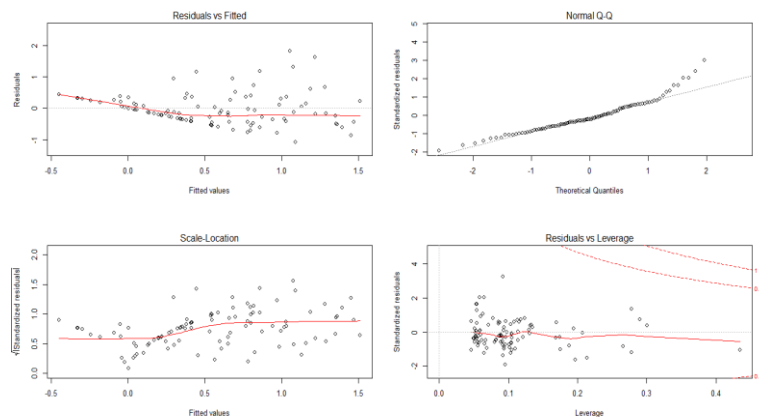


### Validación supuestos del modelo para INMA

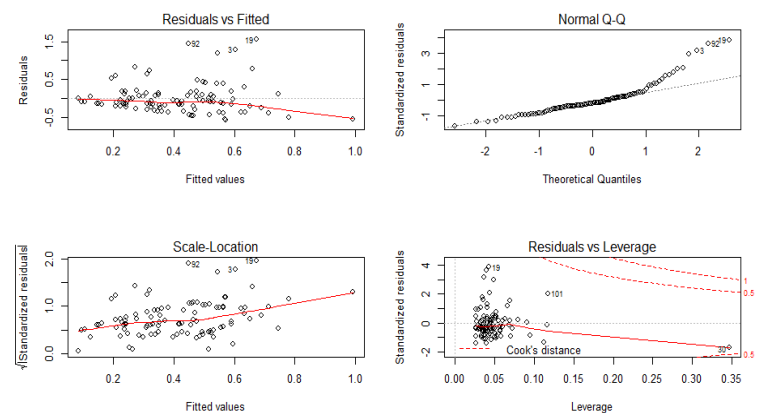


## Anexo 21. Pruebas gráficas de los supuestos de los modelos de regresión (continuación)

### *Validación supuestos del modelo para INCOM*



### *Validación de Supuestos del Modelo INCYP*



### *Validación supuestos del modelo para INDHE*

