

IV ENCUENTRO NACIONAL DE PROFESORES DE
CONTADURÍA PÚBLICA

**PROPUESTA DE UNA METODOLOGÍA PARA LA MEDICIÓN DE
INFORMACIÓN INTEGRADA**

PROPUESTA DE UNA METODOLOGÍA PARA LA MEDICIÓN DE INFORMACIÓN INTEGRADA

RESUMEN: Durante las últimas décadas ha tomado fuerza la emisión de informes corporativos que fungen como mecanismos de comunicación para divulgar información, financiera y no financiera, tendiente a satisfacer las necesidades de información de los diferentes grupos de interés Sin embargo, se hace necesario realizar un análisis de la información divulgada con el fin de determinar la calidad de la misma y analizar si ésta cumple con las expectativas de los diferentes usuarios. Teniendo en cuenta lo anterior, el objetivo del trabajo que se presenta es el de mostrar una metodología que permita medir y analizar la información divulgada con el fin de observar su amplitud y su calidad. Utilizando como pretexto la responsabilidad social corporativa y la información social, se ha analizado una empresa cotizada, se ha construido un índice de información y sometido a pruebas de fiabilidad.

Palabras Clave: Análisis de Contenido, prueba de fiabilidad, K-Alpha, América Latina, Información Social.

1. Introducción y Antecedentes

Uno de los argumentos de la aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera (NIIF) en Colombia está íntimamente relacionado con el hecho de mejorar la transparencia informativa, pues la norma considera un aumento significativo en la revelación de información a través de las notas a los estados financieros (EEFF). No obstante, no es frecuente en nuestro contexto la realización de estudios que den cuenta del cumplimiento de ese propósito. Lo anterior se debe, en parte, a la problemática que subyace con este tipo de información, ya que su carácter cualitativo, en muchos casos, dificulta su análisis, con lo cual, su medición se hace compleja por el subjetivismo que puede acompañar al investigador a la hora de trabajar los datos.

Estudios previos han analizado la divulgación y medición de información financiera y no financiera reportada por las empresas, advirtiendo sobre la importancia que esta tiene en la reducción de las asimetrías de la información, lo que mejoraría la eficiencia en el mercado, viéndose reflejada en las decisiones que toman los grupos de interés (Gómez, Sánchez y Poveda, 2005). Sin embargo, la mayor parte de estos trabajos se han enfocado en la información voluntaria que comúnmente se asocia con información de Capital Intelectual e información sobre Responsabilidad Social.

Actualmente, ha hecho escuela la propuesta del reporte integrado que ofrece como ventaja mejorar la información en términos de costo y consolidación de la misma, logrando así un informe más corto que condense de una mejor manera la información, sin descuidar su robustez y relevancia. De esta manera, se genera la necesidad de medir y analizar los informes corporativos (Gómez Sánchez y Poveda, 2005) que involucra información no sólo de carácter financiero sino también de carácter social y medioambiental, justificado en gran parte por la aceptación que ha tenido en el mercado. En América latina y particularmente en Colombia, este tipo de estudios centrados en medir el volumen y la calidad de la información no son muy comunes debido a la dificultad en el manejo de la misma.

Sin embargo, el auge que en las últimas décadas ha presentado la divulgación de información financiera y no financiera como consecuencia de algunos sucesos y fenómenos, como los escándalos empresariales, la apertura económica, y la consolidación y propagación de grandes corporaciones, ha despertado el interés en el ámbito académico por analizar y medir la cantidad y calidad de la información divulgada.

La mayor parte de estudios que buscan cumplir dicho objetivo, han utilizado la técnica de análisis de contenido como una herramienta para la recolección de los datos y la medición del volumen de información a partir de la construcción de un índice (Amran & Haniffa, 2011, Bayoud, Kavanagh & Slaughter, 2012, Khasharmeh & Desoky, 2013, Wang, Song & Yao, 2013, entre otros).

Los argumentos en favor de la utilización de esta técnica giran alrededor de dos aspectos a saber: por un lado el carácter cualitativo de la información divulgada y, por otro, la subjetividad implícita a la hora de conformar las categorías y la unidad de análisis de contenido, posiblemente generada por el carácter narrativo de la información. Con el fin de minimizar estos inconvenientes que pueden llevar a resultados erróneos, algunos autores han optado por realizar pruebas de fiabilidad para garantizar la estabilidad, reproductibilidad y exactitud de la información¹ (Cohen, et, al., 2012, Da Silva y Albar, 2011, Fortanier, et, al., 2011, Gutiérrez y Navallas, 2011, entre otros).

