



UNIVERSIDAD DEL BÍO-BÍO



**Trabajo de grado para optar al grado de Magíster en Gestión de Empresas:**  
**“Divulgación de información sobre Responsabilidad Social  
Empresarial en sitios webs de empresas cotizadas en bolsas del  
Mercado Integrado Latinoamericano”**

Autor: Ivo Gabriel González Gómez

Profesor Guía: Dr. Fernando Andrés Morales Parada

**Concepción, 28 de marzo de 2023**

## Índice

<b>1. Introducción</b> .....	4
<b>1.2. Planteamiento del Problema</b> .....	6
<b>1.3. Objetivos</b> .....	8
<b>1.3.1. Objetivo General</b> .....	8
<b>1.3.2. Objetivos Específicos</b> .....	8
<b>1.4. Justificación de la investigación</b> .....	8
<b>2. Marco Teórico</b> .....	10
<b>2.1. Transparencia</b> .....	10
<b>2.2. Información financiera y no financiera</b> .....	11
<b>2.3. Divulgación de información a través de sitios webs</b> .....	12
<b>2.4. Teorías tras la divulgación de información</b> .....	14
<b>2.5. Responsabilidad Social Empresarial</b> .....	15
<b>2.6. Mercado Integrado Latinoamericano y sus principales índices bursátiles</b> .....	16
<b>2.6.1. S&amp;P IPSA CHILE</b> .....	17
<b>2.6.2. MSCI COLCAP</b> .....	17
<b>2.6.3. S&amp;P/BVL Perú General</b> .....	17
<b>2.6.4. S&amp;P/BMV IPC</b> .....	18
<b>3. Revisión de la literatura</b> .....	18
<b>4. Planteamiento de Hipótesis</b> .....	22
<b>4.1. Tamaño del directorio</b> .....	22
<b>4.2. Participación femenina en el directorio</b> .....	22
<b>4.3. Rentabilidad</b> .....	23
<b>4.4. Sector Económico</b> .....	23
<b>4.5. Nivel de Corrupción</b> .....	24
<b>5. Metodología de la investigación</b> .....	25
<b>6. Resultados</b> .....	26
<b>6.1. Estadística descriptiva del índice de divulgación sobre RSE por dimensión, país y empresas listadas en los principales índices bursátiles del MILA.</b> .....	27
<b>6.3. Estadística descriptiva del nivel de revelación total y por dimensión</b> .....	29
<b>6.3. Descripción del nivel revelación sobre RSE por sector económico</b> .....	31
<b>6.4. Análisis de factores determinantes en la divulgación de información sobre RSE</b> .....	32
<b>6.4.1 Correlación entre índice de divulgación total y factores determinantes</b> .....	32

<b>6.4.2. Regresiones Lineales Simples y Contraste de Hipótesis.....</b>	<b>33</b>
<b>7. Conclusiones.....</b>	<b>43</b>
<b>8. Referencias .....</b>	<b>46</b>
<b>9. Anexos.....</b>	<b>52</b>

## 1. Introducción

En la actualidad, el contexto mundial se ha caracterizado según analistas e instituciones internacionales por enfrentar una serie de crisis, destacando entre ellas la crisis climática, de salud, de empleo, social, educativa, alimenticia, energética, y del costo de la vida, lo que ha expuesto en distintas magnitudes a numerosos países, incluyendo aquellos ubicados en América Latina y el Caribe (CEPAL, 2022). El entorno altamente globalizado en el que se desempeñan las organizaciones hoy en día, ha generado diferentes retos para las empresas, dentro de los más destacables en la actualidad según Alba y Beltrán (2018) son las crecientes y profundas crisis sociales y ambientales que la humanidad está enfrentando, además de los diversos sucesos asociados a escándalos financieros que han impulsado una pérdida importante en el nivel de confianza y de credibilidad hacia las empresas, y es aquí, donde las compañías asumen un rol fundamental, teniendo en cuenta que han tenido que adoptar nuevas formas de gestión, figurando entre ellas la Responsabilidad Social Corporativa, que a su vez ha generado cambios en la forma de revelar información, ya que, parte de direccionar una empresa socialmente responsable conlleva un aumento en la divulgación de información relacionada al desempeño que las entidades alcanzan con la sociedad y también en el ámbito medioambiental.

La preocupación por temas sociales y ambientales proviene desde hace ya varios años, Lozano (1999) planteaba que las empresas no tenían un poder netamente centrado en lo económico, sino más bien, se logra reconocer que las entidades son capaces de influir en distintas dimensiones de la sociedad, como lo es la cultura, las relaciones interpersonales, la política, el medio ambiente, entre otros. Por tanto, Herrera y Mahecha (2018) afirman que la transparencia corporativa tiende a ser protagonista al momento de defender el sistema político democrático y a los sistemas económicos, identificando que las empresas pueden tener influencia sobre distintos actores sociales. Es por ello que, a raíz de la implementación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) o Corporativa (RSC) las firmas han tenido que incorporar a su estrategia corporativa la creación de valor hacia los distintos grupos de interés que se vean relacionados o involucrados con el accionar de una organización, y no tan sólo a los accionistas, y esto bajo un criterio de sostenibilidad global. (Canyelles, 2011)

Estos nuevos grupos de interés aparecen a partir de un cambio de valores en la sociedad, la cual ha experimentado una creciente concientización por asuntos sociales y medioambientales. En este contexto los consumidores, accionistas y distintos stakeholders comienzan a exigir o al menos esperan que las empresas asuman un mayor grado de responsabilidad frente a sus acciones<sup>1</sup>, considerando la serie de desafíos presentes en el entorno, los cuales no son nuevos, al menos así lo reconoce la CEPAL (2022), organismo que hace hincapié en mencionar que el contexto actual envuelto en un panorama lleno de cambios estructurales en materia climática y globalización sólo han venido a profundizar problemas arrastrados desde el pasado en la región Latinoamericana, entre ellos, la desigualdad, informalidad laboral, brecha digital, desigualdad de género, entre otros. A raíz de lo anterior las partes interesadas desde los inversionistas hasta organizaciones ambientales y sociales, aumentan su necesidad informativa, demandando que las empresas sepan y muestren cómo se encuentran gestionando sus impactos en el ámbito medioambiental y social, así lo indican Ingrid Koch y Teresa Fogelberg en el *The Sustainability Yearbook 2019*. Esta última idea se puede ver reflejada en el planteamiento de Iturrioz et al. (2019) quienes afirman que los inversionistas, cada vez en mayor medida, incluyen en sus decisiones de inversión criterios éticos en materia social y medioambiental, lo que implica para las firmas implantar buenas prácticas y revelar información sobre estas.

Ante la creciente demanda de información, han ido apareciendo nuevas regulaciones de reportes, obligatorios y voluntarios, guías metodológicas, y herramientas para que las compañías puedan enfrentar este complejo escenario en materia de transparencia de aspectos no financieros, y así utilizando estos marcos orientadores puedan reportar sobre temas ambientales, sociales y de gobernanza (ASG)

---

<sup>1</sup> Extraído de: <https://www.expoknews.com/crece-la-demanda-de-informes-de-sostenibilidad/>

(Bloomberg, 2019). Además señala que, desde el 1992 se experimenta un aumento de requisitos obligatorios y voluntarios para reportar sobre temas de sostenibilidad, en ese entonces en la Cumbre de Río se llamó a que las empresas midieran su impacto social y ambiental, y luego en la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible celebrada en Johannesburgo en 2002 se impulsó el desarrollo del Global Reporting Initiative reconocido como el estándar más completo y más utilizado globalmente para presentar reportes de sostenibilidad. Es así como distintas organizaciones han trabajado en este ámbito de la transparencia corporativa, incluyendo las apariciones de los Índices de Sostenibilidad incorporados por las bolsas de valores, y la intervención de distintos organismos como Pacto Mundial, Organización de la Naciones Unidas con sus Objetivos de Desarrollo Sostenible, Transparency International, los Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE y del G20, entre otros.

Según lo descrito, los desafíos en temas ambientales y sociales han despertado un alto grado de interés en la sociedad por acceder a información que les permita tomar conocimiento del desempeño y las prácticas que las empresas están impulsando en este ámbito, pero sin perder de vista también lo económico. Actualmente son los reportes de sostenibilidad, las memorias anuales, entre otros documentos corporativos los que han facilitado la interacción entre las organizaciones y stakeholders, pero el auge de las Tecnologías de Información y Comunicación, de igual forma han irrumpido en la transparencia corporativa, ya que, no tan sólo el comercio electrónico ha tenido un rol importante en el mundo empresarial más digitalizado, sino que también la divulgación de información, ya que, las entidades utilizan el internet para poner a disposición de manera digital la información corporativa, considerando que, a través de este medio de comunicación se facilita la exposición de distintos contenidos, en diversos formatos, se flexibiliza la frecuencia de actualización de información, entre otras ventajas que permiten mantener estos contenidos al alcance de todos por un tiempo prolongado, indiferente a la ubicación en la que se sitúe el individuo o institución interesada en acceder a información y a la vez reduciendo los costos de imprimir una gran cantidad de ediciones (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas [AECA], 2002).

El presente estudio tiene como finalidad analizar el nivel de divulgación de información sobre Responsabilidad Social Empresarial en los sitios webs corporativos, y establecer una relación entre una serie de variables independientes y el nivel obtenido, cuyo objeto es reconocer si estos factores son determinantes o influyentes al momento de revelar una mayor cantidad de información. Investigaciones de estas características se han ido replicando en diversas ocasiones a lo largo del tiempo, no obstante, uno de los elementos diferenciadores es la muestra que se someterá a estudio, definida por 84 empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano (MILA), S&P IPSA Chile, MSCI COLCAP de Colombia, S&P/BVL Perú General e S&P/BMC IPC de México, dejando fuera a aquellas entidades financieras, de seguros y del sector bancario. El documento está dividido en distintas secciones, iniciando por los antecedentes previos que sustentan la investigación, marco teórico, revisión de literatura, aspectos metodológicos, resultados, finalizando con la discusión y conclusiones de los valores obtenidos.

## **1.2. Planteamiento del Problema**

A partir del aumento en la demanda de información y transparencia hacia las empresas, la divulgación de información ha asumido un importante rol en el funcionamiento de los mercados de capitales (Briano y Rodríguez, 2013; Tagesson et al., 2009), reconociendo que los accionistas o inversionistas a través de la transparencia corporativa han alcanzado un mayor entendimiento sobre la gestión empresarial, y en segunda instancia esta apertura de las entidades a revelar un mayor volumen también ha permitido reducir las asimetrías de información, lo cual ha representado una oportunidad para generar confianza en los mercados financieros. Es por lo anterior que autores como Salido et al. (2018) han afirmado que actualmente el concepto de empresa hace referencia a un ente más abierto y transparente, que con la aparición de nuevos grupos de interés han tenido que destinar recursos para abordar temas que van más allá de lo económico-financiero.

Considerando la irrupción de nuevos grupos de interés en el entorno de las compañías, los estados financieros han dejado de ser suficiente fuente de información, impulsando la revelación de aspectos no financieros con el fin de responder a las múltiples necesidades informativas de los stakeholders, así lo plantean también Hernández-Pajares y García (2021), quienes afirman que este crecimiento en la divulgación de aspectos enfocados en el negocio ha creado un espacio para que los distintos stakeholders influyan en el desempeño social y medioambiental de las empresas, lo que se reconoce como una nueva forma de crear valor. Con el paso del tiempo la transparencia de información financiera y no financiera ha crecido de manera sostenida (Cortesi y Vena, 2019), dando paso a nuevos informes como memorias o informes de sostenibilidad e informes de gobierno corporativo.

No obstante, no tan sólo las apariciones de nuevos informes han marcado la historia de la transparencia corporativa, sino también, el auge de las tecnologías de información y comunicación, que han sido la base para el desarrollo de una sociedad en red, permitiendo que la humanidad pueda interactuar entre sí sin importar la distancia territorial, estableciendo comunicación de manera instantánea (Morales et al, 2017). Las empresas, han incorporado el uso de las TIC por su sigla en inglés para adaptar el comercio electrónico y también para poner a disposición de los grupos de interés de manera digital la información corporativa, que según la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas [AECA] (2002), la digitalización facilita la exposición de distintos contenidos, diversificando los formatos, se flexibiliza la actualización de contenidos en términos de frecuencia, se puede mantener el contenido por un periodo de tiempo prolongado y se reduce los costos de imprimir una gran cantidad de ediciones de los distintos informes.

Tomando como principal insumo los antecedentes ya presentados, se puede comenzar a plantear el principal problema de investigación, el cual proviene de este aumento en las necesidades informativas, que ha impulsado la aparición de informes financieros y no financieros, sin embargo, estos documentos pueden estar sujetos a una estructura o regulaciones, por lo tanto, las empresas pueden tender a divulgar un mismo nivel de información, pero acorde a su o sus actividades económicas o giros. Pero, con la aparición del internet y su exponencial crecimiento en términos de uso para la divulgación de información, resulta ser una actividad importante el estudiar los contenidos revelados en los sitios webs corporativos considerando que las compañías pueden transparentar lo que estimen necesario en la nube. Anteriormente se mencionó que la información de tipo financiera por sí sola ya no responde de manera suficiente a la demanda de información de los stakeholders, por tanto, otro aspecto en el cual se debe profundizar, es aquella de carácter no financiera, cuya revelación ha ido creciendo en el tiempo, donde han ido apareciendo distintas guías y herramientas para que las empresas estandaricen su forma de transparentar información de este tipo, sin embargo, estas orientaciones están enfocadas en informes o documentos en general, pero no hacen énfasis en la transparencia vía web.

La demanda de información no financiera, proviene entre varios aspectos por distintos escándalos o sucesos empresariales que han dejado de manifiesto el mal accionar de quienes dirigen las entidades, a raíz de esto la sociedad ha puesto mayor énfasis en el comportamiento ético de las compañías. Mateos-Espejel et al. (2020) plantean que debido a estos sucesos la comunicación responsable, basada en valores y pautas de actuación representan un pilar fundamental en los nuevos modelos de gestión que han adoptado las empresas, los cuales buscan alcanzar un equilibrio en su desempeño económico, social y ambiental, ya que, los malos comportamientos han atentado no sólo de manera financiera, sino que, también contra el medio ambiente, la comunidad y los propios trabajadores, por tanto, con estas nuevas formas de gestión las compañías buscan lograr un mejor desempeño y legitimarse frente a la sociedad.

Una de las formas de gestión para responder a los grupos de interés insertos en el entorno empresarial, ha sido la Responsabilidad Social Empresarial, que considera a la firma como un ente social que tiene a los stakeholders como principal objetivo de la estrategia corporativa. La RSE ha ido adquiriendo con los años una mayor importancia, debido al nivel de sensibilidad que han alcanzado los grupos de interés en relación a temas como la salud de los empleados, el cambio climático, la interacción con las comunidades, las buenas prácticas de gobierno corporativo, la preocupación por el bienestar del consumidor, entre otras (Duarte, 2015), añadiendo además la participación de importantes organismos internacionales como la ONU, OECD y el OIT en la protección de la sociedad, medio ambiente y derechos humanos. Por tanto, se puede inferir que la RSE es la capacidad que tienen las empresas para dar respuesta a los diferentes grupos con los que se relaciona, donde a partir de la rentabilidad del negocio se puedan satisfacer las necesidades de los propios trabajadores, de la sociedad, y también alcanzar el cuidado y preservación del entorno que rodea a una empresa. Esta forma de gestión según AECA (2004), es un compromiso totalmente voluntario que asumen las compañías frente al desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente.

Con todos los antecedentes plasmados, el problema de investigación se sintetiza en que las actuales crisis que se enfrentan a nivel mundial, entre ellas climáticas, de salud, igualdad de género, temas laborales, y otras igual de relevantes que las mencionadas, han generado cambios en la sociedad, y uno de ellos es una creciente conciencia por temas medioambientales y sociales. Bajo este contexto las personas se encuentran más susceptibles a los sucesos que puedan atentar en su entorno, y uno de los entes que más interacción tiene con la sociedad es la empresa. Las compañías dependiendo del sector económico tienen un mayor o menor impacto en el entorno, y a partir de ello, quienes conforman dicho entorno empresarial, es decir, todos los grupos de interés, comienzan a demandar respuestas e información a las entidades en cuanto a su desempeño y buenas prácticas en el ámbito medioambiental y social. A raíz de todo lo mencionado, las empresas han incorporado nuevas formas de gestión, dentro de ellas la RSE, la cual ha generado una relación más cercana entre las firmas y la sociedad, y también ha potenciado la divulgación de información, con el fin de poner a disposición de los stakeholders la información necesaria para comunicar sobre sus buenas prácticas y desempeño sobre temas relacionados a los desafíos que se enfrentan en la actualidad. Lo anterior complementado con el crecimiento que ha tenido la divulgación sobre sostenibilidad, y las tecnologías de información y comunicación, se genera el interés por conocer ¿Qué están divulgando las empresas en sus sitios webs en el ámbito de la RSE?, ¿Cuál es el nivel de revelación que están teniendo las empresas vía página web?, ¿Qué factores internos de las empresas son determinantes al momento de tomar la decisión de divulgar mayor información sobre las dimensiones de la RSE?

Por último, destacar que las empresas cotizadas en bolsa, son pioneras en cuanto al volumen de información transparentada, debido a las regulaciones existentes, por tanto, se encuentran a la vanguardia de las nuevas normas o exigencias por parte de los grupos de interés, es por ello que se delimita el presente estudio a una muestra compuesta por las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano.

### 1.3. Objetivos

#### 1.3.1. Objetivo General

Analizar el nivel de divulgación de información en los sitios webs de las empresas cotizadas en los cuatro principales índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano con respecto a las tres dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial; y la relación existente entre los factores que determinan el nivel de divulgación y el índice construido.

#### 1.3.2. Objetivos Específicos

OE1: Realizar un análisis sistemático de la literatura de la base de datos Web Of Science acerca de la divulgación de información sobre RSE.

OE2: Construir un índice que permita medir el nivel de divulgación de información en sitios webs referente a la Responsabilidad Social Empresarial.

OE3: Analizar las características de la información divulgada sobre la RSE comparativamente entre las empresas que componen los principales índices bursátiles del MILA, a partir de los resultados obtenidos.

OE 4: Analizar si los factores incluidos influyen en el nivel de divulgación sobre RSE por parte de las empresas que componen los principales índices bursátiles del MILA

### 1.4. Justificación de la investigación

Existe una cantidad importante de estudios relacionados o similares a la presente investigación en términos de objetivos y metodologías utilizadas, no obstante, estos se van diferenciando unos de otros según el ámbito en el que se quiera analizar la divulgación de información, es decir, algunos autores se centran solamente en analizar la información financiera, otros se enfocan en temas ambientales y/o sociales, algunos estudian las tres dimensiones en su conjunto, también se extrapolan al sector público, y así un sinnúmero de áreas al cual se puede aplicar una investigación de esta índole. Otros elementos diferenciadores que se pueden visualizar son las muestras utilizadas, el instrumento aplicado para recolectar datos, ya que, para un mismo tipo de estudio se pueden utilizar distintos instrumentos, lo que puede influir en la obtención de resultados poco relacionados en una misma muestra, también existen distinciones según el o los elementos que se quieran analizar, ya sea, informes, reportes y/o páginas webs corporativas. Por tanto, al tener diversos elementos que puedan representar una diferenciación, permite que especialistas del área puedan realizar aportes desde su estudio, llegando a nuevas conclusiones o dejando abierta la opción de profundizar más aún una línea investigativa que va en crecimiento.

En primera instancia el presente estudio está enfocado en una muestra compuesta por empresas cotizadas en bolsas de valores, incluyendo sólo aquellas cotizadas en los principales índices bursátiles de los países que componen el Mercado Integrado Latinoamericano, es decir, S&P IPSA Chile, COLCAP de Colombia, S&P/ BVL Perú General, y S&P/ BMV IPC de México, una vez reconocida la muestra, no se han logrado encontrar estudios que contemplen estos cuatro países en conjunto y que se evalúe la información sobre responsabilidad social empresarial, si se han realizado estudios sobre la revelación de RSE por país y el Mercado Integrado Latinoamericano, pero que han contemplado sólo un tema en específico de la RSE, o un sector en específico, por ende, este estudio, permite aportar con una visión más aproximada o cercana sobre los niveles de transparencia que se está teniendo sobre aspectos económicos, sociales y medioambientales a nivel del MILA, lo que a su vez permite realizar un análisis más amplio en esta materia, abordando la situación actual como mercados integrados, por país y por sector, completando un vacío existente en la literatura que no ha considerado estudiar la rendición de cuentas sobre las dimensiones de la RSE en su amplitud, aplicado a la muestra descrita.

Se debe tener en cuenta que al considerar los sitios webs corporativos como principal elemento de estudio para evaluar la rendición de cuentas sobre RSE, se enfrenta un tema no menos importante que es la frecuencia con la que se actualizan los contenidos y que no se pueden volver a visualizar aquellos elementos eliminados de la página, por tanto, desde ese punto de vista la investigación aportará a la literatura dando la posibilidad de realizar análisis comparativos longitudinales con otros estudios aplicados en América Latina

y/o entre empresas, sectores o países que componen la muestra, dando mayor profundidad a los estudios llevados a cabo en esta línea de investigación. Como complemento de lo anterior, es relevante mencionar que con el tiempo han ido apareciendo nuevos estándares y normativas que comienzan a exigir a las empresas divulgar sobre información de carácter no financiera como incluir aspectos de sustentabilidad en reportes, destacando en ese ámbito la Norma de Carácter General 461 en Chile, por lo tanto, aplicar un estudio de estas características en el año 2022 permite conocer la evolución con respecto a los resultados antes obtenidos, teniendo como principal objetivo analizar el nivel de divulgación, y también abre la opción de tomar estos resultados como referencia para futuros estudios.

La trascendencia de esta investigación para la sociedad se centra en entregar conocimiento empírico sobre la realidad de cada país asociado al Mercado Integrado Latinoamericano en cuanto al nivel de desarrollo de empresas socialmente responsables, considerando que la revelación de información es una forma importante de reportar sobre el accionar y el desempeño de las empresas. A raíz de ello, se podrá concluir que país de la muestra lidera en materia de transparencia corporativa sobre RSE vía páginas webs, permitiendo a grupos de interés como por ejemplo las pequeñas y medianas empresas tomar como referentes a aquellas compañías que revelan más sobre el área en cuestión, con el fin de implantar prácticas socialmente responsables en su estrategia corporativa.

## 2. Marco Teórico

### 2.1. Transparencia

Schnackenberg y Tomlinson (2016) afirman que el mundo científico a lo largo del tiempo ha brindado diversas definiciones al concepto de transparencia, sin embargo, no han logrado converger en una única definición, más bien, destacan el alto grado de especificidad donde ésta se define según el área de estudio, alcanzando reconocer en su investigación distintas conceptualizaciones adaptadas al área de los sistemas de información, comportamiento organizacional, finanzas, marketing y psicología.