Es así como se han desarrollado diferentes pruebas de fiabilidad para mejorar la robustez de los datos, entre ellas se encuentran: el índice Pi de Scott, el índice Kappa de Cohen, el alfa de Cronbach y el coeficiente alfa de Krippendorff. Para el presente trabajo se ha calculado el alfa de Krippendorff, ya que permite trabajar con tres codificadores, con lo cual se garantiza la estabilidad de los datos.

En este orden de ideas, el artículo que se presenta propone una técnica que permite medir, desde de la construcción de índices, el volumen de la información

¹ Estas categorías han sido definidas por Krippendorff (1990) como elementos básicos que debe conservar la información para garantizar su objetividad en los procesos investigativos.

divulgada, buscando también acercarse al análisis de la calidad de la misma a partir de clasificar los datos en información cualitativa y cuantitativa. Con el fin de lograr el objetivo propuesto, se ha tomado el informe integrado de la empresa CELSIA S.A.E.S.P., compañía perteneciente al grupo Argos, con fecha de corte 2012, que si bien no presenta información financiera bajo NIIF, al pertenecer al grupo 1 está preparando su información para este propósito. Adicionalmente, al ofrecer un informe integrado se puede esperar un buen volumen de información. Así mismo, reporta indicadores sociales a partir del estándar de la guía GRI.

El trabajo está dividido en 6 partes, la primera que corresponde a esta introducción y antecedentes, la segunda expone el marco teórico sobre la responsabilidad social corporativa y la información social, utilizada como excusa para el desarrollo de la técnica, y un sondeo de la literatura previa sobre el tema; la tercera parte presenta el diseño metodológico seguido por una cuarta parte que expone los resultados. Posteriormente, y a manera de consideraciones finales, se presenta una quinta parte de conclusiones, para finalizar con la sexta parte que hace una reflexión pedagógica sobre el tema.

2. Marco teórico

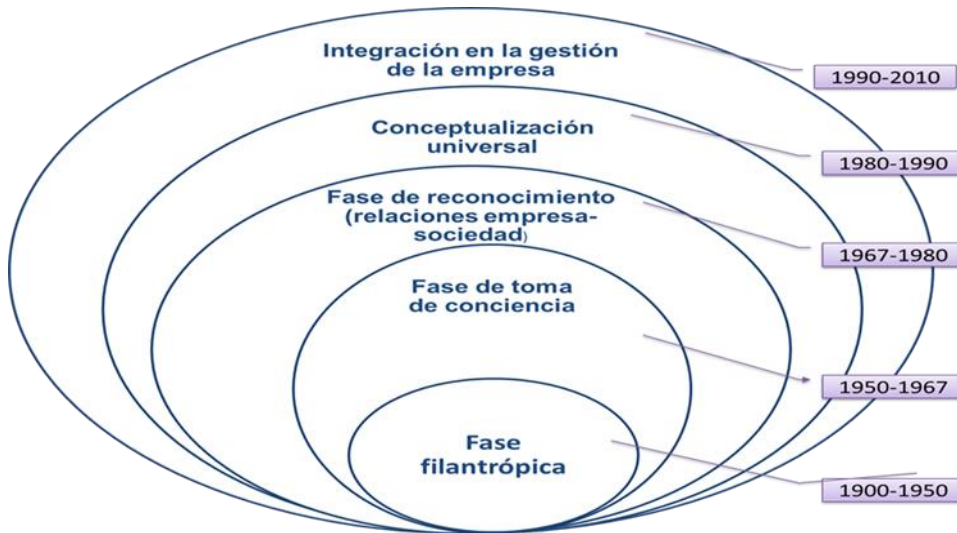
a. La RSC y su rol en el contexto actual

La fuerte dinámica empresarial, la globalización y el gran impacto de las finanzas en la economía, además de la consolidación de las grandes corporaciones, impulsaron desde hace varias décadas la incorporación del fenómeno de la RSE en el lenguaje empresarial. No obstante, es la presión de los grupos sociales la que logra una renovación permanente en el esquema de negocios, alentando la incorporación de temas sociales y medioambientales en la estrategia empresarial.