González et al., (2020) señalan a partir de un análisis sistemático de la literatura que la transparencia surge como una forma de rendir cuenta por parte de los gobiernos, pero que se ha extrapolado a la gestión empresarial, ya que el crecimiento económico, la apertura hacia mercados internacionales, entre otros sucesos han generado diversas problemáticas y una de ellas es la falta de transparencia de las empresas privadas. Por tanto, para evitar actos corruptos, fraudes, soborno y mal uso de activos, la transparencia ha tomado un rol importante dentro del sector privado para establecer relaciones de confianza con los stakeholders. Schnackenberg y Tomlinson (2016) refuerzan lo anterior señalando que a partir de los casos Enron en 2001, WorldCom en 2002, Lehman Brothers en 2008 y Madoff Investment Securities en 2009 los investigadores han demostrado un mayor interés por estudiar la transparencia organizacional.

Transparency International, señala que una de las formas de combatir la corrupción es adoptando la transparencia, la cual define como saber quién, por qué, qué, cómo y cuánto, es decir, poner a disposición de los diferentes grupos de interés información sobre políticas, planes, procesos y acciones que realiza una entidad. Además, agregan que la transparencia no tan sólo consiste en que la información esté disponible, sino que, debe garantizar que los distintos stakeholders puedan acceder, comprender y hacer uso de esta sin mayores complejidades. Por tanto, hasta aquí sobre el concepto en revisión se puede concluir que ha servido como mecanismo de control por parte de los grupos de interés para que quienes tienen el poder de tomar decisiones, actúen de manera ética buscando el bien común, reduciendo a través de la rendición de cuentas las instancias que les permitan accionar conforme a sus propios intereses para obtener beneficios a partir del abuso de poder.

Es aquí donde aparece el concepto de divulgación de información, el cual según Piechoski (2004) es considerada como una forma de gestionar las necesidades informativas de las partes interesadas, incorporando acciones sociales, valores éticos, y ambientales para la toma de decisiones y hacer más rentable el negocio. Baraibar-Diez y Luna (2017) complementan mencionando que el origen de la transparencia es la divulgación de información como medio para aminorar las asimetrías de información entre empresas y grupos de interés para así disminuir los costos transaccionales asociados y mejorar la eficiencia.

En relación a la transparencia en el ámbito empresarial Herrera y Mahecha (2018) mencionan que ésta en el sector privado tiene dos propósitos, en primer lugar, se encuentra ligada a producción de bienes y servicios respondiendo a la demanda de los consumidores apuntando a un óptimo funcionamiento de los mercados, fomentando la competencia y la eficiencia. Y, en segundo lugar, indican que la transparencia busca que los propietarios reciban las utilidades que tienen derecho. No obstante, los autores mencionan que existe un tercer propósito fundamental de la transparencia, y, apoyándose en la afirmación de Lozano (1999), señalan que las empresas productivas ejercen un poder sobre los distintos actores sociales, lo que quiere decir que las firmas no solamente tienen una relevancia económica dentro de la sociedad, sino que también pueden impactar en aspectos culturales, en la interrelación de las comunidades, en el régimen político, en la evolución de la ciencia y tecnología, y también en el medio ambiente.

Lo anterior viene a complementar lo expuesto en un principio donde se citó a Salido et al. (2018) quienes afirman que, en los tiempos actuales, el concepto de empresa hace referencia a un ente más abierto y transparente por lo que se le exige con el paso del tiempo una mayor cantidad de información, la cual debe

ser de calidad y fiable. Esto teniendo en consideración que las organizaciones son sistemas complejos donde existen diversos conflictos de interés, y no solamente en lo interno, también hay distintos agentes externos que demandan distintas respuestas acordes a sus propias necesidades.

Pero, las entidades no tan sólo buscan responder a las necesidades de las partes interesadas e intentan adoptar la transparencia como método para disminuir los actos de corrupción, también hay un interés en obtener una mejor reputación, donde Baraibar-Diez y Luna (2017) quienes estudiaron el efecto de la transparencia en la eficacia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) mencionan que las empresas reconocen el interés de ejecutar acciones sociales más allá de las actividades económicas y el cumplimiento de aspectos legales con la intención de obtener reputación. Agregan que la justificación teórica para adoptar la RSE como forma de gestión, además de la reconocida teoría de los Stakeholders, también se puede realizar desde un enfoque normativo asociado a la teoría de la legitimidad o desde un enfoque positivo.

Como se logra apreciar, la transparencia corporativa no tan sólo contempla informaciones económicas de las empresas, también incluye factores de carácter no financiero asociados a la gestión y forma de actuar de una entidad, por ende, resulta fundamental para este estudio profundizar teóricamente en la información de carácter financiera y no financiera la cual permitirá establecer una base para comenzar a trabajar en el logro de los objetivos de esta investigación

## **2.2. Información financiera y no financiera**

La información financiera se puede definir como el conjunto de datos que se presentan de manera sistematizada, que es medida y expresada en términos monetarios, los cuales describen la situación financiera, exponen los resultados operacionales y flujos de efectivo de una compañía. (Morales et al., 2022) Lo anterior se puede complementar con lo expuesto por Guajardo y Andrade (2008) quienes afirman que el objetivo de la información de tipo financiera es generar y comunicar información útil y oportuna para la toma de decisiones. Sever-Mališ y Dumančić (2022) por su parte mencionan que los estados financieros que preparan las empresas tienden a ser diferentes según su tamaño, destacando además que el contenido de los informes financieros depende directamente del conjunto de normas que la compañía adopte y de los requisitos legales vigentes, donde aparece como normativa principal las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF), debido a que las grandes empresas a menudo operan internacionalmente, por ende, con la adopción de las NIIF se logra estandarizar la presentación de los reportes.

Sin embargo, Rivera-Arrubla et al. (2016) señalan que la globalización, las crisis económicas, los casos de corrupción y la evolución que ha tenido el mundo de los negocios, los cuales se encuentran insertos en un entorno cada vez más complejo, han impulsado que en las últimas décadas la divulgación centrada en información netamente de carácter financiera sea cuestionada. Otros autores también se han manifestado sobre la divulgación únicamente de tipo financiera, añadiendo que las empresas han reconocido que no es suficiente ya que el mercado es cada vez más dinámico y surgen nuevas demandas sociales (Correa et al., 2018), y, con el paso del tiempo se ha hecho muy importante complementarla con información de carácter no financiero, como aspectos sociales y medioambientales (Salido et al., 2018), por lo tanto, la información financiera ha pasado a ser insuficiente para los grupos de interés, ya que existe una pérdida de confianza importante hacia las empresas (Sánchez et al., 2019).

Por consiguiente, la información de tipo no financiera se puede entender según Financial Accounting Standard Board (FASB, 2001, p. 5) como *“aquella que no está reflejada en los estados financieros tradicionales (Balance y Cuenta de Pérdidas y Ganancias), pudiendo comprender: información revelada con carácter obligatorio (informe de auditoría; hechos relevantes) e información de carácter voluntario (comentario de directivos)”*. Cortesi y Vena (2019) exponen que durante la última década la transparencia de aspectos financieros y principalmente los no financieros ya sean regulados o voluntarios han experimentado un aumento notable, a diferencia de Healy y Palepu (2001) quienes señalaban en dicho periodo que no existía una gran profundización en la literatura sobre la divulgación voluntaria, por ende, todo se centraba en los ahorrantes, dejando de lado aquellas partes interesadas distintas a los inversores.

Alonso et al. (2016) afirman que la información de carácter no financiera ha alcanzado un mayor grado de visibilidad debido a que las firmas no tan sólo dan cuenta de la generación de recursos financieros, sino que también demuestran ser conscientes de la relevancia que tiene el revelar la forma en que se generan los recursos, informar de aquellos recursos naturales requeridos para la actividad productiva y del impacto directo e indirecto que esta tiene en la sociedad en la que está inserta. Por su lado García et al. (2019) mencionan que la complejidad con que se desarrolla la actividad económica, el impacto de estas y la globalización de los mercados ha generado expectativas y reacciones por parte de la sociedad, provocando un notable aumento de información que incorpora factores medioambientales, sociales y éticos de la gestión, creciendo a lo largo del tiempo el número de empresas que publican este tipo de información ya sea a través de informes de sostenibilidad, de gobierno corporativo, de RSE, informes integrados u otros. Hernández-Pajares y García-Biel (2021) relacionan esta mayor revelación de aspectos del negocio como una nueva forma de crear valor.

Escamilla et al. (2016) se pronuncian comentando que el comienzo del nuevo milenio realza la importancia de considerar dentro de la actividad empresarial un desarrollo hacia la sostenibilidad, destacando el rol que han tenido instituciones internacionales como la Organización de Naciones Unidas (ONU), Organización para la Cooperación y Desarrollo Económico (OCDE), Organización Internacional del Trabajo (OIT) en lo que se refiere a la protección de la sociedad, medio ambiente y los derechos humanos. Desde la mirada de la RSE se debe tener un amplio conocimiento de cuáles son las demandas de la sociedad y adoptar procesos operativos que aporten al desarrollo sostenible. Los mismos autores señalan que para la divulgación de información sobre aspectos de sostenibilidad y RSE los principales marcos referenciales para la transparencia son Global Reporting Initiative (GRI), los criterios ASG, los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) de la ONU y la literatura científica publicada durante los años de estudio de esta área.

A partir de lo revisado, todo se sintetiza en que a medida que avanza el tiempo, han ido ocurriendo múltiples eventos que han despertado distintas necesidades en la sociedad, lo cual va más allá de los temas económicos y financieros, es decir que los distintos grupos de interés se encuentran a la vanguardia de cómo las empresas se insertan en un entorno cada vez más complejo y exigente, donde se demandan aspectos sociales y medioambientales. Pero lo relevante no tan sólo recae en lo que los stakeholders demandan, sino que también resulta fundamental estudiar los medios que utilizan las firmas para conectar con los grupos de interés, y dar respuesta a sus exigencias informativas.

### **2.3. Divulgación de información a través de sitios webs**

La Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) en su código de buenas prácticas de información financiera en internet menciona que las tecnologías de Información y Comunicación (TIC's) han influido de manera decisiva en la sociedad, y en conjunto con los distintos avances tecnológicos relacionados al procesamiento y transmisión de información le han dado nacimiento a la llamada "sociedad de la información" (AECA, 2001). Lo anterior se le atribuye a la digitalización de la información y al uso de internet como principal canal de comunicación.

La irrupción de las tecnologías de información provienen de hace bastantes años, lo que se ve reflejado en Ezat y El-Masry (2008) quienes en ese periodo ya hablaban de un crecimiento acumulado en el tiempo de este tipo de tecnologías, las cuales habrían generado una revolución que permitía encontrar nuevos caminos para descubrir herramientas que ayudarían en distintos aspectos de la vida, y en el ámbito empresarial las compañías comenzaban a beneficiarse del uso global de internet para transmitir información útil a sus grupos de interés.

En línea con lo expuesto anteriormente Outtes et al. (2008) mencionan que desde los años noventa, los medios de internet han ganado terreno sobre los medios tradicionales como periódicos, televisión y radio, cuya principal diferencia radica en menores costos, información más rápida, disponible las 24 horas durante los siete días de la semana y quienes navegan por la web pueden seleccionar la información que quieren

ver, además realzan el hecho de que la información puede mantenerse disponible en la web lo que permite que al usuario acceder con la frecuencia que desee. Continuando en materia de beneficios del uso de la web como medio para la divulgación AECA (2001) hace referencia a un mayor alcance, un incremento en el volumen de información emitida, un crecimiento en la interactividad y mejoras en el formato, pero a su vez también detectan ciertas limitaciones importantes como un acceso real limitado, ciertos problemas de verificación y fiabilidad por falta de mecanismos de control, y la responsabilidad por la información financiera difundida.

En el ámbito de las organizaciones empresariales una de las formas en las que se ha materializado la revolución tecnológica ha sido a través de la adopción de las páginas webs corporativas para incorporar el comercio electrónico y para la presentación de información financiera digital (Morales et al., 2017), por su parte Alalí y Romero (2012) mencionan que las firmas están utilizando sus recursos para presentar información en línea como una especie de ventana, es decir, utilizar la web corporativa para mostrar los productos que se ofertan o para que los mismos proveedores interactúen con los usuarios. Complementando lo anterior Rozario et al. (2022) destacan un gran aumento en las últimas décadas en el uso de internet para divulgar información a las distintas partes interesadas, lo cual se reconoce como una realidad global teniendo en cuenta que empresas de todas partes del mundo utilizan este medio y que los grupos de interés demandan una mayor cantidad y diversidad de información, a raíz de ello es que a través de las plataformas digitales se difunde información de diferentes temas organizacionales, donde se pueden encontrar revelaciones sobre gobiernos corporativos, estrategias para redes sociales, desempeño financiero y preocupaciones ambientales. Lo recién expuesto va muy de la mano con Herrera y Mahecha (2018), quienes concluyeron de su estudio que la transparencia debe apuntar a garantizar que las entidades respondan a los intereses moralmente legítimos de aquellos stakeholders que se ven afectados por el actuar de una organización.

Entonces, a raíz de diversos sucesos empresariales ocurridos en las últimas décadas, se ha generado un creciente y sostenido interés por parte de la sociedad de estar informada sobre el comportamiento ético de las compañías. Es aquí donde la comunicación de una conducta altamente responsable, basada en valores y pautas de actuación representa un pilar fundamental de los nuevos modelos de gestión que desean alcanzar un equilibrio entre las dimensiones económica, social y ambiental, con la finalidad de mejorar el propio desempeño de la empresa y legitimarse frente a la sociedad (Mateos et al., 2020). Los autores agregan además que lo anterior sólo se verá reforzado logrando establecer vínculos con los stakeholders, para así cubrir sus intereses y lograr que estos se involucren y participen de manera activa junto con las organizaciones. Por ende, una de las formas de lograr este vínculo es adoptando una gestión basada en la Responsabilidad Social Empresarial, que según De la Cuesta González (2004) se debe entender que la empresa es un ente social donde los grupos de interés se convierten en el principal objetivo de la estrategia corporativa, añadiendo que no se concibe empresa sin entorno; y a su vez rindiendo cuentas de la gestión a través de la web corporativa considerando que estas son un canal que utilizan las firmas para presentarse como socialmente responsables (Outtes et al., 2008).

En la línea con la RSE, Sung-Bum y Dae-Young (2017) destacan que la comunicación de la RSE es fundamental para generar confianza entre las partes, y apoyándose en otros autores describen que entre más conocimientos tengan los consumidores sobre las estrategias de responsabilidad social de la empresa, se logrará reducirá el grado de escepticismo con respecto a las actividades de RSE que lleva a la práctica la compañía.

Por lo tanto, el uso de las páginas webs corporativas se ha convertido en el principal canal de comunicación para las empresas, lo cual ha facilitado eliminar las barreras comunicacionales en términos geográficos, disminuir costos, actualizar información de manera constante, entre otros. Esto ha permitido que los grupos de interés puedan acceder a la información que requieren de una organización en el minuto que estimen conveniente, y por el lado de las compañías, divulgan información seleccionada de manera unilateral, la cual puede ser verídica o no, por ende, lo que reporten puede ser una forma de legitimarse ante la sociedad.

## 2.4. Teorías tras la divulgación de información

En el marco de la divulgación de información, ya sea de carácter financiera, económica, social o de sostenibilidad, se ha recurrido a diversas teorías que sustentan porqué las empresas toman la decisión de revelar voluntariamente ciertos aspectos del negocio que no están contemplados en las normativas que exigen transparentar cierta información específica de forma obligatoria. Algunos estudios demuestran que las teorías que son ampliamente utilizadas para explicar el fenómeno de la divulgación de información en el entorno empresarial para lograr mayor aceptación de la sociedad son la teoría de la legitimidad y la teoría de las partes interesadas. (Maldonado-García et al., 2012; Tubay y De León, 2020; Morales et al., 2017; Herrera y Mahecha, 2018; Baraibar-Diez y Luna, 2017)

Herz (2018) señala que existe una relación entre las empresas y la sociedad la cual es incuestionable, generándose entre ambos un contrato social, que simplemente consiste en que la sociedad espera recibir bienes y servicios que valora y la empresa busca recibir a cambio un beneficio económico, social y político. Además, agrega que el no cumplimiento de este contrato generará escenarios adversos como un costo de capital elevado, caída en el precio de las acciones, aumento en las regulaciones y penalidades por parte del Estado, entre otras, y para que ello no suceda las organizaciones buscarán legitimarse. (Cao et al., 2015)

La legitimidad Suchman (1995, p.574) la define como una percepción generalizada de que las acciones de una entidad son apropiadas dentro de algún sistema social compuesto por un conjunto de normas, valores y creencias. Por tanto, Burlea y Popa (2013), conceptualizan a partir de otros autores la teoría de la legitimidad como un mecanismo que apoya a las organizaciones para implementar y desarrollar declaraciones sociales y ambientales para el cumplimiento del contrato social antes mencionado, lo que permitirá la supervivencia en un entorno dinámico, ya que, al momento de que la organización no respete los valores morales del entorno, la sociedad penalizará el actuar de la compañía poniendo en peligro la existencia de ésta. En resumen, las organizaciones deben justificar su existencia por medio de acciones económicas y socialmente legítimas que no expongan a la sociedad ni el medio ambiente, y una de las formas para demostrar el cumplimiento de un comportamiento acorde al entorno, es a través de la divulgación de información social y medioambiental.

Wilmshurst y Frost (2000) aceptan el argumento principal de la teoría de la legitimidad en torno a la existencia de factores externos que influyen en la gestión empresarial para legitimar las actividades empresariales, reconociendo que el principal factor incidente en la decisión de divulgar información ambiental y social es el aumento de la conciencia y preocupación de la comunidad por estos temas, por ende, señalan que si los miembros de una comunidad están más interesados en el impacto ambiental que pueda tener una compañía, es probable que se le exija a la alta gerencia rendir cuentas y explicar las actividades de la firma que puedan afectar al entorno, para así garantizar un desempeño aceptable. Como se puede visualizar entonces para que una empresa pueda legitimarse ante la sociedad debe considerar a sus stakeholders y evaluar por un lado la influencia de estos en las actividades de la firma y por otro las necesidades que demandan, por tanto, la teoría de stakeholders o partes interesadas adquiere un rol importante en materia de divulgación.

La teoría de stakeholders fue planteada por Freeman (1984) como una propuesta para la dirección estratégica de las organizaciones a finales del siglo XX, esta teoría ha ido evolucionando con el tiempo, y las organizaciones la han ido adoptando como una forma de gestión (Wagner et al., 2011). Esta teoría parte como un mecanismo de gestión empresarial, la cual reconoce que existen individuos que tienen interés particular en la empresa, debido a que interactúan con ella de alguna forma, y, considera que las organizaciones están compuestas por un conjunto de actores a los que se les denomina stakeholders o grupos de interés, cuyo concepto se puede entender como cualquier grupo o individuo que pueda afectar o ser afectado por el logro de los objetivos de una empresa (Freeman, 1984), donde los más destacados son los accionistas, trabajadores, inversionistas, proveedores, clientes, administración y sociedad en general (Alpuche y Leines, 2017).

Gonzalez (2007) resume las razones del interés por la teoría de stakeholders en tres grandes puntos, primero que la teoría permite comprender la empresa de forma plural, es decir, que no es cosa de uno ni de dos, sino que debe ser entendida como un ente compuesto por múltiples agentes que intervienen en ella, y por ende, la hacen posible. En segundo lugar, la teoría permite comprender que entre los distintos stakeholders existen una serie de relaciones, que dan paso a expectativas recíprocas de comportamiento que van más allá de lo económico, las cuales tienden a ser de carácter legítima, por ende, se espera que debiesen ser satisfechas dentro del marco de las relaciones empresariales. Por último, mediante esta teoría se vislumbra la existencia de la responsabilidad social entendida desde el punto de vista ético.

Además, el autor antes mencionado plantea que esta teoría es de las más utilizadas para desarrollar la RSE o RSC (Reputación Social Corporativa), y para lograr gestionar esta responsabilidad se debe entender que esta se gestiona a partir del diálogo con sus stakeholders para lograr reconocer los intereses y valores universales y particulares de cada grupo. A partir del reconocimiento de intereses y valores se pueden diseñar estrategias para satisfacer estas necesidades, y en la medida que se logre dar respuestas a las expectativas de los grupos de interés se alcanzará un mayor grado de confiabilidad y legitimidad.

En resumen, en un mundo tan dinámico y complejo, han ido apareciendo nuevos factores sociales y medioambientales que han impactado en la sociedad, teniendo como principal protagonista a las empresas. A raíz de ello, las firmas están ejecutando acciones que les permitan recuperar la confianza por parte de las comunidades, y mantener en el tiempo un nivel de transparencia adecuado que les facilite mantener una comunicación fluida con las partes interesadas, mostrándose como entes socialmente responsables.

## **2.5. Responsabilidad Social Empresarial**

Desde la segunda mitad del siglo XX se ha venido trabajando el concepto de la responsabilidad social empresarial (RSE), desde entonces el campo de la literatura se ha ido ampliando, alcanzando una gran proliferación de teorías enfoques y terminologías, destacando como autor seminal Bowen (1953) con su libro Responsabilidades Sociales del Empresario (Garriga y Melé, 2004), en el que se explica que las responsabilidades de los empresarios van más allá de los beneficios económicos, más bien estos deben adquirir compromisos ligados a desarrollar el bienestar de la comunidad (Zanfrillo y Artola, 2021). Da Costa y Goicochea (2022), mencionan que a partir de mediados de los 70 cuando la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE) se pronunciara con lineamientos para la RSE, los autores han comenzado a realizar estudios desde distintas perspectivas y marcos explicativos, destacando lineamientos estratégicos de la RSE, gobierno corporativo, capital humano, desarrollo sostenible, social y medioambiental, entre otros.

El concepto de RSE en un principio se entendía como una filantropía, pero con el paso del tiempo se ha adaptado como una forma de hacer negocios, la cual considera efectos sociales, ambientales y económicos de la acción empresarial, integrando en el ejercicio valores éticos, personas, comunidades y medio ambiente (Correa et al., 2004). Con la visión moderna de la RSE ya no se consideran las acciones filantrópicas como la finalidad de las organizaciones, más bien, la principal preocupación se ha comenzado a instalar en los procesos productivos, donde una empresa es responsable con trabajadores, proveedores y cualquier otro interesado que participe o se vea afectado por la actividad empresarial (Cancino y Morales, 2008), por lo tanto, bajo el marco de la responsabilidad social empresarial se construyen relaciones de recíproco beneficio entre la sociedad y las compañías, no obstante, las entidades se sirven de estas relaciones para alcanzar un crecimiento y la sostenibilidad del negocio (Aguilera y Puerto 2012).

Dada la profundización importante en literatura, se pueden encontrar múltiples definiciones, para Carroll (1999) la naturaleza de la RSE se encuentra principalmente en la creencia de que la empresa moderna tiene responsabilidades con la sociedad que van más allá las obligaciones adquiridas hacia accionistas o inversionistas. Freeman (1984) define la RSC como las acciones que llevan a cabo las empresas en respuesta de las demandas o requerimientos de los grupos de interés. McWilliams y Siegel (2001) señalan que la RSE puede ser entendida como todas aquellas acciones que tienen como objetivo promover el bienestar social,

que va más allá de los intereses económicos de la empresa de lo que la ley exige. El World Business for Sustainable Development (WBCSD), define “La responsabilidad social empresarial como el compromiso que asume una empresa para contribuir al desarrollo económico sostenible por medio de colaboración con sus empleados, sus familias, la comunidad local y la sociedad en pleno, con el objeto de mejorar la calidad de vida”. Por último, De la Cuesta Gonzalez (2004) expone que se debe entender que la empresa es un ente social donde los grupos de interés se convierten en el principal objetivo de la estrategia corporativa, añadiendo que no se concibe empresa sin entorno.

Por su parte Correa et al. (2004) revisaron tres definiciones presentadas por distintos organismos, y sintetizaron en tres aspectos comunes, primero la relevancia social de una empresa bajo la idea que puede contribuir activamente en mejorar la calidad de vida de las personas y del ambiente. Segundo, las firmas gestionan efectos, es decir, aquellas que está comprometidas con su rol social deben asumir el espectro total de efectos que puede provocar su cadena de valor, desde proveedores hasta el consumidor. Y, tercero, comunicación con públicos interesados, las organizaciones deben vincularse activamente con la sociedad para conocer las expectativas y necesidades que tienen los grupos de interés con respecto a su actuar. Además, plantean siete temas claves que debe incluir la RSE, 1) Ética, valores y principios de los negocios; 2) Derechos humanos, trabajo y empleo; 3) Gobernabilidad corporativa; 4) Impactos sobre el medio ambiente; 5) Relaciones con proveedores; 6) Filantropía e inversión social; y 7) Transparencia y rendición de cuentas.

Continuando con aspectos esenciales de la RSE, Sanchez-Lopez y Godoy (2022) explican que con el desarrollo de la teoría de stakeholders la RSE alcanzó un nivel mayor de importancia al involucrar a todas las partes interesadas en el quehacer de las empresas, esto debido a que en un comienzo el principal y único grupo de interés para las firmas eran los accionistas, por tanto, la responsabilidad social empresarial pasaría a ser una actividad generadora de valor. En línea con el valor que oferta la adopción de esta forma de gestión, Branco y Rodríguez (2006) afirman que la implementación de actividades ligadas a la RSE tiene un impacto organizacional, el cual a partir de mantener acciones responsables con los stakeholders se podrán disminuir los costos de rotación de empleados y legitimarse frente a la comunidad. Porter y Kramer (2006) mencionan que la RSE puede representar una importante fuente generadora de ventajas competitivas a través de la gestión que se pueda realizar en materia de desafíos económicos, sociales y ambientales.

Por lo tanto, la RSE ha ido adquiriendo con los años una mayor importancia, debido al nivel de sensibilidad que han alcanzado los grupos de interés en relación con temas como la salud de los empleados, el cambio climático, la interacción con las comunidades, las buenas prácticas de gobierno corporativo, la preocupación por el bienestar del consumidor, entre otras (Duarte, 2015). Se puede inferir entonces que la RSE es la capacidad que tienen las empresas para dar respuesta a los diferentes grupos con los que se relaciona, donde a partir de la rentabilidad del negocio se puedan satisfacer las necesidades de los propios trabajadores, de la sociedad, y también alcanzar el cuidado y preservación del entorno que rodea a una empresa. Esta forma de gestión según AECA (2004), es un compromiso totalmente voluntario que asumen las compañías frente al desarrollo de la sociedad y la preservación del medio ambiente. Todo lo anterior se resumen en que la responsabilidad social empresarial es el conjunto de acciones por parte de las empresas cuya finalidad es lograr resultados económicos, sociales y medioambientales, satisfaciendo con esto las necesidades de los stakeholders.

## **2.6. Mercado Integrado Latinoamericano y sus principales índices bursátiles**

El Mercado Integrado Latinoamericano, o también conocido por sus siglas el MILA, resulta ser una integración de mercados bursátiles, que tiene como principal objetivo fomentar el desarrollo de los mercados de valores locales y así generar negocios de índole financiero entre los países que participan de esta integración. Según lo que informa la Comisión para el Mercado Financiero (CMF)<sup>2</sup> el año 2010 se

---

<sup>2</sup> MILA: Pilar de la integración financiera de la Alianza del Pacífico, recuperado de: [https://www.cmfchile.cl/portal/prensa/615/articles-23958\\_doc\\_pdf.pdf](https://www.cmfchile.cl/portal/prensa/615/articles-23958_doc_pdf.pdf)

firmó este acuerdo entre la Bolsa de Comercio de Santiago (Chile), Bolsa de Valores de Colombia y la Bolsa de Valores de Lima (Perú) realizándose la primera transacción de acciones el 30 de mayo de 2011 operando ya como un sistema integrado, luego la inclusión de la Bolsa Mexicana de Valores se data por el año 2014, y con el pasar del tiempo el MILA se ha posicionado como una zona de inversión relevante en la región.

Los objetivos de esta integración financiera giran en torno a 4 ejes, primero lograr un desarrollo de mercados fomentando la colaboración entre los países miembros con la finalidad de ir perfeccionando sus respectivos mercados, segundo homogenizar las normativas de los mercados de valores para impulsar el desarrollo de la actividad bursátil. En tercer lugar, alcanzar un nivel alto de integración de los mercados bursátiles que pertenecen a la Alianza del Pacífico, y, por último, en términos de transparencia alentar normas y procedimientos que aseguren la solvencia, idoneidad, legitimidad e información transparente a los inversionistas.

Dentro de las Bolsas de Valores que componen este mercado integrado, se han ido desarrollando una serie de índices bursátiles, dentro de ellos los principales son los que se mencionan a continuación:

- Bolsa de Comercio de Santiago, S&P IPSA CHILE
- Bolsa de Valores de Colombia, MSCI COLCAP
- Bolsa de Valores de Lima, S&P/BVL Perú General
- Bolsa de Valores de México, S&P/BMV Índice de Precios y Cotizaciones (S&P/BMV IPC)

### **2.6.1. S&P IPSA CHILE**

El S&P IPSA Chile, o también reconocido como el índice selectivo de acciones es considerado el índice bursátil que refleja de mejor forma la rentabilidad del mercado nacional, el cual a partir del 2018 redujo su composición de 40 a 30 acciones. Rankia (2022) informa que, si una empresa cotizada en la Bolsa de Santiago es parte de este índice, es sinónimo de seguridad, ya que ha pasado una serie de requisitos para poder integrarse, además estas compañías ofrecen un mayor nivel de liquidez al momento de entrar o salir de una determinada inversión. Además, agrega que, el S&P IPSA se calcula mediante el promedio ponderado de todas las transacciones de las acciones de las empresas listadas en este índice, teniendo como objetivo valorar las variaciones de precio experimentados por los títulos más líquidos del mercado.

### **2.6.2. MSCI COLCAP**

Este índice bursátil, era conocido solamente como COLCAP hasta que el año 2021, la Bolsa de Valores de Colombia decidió establecer una alianza con una empresa proveedora de índices reconocida como MSCI. Según la Bolsa de Valores de Colombia (BVC) este índice es la principal referencia del mercado accionario en Colombia, compuesto por los 20 emisores y 25 acciones más líquidas el mercado en función de la capitalización de mercado ajustada por flotación libre, cuya recomposición se realiza una vez al año.

### **2.6.3. S&P/BVL Perú General**

La Bolsa de Valores de Lima declara que este índice bursátil se ha diseñado para ser un reflejo amplio del rendimiento obtenido por la Bolsa de Valores de Lima, la cartera del S&P/BVL Perú General, ha estado compuesta por no menos de 29 acciones y no ha excedido los 41 valores, incluyendo títulos de los 5 sectores considerados por los distintos índices S&P/BVL, donde los que tienen mayor participación son el sector minero y financiero. Este referente bursátil se calcula a partir de la capitalización ajustada por libre flotación, y su recomposición se realiza en septiembre de cada año.

#### **2.6.4. S&P/BMV IPC**

El S&P/BMV Índice de Precios y Cotizaciones, según la Bolsa de Valores de México, es el principal indicador de mercado, el cual refleja el rendimiento obtenido por el mercado accionario del país, en función de las variaciones experimentadas por los precios de una muestra balanceada, ponderada y representativa del conjunto de Emisoras cotizadas en la Bolsa Mexicana de Valores, basado en las mejores prácticas internacionales. Este índice busca medir el desempeño que han tenido las acciones de mayor tamaño y liquidez de aquellas empresas cotizadas en la BMV, y, para encontrar los componentes del índice se realiza una ponderación por capitalización de mercado modificada, sujeto a requisitos de diversificación.

### **3. Revisión de la literatura**

Durante los últimos años las investigaciones sobre divulgación de información relacionada a la Responsabilidad Social Corporativa han tenido un aumento considerable, así también lo afirma Gutiérrez-Ponce et al. (2022) quienes bajo el mismo paradigma mencionan que existe un creciente énfasis en la Responsabilidad Social Corporativa en todo el mundo, donde las diferentes organizaciones están divulgando información detallada sobre aspectos económicos, sociales y medioambientales, esto se complementa a partir del análisis sistemático de la literatura realizado, donde se empleó el software VOSViewer a partir de la base de datos obtenida desde la Web Of Science (WOS) que sólo contempla artículos de revista.

Para establecer los criterios de búsqueda se tomaron aquellas palabras claves más repetidas en los artículos de libre acceso, teniendo como principal tópico “Corporate Disclosure Information” y como palabras claves “Corporate Transparency”, “Corporate Social Responsibility” y “Non-financial información”, al ingresarlas en el motor de búsqueda WOS, se obtuvieron 52 resultados. No obstante, con la finalidad de afinar la búsqueda, VOSViewer informó que las palabras claves más utilizadas eran “Performance”, “Corporate Disclosure Information”, “Disclosure”, “Transparency” e “Información” como las cinco más utilizadas (Ver Anexo 1), de la cual se excluyó “Performance” debido a que arroja estudios no relacionados al objetivo de esta investigación, y, también información debido a que ya estaba integrada en el tópico principal. Al adoptar estas palabras claves resultó un hallazgo de 320 artículos ligados a esta línea investigativa, por ende, el ajuste de palabras permitió incluir artículos que en primera instancia habían quedado fuera de los resultados y que resultan importantes de considerar como referencia. Cabe destacar que con esta nueva búsqueda se mantiene el posicionamiento en términos de importancia de las palabras claves. (Ver Anexo 2)

Según la información obtenida se destaca que los estudios ligados a la transparencia sobre RSE o RSC en cuanto a cantidad, impacto y factores determinantes para la divulgación se comenzó a tratar desde el año 2005, no obstante, el principal intervalo de tiempo en el que los distintos investigadores han profundizado sus estudios en esta área ha sido entre 2019 y 2022, representando un 73,13% del total de publicaciones encontradas (Ver Anexo 3), por ende, se logra visualizar que la transparencia corporativa ligada a aspectos no financieros ha sido un tema relevante a estudiar en los últimos cinco años, y esto se puede reforzar con la literatura revisada en el marco teórico donde a partir de diversos casos conocidos globalmente se comenzó a despertar una necesidad informativa sobre nuevos temas coyunturales y en línea generando la aparición de nuevos grupos de interés que se insertan en el entorno empresarial. En cuanto a información

geográfica se obtuvieron 22 países que desarrollan este tipo de investigaciones, donde la mayor cantidad de publicaciones provienen principalmente de Estados Unidos, España y China, manteniendo el mismo orden en lo que respecta a volumen de publicación y citación (Ver Anexo 4), lo cual deja de manifiesto que a nivel latinoamericano es escasa la literatura presente en revistas indexadas a WOS, por ende, resulta ser de gran aporte extrapolar los estudios que se han realizado en estos países líderes a la realidad latina. Otro aspecto importante, es que si existen autores de origen latinoamericano pero las revistas que predominan en esta área investigativa son de los países que lideran el ranking y que ya fueron mencionados, también hay presencia de investigadores de habla hispana pero que apuntan a revistas que publican documentos en inglés, cuyo origen es de Estados Unidos, España y China.

Continuando con datos bibliográficos, los resultados arrojaron que la revista que más citaciones ha tenido en estudios ligados a la transparencia corporativa sobre RSE es Journal Of Business Ethics con más de 1.000 citaciones, es decir, que dentro de los 320 artículos encontrados existe una razón de 3,2 referencias aproximadamente incluidas que provienen de esta revista, en el Anexo 5 se encontrará el listado completo. Por otro lado, se obtuvieron las publicaciones o artículos más citados, en el Anexo 6 se incluyen todos aquellos que tienen al menos 100 citas y se revisarán a continuación solamente los que tengan una estrecha relación con los objetivos de esta investigación, y que permitirán orientar el desarrollo del presente estudio.

Dentro de los estudios más citados se puede destacar lo realizado por Tagesson et al. (2009) quienes en primera instancia se refieren a que en dicho periodo existía un aumento importante de información y transparencia por parte de las empresas, y le otorgan relevancia además a la aparición del internet como un canal importante de comunicación. Por tanto, su investigación la centraron en explicar el alcance y contenido de la divulgación de información social y ambiental a través de los sitios webs corporativos de 267 empresas cotizadas en la Bolsa de Valores de Estocolmo (Suecia), donde establecieron una serie de determinantes o variables basadas en supuestos teóricos que pueden explicar el nivel de divulgación, obteniendo que el tamaño y la rentabilidad de una empresa tienen un poder explicativo muy importante, por otro lado, no lograron encontrar una correlación significativa con la variable concentración de propiedad, y por último, obtuvieron resultados que permitieron concluir que la relación difiere entre sectores industriales, identificando las manufactureras como aquellas que divulgan más información social.

Con el paso del tiempo se ha ampliado el número de estudios que han buscado caracterizar la divulgación de información sobre aspectos de la RSE, sostenibilidad, aspectos sociales y ambientales, dentro de ellos cabe mencionar a Frías-Aceituno et al. (2013) quienes analizan 568 empresas multinacionales no financieras de quince países entre los años 2008-2010 con la finalidad de evaluar la relación entre ciertas características de la Junta Directiva y la amplitud, coherencia y conectividad de integración de la información empresarial divulgada. Se aplica un análisis de contenido de los sitios webs, cuya variable independiente es el contenido informativo de los informes publicados, tomando valor 0 si sólo se emiten informes financieros, 1 si además incorpora informe de RSE y 2 si publica un reporte integrado, y al igual que Tagesson et al. (2009) se determinan variables de control que pueden incidir en la información empresarial divulgada, pero en este caso ligadas a aspectos de la junta directiva, donde los principales resultados indican que a mayor tamaño de la empresa se tienden a implementar prácticas de información más amplias, objetivas y comparables, pero además, concluyen que un mayor tamaño y diversidad (evaluando aspectos de nacionalidad y género) del directorio influye de manera positiva en la integración de la información corporativa a raíz de un mayor volumen de conocimientos y opiniones. Fuente et al. (2016) realizan una investigación de características muy similares en cuanto a aspectos del consejo administrativo, pero aplicada a 98 empresas no financieras cotizadas en la Bolsa de Madrid, cuyo nivel de divulgación sobre RSE se mide según su grado cumplimiento con la guía GRI, obteniendo principalmente que la transparencia empresarial sobre sostenibilidad está relacionada de manera positiva con la independencia y diversidad de los directores del consejo, y también con la existencia de un comité de RSE, de igual forma como ha sido la tendencia el tamaño de la empresa tiene un poder explicativo relevante, no así el tamaño del directorio o el sector al que pertenece la empresa cuyos resultados no son concluyentes. Frías-Aceituno et al (2014) vuelven a realizar una investigación similar en términos metodológicos, pero se centran en corroborar si las variables tamaño, rentabilidad, sector empresarial y concentración de

propiedad explican la incorporación del informe integrado por parte de las 2000 empresas internacionales más grandes, según la lista Forbes Global 2000.

No tan sólo al sector privado se han extendido los estudios más relevantes, en García-Sánchez et al. (2013) en la misma línea investigativa de las publicaciones citadas, buscan medir el nivel de divulgación de información sobre sostenibilidad de 102 municipios españoles a través de un índice, en el cual se evaluaron sólo documentos publicados por estos organismos y artículos. Entre los principales resultados se destaca que los municipios divulgan en porcentajes muy similares sobre información relacionada a estrategia, perfiles de los gobiernos, relaciones con los grupos de interés, entre otras, sin embargo, la información ambiental y social parece resultar de menos importancia para esta muestra de instituciones. También incorporaron variables independientes que pudieran explicar el alcance de la divulgación, y vuelve a resaltar la variable tamaño con una relación positiva con el nivel de transparencia sobre RSE.

Pero, a diferencia de los autores anteriores, hay especialistas que han ampliado este ámbito de estudio evaluando la incidencia que tiene el nivel de divulgación sobre una variable en particular, como Dhaliwal et al. (2012) quienes mencionan que en ese entonces existía poca disponibilidad de estudios que incorporaran información no financiera en sus análisis para los pronósticos del lado de ventas a diferencia de los que incluyen aspectos financieros, es por ello que, a raíz del crecimiento en la emisión de informes de RSC por parte de las firmas, los autores se plantearon examinar si la divulgación de información sobre Responsabilidad Social Empresarial aporta a mejorar la precisión de las proyecciones de beneficios de los analistas financieros, cuyos resultados revelan que existe una relación significativamente negativa entre los informes independientes de RSE y los errores de pronóstico de ganancia. Y en Dhaliwal et al. (2014) evalúan los efectos beneficiosos que se pueden obtener a partir de una mayor transparencia sobre temas asociados a la RSE sobre el costo del capital social, obteniendo como principal conclusión que las divulgaciones sociales están asociadas de forma negativa con el costo del capital social y que dicha relación es más fuerte en países que tienen una mayor orientación hacia las partes interesadas, por último agregan que esta relación negativa es aún más potente en países o empresas con mayor opacidad financiera. Odriozola y Baraibar-Diez (2017) por su parte se plantean como objetivo analizar la relación entre la calidad de la información sobre RSC y la reputación corporativa en una muestra de empresas cotizadas españolas en el Ibex35 entre los años 2006 y 2011, donde se concluyó que la calidad de los informes de sostenibilidad aumenta de manera considerable la probabilidad de asegurar una mejor reputación como organización. También en este tipo de investigaciones se destaca lo realizado por Li et al. (2018) quienes enfocaron su investigación en analizar si una mayor divulgación ESG (Environmental, Social y Governance) extraído de la plataforma Bloomberg impacta en el valor de las empresas públicas del Reino Unido, donde se obtuvo una relación positiva, y, además hallaron que esta relación es aún más positiva cuando el poder del CEO medido a partir de su remuneración es mayor.

No obstante, el presente estudio no se centra en explicar los beneficios ni el impacto que tiene la transparencia de RSE en otras variables, más bien se aproxima a una caracterización de la información que busca medir un nivel de divulgación y evaluar posibles factores que puedan ser determinantes para una mayor o menor revelación sobre Responsabilidad Social Empresarial. Bajo esa mirada, en los últimos años se han trabajado diversos artículos, además de los ya revisados (Tagesson et al., 2009; Frias-Aceituno et al., 2013;2014); García-Sánchez et al., (2013); Fuente et al., (2016)), los cuales han facilitado visualizar aspectos metodológicos para este tipo de estudios y que han sustentado investigaciones más recientes. De ahora en adelante se revisarán las metodologías utilizadas en la literatura relacionadas a la medición del nivel de divulgación, principales marcos referenciales para la recolección de datos y variables de interés reconocidas como factores determinantes en la divulgación de información, lo anterior se extraerá a partir de la base de datos obtenida del análisis de WOS de los últimos cinco años y complementada con la literatura consultada inicialmente en bases de datos de libre acceso como Google Academics debido a que una cantidad importante de los artículos publicados en la Web of Science tienen un enfoque de investigación diferente y no son de libre acceso. Además, se incluirán aquellas investigaciones que consideren divulgación sobre RSE, sustentabilidad, medio ambiente, social y/o de gobernanza, debido a que diversos autores tratan estas áreas como parte de la Responsabilidad Social Empresarial.

En lo que se refiere a la medición del nivel de divulgación en la literatura se ha encontrado principalmente que los autores han utilizado el análisis de contenido, construyendo uno o más índices que han permitido medir el nivel de divulgación (Baalouch et al., 2019; Adel et al., 2019; García-Sánchez et al., 2020; Tubay y De León, 2020; Morales et al., 2022; Pereira et al., 2021), según Joseph y Taplin (2011) existen dos metodologías para medir la transparencia de información, por un lado verificar la abundancia de la información la cual intenta medir la cantidad o volumen de repetición de una palabra o frase, y por otro lado se tiene el análisis de ocurrencia, la cual no busca captar cuantas veces se usó el término referencial, sino más bien sólo se busca determinar si se usó o no una frase o palabra relacionada al objetivo de estudio, esta última se conoce como índice de divulgación. Baalouch et al. (2019) aplica análisis de contenido manual para construir índice que mida la calidad de la divulgación ambiental de un total de 520 empresas que cotizaron en el índice bursátil SBF120 durante los años 2009-2014, donde especificaron utilizar una lista de verificación evaluando atributos de relevancia, neutralidad, claridad, comparabilidad y verificabilidad de la información, y con ello dar paso al cálculo de un índice no ponderado. Bajo el mismo objetivo de medir calidad de la información García-Sánchez et al. (2020) se centran en analizar la relevancia de la información de RSE a través de un índice que toma valores entre 0 y 100, en el cual evalúan comparabilidad y utilidad de la información reportada en estos informes por 956 empresas de distintos países. Tubay y De León (2020), que en su estudio buscaron medir el nivel de divulgación sobre sostenibilidad a través de los sitios webs de empresas mineras cotizadas en la bolsa de Filipinas, para ello, establecieron una lista de verificación con 30 ítems divididos en tres dimensiones, las cuales fueron medioambiental, social y económico. Algo muy similar fue aplicado por Morales et al. (2022) donde establecieron una lista de chequeo con un total de 25 variables distribuidas en cuatro dimensiones, diferenciándose del estudio anterior debido a que incorporan una dimensión general y sustituyen la dimensión económica por una de gobierno corporativo, cuya principal conclusión fue que la muestra compuesta por 107 empresas cotizadas en la bolsa chilena no tiene un alto grado de información a través de sus websites, sobre todo en aspectos medioambientales y temas laborales, más bien tienden a revelar con mayor frecuencia contenido sobre sus gobiernos corporativos.