Desde el punto de vista histórico, la formación del concepto moderno se consolidó en el mundo anglosajón y ha sido promovido, principalmente, por las empresas multinacionales (Berbel, 2010). Es así como su aplicación práctica se ubica en los Estados Unidos a partir de la realización, por parte de las empresas, de actividades dirigidas a mejorar el bienestar de sus empleados y la comunidad,

motivadas por los problemas sociales que surgieron tras la gran depresión de los años treinta del siglo pasado. La Figura 1 presenta un esquema de su desarrollo histórico.

Figura 1. Etapas del Desarrollo Histórico de la RSC.



Fuente: Elaboración propia

Sin embargo, la RSE se consolidó de manera formal en 1940 con la aplicación, en Estados Unidos, de las auditorías sociales (Zadek et al., 1997), mientras que en Europa la legislación y la restricción fue definiendo el concepto, por lo que en sus inicios no hubo gran discusión en el interior de la empresa (Acquier 2005). La concepción contemporánea de la RSC en Europa se configuró a partir de la definición de desarrollo sostenible acuñado en el informe Brundtland (1987), que sirvió como marco de referencia para renovar el tópico de la RSC en las empresas² (Acquier, 2005).

Como se puede observar, la consolidación del concepto pasa por una primera etapa en donde es la filantropía la que guía la actuación empresarial, logrando su pleno desarrollo durante la última década del siglo pasado y la primera década del

² Acquier (2005) manifiesta que el concepto de desarrollo sostenible ha sido, más que una transposición a la gestión de las empresas, una oportunidad para actualizar y generalizar el concepto de la RSC. En este sentido, la RSC hace referencia a la aceptación, por parte de los empresarios, de nuevas responsabilidades que los invitan a realizar actividades de tipo social, buscando una mayor integración con la comunidad y su entorno ambiental.

presente siglo en donde la RSE pasa a ser un elemento transversal a la gestión empresarial. Sin embargo, antes de su consolidación, ha existido por parte de los empresarios la tendencia a disminuir las presiones sociales a partir de acciones dirigidas a diferentes grupos de interés con el fin de mitigar los conflictos derivados de su actividad.

En la actualidad el tema se debate en un contexto de crisis mundial que pone en entredicho su permanencia en virtud del coste que sus prácticas pueden tener para las compañías, versus sus beneficios. Este escenario económico y político ha planteado una nueva ecuación en la cual la relación Estado-sindicato-empresa, que marcaba el equilibrio de la relación del capital con el trabajo, se ha roto, dando paso a un nuevo sistema de relaciones que aún no se define. Lo que sí parece quedar claro en este nuevo esquema es la pérdida de poder del Estado y del sindicato (los trabajadores), poder que se ha trasladado a las grandes corporaciones que hoy por hoy deciden variados aspectos sobre el futuro del sistema (Casado, 2006), creando una nueva agenda de responsabilidades.

En este mismo orden de ideas, se ha hecho evidente cómo la ampliación de las brechas sociales han motivado a la sociedad en general a reclamar mayores acciones por parte de las empresas en torno a su responsabilidad frente a asuntos como el tema medioambiental, el cada vez más marcado desequilibrio en la distribución de la riqueza, y los problemas de acceso a diferentes servicios que, en virtud al modelo económico imperante, se han privatizado limitando su utilización por parte de la población.

En torno a lo que se entiende por RSC existen diversas posturas (Miras et al., 2011), aunque la mayoría de ellas giran en torno al mismo asunto (Dahlsrud, 2008³). Para el presente trabajo se va a adoptar la definición propuesta en la norma ISO 26000 que, aunque habla de RESPONSABILIDAD SOCIAL, sin incluir la palabra corporativa o empresarial, se refiere a la responsabilidad de las

³ El autor, que hace un análisis de contenido sobre 35 diferentes definiciones de RSC, llega a la conclusión de que si bien hay la percepción de una gran variedad de definiciones, realmente no son tantas, ya que todas giran en torno a un mismo asunto pero con diferentes sesgos, dependiendo del contexto en el cual se quiera aplicar. En este sentido, la unificación del concepto tendría que abordarse desde el reconocimiento de las diferencias contextuales de cada región.

organizaciones cuando dice que Responsabilidad Social es la *Responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y actividades ocasionan en la sociedad y el medio ambiente, mediante un comportamiento ético y transparente que:*

- *Contribuya al desarrollo sostenible, incluyendo la salud y el bienestar de la sociedad;*
- *tome en consideración las expectativas de sus partes interesadas⁴;*
- *cumpla con la legislación aplicable y sea coherente con la normativa internacional de comportamiento; y*
- *esté integrada en toda la organización y se lleve a la práctica en sus relaciones⁵*