Desde el punto de vista del marco referencial o instrumentos de recolección de datos utilizados para medir la divulgación de información Kaymak y Bektas (2017) realizan un estudio con objetivos similares a Frias-Aceituno et al. (2013;2014) y Fuente et al. (2016), pero se diferencia debido a que el instrumento utilizado para medir el nivel de divulgación sobre RSE es a partir de los datos de Transparency International que exhiben a las multinacionales más importantes en tres dimensiones diferentes, programa anticorrupción, transparencia organizacional y divulgación por país. Otros autores han centrado sus estudios basándose en los criterios ESG (Gutiérrez-Ponce et al., 2022; Li et al., 2022), también en los estándares GRI (Baalouch et al., 2019; Adel et al., 2019; Miklosik et al., 2021), informes de RSE (García-Sánchez et al., 2020), en otros casos se han construido instrumentos de recolección de datos basados en la literatura donde se proponen algunos ítems a evaluar (Tubay y De León, 2020).

Lodia (2010) plantea que las investigaciones sobre la comunicación de sostenibilidad basada en el análisis de las webs corporativas no solo deben enfocarse en el contenido, sino que sería relevante incorporar variables que permitan establecer comparaciones entre empresas y ver las diferencias entre sí. Estas variables también se han considerado como factores determinantes para la divulgación de información (Zanfrillo y Artola, 2021). Algunas de las variables que se han utilizado para establecer un análisis correlacional con el nivel de divulgación han sido tamaño, antigüedad de la empresa, rentabilidad y ubicación geográfica (Tubay y De León, 2020), también se ha considerado el sector industrial (Morales et al., 2022), naturaleza transnacional (Hernández-Pajares y García, 2021), alta participación femenina en el directorio (Morales y Sáez, 2022), estructura de propiedad e identidad de propiedad (Tagesson, 2009), tamaño de la junta, independencia de la junta y diversidad de género de la junta (Orazalín, 2019). Baalouch et al. (2019) incluye otros factores como poseer un comité ambiental, establecer una relación con el desempeño ambiental, grado de contaminación, además de las ya conocidas tamaño, rentabilidad y apalancamiento financiero que también fueron utilizadas por García-Sánchez et al. (2020), pero que además incorporan el gasto en I+D, pago de dividendos y dualidad del directorio como variables nuevas que no se han trabajado en otras investigaciones. Adel et al. (2019) en sus principales resultados informan que además

del tamaño de la firma, la presencia de un comité de RSE y la propiedad de los consejeros afectan positivamente la calidad de la información sobre RSE. Otra variable independiente que se ha relacionado con el nivel de divulgación es el precio de las acciones obteniendo una correlación positiva. Por último, una variable escasamente utilizada es el nivel de corrupción, Vargas et al, (2022) en primer lugar dejan de manifiesto que no han logrado encontrar el uso de esta variable en estudios pasados, y en segundo lugar mencionan que el nivel de corrupción de un país puede determinar la disposición de las empresas a divulgar mayor o menor información de carácter financiera, obteniendo una relación poco significativa para explicar el nivel de divulgación de información.

#### 4. Planteamiento de Hipótesis

El planteamiento de hipótesis se realiza a partir de las variables incorporadas en estudios anteriores y que son consideradas como determinantes al momento de divulgar una mayor o menor cantidad de información. Para efectos de obtener resultados comparativos con la literatura revisada se han dejado fuera del presente estudio variables que han sido probadas en reiteradas veces y que tienen una significancia importante, dentro de ellas, la más relevante es tamaño de la empresa medida por los activos totales de una empresa cuyos resultados en la mayoría de estudios revisados arrojó una relación significativamente positiva al relacionarla con el nivel de divulgación. Dicho lo anterior, las hipótesis a contrastar son las siguientes:

##### 4.1. Tamaño del directorio

Algunos estudios han incorporado esta variable bajo la idea de que una mayor cantidad de personas que conformen el directorio da paso a un conocimiento más amplio y diversidad en las opiniones (Frias-Aceituno et al., 2013), así también refuerza esta visión Orazalín (2019) quien menciona que lo más probable es que los directorios más grandes tengan un impacto positivo en la presentación de informes, debido a que hay una mayor diversidad de valores, conocimientos e ideas. Además, algunos autores presentados en el mismo artículo mencionan que con un mayor tamaño se negocian más informes financieros obligatorios y revelaciones voluntarias para satisfacer aquellas necesidades e intereses propios. En cuanto a resultados de incorporar esta variable, se han obtenido conclusiones contrarias, en Frias-Aceituno et al. (2013) obtuvieron una relación positiva entre el nivel de divulgación y el tamaño del directorio, sin embargo, en Fuente et al. (2016) y Orazalín (2019) los resultados dicen lo contrario, es decir, que el tamaño del directorio no influye en el nivel de revelación de información. A partir de estos antecedentes de resultados dispersos resulta atractivo evaluar la realidad latinoamericana en torno a la transparencia de aspectos de RSE, dando paso a la siguiente hipótesis:

- $H_{01}$ : El tamaño del directorio no influye en el nivel de divulgación sobre Responsabilidad Social Empresarial en los sitios webs de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano
- $H_{11}$ : El tamaño del directorio influye en el nivel de divulgación sobre Responsabilidad Social Empresarial en los sitios webs de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano.

##### 4.2. Participación femenina en el directorio

La participación femenina en el directorio se ha incorporado en este tipo de estudios bajo la misma premisa que el tamaño del directorio, indicando que una mayor participación femenina también viene a dar mayor diversidad en los puntos de vista, conocimientos, habilidades y características particulares. Cuadrado et al. (2015), realizaron una investigación relacionando una mayor cantidad de mujeres en el directorio con las prácticas de RSE en empresas de distintos países, llegando a la conclusión de que la mujer tiene una mayor

preocupación social y medioambiental, lo cual según Eagly (1987) se explica por la teoría del papel social, indicando que existe un estereotipo de mujer que se caracteriza por ser empáticas, cooperativas, democráticas, que se preocupan por los demás y toman en consideración las opiniones e ideas del resto, por ende, son más susceptibles a temas sociales y medioambientales.

En cuanto a resultados, En Morales y Saez (2022) se incluyó esta variable, dando un resultado negativo, es decir, la alta participación femenina no influye en la divulgación de información sobre capital humano en empresas cotizadas del MILA, sin embargo, en el estudio de Orazalín (2019) los resultados fueron lo contrario, dando como resultado que una alta participación femenina en el directorio es correlacionada al nivel de divulgación de información con respecto a la RSE en el sector bancario, mismo resultado arrojó la evaluación realizada por parte de Frías-Aceituno (2013) pero enfocada en establecer esta relación con el nivel de integración de la información corporativa. Dada la diversidad de resultados, resulta una variable importante de analizar en el presente estudio para profundizar la literatura y comparar resultados anteriores con la muestra incorporada en esta investigación.

- $H_{02}$ : Una mayor participación femenina en el directorio no influye en el nivel de divulgación sobre Responsabilidad Social Empresarial en los sitios webs de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano.
- $H_{12}$ : Una mayor participación femenina en el directorio influye en el nivel de divulgación sobre Responsabilidad Social Empresarial en los sitios webs de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano.

#### 4.3. Rentabilidad

Esta variable ha sido incorporada en diversos estudios, estableciendo la relación positiva de que una mayor rentabilidad supone un mayor nivel de divulgación de información, sin embargo, los resultados han sido bastante dispersos. Dentro del ámbito de la RSE resulta importante destacar lo mencionado por Belkaoui y Karpik (1989) quienes afirman que la gerencia de una empresa tiene el conocimiento necesario para hacer a una compañía más rentable, y a la vez comprende lo que es la responsabilidad social, por ende, lleva a que tomen la decisión de divulgar más información social y ambiental, por lo tanto, a raíz de este conocimiento hay una relación positiva entre la rentabilidad y el nivel de divulgación.

Dentro de los resultados obtenidos, Tagesson et al. (2009) concluyeron que una mayor rentabilidad tenía una significancia importante al relacionarlo con el nivel de divulgación ambiental y social, muy similar fue el resultado para Frías-Aceituno et al. (2014), donde se obtuvo una relación positiva, pero no tan determinante entre la rentabilidad y el desarrollo de informes integrados, que incorporan aspectos de sostenibilidad. Tubay y de Leon (2020) obtuvieron resultados diferentes, concluyendo a partir de un análisis correlacional que la rentabilidad no es significativa en el nivel de divulgación de sostenibilidad en páginas webs.

- $H_{03}$ : La Rentabilidad no influye en el nivel de divulgación sobre Responsabilidad Social Empresarial en los sitios webs de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano.
- $H_{13}$ : La Rentabilidad influye en el nivel de divulgación sobre Responsabilidad Social Empresarial en los sitios webs de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano.

#### 4.4. Sector Económico

El sector empresarial o económico, es una variable que se ha utilizado en diversas ocasiones para analizar la cantidad de información revelada por las empresas (Frías-Aceituno, 2014). La mirada que se le da al

sector económico en la transparencia corporativa es que, aquellas entidades que ejecutan procesos que involucran un impacto en el medio ambiente, divulgan y reportan un mayor nivel de información que las compañías de otras industrias (Adams et al., 1998). Otros autores como Chan y Welford (2005), mencionan que las empresas financieras no revelan una cantidad importante de información sobre temas sociales y ambientales, pero que aquellas pertenecientes al sector minero, refinera, y químicas lideran la revelación de información en estas dimensiones.

En cuanto a resultados obtenidos en la literatura revisada, Tagesson et al. (2009) llegaron a la conclusión de aquellas empresas que manufacturan materias primas divulgan mayor información ambiental, y las de bienes de consumo ponen mayor énfasis en la transparencia sobre ética. Frías-Aceituno et al. (2014) obtuvieron que el sector económico tiene un efecto positivo en la adopción del informe integrado, pero no estadísticamente significativo, por ende, el sector económico en este estudio no es un factor determinante al momento de incluir reportes integrados. En Morales et al. (2021) los resultados hacen referencia a que no existen diferencias significativas entre los sectores económicos respecto de las divulgaciones de aspectos relativos a las ODS según la medición de este estudio.

- $H_{04}$ : El sector económico no influye en el nivel de divulgación sobre Responsabilidad Social Empresarial en los sitios webs de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano.
- $H_{14}$ : El sector económico influye en el nivel de divulgación sobre Responsabilidad Social Empresarial en los sitios webs de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano.

#### 4.5. Nivel de Corrupción

El nivel de corrupción ha sido una variable que se encuentra excepcionalmente utilizada en otros estudios del área, el único encontrado ha sido el de Vargas et al. (2022), quien cita a su vez a Maldonado y Berthin (2004) y Vargas (2010), los cuales afirman que el nivel de corrupción puede ser un determinante que influya en mayor o menor medida en la divulgación de información de carácter financiero. Estos autores inician sus investigaciones bajo el paradigma de que existe una relación inversa, es decir, que a mayor nivel de corrupción en un país existe una menor predisposición a divulgar un mayor volumen de información financiera. En este caso, el nivel de corrupción no logró explicar el índice de divulgación, pero para efectos del presente estudio resulta relevante incluirla, bajo la mirada de que la mayor demanda de información de carácter no financiera y no obligatoria, surge a partir de diferentes sucesos que se han presenciado, donde los actos corruptos de quienes toman decisiones a nivel corporativo han generado un alto nivel de atención en los distintos grupos de interés.

- $H_{05}$ : El nivel de corrupción del país en el que cotiza la compañía no influye de manera inversa en el nivel de divulgación sobre Responsabilidad Social Empresarial en los sitios webs de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano.
- $H_{15}$ : El nivel de corrupción del país en el que cotiza la compañía influye de manera inversa en el nivel de divulgación sobre Responsabilidad Social Empresarial en los sitios webs de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano.

## 5. Metodología de la investigación

El objetivo del presente estudio consiste en analizar el nivel de divulgación sobre RSE ofrecida por las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles asociados a las bolsas de valores de los cuatro países que componen el Mercado Integrado Latinoamericano (MILA), es decir, S&P IPSA (Chile), MSCI COLCAP (Colombia), S&P/BVL Perú General (Perú) y S&P/BMV IPC (México) a través de los sitios webs corporativos, excluyendo documentos publicados como memorias anuales, reportes integrados, reportes de sostenibilidad, entre otros. Como se ha mencionado anteriormente, existe un bajo nivel de literatura aplicada a la realidad latinoamericana relacionada a la transparencia corporativa en temas de Responsabilidad Social Empresarial, lo cual se pudo verificar a partir de la revisión de literatura que contempla tanto lo revisado en la Web Of Science como también aquella literatura complementaria de libre acceso disponible en Google Academics, por dicha razón es que se selecciona la muestra ya descrita, por tanto, viene a ser un importante aporte a las investigaciones de la zona.

Al analizar las acciones que componen cada uno de los índices bursátiles, existe un total de 114 empresas, de las cuales 29 componen el S&P IPSA, 25 el MSCI COLCAP, 29 el S&P/BVL Perú General y 30 el S&P/BMV IPC. De este total, se han excluido aquellas asociadas al sector financiero y de seguros, que según la literatura revisada se han dejado fuera por significativas diferencias en la valoración del patrimonio, y estructuras societarias (Frías-Aceituno et al., 2014), también se han excluido debido a que tienen criterios y reglas específicas para operar que pueden afectar las variables de control o a su vez pueden existir regulaciones gubernamentales que afecten de manera importante la divulgación sobre RSE (Fuente et al., 2016), además de lo ya descrito, se han descartado debido a que sus procesos productivos tienden a impactar en menor medida a nivel medio ambiental (Morales et al., 2022) lo que puede generar importantes diferencias con las empresas que están insertas en procesos manufacturados que implican por ejemplo una mayor explotación de recursos naturales, impacto en el bienestar de la comunidad, entre otros.. Por otro lado, también hay casos específicos en que las acciones cotizadas corresponden a una misma entidad o grupo reconociéndolas por serie o por acción preferencial, por ende, sólo se evalúa una vez la página web de la empresa, también existe un único caso que el sitio web no está disponible y por último una situación en que una compañía es filial de un grupo y la revelación de información se realiza vía la página web de la sociedad controladora, por lo tanto, en ambas situaciones las compañías se eliminan de la muestra. Entregado los antecedentes, la muestra se reduce a 84 empresas, a continuación, se detalla su organización:

Tabla 1 Identificación de la muestra

ÍNDICE BURSÁTIL	PAIS	Nº DE EMPRESAS
S&P IPSA	CHILE	23
MSCI COLCAP	COLOMBIA	12
S&P/BVL Perú General	PERU	24
S&P/BMV IPC	MEXICO	25
	<b>TOTAL</b>	<b>84</b>

Fuente: Elaboración propia

La investigación es de tipo cuantitativa, en la que se utilizó un diseño de investigación no experimental, de corte transversal ya que sólo se analizarán las variables en un momento exacto del tiempo. Tiene un enfoque descriptivo teniendo en cuenta que se obtendrán resultados que sólo arrojarán información sobre el volumen o cantidad de divulgación sobre Responsabilidad Social Empresarial en sitios webs corporativos, que permitirá emitir ciertos juicios comparativos entre países, entre dimensiones de la RSE y sectores económicos. Y, por otro lado, se analizará la relación entre las variables independientes y el nivel de divulgación a través de regresiones lineales simples y múltiple con la finalidad de explicar si las variables incorporadas inciden en el nivel de divulgación de forma individual y conjunta, utilizando el software IBM SPSS.

Para recopilar la información de los sitios webs corporativos, se utilizará el instrumento aplicado por Tubay y De León (2020), el cual se basa en el modelo propuesto por Joseph et al. (2014). Este instrumento está compuesto por 3 dimensiones, es decir, ambiental, social y económica, las que a su vez incluyen 9, 10 y 11 ítems a evaluar respectivamente. La muestra de empresas se someterá a un análisis de contenido a través de una lista de chequeo (*checklist*) siguiendo las corrientes investigativas revisadas, evaluando de manera dicotómica los elementos en cuestión, es decir, se asignará el valor 0 en caso de no revelar información o en su defecto se le asignará el valor 1, tal como ya lo han aplicado Baalouch et al. (2019), García-Sánchez et al. (2020), Tubay y De León, (2020), Morales et al. (2021:2017), Morales y Jarne (2022), Adel et al. (2019), Pereira et al. (2021), Fuente et al. (2016), Frías-Aceituno et al. (2013) y Taggeson et al., (2009). Al llevar a cabo este procedimiento se obtendrá un número índice general de cumplimiento como lo han obtenido los autores ya mencionados, de carácter lineal no ponderado como lo ha especificado (Morales y Jarne, 2022) donde citan a Robbins y Austin, (1986), Chow y Wong-Boren, (1987) y Gandía, (2001) quienes afirman que utilizar uno u otro índice daría el mismo resultado en términos de validez estadística, o al menos significativamente similar que permitirá concluir con respecto al nivel de divulgación sobre RSE por parte de las empresas que componen la muestra del MILA, y a su vez se establecerán sub-índices que facilitarán conocer el nivel de revelación por dimensión, por índice bursátil o país, lo que abrirá una instancia para analizar la relación entre el mismo índice y cada dimensión evaluada, y por sector económico que también se puede observar por dimensión.

Como parte importante de la investigación se realizó en el inicio un análisis sistemático de la literatura utilizando como principal herramienta el software VOSViewer con la finalidad de sustentar la presente investigación en literatura seminal o de mayor relevancia en el tema, con artículos disponibles en la base de datos de la Web of Science, y a la vez actualizar la revisión literaria con artículos más recientes que guarden relación con el estudio desarrollado.

## 6. Resultados

En esta sección se procederá a presentar los resultados obtenidos en dos partes, inicialmente se analizará la estadística descriptiva obtenida a partir de la recolección de datos, donde se podrá visualizar el principal índice de divulgación de este estudio que es aquel asociado al total de revelación del Mercado Integrado Latinoamericano (Index Total MILA) en torno a la RSE, y a su vez, aquellos sub-índices que facilitan analizar las relaciones entre nivel de divulgación sobre RSE y país o índice bursátil, nivel de revelación sobre dimensiones de la RSE y país, las cuales también se pueden extrapolar al sector económico. En segunda instancia se realizará el análisis de los resultados de aplicar una regresión lineal simple y múltiple con el fin de contrastar las hipótesis planteadas y evaluar la incidencia que tienen las variables independientes identificadas como tamaño del directorio, participación femenina en el directorio, rentabilidad de la empresa, sector económico y el índice de corrupción en el nivel de divulgación, en palabras simples, evaluar si estas variables son determinantes al momento de decidir transparentar una mayor o menor información medio ambiental, social y económica en los sitios webs corporativos.

Por otro lado, es importante mencionar que estos resultados no ponen en cuestión la gestión de las empresas en torno al desempeño de la RSE, ya que, sólo se analizaron los contenidos transparentados en los sitios webs corporativos sin incluir los distintos informes o reportes descargables que suelen contener información más completa y detallada que permite tener una visión más profunda del accionar de las compañías. En simples palabras, el enfoque del estudio se centra en analizar el volumen de información que las firmas incluyen sólo en su página web y su nivel de cumplimiento con el instrumento de recolección de datos, por ende, existe la posibilidad de que las empresas realicen una divulgación de información más amplia, pero a través de reportes, memorias o informes, cuyo contenido se ve reflejado parcialmente en la página web o simplemente se ha decidido excluir de la nube.

En línea con lo anterior, resulta importante destacar que las entidades cotizadas en los principales índices bursátiles del MILA, presentan en sus sitios webs una sección de “sostenibilidad” o en otras como “ESG”, cuya finalidad es transparentar información asociada a temas medioambientales y sociales, incluyendo

declaraciones, estrategias, iniciativas, programas, políticas, entre otros. En algunos casos esta información se revela con un alto nivel de detalle, sin embargo, existen empresas que comunican su información de manera superficial sin ahondar en abundantes descripciones, o en su defecto también se encuentran situaciones donde las firmas sólo publican sus informes en formato PDF para que las partes interesadas lo descarguen, lo que incide directamente en esta investigación, ya que, los contenidos de los informes o reportes no fueron evaluados. En el ámbito económico, la información divulgada es más estructurada, los contenidos entre empresas son similares, lo que se condice con la literatura teniendo en cuenta que históricamente los accionistas eran el principal y único grupo de interés, por ende, toda acción se ejercía pensando en ellos con la finalidad de que pudieran acceder a información completa, de calidad, y oportuna, por lo tanto, ya hay un desarrollo importante en la transparencia de información económica financiera, y, por otro lado, al ser empresas cotizadas en bolsa existen regulaciones que obligan las compañías a poner a disposición del público este tipo de información. Por último, resulta importante dar una mención al formato en que se publican los informes financieros, donde la totalidad de las firmas suben los documentos en PDF, además, en ciertos casos se agrega un Excel y audios con el relato de los resultados, pero, en materia de innovación Falabella S.A. incorpora una base de datos interactiva que agiliza la búsqueda de información y facilita realizar análisis cuantitativos en la misma plataforma.

### 6.1. Estadística descriptiva del índice de divulgación sobre RSE por dimensión, país y empresas listadas en los principales índices bursátiles del MILA.

Para comenzar con el análisis descriptivo de los resultados se muestra en la Tabla 2 los resultados estadísticos asociados al nivel de divulgación por dimensión en torno a la RSE por parte de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del MILA, y se hará un desglose de estos resultados totales por país.

Tabla 2 Estadística Descriptiva Índice de Divulgación Medioambiental

<b>INDEX MED AMB</b>	<b>Media</b>	<b>Mediana</b>	<b>Desv. estándar</b>	<b>Rango</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Nº</b>
<b>CHILE</b>	79,71%	77,78%	14,08%	44,44%	55,56%	100,00%	23
<b>COLOMBIA</b>	75,00%	77,78%	15,08%	44,44%	44,44%	88,89%	12
<b>PERU</b>	59,72%	66,67%	27,38%	88,89%	11,11%	100,00%	24
<b>MEXICO</b>	67,11%	77,78%	23,67%	100,00%	0,00%	100,00%	25

Fuente: Elaboración propia

El primer análisis está asociado al subíndice medioambiental, donde la media representa el subíndice de revelación por país o índice bursátil. Entre los principales resultados se obtuvo que las empresas componentes del S&P IPSA Chile son las que más divulgan sobre aspectos medioambientales en sus sitios webs en comparación al resto de entidades alcanzando un 79,71%, seguido por Colombia (MSCI COLCAP) que revela un 75%, una diferencia bastante estrecha, pero marcada por la presencia de empresas cotizadas en Chile que alcanzan un 100% de divulgación en esta dimensión, y también por el lado de los mínimos donde Colombia tiene empresas que están por debajo del porcentaje más bajo de revelación en Chile. Ambos países son seguidos por México y Perú respectivamente, en este caso ambas naciones presentan empresas cuyas páginas webs no comunican información con mayor profundidad, o en su defecto no divulgan nada sobre temas medioambientales como se puede observar en el S&P/BMV IPC de México donde una compañía obtuvo un 0% de divulgación. Para finalizar el análisis de esta dimensión se obtiene que las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del MILA divulgan en promedio un 69,58%, tomando la media de divulgación de las 84 empresas analizadas.

Tabla 3 Estadística Descriptiva Índice de Divulgación Social

<b>INDEX SOCIAL</b>	<b>Media</b>	<b>Mediana</b>	<b>Desv. estándar</b>	<b>Rango</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>N°</b>
<b>CHILE</b>	79,84%	81,82%	14,23%	45,45%	54,55%	100,00%	23
<b>COLOMBIA</b>	84,85%	90,91%	13,61%	45,45%	54,55%	100,00%	12
<b>PERU</b>	61,24%	72,73%	26,16%	81,82%	18,18%	100,00%	24
<b>MEXICO</b>	69,82%	72,73%	22,84%	90,91%	9,09%	100,00%	25

Fuente: Elaboración propia

En la dimensión social, son las empresas que componen el MSCI COLCAP de Colombia las que lideran en el nivel de divulgación en temas sociales, con un 84,85% de cumplimiento con respecto al instrumento utilizado, seguido por Chile con un 79,84%. Al comparar los resultados de estos países, son bastante similares, los niveles de divulgación mínima y máxima son iguales, pero en Colombia hay empresas que tienden a divulgar más del 90% en este ámbito, es por ello que se amplía la brecha. En cuanto al S&P/BVL de Perú y el IPC de México, las compañías divulgan un nivel ínfimamente superior a lo obtenido en lo medioambiental, manteniendo a México como el tercer país con mayor nivel de divulgación, que, si bien tiene un rango superior al de Perú, presenta un menor nivel de dispersión, y una misma mediana, que le permite alcanzar un 69,82% de transparencia en esta dimensión. Por tanto, al evaluar el nivel de revelación social en el Mercado Integrado Latinoamericano se obtiene un promedio del 72,26%, porcentaje que representa uno de los subíndices de este estudio, superando a lo alcanzado en lo relacionado a medio ambiente.

Tabla 4 Estadística Descriptiva Índice de Divulgación Económica

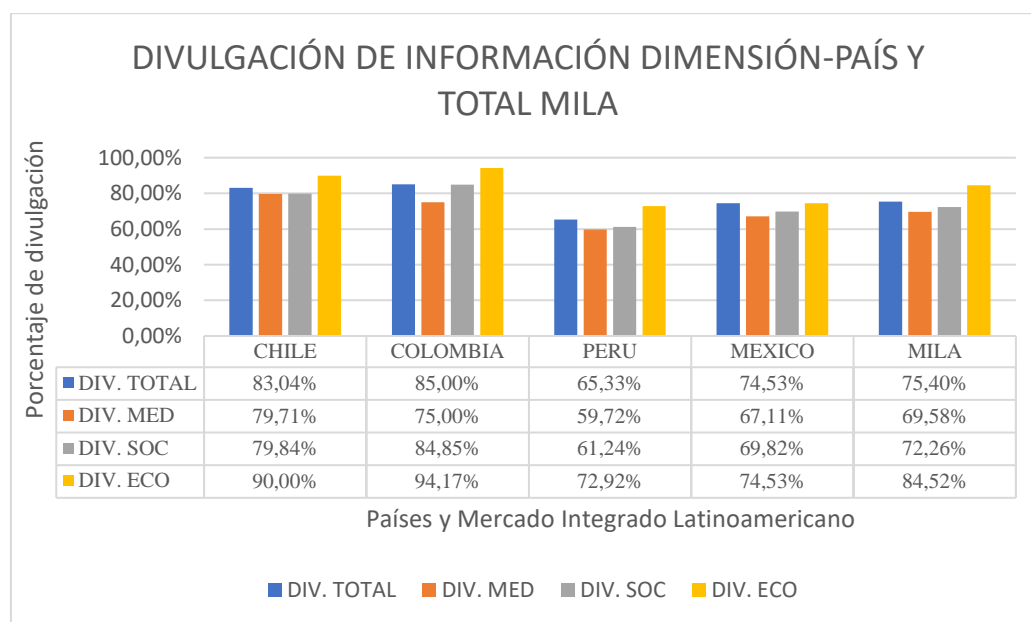
<b>INDEX ECONOMICO</b>	<b>Media</b>	<b>Mediana</b>	<b>Desv. estándar</b>	<b>Rango</b>	<b>Mínimo</b>	<b>Máximo</b>	<b>Cuenta</b>
<b>CHILE</b>	89,57%	90,00%	11,47%	40,00%	60,00%	100,00%	23
<b>COLOMBIA</b>	94,17%	100,00%	7,93%	20,00%	80,00%	100,00%	12
<b>PERU</b>	72,92%	80,00%	20,10%	70,00%	30,00%	100,00%	24
<b>MEXICO</b>	86,40%	90,00%	11,14%	50,00%	50,00%	100,00%	25

Fuente: Elaboración propia a partir de resultados obtenidos en Excel

Ya finalizando con el análisis por dimensión, en temas económicos los resultados son acorde a lo esperado, considerando la serie de regulaciones que norman la transparencia corporativa para aquellas empresas que cotizan en bolsa, teniendo a Colombia como el país en el que las empresas tienen un mayor nivel de divulgación o cumplen de mejor forma con los ítems incluidos en el instrumento, ya que todas las empresas ponen a disposición información económica-financiera, pero hay aspectos más técnicos que incluye el instrumento que impide que las empresas alcancen un 100% de revelación, los cuales se revisarán al cierre de esta sección. Colombia lidera esta dimensión logrando un 94,17% de divulgación, y se mantienen las mismas posiciones que en lo social, es decir, lo sigue Chile con un 89,57%, México con un 86,40% y Perú con un 72,92%, donde se vuelve a destacar que el rango entre estos últimos países es diferente, favorable a Perú, pero la mediana y la dispersión de los datos le permite a México posicionarse por sobre Perú, con una diferencia porcentual importante en términos de divulgación de información económica. Cerrando el análisis por dimensión para avanzar al consolidado, las empresas cotizadas en el Mercado Integrado Latinoamericano alcanzan un nivel de transparencia económica del 84,52%.

En el Gráfico 1, se logra visualizar de manera consolidada los antecedentes entregados recientemente, es importante destacar que Chile y Colombia superan en los subíndices de divulgación total y por dimensión a la muestra completa, es decir, los valores obtenidos como Mercado Integrado Latinoamericano en cuanto a divulgación de información no superan a los resultados de los países mencionados de forma individual.

Gráfico 1 Divulgación de información dimensión-país y total Mercado Integrado Latinoamericano



Fuente: Elaboración propia

En conclusión, de este primer análisis descriptivo, en temas cuantitativos a simple visualización del gráfico se obtiene que la dimensión económica es la que obtuvo el mayor porcentaje de divulgación en todos los países, superando a cada dimensión por sí sola y también los niveles de revelación totales, donde se reitera que el área de la transparencia de información de carácter financiera tiene un desarrollo importante a lo largo del tiempo, donde se está en presencia de regulaciones que obligan a facilitar ciertas informaciones, por ende, al tener esa obligatoriedad es más probable que los resultados estén cercanos al 100%, en este caso, no siempre se alcanzó dicho porcentaje debido a que la check list incluye aspectos que no todas las empresas han logrado, y se mencionarán brevemente más adelante. Otra observación importante de incluir es que las empresas cotizadas en el S&P IPSA Chile, son las que divulgan de manera más equilibrada la información de carácter no financiera como la medioambiental y social, con sólo décimas de diferencia, a comparación de las otras naciones donde son puntos porcentuales los que generan brechas entre sí. Ya con todos los antecedentes presentados, se obtiene que el índice total de divulgación sobre responsabilidad social empresarial es equivalente a un 75,40%.

### 6.3. Estadística descriptiva del nivel de revelación total y por dimensión

Los resultados antes descritos son aquellos que reflejan el aporte de cada país para conformar el índice total del MILA ya mencionado, que, recordando es equivalente a un 75,40%. Ya teniendo dichos antecedentes, se puede avanzar con los subíndices que se desprenden directamente del índice total, es decir, nivel de divulgación por dimensión para evaluar la realidad del total de empresas cotizadas en los índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano, los cuales permitirán describir algunos patrones que se repiten y que provocan un no cumplimiento del 100% de los contenidos que se evaluaron. A continuación, se presenta la estadística descriptiva del índice total de revelación sobre RSE y por dimensión abarcando la muestra completa.

Tabla 5 Estadística descriptiva Divulgación de Información Total y por Dimensión sobre RSE

<b>EST. DESCRIPTIVA</b>	<b>INDEX TOTAL</b>	<b>INDEX MA</b>	<b>INDEX SOCIAL</b>	<b>INDEX ECON</b>
Media	75,40%	69,58%	72,26%	84,52%
Mediana	80,00%	77,78%	72,73%	1,73%
Desviación estándar	19,26%	22,69%	22,24%	90,00%
Rango	80,00%	100,00%	90,91%	70,00%
Mínimo	20,00%	0,00%	9,09%	30,00%
Máximo	100,00%	100,00%	100,00%	100,00%
N°	84	84	84	84

Fuente: Elaboración propia

De la Tabla 5, ya es sabido que la dimensión económica pondera de manera importante por sobre las otras dimensiones, por ende, las que tiene mayores desafíos en cuanto a elevar el volumen de revelación es la medioambiental, que presentó empresas que tuvieron un 0% de revelación o cercanos a ese porcentaje, debido a que en los sitios webs no colocaban a disposición del público información al respecto, y se nota una importante brecha, ya que, hay compañías que alcanzan un 100% de divulgación en web, es por ello que el rango es de igual forma equivalente a un 100%. Estas diferencias se captan principalmente porque en países como Chile y Colombia, las empresas cotizadas tienen un desarrollo importante en sus sitios webs, donde hay contenida una información muy profundizada y en gran cantidad, a diferencia de Perú y México donde se encuentran algunos casos con páginas básicas, y en su contraste otras con bastante trabajo en materia de transparencia, por ende, logran alterar en cierto grado los resultados del total de la muestra, por ejemplo, hay empresas que divulgan sus políticas y estrategias ambientales, mientras hay otras que sólo mencionan preocuparse por el medio ambiente sin ahondar en mayor contenido.

En lo social hay una realidad parecida a lo medioambiental, si bien el subíndice de divulgación en esta dimensión es más alto, no es abismantemente mayor, son aproximadamente tres puntos porcentuales los que separan una dimensión de la otra, por lo tanto, aún hay aspectos a mejorar para responder de mejor forma a las necesidades informativas de los grupos de interés. Estos resultados no son únicos ni determinantes, se debe recordar que mucha incidencia tiene el check list empleado para la investigación, por ende, un estudio similar con distinto instrumento puede arrojar resultados parecidos o adversos. Aquí se está en presencia nuevamente de las empresas cotizadas en S&P IPSA Chile y MSCI COLCAP destacando por comunicar detalladamente todas las directrices y estrategias en lo social, como políticas de equidad de género, seguridad y salud de los trabajadores, compensaciones, relación con la comunidad, oportunidades laborales internas y externas, entre otros.

Tomando en cuenta lo recién añadido con respecto a la check list aplicada, hay ciertos ítems que fueron determinantes a la hora de evaluar si las empresas cumplían o no con divulgar o contener en sus sitios webs la información sujeta a revisión. En lo medio ambiental, hay dos ítems que son altamente incidentes en que las empresas no cumplan con un 100% de divulgación, la primera de ellas es revelar la existencia de un departamento medioambiental u otro a fin, a través del sitio web, de hecho, dentro de los treinta ítems considerados, este es el que menos cumplen las compañías. Y, en segundo lugar, es revelar la obtención de un premio ligado a alguna acción medioambiental. En la dimensión social los ítems que no permitieron obtener el máximo nivel de divulgación son la obtención de premios y revelarlos en el sitio web corporativo, y el otro es por no comunicar en la red la existencia de un comité que se haga cargo de aspectos sociales, ya sea a nivel interno como temas ligados a los colaboradores y su entorno laboral o externo como puede ser la participación de la empresa en la comunidad. Y, por último, como se ha repetido en las dos dimensiones anteriores, en el ámbito económico también resulta ser la no divulgación de la obtención de un premio ligado a esta área lo que trunca la posibilidad de obtener un 100% de divulgación. Hay otros ítems que también han sido cumplidos por un poco más de la mitad de la muestra, que también tienen una influencia en los resultados como la no divulgación de información de contacto, publicación de contenidos

relacionados a cada dimensión a través de redes sociales, entre otros, pero los mencionados son los que menos cumplen las 84 empresas analizadas.

Estos resultados permiten tener una aproximación de la realidad Latinoamericana en materia de transparencia corporativa sobre Responsabilidad Social Empresarial, considerando que la muestra sólo representa un porcentaje ínfimo de la cantidad de empresas constituidas en estos cuatro países, pero teniendo en cuenta que las entidades incluidas tienen una presencia importante en el mercado bursátil de estas naciones, siendo las más cotizadas en sus respectivas bolsas de valores, y que además se rigen por normativas que regulan la información que se transparenta, se puede emitir el juicio de que estas organizaciones lideran los aspectos relacionados a la revelación de información en cantidad, tipo y formato. Las dimensiones medioambientales y sociales representan un punto importante dentro de este estudio, ya que son áreas que contienen información de carácter no financiera que por muchos periodos no se consideraba la existencia de una obligatoriedad en su transparencia, pero han ido apareciendo regulaciones para las empresas cotizadas en bolsa que han llegado para exigir a las compañías comunicar información al respecto, donde los resultados obtenidos en este estudio respaldan una mayor preocupación por parte de las compañías con el hecho de estar incluyendo en sus sitios webs secciones dedicadas especialmente al desempeño ambiental y social.

### 6.3. Descripción del nivel revelación sobre RSE por sector económico

Un aspecto relevante también de destacar de los análisis descriptivos realizados es el nivel de divulgación sobre RSE por sector económico. Esta clasificación se hizo de acuerdo a la segmentación que informa el Servicio de Impuestos Internos (SII) según el sector económico al cual pertenece el contribuyente, cada clasificación agrupa una serie de códigos de actividad económica reconocidos como CIIU y a partir de dicha agrupación se estableció la relación con el principal giro de la empresa. En la Tabla 6 se detalla con mayor detalle la distribución de empresas según su actividad económica, el nivel de divulgación total sobre responsabilidad social empresarial y también por cada dimensión que se abordó según el instrumento de recolección de datos.

Tabla 6 Nivel de Divulgación Total y por Dimensión, según Sector Económico

SECTOR	N°	% Muestra	MILA	MED.AMB	SOCIAL	ECONOMICA
Agropecuario-silvícola	4	4,76%	60,83%	52,78%	59,09%	70,00%
Pesca	0	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%	0,00%
Minería	15	17,86%	70,00%	67,41%	65,86%	79,33%
Industria manufacturera y Empresas de Servicios	25	29,76%	82,67%	79,11%	79,27%	89,60%
Energía	18	21,43%	78,70%	71,60%	78,28%	85,56%
Construcción	3	3,57%	63,33%	44,44%	60,61%	83,33%
Comercio	10	11,90%	80,67%	75,56%	79,09%	87,00%
Transporte y comunicaciones	9	10,71%	62,22%	51,85%	53,54%	81,11%
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>				

Fuente: Elaboración Propia

De la Tabla 6 se extrae inicialmente que los sectores económicos que tienen mayor participación en la muestra son la industria manufacturera y empresas de servicio, energía, minería y comercio manteniendo el mismo orden en el cual se presentan. En lo relacionado al nivel de divulgación sobre RSE por parte de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano se puede afirmar que el sector que tiene un mayor volumen de revelación acorde al instrumento de medición utilizado es la industria manufacturera y empresas de servicio con un 82,67% la cual reúne empresas con una diversidad de actividades económicas como cerveceras, alimentación, gestión inmobiliaria, cementeras, entre otras, seguida por aquellas pertenecientes al sector comercio 80,67% que agrupa compañías principalmente de retail y mayoristas, por último el tercer sector con mayor divulgación es el energético con un 78,70% donde se incluyen entidades que generan y/o distribuyen gas, electricidad y agua.

Al observar los resultados, se establece una relación importante en cuanto a la concentración de empresas en un sector y el nivel de divulgación, ya que, los sectores económicos con mayor divulgación total sobre RSE son los que concentran la mayor cantidad de firmas, lo cual queda aún más demostrado si se toman en cuenta las empresas mineras.

Al analizar el nivel de transparencia por dimensión se puede afirmar que el sector denominado industria manufacturera y empresas de servicios es el que mayor información divulga en sus sitios webs en el ámbito medioambiental con un 79,11%, seguido por comercio y energía con 75,56% y 71,60% respectivamente. En lo social son los mismos tres sectores que predominan en cuanto al volumen de revelación en sitios webs, pero en este caso es el sector comercio con sus empresas ligadas al retail las que predominan con 79,09% de transparencia ligada a lo social, seguida por la industria manufacturera y de energía que presentan una diferencia muy estrecha entre sí. Por último, en la dimensión económica se mantienen los patrones de predominio, liderando nuevamente la industria manufacturera con un 89,60% de cumplimiento según el instrumento aplicado para la evaluación, seguido por 87% y 85.56% obtenido por el comercio y el sector energético respectivamente.

#### 6.4. Análisis de factores determinantes en la divulgación de información sobre RSE

Para dar cumplimiento a la segunda parte del objetivo general de la investigación, es decir, analizar la relación entre las variables independientes o conocidas también como factores determinantes en la divulgación de información, evaluando su significancia o influencia al momento de revelar un mayor nivel de información sobre RSE por parte de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del MILA. Recordar que las variables incluidas en este estudio son tamaño del directorio, participación femenina en el directorio, rentabilidad medida por el ROA, sector económico e índice de corrupción.

Para obtener los resultados que permitan interpretar la relación entre las variables mencionadas y el índice de divulgación total, además de contrastar las hipótesis planteadas, en primera instancia se aplicaran regresiones lineales simples estableciendo la relación entre el índice de revelación total y cada factor determinante de manera individual, y, posteriormente se utilizará una regresión lineal múltiple con la finalidad de encontrar qué variables en conjunto influyen en el nivel de transparencia corporativa que han obtenido las empresas que componen la muestra. Para llevar a cabo las regresiones y obtener los resultados se utilizará el software IBM SPSS.

##### 6.4.1 Correlación entre índice de divulgación total y factores determinantes

Para tener una visión general de los variables y su relación con el índice total de divulgación sobre RSE se aplicó la correlación de Spearman que es utilizado en estadística no paramétrica para aquellos datos que no siguen una distribución normal.

Ilustración 1 Correlación de Spearman entre índice de Divulgación total (INDEX TOTAL) y Variables Independientes

		INDEXTOTAL	TAMDIR	PARTFEM	ROA	SECTOR	INDCORR
Rho de Spearman	INDEXTOTAL	1,000	,194	,283**	,046	-,017	-,239*
	TAMDIR	,194	1,000	,290**	,191	,127	,440**
	PARTFEM	,283**	,290**	1,000	,001	,290**	-,100
	ROA	,046	,191	,001	1,000	-,101	,191
	SECTOR	-,017	,127	,290**	-,101	1,000	-,006
	INDCORR	-,239*	,440**	-,100	,191	-,006	1,000

\*\* La correlación es significativa en el nivel 0,01 (bilateral).

\* La correlación es significativa en el nivel 0,05 (bilateral).

Fuente: Elaboración propia

A partir de los resultados obtenidos en la Ilustración 1, se puede concluir de manera general que ninguna de las cinco variables tiene una relación lineal altamente positiva con el nivel de divulgación sobre Responsabilidad Social Empresarial. La variable que presenta un coeficiente de correlación más alto, es participación femenina en el directorio, pero no es lo suficientemente elevado como para determinar una influencia directa, seguido por la variable tamaño del directorio que presenta características similares. La rentabilidad de las empresas medida por el ROA, obtuvo un coeficiente cercano a 0 por lo que un primer análisis refleja un comportamiento independiente con respecto al nivel de divulgación, cabe destacar también que el índice de corrupción presenta una relación negativa, pero baja, lo que se aproxima a lo planteado en la literatura donde se menciona que existe una relación inversa, pero aun así el coeficiente sigue estando más cercano a un comportamiento lineal más independiente entre ambas variables. El sector es una variable que dado su coeficiente de correlación no mantendría alguna relación con el nivel de divulgación de información, esto se explicaría por la categorización que existe en la variable, es decir, al haber incorporado ocho sectores económicos puede influir en que los datos se encuentren con un mayor grado de dispersión.

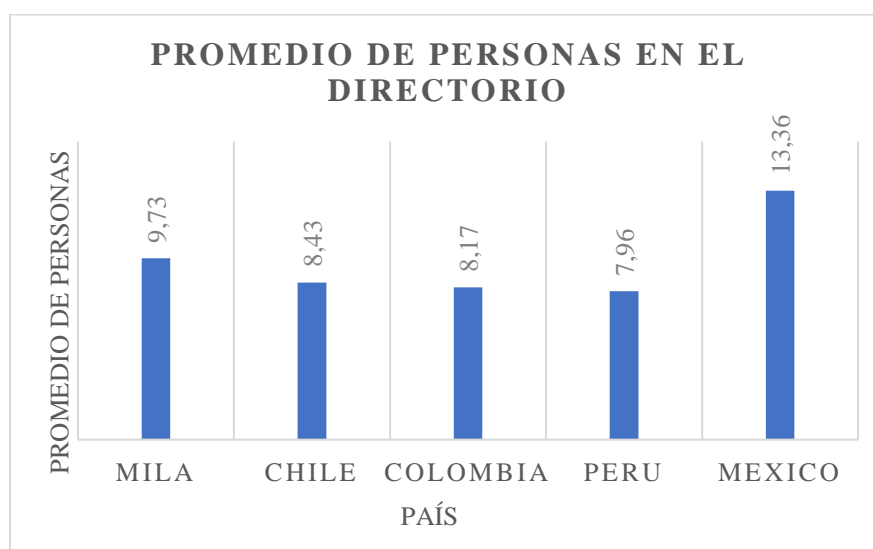
#### 6.4.2. Regresiones Lineales Simples, múltiples y Contraste de Hipótesis

De acuerdo a la metodología seleccionada para este estudio, para medir la relación entre los factores determinantes en la revelación de información y el índice de divulgación total sobre RSE, se aplicarán en primer lugar regresiones lineales simple, lo que permitirá a su vez realizar el contraste de hipótesis.

##### 6.4.2.1. Tamaño del directorio

El tamaño del directorio es una variable representada por el número de personas que son parte de este organismo, entre las observaciones que se pueden realizar se afirma que en promedio las empresas que conforman los principales índices bursátiles del MILA, componen sus directorios o consejos administrativos por 10 personas, destacando a México como el país cuyas empresas disponen de una media de 13 personas dentro de los consejos administrativos. En Chile, México y Perú el número de personas varía entre 8 y 9 en promedio.

Gráfico 2 Promedio de personas que componen los directorios de las empresas cotizadas en los índices bursátiles del MILA



Fuente: Elaboración propia

Al aplicar la regresión lineal simple considerando el tamaño del directorio como variable explicativa (TAMDIR) se obtienen los siguientes resultados:

Ilustración 2 Regresión lineal simple - Tamaño del Directorio (TAMDIR)

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio					Durbin-Watson
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F	
1	,166 <sup>a</sup>	,028	,016	,191027857805530	,028	2,336	1	82	,130	1,576

a. Predictores: (Constante), TAMDIR

b. Variable dependiente: INDEXTOTAL

Fuente: Elaboración propia

De los resultados reflejados en la Ilustración 2, se aprecia nuevamente un bajo nivel correlación y un R cuadrado bastante bajo, por tanto, el modelo presenta casi nulo nivel de ajuste a la variable que se intenta explicar, es decir, el modelo compuesto por una sola variable definida por el tamaño del directorio no tiene el nivel de ajuste adecuado como para explicar el nivel de divulgación sobre RSE.

Ilustración 3 Coeficientes de regresión Index Total - TAMDIR

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
1 (Constante)	,671	,058		11,594	,000
TAMDIR	,008	,006	,166	1,528	,130

a. Variable dependiente: INDEXTOTAL

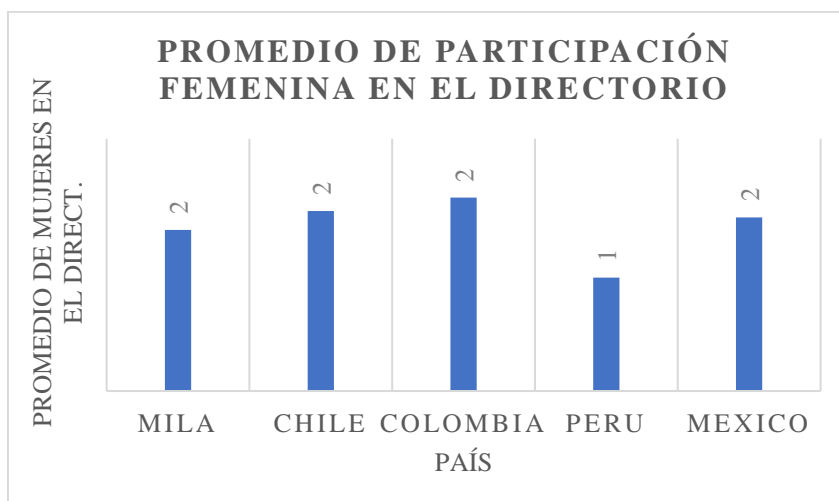
Fuente: Elaboración propia

A partir de los coeficientes obtenidos en esta primera regresión, asumiendo un nivel de confianza del 95%, el tamaño del directorio en este modelo lineal simple toma un valor p mayor a 0,05%, por tanto, de manera inicial considerando únicamente el tamaño del directorio como posible factor determinante no sería una buena variable explicativa, por ende, no existiría evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula, lo que significa que bajo esta regresión el tamaño del directorio no influiría en el índice de divulgación total sobre responsabilidad social empresarial, pero teniendo en cuenta las correlaciones iniciales, no sería un regresor que debiese descartarse del todo en la inclusión de un modelo de regresión múltiple.

#### 6.4.2.2 Participación femenina en el directorio

La participación femenina es una variable medida por el número de mujeres que componen el directorio, a manera de información relevante cabe destacar que las compañías cotizadas en estos principales índices bursátiles en promedio cuentan con dos mujeres siendo partícipes de este organismo, misma tendencia siguen Chile, Colombia y México, exceptuando Perú que en promedio sólo cuenta con una mujer. Esto se puede visualizar en el gráfico 3.

Gráfico 3 Promedio de mujeres que componen el directorio de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del MILA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en sitios webs corporativos y reportes

A continuación, se presentan los principales resultados de aplicar una regresión lineal simple entre la variable en estudio con el nivel de divulgación sobre RSE, cabe destacar que con el estudio de correlaciones que ya acusan una falta de relación lineal, más las pruebas de normalidad aplicadas, donde se detectó que los datos no se comportan normal, por tanto, desde ese punto de vista ya no es un modelo óptimo.

Ilustración 4 Regresión lineal simple - Participación femenina en el directorio (PARTFEM)

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio				Sig. Cambio en F	Durbin-Watson
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2		
1	,266 <sup>a</sup>	,071	,059	,186775787113030	,071	6,220	1	82	,015	1,632

a. Predictores: (Constante), PARTFEM

b. Variable dependiente: INDEXTOTAL

Fuente: Elaboración propia

A pesar de que es la variable que presentaba una mayor correlación con el índice de divulgación sobre responsabilidad social empresarial, pero no lo suficiente como para afirmar un comportamiento correlacionado, el poder explicativo alcanza un 7,1%, por lo que el regresor definido por el número de mujeres que componen el directorio presenta un bajo nivel de ajuste a la variable nivel de divulgación total sobre RSE, por lo que se termina de fortalecer lo enunciado en un principio, es decir, no representa un buen modelo para explicar esta relación.

Ilustración 5 Coeficientes de regresión lineal simple Index Total - PARTFEM

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	,684	,035		19,689	,000
	PARTFEM	,044	,018	,266	2,494	,015

a. Variable dependiente: INDEXTOTAL

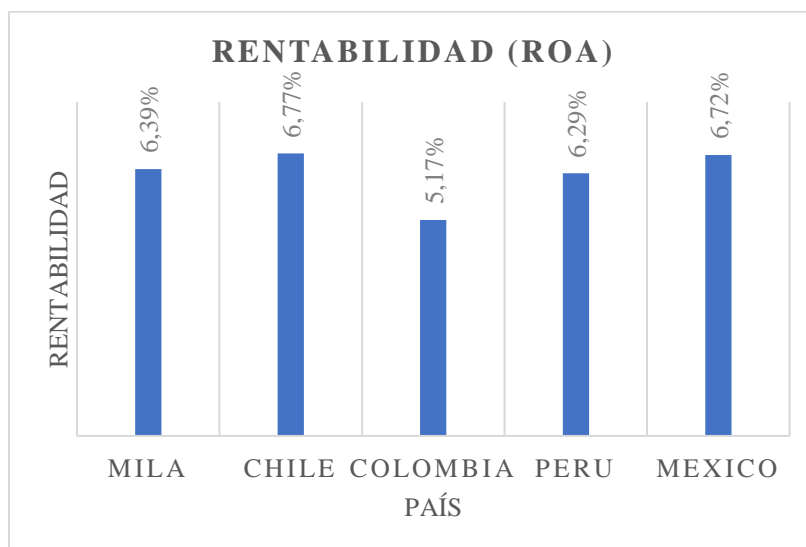
Fuente: Elaboración propia

Según los coeficientes resultantes de estimar esta regresión lineal simple, se puede concluir que al momento de analizar esta relación considerando como única variable la participación femenina se obtiene un p-valor inferior al 0,05% proveniente de asumir un 95% de confianza, entonces existe evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula, lo que indica que este regresor resulta ser significativo, pero no se refleja en el modelo dado el bajo R cuadrado obtenido. Por ende, al rechazar la hipótesis nula se puede considerar que la participación femenina en el directorio sí tendría influencia en el nivel de divulgación sobre RSE, pero con el alcance de que esta variable por sí sola no sería capaz de explicar el volumen de revelación de información.

### 6.4.2.3 Rentabilidad

De forma descriptiva la rentabilidad de las empresas que son parte de la muestra está representada por la ratio financiera Return on Assets o Rentabilidad Sobre los Activos (ROA), cuya finalidad es calcular el beneficio que una compañía es capaz de generar a partir de los activos reflejados en el balance general. Las rentabilidades consideradas son aquellas publicadas al cierre de 2021 disponibles en Economática. Los promedios son similares al realizar la comparación entre países, teniendo a Chile quien supera de manera estrecha a México y Perú alcanzando una media del 6,77%, por ende, se reconoce como el país que ha tenido una mayor rentabilidad sobre los activos en dicho periodo. Colombia a través de sus empresas no financieras cotizadas en el MSCI COLCAP revelan la menor rentabilidad, equivalente a un 5,17%, y la muestra total en el año 2021 obtuvo un 6,39% de rentabilidad.

Gráfico 4 Rentabilidad promedio de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del MILA



Fuente: Elaboración propia a partir de datos obtenidos en Economática

Al igual que en las dos variables anteriores se aplicó una regresión lineal simple pero esta vez considerando el regresor denominado rentabilidad, cabe recordar que al realizar el análisis de correlación con el nivel de divulgación total, se obtuvo un valor cercano a 0 que indicaba una relación independiente entre ambas variables, además al evaluar la normalidad, los residuos no siguen una tendencia normal, por lo que el modelo nuevamente resulta no ser el óptimo, pero se pueden extraer observaciones importantes.

Ilustración 6 Regresión lineal simple - Rentabilidad ROA

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio					Durbin-Watson
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F	
1	,024 <sup>a</sup>	,001	-,012	,193674501774176	,001	,047	1	82	,829	1,608

a. Predictores: (Constante), ROA

b. Variable dependiente: INDEXTOTAL

Fuente: Elaboración propia

Según los resultados obtenidos que se resumen en la ilustración 6, el R cuadrado que se refleja para este modelo es prácticamente nulo, asumiendo un valor que por una décima no es igual a 0, por ende, ya complementando lo que las correlaciones informaban, la variable rentabilidad no presenta un nivel de ajuste a la variable dependiente asociada al nivel de divulgación total, es por ello que, el ROA como regresor se debiese descartar como factor determinante en la divulgación al menos en este estudio.

Ilustración 7 Coeficientes de regresión lineal simple Index Total - ROA

Modelo		Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
		B	Desv. Error	Beta		
1	(Constante)	,750	,027		27,395	,000
	ROA	,059	,273	,024	,217	,829

a. Variable dependiente: INDEXTOTAL

Fuente: Elaboración propia

Reforzando lo expuesto a partir del modelo de regresión lineal, entre los coeficientes tomando como referencia estadística un 95% de confianza, el valor p es mayor a 0,05% por lo que existiría evidencia estadística para no rechazar la hipótesis nula, lo que significa que la rentabilidad no es una variable influyente en el nivel de divulgación total sobre RSE, al menos considerándola como único regresor en un modelo.

#### 6.4.2.4 Sector Económico

La variable sector económico se encuentra dividida en ocho sectores respectivamente, donde la forma de categorizar las empresas fue según la Clasificación Internacional Industrial Uniforme (CIIU), cuyos códigos el Servicio de Impuestos Internos de Chile los agrupa acorde al sector que pertenezca el contribuyente. Esta información ya fue detallada y analizada en la sección de estadística descriptiva, pero a modo de recordatorio se presenta una tabla resumen de los sectores reconocidos en la muestra y su ponderación dentro de ella, recalcando una mayor presencia de entidades ligadas a la industria manufacturera, energía y minería.

Tabla 7 Sectores económicos que componen la muestra

SECTOR	N°	% Muestra
Agropecuario-silvícola	4	4,76%
Pesca	0	0,00%
Minería	15	17,86%
Industria manufacturera y Empresas de Servicios	25	29,76%
Energía	18	21,43%

Construcción	3	3,57%
Comercio	10	11,90%
Transporte y comunicaciones	9	10,71%
<b>Total</b>	<b>84</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia

En lo que se refiere a la variable sector, ya se conoce que no existe una relación lineal con la variable dependiente, además al ser una variable categórica influye en los resultados que se pueden obtener, pero ya desde el punto de vista de la independencia que mantiene con el nivel de divulgación, no tendría una mayor relevancia de hacer las transformaciones correspondientes, ya que, no elevaría en mayor grado el nivel de ajuste. Además, los datos no siguen una tendencia normal en este modelo.

Ilustración 8 Regresión lineal simple - Sector

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio					Durbin-Watson
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F	
1	,026 <sup>a</sup>	,001	-,012	,193666724998019	,001	,054	1	82	,818	1,594

a. Predictores: (Constante), SECTOR

b. Variable dependiente: INDEXTOTAL

Fuente: Elaboración propia

Aún, siendo una variable de poco aporte para determinar factores influyentes en la divulgación de información, se muestran los resultados con el fin de contrastar lo mencionado, ya que, se logra observar un nivel de bondad casi nulo, por ende, la variable sector económico no se ajustaría a la variable dependiente, por lo tanto, no explicaría el volumen de revelación sobre responsabilidad social empresarial al considerarlo como única variable.

Ilustración 9 Coeficientes de regresión lineal simple Index Total - Sector Económico

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
1 (Constante)	,767	,060		12,770	,000
SECTOR	-,003	,012	-,026	-,231	,818

a. Variable dependiente: INDEXTOTAL

Fuente: Elaboración propia

Los coeficientes estadísticos obtenidos terminarían de corroborar que la variable sector no sería idónea para incorporar en un modelo, considerando que su valor p es superior al 0,05%, lo cual permitiría corroborar que no existe evidencia estadística suficiente para rechazar la hipótesis nula, por lo tanto, este regresor no influiría en la divulgación de información sobre RSE.

### 6.4.2.5 Índice de Corrupción

Como última variable a evaluar se tiene el índice de corrupción, cuyos datos se obtienen del Índice de Percepción de la Corrupción año 2022, elaborado por Transparency International, el cual se ha convertido con el tiempo en el principal indicador mundial de corrupción en el sector público, donde toman datos informados por el Banco Mundial, el Foro Económico Mundial y empresas privadas de consultoría y evaluación de riesgo, entre otras organizaciones importantes para calcular y analizar a una muestra de 180

países y territorios ubicados en distintas partes del mundo. En el caso de la presente investigación los datos se clasificaron según el orden en el que los cuatro países que componen la muestra se ubicaron en el ranking, como se muestra a continuación en la tabla xx:

Tabla 8 índice de Percepción de la Corrupción

País	Valor en la base de datos	Lugar en el ranking del IPC
Chile	1	27
Colombia	2	91
Perú	3	101
México	4	126

Fuente: Elaboración propia a partir del Índice de Percepción de la Corrupción 2022

El regresor definido como Índice de Corrupción (INDCORR), al analizar su correlación inicialmente con el nivel de divulgación guarda cierto grado de concordancia con la literatura al mencionar que existe un comportamiento inverso, sin embargo, al igual que el resto de variables incorporadas se encuentra más cercano a un comportamiento lineal independiente que a una correlación negativa, por ende, ya desde ese punto de partida se puede proyectar que un modelo compuesto por esta única variable no tendría un buen ajuste o poder explicativo. Además, se repite el patrón asociado al no cumplimiento con la prueba de normalidad.

Ilustración 10 Regresión lineal simple - Índice de Corrupción (INDCORR)

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio					Durbin-Watson
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F	
1	,259 <sup>a</sup>	,067	,055	,187143216706267	,067	5,874	1	82	,018	1,699

a. Predictores: (Constante), INDCORR

b. Variable dependiente: INDEXTOTAL

Fuente: Elaboración propia

Complementando lo expuesto, al analizar el modelo de regresión lineal simple presentado en la ilustración 10, se verifica un poder explicativo muy bajo, por ende, esta variable por sí sola no se ajustaría a la variable dependiente como para explicar el nivel divulgación sobre RSE, ya que, se obtiene un R cuadrado de apenas un 6,7%, por tanto, se encuentra lejos de ser un buen modelo.

Ilustración 11 Coeficientes de regresión lineal simple Index Total - Índice de Corrupción

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Dev. Error	Beta		
1 (Constante)	,864	,050		17,385	,000
INDCORR	-,042	,017	-,259	-2,424	,018

a. Variable dependiente: INDEXTOTAL

Fuente: Elaboración propia

No obstante, a lo mencionado anteriormente, la variable Índice de Corrupción presenta un valor p inferior al 0,05%, por lo que resultaría ser una variable interesante de seguir incorporando en otros modelos, permitiendo concluir que existiría evidencia estadística para rechazar la hipótesis nula, es decir, la variable

si influiría de manera inversa en el nivel de divulgación sobre RSE, pero sin perder de vista que al menos asumiéndolo como único regresor, no resulta ser relevante para el estudio.

Los resultados obtenidos de aplicar cinco regresiones lineales simples evaluando todas las variables independientes estudiadas y reconocidas como tamaño del directorio (TAMDIR), participación femenina en el directorio (PARTFEM), rentabilidad (ROA), sector económico (SECTOR) e índice de corrupción (INDCORR), no han sido del todo concluyentes, ya que, partiendo por el análisis de correlaciones todas las variables incorporadas se encuentran más cercanas a tener un comportamiento lineal independiente con respecto al nivel de divulgación, por lo que, ya con el sólo hecho de analizar los coeficientes de correlación de Spearman obtenidos se pueden proyectar modelos con bajo poder explicativo, por ende, desde un inicio se proyecta un bajo y en algunos casos casi nulo ajuste de las variables independientes al nivel de divulgación sobre RSE, por lo tanto, de manera individual no estarían siendo lo suficientemente explicativas del volumen de revelación de información. Ahora, al analizar los coeficientes, se obtuvo que las variables participación femenina en el directorio y el índice de corrupción serían los únicos regresores significativos para incorporar en un modelo, lo cual va en línea con los R cuadrados resultantes, donde ambas variables tuvieron un nivel de ajuste mayor que las restantes, pero aun así poco concluyentes, ya que se está en presencia de porcentajes extremadamente bajos.

#### 6.4.2.6. Regresión lineal múltiple con cinco variables

En los apartados anteriores se evaluaron las cinco variables de manera individual, cuyo panorama fue poco optimista con los resultados que se busca obtener con respecto a encontrar factores determinantes en el nivel de divulgación sobre responsabilidad social empresarial. Con la finalidad de evaluar el comportamiento de estas variables en forma conjunta, se estimará un modelo de regresión lineal múltiple incluyendo los cinco regresores, cuyo resultado se muestra a continuación:

Ilustración 12 Modelo de regresión múltiple con cinco variables

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio					Durbin-Watson
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F	
1	,449 <sup>a</sup>	,201	,150	,177507607188576	,201	3,935	5	78	,003	1,814

a. Predictores: (Constante), INDCORR, ROA, PARTFEM, SECTOR, TAMDIR

b. Variable dependiente: INDEXTOTAL

Fuente: Elaboración propia

Al estimar la regresión múltiple, los resultados reflejados en la ilustración 12, demuestran un poder explicativo mayor al incluir las cinco variables independientes en un mismo modelo, alcanzando un R cuadrado equivalente a un 20,1%, lo cual sigue siendo bajo para el objetivo de determinar factores influyentes en la divulgación de información. También aumenta el nivel de correlación, sin embargo, sigue tendiendo a tener un comportamiento lineal independiente, es por dicha razón que este modelo desde el punto de vista estadístico continua bajo la misma lógica de obtener un nivel de ajuste extremadamente mínimo aun incluyendo los cinco regresores. Este modelo estimado sólo cumple con algunos supuestos básicos de la regresión, sin embargo, los residuos no siguen una tendencia normal, y dado los análisis previos aun haciendo las posibles correcciones en el modelo no se obtendrían resultados más alentadores que los actuales.

Ilustración 13 Coeficientes de regresión lineal múltiple con cinco variables

Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.
	B	Desv. Error	Beta		
1 (Constante)	,782	,074		10,548	,000
TAMDIR	,016	,006	,320	2,521	,014
PARTFEM	,027	,019	,163	1,433	,156
ROA	,077	,252	,031	,308	,759
SECTOR	-,015	,011	-,138	-1,293	,200
INDCORR	-,063	,019	-,389	-3,277	,002

a. Variable dependiente: INDEXTOTAL

Fuente: Elaboración propia

Luego de revisar los resultados provenientes de la estimación del modelo de regresión múltiple con las cinco variables, a pesar de obtener un nivel explicativo bajo, se presentan ciertos cambios en comparación a la estimación de las regresiones lineales simples, y que resulta importante comentar. Los coeficientes resultantes de la regresión, indican que al incluir los cinco regresores, lo que se define como tamaño del directorio e índice de corrupción, estarían siendo variables significativas para incluir en un modelo de carácter múltiple desde una mirada estadística, cuya explicación está dada por un valor p menor a 0,05%. Las diferencias encontradas son, por un lado, que la variable tamaño del directorio estaría siendo influyente al incorporarla con más variables explicativas y, por otro lado, el regresor definido como participación femenina ya no sería influyente al incorporarlo en un modelo de regresión múltiple, cabe destacar además que el índice de corrupción mantiene su influencia inversa en la divulgación de información.

#### 6.4.2.7. Regresión lineal múltiple con dos variables

Solo con la finalidad de observar el comportamiento de incluir las dos variables más significativas al estimar una regresión lineal múltiple, se plantea un nuevo modelo que incorpora tamaño del directorio e índice de corrupción, cuyos resultados se detallan a continuación.

Ilustración 14 Modelo de regresión múltiple con dos variables

Modelo	R	R cuadrado	R cuadrado ajustado	Error estándar de la estimación	Estadísticos de cambio					Durbin-Watson
					Cambio en R cuadrado	Cambio en F	gl1	gl2	Sig. Cambio en F	
1	,411 <sup>a</sup>	,169	,148	,177695765538972	,169	8,233	2	81	,001	1,826

a. Predictores: (Constante), INDCORR, TAMDIR

b. Variable dependiente: INDEXTOTAL

Fuente: Elaboración propia

Ambas variables explicativas en conjunto presentan un nivel de correlación que sigue la tendencia marcada por ser linealmente independientes, y un bajo nivel de ajuste a la variable dependiente representado por un R cuadrado igual a 16,9%, aproximadamente 3 puntos porcentuales menos que al incluir los 5 regresores, por lo tanto, en conjunto serían las variables que dentro de los resultados no óptimos serían los que más explicarían el nivel de divulgación sobre RSE, pero, necesitarían de otras variables independientes no incluidas en este estudio para poder mejorar la bondad del modelo.

Ilustración 15 Coeficientes de regresión lineal múltiple con dos variables

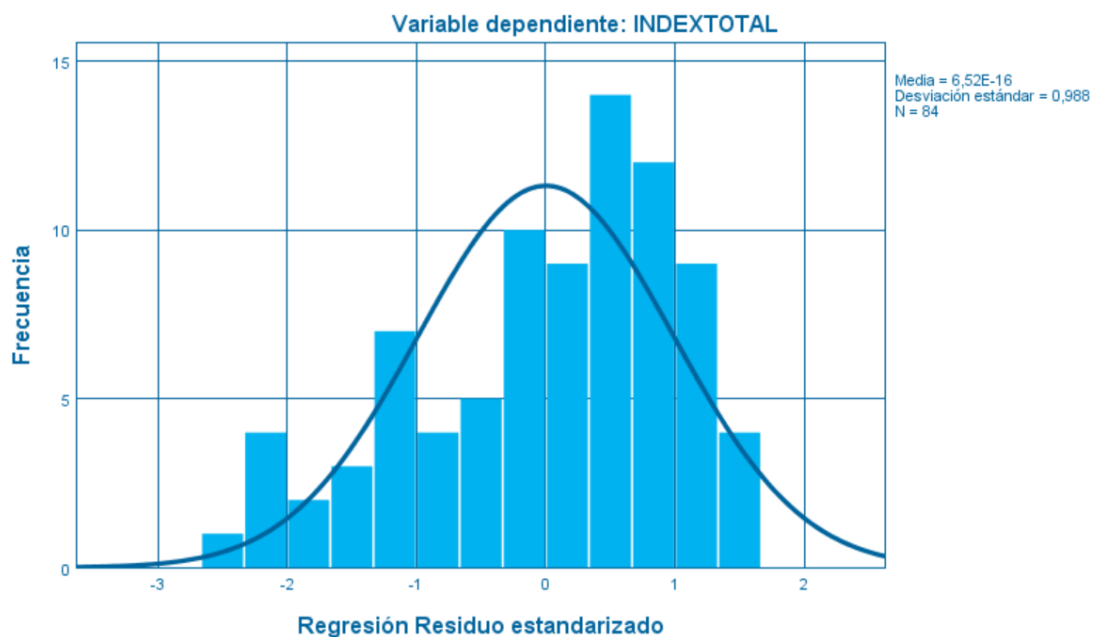
Modelo	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes estandarizados	t	Sig.	Correlaciones			Estadísticas de colinealidad	
	B	Desv. Error	Beta			Orden cero	Parcial	Parte	Tolerancia	VIF
1 (Constante)	,755	,058		12,930	,000					
TAMDIR	,018	,006	,359	3,155	,002	,166	,331	,320	,792	1,263
INDCORR	-,069	,019	-,422	-3,710	,000	-,259	-,381	-,376	,792	1,263

a. Variable dependiente: INDEXTOTAL

Fuente: Elaboración propia

Ahora bien, dentro del mínimo poder explicativo que tiene el modelo, resulta importante destacar que al evaluar el valor p de ambas variables, en los dos casos resulta ser menor al 0,05% de significancia, por tanto, ambos factores influirían en el nivel de divulgación al incluirlas en un mismo modelo, en el caso del tamaño del directorio de manera positiva, y el índice de corrupción de manera negativa, así lo describen sus coeficientes beta. Al ser un modelo que presenta dos posibles variables significativas que intentan explicar el nivel de revelación de información sobre RSE, sería importante evaluar el cumplimiento de los supuestos de una regresión lineal múltiple, iniciando por la independencia de los residuos donde a partir del coeficiente de Durbin-Watson presente en la ilustración 14, se puede aceptar esta condición ya que se encuentra entre 1,5 y 2,5. En la ilustración 15 se pueden observar los factores de inflación de la varianza de cada una de las variables, y en ambos casos son muy bajos alcanzando un 1,26, cuyos valores no son determinantes para hablar de una colinealidad. Por otro lado, no se percibe una heteroscedasticidad en los residuos, ni un problema de linealidad al aplicar ANOVA, el principal problema que presenta el modelo es la normalidad, que se contrasta al aplicar Kolmogorov-Smirnov con la corrección de significación de Lilliefors, dando un valor p 0,04, por ende, a nivel teórico los datos no son normales y se puede visualizar en el histograma de la ilustración 16, donde los residuos no siguen una tendencia normal concentrado los datos hacia la derecha.

Ilustración 16 Histograma de los residuos del modelo con dos variables para prueba de normalidad



Fuente: Elaboración propia

Resumiendo, esta última parte que contempló dos estimaciones de regresiones lineales múltiples han permitido observar posibles factores que influyen conjuntamente en el nivel de divulgación, los cuales son tamaño del directorio e índice de corrupción, sin embargo, su ajuste a la variable independiente sigue en un parámetro poco influyente, por lo que resultaría importante incorporar otras variables que pudiesen fortalecer el poder explicativo del modelo para realmente obtener regresores que expliquen la revelación de información sobre responsabilidad social empresarial.

## 7. Conclusiones

La investigación realizada se enfocó principalmente en analizar el nivel de divulgación sobre responsabilidad social empresarial en sitios webs corporativos por parte de las empresas cotizadas en los principales índices bursátiles del Mercado Integrado Latinoamericano, S&P IPSA Chile, COLCAP de Colombia, S&P IGBVL Perú e IPC de México. Posterior a obtener los resultados del proceso anterior se analizó la influencia entre el tamaño del directorio, la participación femenina en el directorio, la rentabilidad de las compañías, el sector económico y el índice de corrupción sobre el nivel de divulgación total sobre RSE, y ambos procedimientos permitieron caracterizar la transparencia corporativa asociada a tres dimensiones, es decir, medioambiental, social y económica.

En primera instancia se aplicó un análisis de contenido a los sitios webs corporativos, teniendo como orientación el instrumento aplicado por Tubay y De León (2020), el cual se basa en el modelo propuesto por Joseph et al. (2014). Dentro de los principales resultados obtenidos en torno al nivel de divulgación en términos de cantidad o volumen se destaca que en la dimensión medioambiental las empresas que lideran el nivel de divulgación son aquellas que componen el S&P IPSA Chile alcanzando un índice equivalente a un 75%, luego en términos de la dimensión social son las compañías pertenecientes al MSCI COLCAP de Colombia las que predominan en el volumen de revelación con un 84,85%, y en la última dimensión correspondiente a la económica, nuevamente son las entidades colombianas las que lideran el nivel de transparencia, todo esto al evaluar la situación por país. Al momento de consolidar los promedios de divulgación por dimensión y considerando la muestra completa, es el ámbito económico el que presenta un mayor nivel de cumplimiento con una media del 84,52%, seguido por lo social (72,26%) y cerrando el medioambiental que alcanzó un promedio de 69,58%.

Cabe destacar que los resultados antes descritos, no se ven alterados por la falta de información en las páginas webs corporativas, ya que, existe un alto nivel de información contenida en torno a declaraciones, políticas, estrategias, iniciativas o programas, más bien se ven alterados por elementos específicos que componen el instrumento de recolección, como lo son la obtención de premios y que estos sean declarados en la página oficial, la revelación sobre la existencia de un comité asociado a temas sociales, departamentos individuales, información de contacto específico para temas sociales y ambientales, entre otros aspectos. También resulta importante mencionar que las empresas incluidas que pertenecen a Perú y México, obtuvieron resultados más bajos que Chile y Colombia, lo cual además de los elementos ya mencionados se añade que en dichas naciones hay empresas que transparentan información de manera superficial sin ahondar más allá que en una simple declaración, por ende, se tienden a dispersar los resultados. En el caso de Chile y Colombia, las empresas tienden a divulgar información completa y detallada, donde no se registran diferencias extremas, lo cual puede ser potenciado a raíz de cambios en las regulaciones recientes en ambos países a través de normas que potencian la transparencia sobre temas de sostenibilidad y/o ESG en empresas listadas en bolsa, por un lado se tiene la Norma de Carácter General 461 en Chile promulgada en 2021 que incluye indicadores de sostenibilidad en la memoria anual y en el caso de Colombia Circulares 031 de 2021 y 005 de 2022 de la Superintendencia Financiera de Colombia, que vienen a regular la transparencia sobre temas ESG en dicho país, si bien ambas se encuentran ligadas a reportes vía documento, pueden generar un impacto también en lo que deciden divulgar vía página web.

Dado los antecedentes resumidos en los párrafos anteriores, el nivel de divulgación promedio total sobre RSE por parte de las 84 empresas que componen la muestra es equivalente a un 75,40%, lo que permite obtener una aproximación de la realidad latinoamericana en cuanto a la divulgación vía web sobre temas medioambientales, sociales y económicos. Se habla de una aproximación ya que la muestra en términos numéricos no representa a todas las personalidades jurídicas existentes en los cuatro países, pero, son compañías que se encuentran bajo regulaciones y normativas asociadas a la transparencia corporativa, por ende, manejan un mayor nivel de información que deben comunicar y al ser parte de los principales índices bursátiles los grupos de interés están más cerca del accionar de cada una de ellas, por lo tanto, muchas veces se ven exigidas a divulgar un porcentaje mayor de información con respecto a lo que es obligatorio, es decir, emplean un tiempo adicional a la incorporación de información de carácter no financiera en sus reportes.

Para finalizar la etapa de análisis sobre el nivel de divulgación, también se obtuvieron resultados por sector económico. Al relacionar a cada sector económico con cada una de las dimensiones evaluadas se concluye que en el ámbito medioambiental, social y económico la Industria Manufacturera y Empresas de Servicio lidera en la cantidad de divulgación y por consiguiente también en el volumen de divulgación total vía página web, alcanzando un 82,67% de cumplimiento con el instrumento de recolección de datos, similar a lo obtenido por Tagesson et al. (2009), seguido por el sector del Comercio (80,67%) y posteriormente por el de las actividades de Energía (78,70%). Cabe destacar que estos sectores están dentro de los que más empresas de la muestra reúnen, y los resultados obtenidos se pueden asociar a que estas actividades contemplan un mayor grado de transformación de los recursos utilizados en sus respectivos rubros, impactando en la explotación de recursos naturales, y también en las comunidades a partir de sus desechos, emisiones de gases u otros contaminantes que influyen en el bienestar en términos de la salud, tranquilidad, y en la destrucción del medio ambiente.

En cuanto al análisis de los factores determinantes en la divulgación de información, no se obtuvieron resultados que permitieran asegurar del todo la influencia en el nivel de revelación sobre RSE. En primer lugar, al analizar las correlaciones entre las variables y el índice de divulgación total, se refleja una tendencia asociada más a un comportamiento lineal independiente, es decir, ninguno de los factores incluidos en esta investigación presenta una correlación positiva o negativa importante para concluir que existe una influencia estadísticamente notoria sobre el índice de divulgación total, que representa el volumen de revelación de información financiera y no financiera, lo cual ya da indicios de que los posibles modelos de regresión lineal simple no tendrían un ajuste importante hacia la variable dependiente. De igual forma se estimaron cinco regresiones con cada una de los posibles factores determinantes, donde se reafirma un bajo nivel explicativo en todos los casos, no obstante, a través del análisis de los coeficientes obtenidos se logró identificar que las variables participación femenina en el directorio y el índice de corrupción si serían estadísticamente significativas o influyentes en el nivel de divulgación total sobre RSE, pero que individualmente no serían capaz de explicarlo por sus bajos R cuadrado, por tanto, no serían valores tan concluyentes para afirmar que realmente son determinantes al momento de revelar más o menos información en torno a temas ambientales, sociales y económicos.

En este tratamiento individual de las variables, el tamaño del directorio refleja resultados similares a Orazalin (2019) donde se afirma que el número de personas en el directorio no influye en el nivel de información revelada sobre gobierno corporativo y responsabilidad social empresarial. En cuanto a la participación femenina en el directorio, los resultados fueron aproximados a los de Orazalin (2019) quienes afirman que si existe una correlación entre el número de mujeres en el directorio y el nivel de revelación sobre RSE y Frias-Aceituno et al. (2013) sostiene la misma conclusión, pero ligada a la integración de la información corporativa en un solo reporte integrado. Se habla de una aproximación ya que los resultados obtenidos en esta investigación no arrojan una correlación, sino más bien, que la variable si tendría influencia en la revelación de información, pero por sí sola no es capaz de explicarlo, más bien, resulta ser una variable que se debería considerar en algún modelo futuro. Con respecto a la rentabilidad (ROA), se

concluyó lo mismo que en Tubay y de Leon (2020), es decir, que no es significativa, lo mismo sucede con el sector económico que descriptivamente tiene efectos positivos en el nivel de divulgación, pero no estadísticamente significativos, misma conclusión que Frias-Aceituno et al. (2014). Por último, en relación al índice de corrupción se encontraron similitudes con respecto a la literatura, es decir, existe una tendencia hacia una relación inversa con la revelación de información, pero no lo suficiente como para afirmar una correlación completamente negativa, y, a diferencia de Vargas et al. (2022) en este caso si existe evidencia estadística para decir que el nivel de corrupción influye de manera inversa en la transparencia, sin embargo, no tiene un ajuste suficiente para explicarlo debido a que se aproxima en mayor grado a un comportamiento linealmente independiente.

Posterior a obtener los resultados de las cinco regresiones lineales simples, se estimó un nuevo modelo, pero de carácter múltiple incorporando las cinco variables, y al analizarlas en conjunto se obtuvo un R cuadrado más elevado que evaluando cada regresor de manera independiente, sin embargo, este no es altamente superior lo cual limita que la estimación sea lo suficientemente explicativa. No obstante, al analizar los coeficientes estimados se obtiene que la variable tamaño del directorio sería significativa para el modelo al igual que el índice de corrupción, pero, en este caso la regresión limitaría la inclusión de la variable participación femenina ya que no cumpliría con los parámetros para asegurar con evidencia estadística que influye en el nivel de divulgación. A raíz de estos resultados, se estimó un segundo modelo de regresión múltiple con ambas variables, cuyo poder explicativo sigue siendo limitado, y no cumple con el supuesto de normalidad, pero al menos ambas en conjunto desde el punto de vista estadístico serían importantes de considerar en un nuevo modelo que incluya otros regresores que reporten un mejor nivel de ajuste hacia la variable dependiente.

Con los resultados descritos, se puede concluir que el uso de las páginas web como medio de comunicación corporativa ha permitido responder a las necesidades informativas de los distintos stakeholders, sobre todo en el caso de Chile y Colombia que ponen a disposición del público información altamente detallada sobre las tres dimensiones evaluadas. Este mayor grado de divulgación de aspectos no financieros se visualiza de manera directa en los resultados y se correlacionan con la actualidad mundial donde se está enfrentando una serie de crisis ligadas a temas sociales y ambientales, ya que, como se mencionó son netamente factores técnicos que incluye el instrumento lo que no permite alcanzar un índice de divulgación más alto en temas ambientales y sociales, pero en general, a nivel latinoamericano se mantiene un buen volumen de transparencia sobre RSE en los sitios webs corporativos.

Es importante destacar que los resultados obtenidos están sujetos a variaciones por distintos factores, entre ellos, el dinamismo existente en las páginas webs, es decir, se puede agregar o quitar información en un momento dado, lo cual puede impactar en el análisis de contenido de investigaciones que contemplen empresas contenidas en esta muestra. Otro factor importante que puede provocar variaciones y limitantes en estudios futuros es el instrumento utilizado para la recolección de datos, en ese sentido los índices de divulgación pueden verse afectados según los aspectos que se desean evaluar y las conclusiones pueden ser contradictorias a esta investigación aun manteniendo la misma muestra, por ejemplo, un instrumento alternativo podría eliminar aquellos elementos técnicos que afectaron los resultados de esta investigación y centrarse solamente en las directrices estratégicas y desempeño de las compañías. La información contenida en esta investigación permitirá a futuros estudios tener una base comparativa en el caso de realizar un análisis longitudinal, o para seguir profundizando esta línea investigativa a nivel latinoamericano, incluyendo nuevas variables que puedan ser significativamente determinantes en el nivel de divulgación. Otro aspecto que puede ser relevante es generar un nuevo instrumento creado a partir de criterios ESG o del GRI, pensando en que quienes toman decisiones en las empresas se ajustan a criterios estandarizados como principal guía, por ende, variables que contienen aspectos cualitativos como el tamaño del directorio o la participación femenina podrían arrojar resultados más relevantes pensando en que ellos son quienes leen y aplican estas orientaciones, por lo que, un mayor nivel de divulgación estaría relacionado a un mayor grado de ajuste a estos, y a partir de ello obtener una correlación más importante con a características del

consejo administrativo. Por último, una implicancia importante es la que se repite en distintas investigaciones, relacionadas a la probabilidad de error al realizar el análisis de forma manual, expuesto al cansancio del ojo humano que puede conducir a menor grado de concentración y no aplicar los mismos criterios al analizar los sitios webs.

## 8. Referencias

- Adams, C., Hill, W., & Roberts, C. (1998). Corporate social reporting practices in Western Europe: legitimating corporate behaviour? *British Accounting Review*, 30(1), 1-21. doi:10.1006/bare.1997.0060
- Adele, C., Hussain, M., Mohamed, E., & Basuony, M. (2019). Is corporate governance relevant to the quality of corporate social responsibility disclosure in large European companies? *International Journal of Accounting & Information Management*, 27(2), 301-332. doi:10.1108/IJAIM-10-2017-0118
- AECA [ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS]. (2004). *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. Madrid: AECA.
- AECA [Asociación Española de Contabilidad y Administración De Empresas]. (2022). *Código de buenas prácticas para la divulgación de información financiera en Internet*. AECA.
- Aguilera, A., & Puerto, D. (2012). Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social. *pensamiento & gestión*(32), 1-26.
- Alali, F., & Romero, S. (2012). The use of the Internet for corporate reporting in the Mercosur (Southern common market): The Argentina case. *Advances in Accounting, incorporating Advances in International Accounting*, 28, 157-167.
- Alba, M., & Beltrán, C. (2018). Articulación de procesos, flujos de información y conocimiento bajo criterios de infoconocimiento y sostenibilidad en el reporte corporativo. *Cuadernos de Contabilidad*, 19(47), 117-129. doi:10.11144/Javeriana.cc19-47.apfi
- Alonso, J., Saraite, L., Haro de Rosario, A., & Caba-Perez, C. (2016). Sector bancario a nivel mundial y los factores que influyen en su información sobre responsabilidad social corporativa. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 68, 213-233.
- Alpuche, Ezequiel, & Leines, L. (2017). La Teoría de los Stakeholders: un análisis centrado en los grupos dentro de la organización y propuesta de un nuevo grupo. *Pensamiento Crítico. Revista de Investigación Multidisciplinaria*(6), 21-34.
- Baalouch, F., Ayadi, S., & Hussainey, K. (2019). A study of the determinants of environmental disclosure quality: evidence from French listed companies. *Journal of Management and Governance*, 23, 939-971. doi:10.1007/s10997-019-09474-0
- Baraibar-Diez, E., & Luna, L. (2017). The mediating effect of transparency in the relationship between corporate social responsibility and corporate reputation. *REVISTA BRASILEIRA DE GESTAO DE NEGOCIOS*, 20(1), 5-21.
- Belkoui, A., & Karpik, P. (1989). Determinants of the corporate decision to disclose social informatio. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 2(1), 36-51.
- Bowen, H. R. (1953). *Social Responsibilities of the Businessman*. New York: Harper & Row.

- Branco, M., & Rodrigues, L. (2006). Communication of Corporate Social Responsibility by Portuguese Banks: A Legitimacy Theory Perspective. *Corporate Communications: An International Journal*, 11(3), 232-248.
- Burlea, S. P. (2013). Legitimacy Theory. En S. P. Burlea, *Encyclopedia of Corporate Social Responsibility* (págs. 1579-1584). Berlin.
- Cancino, C., & Morales, M. (2008). *RESPONSABILIDAD SOCIAL EMPRESARIAL*. Santiago.
- Canyelles, J. (2011). Responsabilidad social de las administraciones públicas. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 13(7), 77-104.
- Cao, Y., Myers, J., Myer, L., & Omer, T. (2015). Company reputation and the cost of equity capital. *Review of Accounting Studies*, 20(1), 42-81. doi:10.1007/s11142-014-9292-9
- CEPAL [Comisión Económica para América Latina y El Caribe]. (2022). Hacia la transformación del modelo de desarrollo en América Latina y el Caribe: producción, inclusión y sostenibilidad. Buenos Aires, Argentina.
- Chan, J., & Welford, R. (2005). Assessing corporate environmental risk in China: an evaluation of reporting activities of Hong Kong listed enterprises. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 12(2), 88-104. doi:10.1002/csr.88
- Chow, C., & Wong-Boren, A. (1987). Voluntary Financial Disclosure by Mexican Corporations. *The Accounting Review*, 62(3), 533-541.
- Correa, D., Reyes, D., & Montoya, K. (2018). LA INFORMACIÓN NO FINANCIERA Y EL DESEMPEÑO FINANCIERO EMPRESARIAL. *Semestre Económico*, 21(46), 185-202.
- Correa, E., Flynn, S., & Amit, A. (24 de abril de 2004). *Responsabilidad social en América Latina: una visión empresarial*. (D. d. humanos, Ed.)
- Cortesi, A., & Vena, L. (2019). Disclosure quality under Integrated Reporting: A value relevance approach. *Journal of Cleaner Production*, 220, 745-755. doi:10.1016/j.jclepro.2019.02.155
- Cuadrado, B., García, R., & Martínez, J. (2015). Efecto de la composición del consejo de administración en las prácticas de responsabilidad social corporativa. *Revista de contabilidad - Spanish Accounting Review*, 18(1), 20-31.
- Da Costa, C., & Goicochea, J. (2022). Un repaso a la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en América Latina y el Caribe. Empresas e implementación de nuevas políticas. *Revista Economía Y Política*(36), 1-20.
- De la Cuesta Gonzalez, M. (2004). El porqué de la responsabilidad social corporativa. *Boletín Económico de ICE*, (2813).
- Dhaliwal, D., Radhakrishnan, S., Tsang, A., & Yang, Y. (2012). Nonfinancial Disclosure and Analyst Forecast Accuracy: International Evidence on Corporate Social Responsibility Disclosure. *The Accounting Review*, 87(3), 723-759.
- Dhaliwal, D., Zhen, O., Tsang, A., & Yang, Y. (2014). Corporate social responsibility disclosure and the cost of equity capital: The roles of stakeholder orientation and financial transparency. *Journal of Accounting and Public Policy*, 33(4), 328-355.
- Duarte, F. (2015). Responsabilidad Social Empresarial. *Revista Lidera*(10), 41-45.

- Eagle, A. (1987). *Sex Differences in Social Behaviour: A Social Role Interpretation*. Hillsdale: LAWRENCE ERLBAUM ASSOCIATES, PUBLISHER.
- Escamilla, S., Plaza, P., & Flores, S. (2016). Análisis de la divulgación de información sobre la responsabilidad social corporativa en las empresas de transporte urbano en España. *Revista de Contabilidad*, 125-146.
- Ezat, A., & El-Masry, A. (2008). The impact of corporate governance on the timeliness of corporate internet reporting by Egyptian listed companies. *Managerial Finance*, 34(12), 848-867.
- FASB [Financial Accounting Standard Board],. (2001). *Improving Business Reporting: Insights into Enhancing Voluntary Disclosure*. Steering Committee Report.
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic management: A Stakeholders approach*. Boston, Pitman.
- Frias-Aceituno, J., Rodríguez-Ariza, L., & Garcia-Sánchez, I. (2013). The Role of the Board in the Dissemination of Integrated Corporate Social Reporting. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt.*, 20, 219-233. doi:10.1002/csr.1294
- Frias-Aceituno, J., Rodríguez-Ariza, L., & Garcia-Sánchez, I. (2014). Explanatory Factors of Integrated Sustainability and Financial Reporting. *Business Strategy and the Environment*, 23(1), 56-72. doi:10.1002/bse.1765
- Fuente, J, García-Sánchez, I., & Lozano, M. (2017). The role of the board of directors in the adoption of GRI guidelines for the disclosure of CSR information. *Journal of Cleaner Production*, 141, 737-750. doi:10.1016/j.jclepro.2016.09.155.
- Gandía, J. (2001). *La divulgación de información en la era digital*. Madrid: AECA.
- García, I., Martín, P., Granda, M. C., & Rodríguez, L. (2019). La divulgación de información no financiera en España. *Gestión, Revista de Economía*(69), 15-22.
- García-Sánchez, I., Aibar-Guzman, B., Aibar-Guzman, C., & Azevedo, T.-C. (2020). CEO ability and sustainability disclosures: The mediating effect of corporate social responsibility performance. *Corp Soc Responsib Environ Manag.*, 27, 1565-1577.
- García-Sánchez, I., Frias-Aceituno, J., & Rodríguez-Domínguez, L. (2013). Determinants of corporate social disclosure in Spanish local governments. *Journal of Cleaner Production*, 39, 60-72. doi:10.1016/j.jclepro.2012.08.037
- Garriga, E., & Melé, D. (2004). Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory. *Journal of Business Ethics*, 51-71.
- González, E. (2007). La teoría de stakeholders. Un puente para el desarrollo práctico de la ética empresarial y de la responsabilidad social corporativa. *Veritas. Revista de Filosofía y Teología*, 2(17), 205-224.
- González, M., Quintero, J., Muñoz, J., & Rico, J. (2020). EPISTEMOLOGÍA DE LA TRANSPARENCIA EN LA GESTIÓN EMPRESARIAL. *Tendencias en la Investigación Universitaria Una visión desde Latinoamérica*, 11, 71-89. doi:10.47212/tendencias2020vol.xi.6
- Guajardo, G. A. (2008). *CONTABILIDAD FINANCIERA* (Quinta ed.). Monterrey, México: McGRAW-HILL.
- Gutiérrez-Ponce, H., Chamizo-Gonzalez, J., & Arimany-Serrat, N. (2022). Disclosure of Environmental, Social, and Corporate Governance Information by Spanish Companies: A Compliance Analysis. *Sustainability*, 14. doi:10.3390/su14063254

- Healy, P. M., & Palepu, K. G. (2001). Information asymmetry, corporate disclosure, and the capital markets: A review of the empirical disclosure literature. *Journal of Accounting and Economics*, 31, 405-440.
- Hernández-Pajares, J., & García-Biel, C. (2021). Análisis y factores de divulgación de información de sostenibilidad en páginas web de empresas cotizadas peruanas. *Correspondencias & Análisis*, 14, 125-146. doi:10.24265/cian.2021.n14.06
- Herrera, W., & Mahecha, I. (2018). Transparencia, razón pública y rendición de cuentas en las empresas. *Veritas*, 41, 39-68. doi:10.4067/S0718-92732018000300039
- Herz, J. (2018). Reportes integrados y teoría de la legitimidad. *Review of global management*, 4(2), 18-19.
- Iturrioz, J., Masa, C., & Medina, A. (2019). La transparencia sobre Responsabilidad Social Corporativa y su implicación con el comportamiento económico-financiero: efectos en las empresas de Economía Social. *Revista de Estudios Cooperativos*(132), 122-143.
- Joseph, C., Lin, V., Nichol, E., & Jussem, P. (2014). Sustainability Disclosure on Malaysian Hotel Websites. Corporate Social Responsibility Disclosure and Sustainability Reporting 2 Conference.
- Kaymak, T., & Bektas, E. (2017). Corporate Social Responsibility and Governance: Information Disclosure in Multinational Corporations. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24, 555-569. doi:10.1002/csr.1428
- Li, C., Wu, M., Chen, X., & Huang, W. (2022). Environmental, social and governance performance, corporate transparency, and credit rating: Some evidence from Chinese A-share listed companies. *Pacific-Basin Finance Journal*, 74.
- Li, Y., Gong, M., Zhang, X.-Y., & Koh, L. (2018). The impact of environmental, social, and governance disclosure on firm value: The role of CEO power. *The British Accounting Review*, 50(1), 60-75. doi:10.1016/j.bar.2017.09.007
- Lodia, & S.K. (2010). Research methods for analysing World Wide Web sustainability communication. *Social and Environmental Accountability Journal*, 30(1), 26, 36.
- Lozano, J. M. (1999). *Ética y empresa* (Primera ed.). Madrid: Trotta.
- Maldonado-García, S., Marín-Gaviria, M., & Escobar-Vquiro, N. (2012). Divulgación de información contable-financiera en el sitio web de empresas cotizadas de Chile y México: un estudio exploratorio. *Cuadernos de Contabilidad*, 13(33), 395-431.
- Mateos-Espejel, L. E.-R., & Hernandez-Ruiz, H. (2020). Competitividad y responsabilidad social desde la comunicación de la ciencia. *Revista Venezolana de Gerencia*, 25(91), 995-1013.
- McWilliams, A., & Siegel, D. (2001). Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127.
- Miklosik, A., Starchon, P., & Hitka, M. (2021). Environmental sustainability disclosures in annual reports of ASX Industrials List companies. *Environment, Development and Sustainability*, 23, 16227-16245. doi:10.1007/s10668-021-01338-8
- Morales, F., & Jarne, J. (2022). Transparencia corporativa en las website de empresas cotizadas chilenas: estado de situación y evolución. *REVISTA GESTIÓN DE LAS PERSONAS Y TECNOLOGÍA*(45), 98-122. doi:10.35588/gpt.v14i45.5901

- Morales, F., Hollander, R., & Valenzuela, N. (2017). CALIDAD DE LA INFORMACIÓN PUBLICADA EN INTERNET EN UNIVERSIDADES CHILENAS. *CAPIC REVIEW*, 15, 45-59.
- Morales, F., Vergara, D., & Jara, V. (2021). DIVULGACIÓN DE LA INFORMACIÓN AMBIENTAL EN PÁGINAS WEB EN EMPRESAS COTIZADAS CHILENAS. *TENDENCIAS*, 23(1), 200-224. doi:10.22267/rtend.222301.188
- Odrizola, M., & Baraibar-Diez, E. (2017). Is Corporate Reputation Associated with Quality of CSR Reporting? Evidence from Spain. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 24(2), 121-132. doi:10.1002/csr.1399
- Orazalín, N. (2019). Corporate governance and corporate social responsibility (CRS) disclosure in an emerging economy: evidence from commercial banks of Kazakhstan. *CORPORATE GOVERNANCE*, 19(3), 490-507. doi:10.1108/CG-09-2018-0290
- Outtes, L., Lucian, R., Farache, F., & De Sousa, J. (2008). CSR Information Disclosure on the Web: A Context-Based Approach Analysing the Influence of Country of Origin and Industry Sector. *Journal of Business Ethics*, 369-378. doi:10.1007/s10551-008-9892-z
- Pereira, C., Monteiro, A., Barbosa, F., & Coutinho, C. (2021). Environmental sustainability disclosure and accounting conservatism. *International Journal of Advanced and Applied Sciences*, 8(9), 63-74.
- Porter, M., & Kramer, M. (2006). El vínculo entre ventaja competitiva y responsabilidad social corporativa. *Harvard Business Review*, 3-15.
- Rivera-Arrubla, Y., Zorio-Grima, A., & García-Benau, M. (2016). El concepto de informe integrado como innovación en reporting corporativo. *Journal of Innovation & Knowledge*, 1(3), 144-155.
- Robbins, W., & Austin, K. (1986). Disclosure Quality in Governmental Financial Reports: An Assessment of the Appropriateness of a Compound Measure. *Journal of Accounting Research*, 24(2), 412-421. doi:10.2307/2491145
- Rozario, Y., Hossain, M. S., Moutusi, S., & Afreen, S. (2022). Online Information Disclosure, Social Media Strategies and Company Characteristics—The Case of Bangladesh. *Open Journal of Business and Management*, 10, 2304-2324. doi:10.4236/ojbm.2022.105115.
- Salido, P., Santos, J., & Gracia, M. D. (2018). Información no financiera como herramienta de transparencia. *LA RAZÓN HISTÓRICA. Revista hispanoamericana de Historia de las Ideas*(40), 116-132.
- Sánchez, D., Rivera, J., & Jaque, N. (2019). DIVULGACIÓN DE INFORMACIÓN NO FINANCIERA EN LAS ORGANIZACIONES: UNA MIRADA DESDE LOS INFORMES DE SOSTENIBILIDAD Y LOS REPORTES INTEGRADOS. En D. Sánchez, J. Rivera, N. Jaque, A. Corredor, M. Peralta, R. Brand, . . . J. Olarte, *La investigación e información corporativa desde la perspectiva de los reportes integrados y el Gobierno Corporativo* (págs. 14-35). Bogotá: Fondo Editorial Universitario Servando Garcés de la Universidad Politécnica Territorial de.
- Sanchez-Lopez, J., & Godoy, J. (2022). DOES THE MARKET RECOGNIZE CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY? *Revista de Administração de Empresas*, 62(2), 1-16.
- Schnackenberg, A. k., & Tomilson, E. C. (2016). Organizational Transparency: A New Perspective on Managing Trust in Organization-Stakeholder Relationships. *Journal of Management*, 42(7), 1784-1810. doi:10.1177/0149206314525202

- Sever, S., & Dumančić, K. (2022). FACTORS INFLUENCING THE DISCLOSURE OF ADDITIONAL FINANCIAL AND NON-FINANCIAL INFORMATION BY LARGE ENTERPRISES. *Journal of Contemporary Management Issues*, 27(1), 287-308. doi:10.30924/mjcmi.27.1.16
- Suchman, M. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approach. *Academy of Management Review*, 20(3), 571-610.
- Sung-Bum, K., & Dae-Ypung, K. (2017). Antecedents of Corporate Reputation in the Hotel Industry: The Moderating Role of Transparency. *Sustainability*. doi:10.3390/su9060951
- Tagesson, T., Blank, V., Broberg, P., & Sven-Olof, C. (2009). What Explains the Extent and Content of Social and Environmental Disclosures on Corporate Websites: A Study of Social and Environmental Reporting in Swedish Listed Corporations. *Corp. Soc. Responsib. Environ. Mgmt.*, 16, 352-364. doi:10.1002/csr.194
- Tubay, J. B., & De Leon, M. v. (2020). Website Sustainability Disclosure Analysis: A Case of Publicly-Listed Mining Companies in the Philippines. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 23-30.
- Vargas, C., El Housin, H., & Villca, E. (2022). Los factores determinantes de la transparencia de los gobiernos electrónicos en la divulgación de información económica-financiera: Caso de Centro América. *Iberoamerican Business Journal*, 5(2), 04-35. doi:10.22451/5817.ibj2022.vol5.2.11057
- Villa-Barrientos, J., Escrobar-Cruz, Y., & Correa-Mejía, D. (2020). Evolución de la revelación de información no financiera: evidencia desde el contexto colombiano. *Cuadernos de Contabilidad*, 21. doi:10.11144/Javeriana.cc21.erif
- Wagner, E., Alves, H., & Raposo, M. (2011). Stakeholders theory: issues to resolve. *Management Decision*, 49(2), 226-252.
- Wilmshurst, T., & Frost, G. (2000). Corporate environmental reporting A test of legitimacy theory. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 13(1), 10--26.
- Zanfrillo, A., & Artola, M. (2021). Responsabilidad social corporativa: factores influyentes en la divulgación de información en organizaciones de salud no lucrativas. *Revista Escuela de Administración de Negocios*(90), 139-152.

## 9. Anexos

### Anexo 1. Palabras claves más utilizadas según búsqueda inicial en WOS, datos VOSViewer

Gráfico 5 Palabras claves más utilizadas según VOSViewer al analizar WOS



Fuente: Elaboración propia, a partir de VOSViewer

### Anexo 2. Palabras claves más utilizadas con afinamiento en la búsqueda

Gráfico 6 Palabras claves más utilizadas según VOSViewer al analizar WOS



Fuente: Elaboración propia a partir de VOSViewer

### Anexo 3. Tabla descriptiva de publicaciones por años.

Tabla 9 Publicaciones por año según VOSViewer al analizar WOS

Año	Nº de Artículos	%
2023	1	0,31%
2022	56	17,50%
2021	62	19,38%
2020	65	20,31%
2019	51	15,94%
2018	21	6,56%
2017	19	5,94%
2016	8	2,50%
2015	6	1,88%
2014	9	2,81%
2013	9	2,81%
2012	2	0,63%
2011	5	1,56%
2009	2	0,63%
2008	2	0,63%
2007	1	0,31%
2005	1	0,31%
<b>Total</b>	<b>320</b>	<b>100%</b>

Fuente: Elaboración propia a partir de VOSViewer

### Anexo 4. Países con mayor volumen de publicación y citación

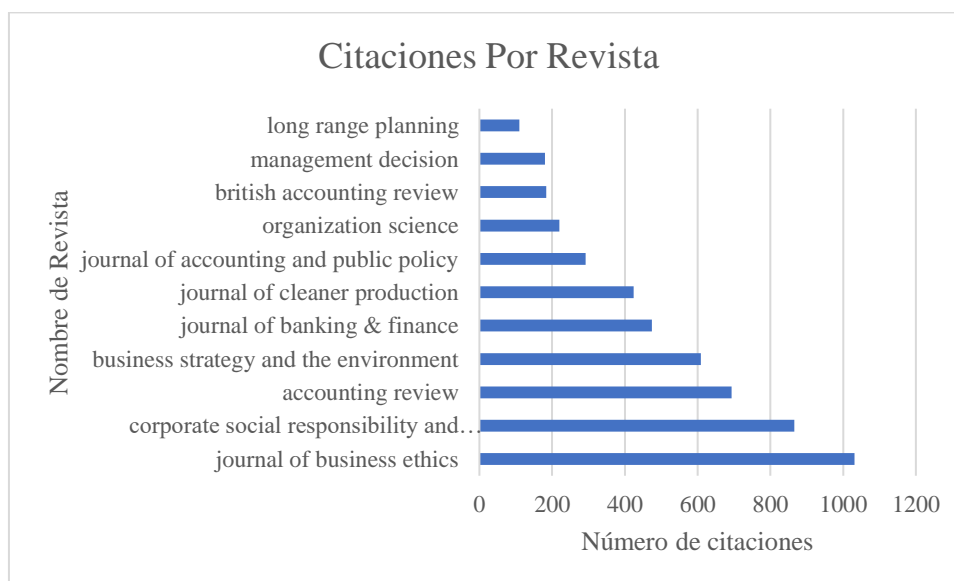
Ilustración 17 Países con mayor número de publicaciones y citaciones según VOSViewer al analizar WOS

Verify selected countries				
Selected	Country	Documents	Citations ▼	Total link strength
<input checked="" type="checkbox"/>	usa	18	2840	22
<input checked="" type="checkbox"/>	spain	14	1775	13
<input checked="" type="checkbox"/>	peoples r china	5	1150	10
<input checked="" type="checkbox"/>	south korea	2	985	10
<input checked="" type="checkbox"/>	england	9	733	13
<input checked="" type="checkbox"/>	canada	4	310	1
<input checked="" type="checkbox"/>	france	2	255	1
<input checked="" type="checkbox"/>	australia	2	235	1
<input checked="" type="checkbox"/>	germany	3	215	3

Fuente: Resultados arrojados por VOSViewer

### Anexo 5. Revistas más citadas

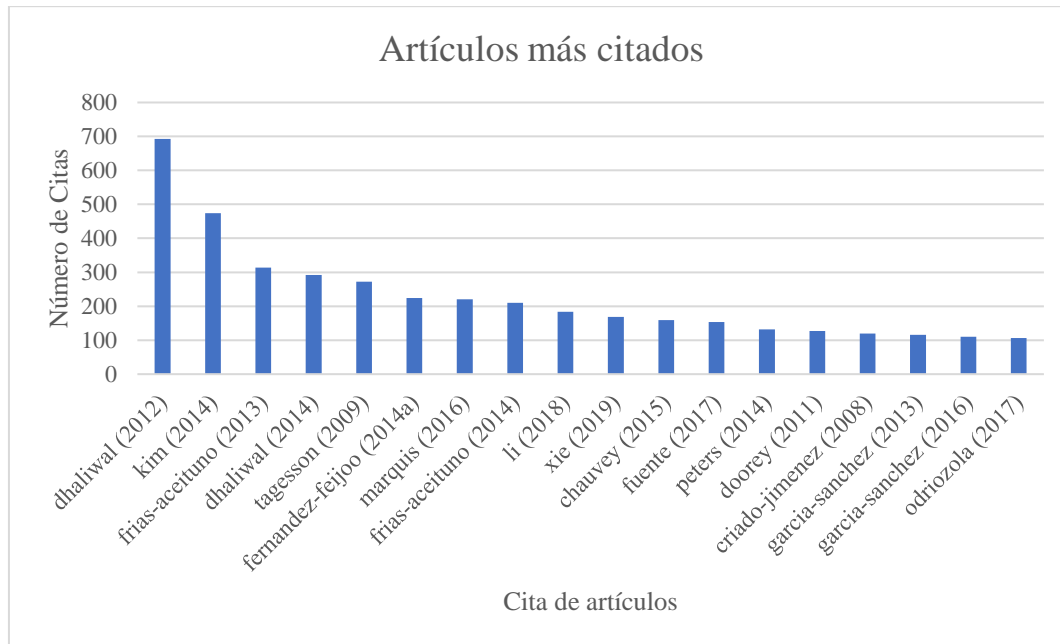
Gráfico 7 Citaciones por revista según VOSViewer al analizar WOS



Fuente: Elaboración propia a partir de VOSViewer

### Anexo 6. Artículos más citados

Gráfico 8 Artículos más citados según VOSViewer al analizar WOS



Fuente: Elaboración propia a partir de VOSViewer

### Anexo 9. Listado de Artículos más citado

Tabla 10 Detalle de artículos más citados según VOSViewer al analizar WOS

Autores	Año	Título	Revista
Dan S. Dhaliwal; Suresh Radhakrishnan; Albert Tsang; Yong George Yang	2012	Nonfinancial Disclosure and Analyst Forecast Accuracy: International Evidence on Corporate Social Responsibility Disclosure	The Accounting Review
Kim, Yongtae; Li, Haidan; Li, Siqi	2014	Corporate social responsibility and stock price crash risk	JOURNAL OF BANKING & FINANCE
Frias-Aceituno, JV; Rodriguez-Ariza, L and Garcia-Sanchez, IM	2013	The Role of the Board in the Dissemination of Integrated Corporate Social Reporting	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT

Dan S. Dhaliwal; Suresh Radhakrishnan; Albert Tsang; Yong George Yang	2014	Corporate social responsibility disclosure and the cost of equity capital: The roles of stakeholder orientation and financial transparency	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL MANAGEMENT
Tagesson, Torbjorn; Blank, Veronica; Broberg, Pernilla; Collin, Sven-Olof	2009	What Explains the Extent and Content of Social and Environmental Disclosures on Corporate Websites: A Study of Social and Environmental Reporting in Swedish Listed Corporations	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL
Fernandez-Feijoo, B; Romero, S and Ruiz, S	2014	Effect of Stakeholders' Pressure on Transparency of Sustainability Reports within the GRI Framework	JOURNAL OF BUSINESS ETHICS
Marquis, C; Toffel, MW and Zhou, YH	2016	Scrutiny, Norms, and Selective Disclosure: A Global Study of Greenwashing	ORGANIZATION SCIENCE
Frias-Aceituno, JV; Rodriguez-Ariza, L and Garcia-Sanchez, IM	2014	Explanatory Factors of Integrated Sustainability and Financial Reporting	BUSINESS STRATEGY AND THE ENVIRONMENT
Li, YW; Gong, MF; (...); Koh, L	2018	The impact of environmental, social, and governance disclosure on firm value: The role of CEO power	BRITISH ACCOUNTING REVIEW
Xie, J; Nozawa, W; (...); Managi, S	2019	Do environmental, social, and governance activities improve corporate financial performance?	BUSINESS STRATEGY AND THE ENVIRONMENT
Chauvey, JN; Giordano-Spring, S; (...); Patten, DM	2015	The Normativity and Legitimacy of CSR Disclosure: Evidence from France	JOURNAL OF BUSINESS ETHICS
Fuente, JA; Garcia-Sanchez, IM and Lozano, MB	2017	The role of the board of directors in the adoption of GRI guidelines for the disclosure of CSR information	JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION
Peters, GF and Romi, AM	2014	Does the Voluntary Adoption of Corporate Governance Mechanisms Improve Environmental Risk Disclosures? Evidence from Greenhouse Gas Emission Accounting	JOURNAL OF BUSINESS ETHICS

Doorey, DJ	2011	The Transparent Supply Chain: from Resistance to Implementation at Nike and Levi-Strauss	JOURNAL OF BUSINESS ETHICS
Criado-Jimenez, I; Fernandez-Chulian, M; (...); Larrinaga-Gonzalez, C	2008	Compliance with mandatory environmental reporting in financial statements: The case of Spain (2001-2003)	JOURNAL OF BUSINESS ETHICS
Garcia-Sanchez, IM; Frias-Aceituno, JV and Rodriguez-Dominguez, L	2013	Determinants of corporate social disclosure in Spanish local governments	JOURNAL OF CLEANER PRODUCTION
Garcia-Sanchez, IM; Cuadrado-Ballesteros, B and Frias-Aceituno, JV	2016	Impact of the Institutional Macro Context on the Voluntary Disclosure of CSR Information	LONG RANGE PLANNING
Odriozola, MD and Baraibar-Diez, E	2017	Is Corporate Reputation Associated with Quality of CSR Reporting? Evidence from Spain	CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ENVIRONMENTAL

Fuente: Elaboración propia a partir de los resultados de VOSViewer

## Anexo 10. Instrumento de Recolección de Datos

Tabla 11 Instrumento de recolección de datos utilizado para el estudio

N°	Environment
1	General statement or policy - energy efficiency, water, waste, green product, biodiversity, etc.
2	Any mention about environment in the mission statement, vision, objectives, and other forms e.g., logo, motto or theme
3	Any strategy related to environment issue e.g., recycling, environment control, landscape, beautification, energy saving etc,
4	Environmental activities or programs for example, Recycling and other Green Initiatives
5	Promotion of environmental issues e.g., news etc.,
6	Stakeholders engagement on environmental issue by forum twitter, Facebook
7	Award
8	Individual department

9	Contact information
<b>N°</b>	<b>Social</b>
1	General statement or policy e.g., occupational, safety and health policy
2	Any mention about social in the mission statement, objectives and in other forms e.g., logo, motto or themevision,
3	Any strategy related to social issue e.g., health, staff, training, safety etc.,
4	Community engagement
5	Committee
6	Promotion of social issues via news
7	Stakeholders engagement on social issue by forum, twitter, Facebook
8	Local employment/job opportunities
9	Award
10	Individual department
11	Contact information
<b>N°</b>	<b>Economy</b>
1	General statement or policy - e.g., commitment towards investors, stakeholders, partners, owners
2	Any strategy related to economy issue
3	Economy activities or programs
4	Economy services
5	Promotion of economy issues
6	Stakeholders engagement on economy issue by forum, Twitter, Facebook
7	Financial information
8	Award
9	Individual department
10	Contact information

Fuente: Elaboración propia a partir de Tubay y De Leon (2020)