Así, bajo esta definición, se engloban aquellos aspectos sociales, medioambientales y económicos, relacionados con todas sus partes interesadas y, adicionalmente, teniendo en cuenta su inserción en la estrategia de la organización y no como un aspecto periférico.

b) La RSC en América Latina

En el caso de América Latina, la tendencia ha sido similar aunque tardía. De manera esquemática se puede decir que la historia de la RSC en América Latina se divide en cinco fases o periodos. Un primer periodo en el cual se realizaban actividades de tipo benéfico con un carácter marcadamente religioso. Un segundo periodo de desarrollo de la filantropía, en el cual los protagonistas principales de la vida nacional en las diferentes regiones eran el Estado y las empresas. El tercer momento, caracterizado por la aparición formal de las fundaciones que desarrollaban acciones de tipo benéfico y un cuarto periodo, enmarcado en la década de 1980, en el que hace su aparición el concepto de inversión social. Ya para la década de 1990, que corresponde a la quinta fase, se incluye el tema en las agendas empresariales y se comienza a utilizar el término de RSE de manera

⁴ Para Freeman (1984), la sociedad se configura como los terceros interesados o grupos de interés que afectan y son afectados por la actividad de la empresa.

⁵ Tomado de <http://iso26000.com.ar/2012/02/glosario-rse-segun-iso26000/>

formal. En los inicios del siglo XXI el término es ampliamente utilizado por diferentes sectores, con un vasto reconocimiento en los ámbitos empresarial, académico y gubernamental (Vives et al., 2005).

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

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

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

La preocupación por la responsabilidad social en la región ha sido liderada principalmente por organizaciones sin ánimo de lucro con origen en Europa o Estados Unidos, apoyadas por grandes empresas multinacionales que operan en la región y que promueven el carácter voluntario de la RSE (Correa et al., 2004). Y esto es así porque en un mundo globalizado como el actual, las empresas multinacionales están sujetas a un escrutinio social cada vez más amplio (Lecuona, 2007), y para mantener su reputación e imagen corporativa deben garantizar el cumplimiento de estándares, normas y valores corporativos en las operaciones y negocios que tengan con los países en desarrollo. Producto de esta influencia, en América Latina la conformación del concepto de RSE ha estado influenciado por las corrientes instituidas en los países desarrollados, aunque conservando en la práctica un alto grado de filantropía y beneficencia.

c) La divulgación sobre RSC

El desarrollo de la RSE ha permitido su formalización, definiendo los elementos que la integran. Entre estos elementos se encuentra el tema de la transparencia informativa que, de manera transversal, funge como un catalizador entre la empresa y los grupos de interés. Esta transparencia se materializa a partir de los informes corporativos que las empresas emiten para mantener informados a sus grupos de interés.

En este sentido, el diseño de nuevas propuestas sobre sistemas informativos que mejoren la divulgación de información no financiera ha estado presente desde la última década del siglo pasado, en razón a que los inversionistas, empresarios y académicos consideran que la contabilidad tradicional no tiene la capacidad suficiente para satisfacer las crecientes necesidades de información por parte de los diferentes grupos de interés (Lev, 2003) ya que está presenta un enfoque instrumental.

Bajo este enfoque instrumental, las empresas tienden a cuantificar los costos de la “sostenibilidad” bajo una lista de asuntos que la retórica económica ha llevado a la escena empresarial y que han sido adoptados y adaptados buscando legitimar su

actuación frente a la sociedad. Sin embargo, los temas de la sostenibilidad trascienden más allá de lo mensurable y asuntos sociales y medioambientales, que aunque aparentemente no tienen relación con el espectro empresarial, hacen parte de la sostenibilidad universal y deben ser tenidos en cuenta (Perdiguero, *et al.*, 2005, citando a Larrinaga, 2005).

La información sobre responsabilidad social corporativa inició su periplo de desarrollo formal a partir de los innumerables escándalos contables y financieros de los cuales fueron protagonistas importantes empresas globales (Moneva, 2007). No obstante, el desarrollo de los negocios y de la economía ya reclama una mayor transparencia informativa, consecuencia de la democratización del capital y la configuración de diversos grupos de presión que se muestran interesados en la información empresarial.

Fruto de estas presiones, se ha acuñado el término de *información de base social* o *información sobre responsabilidad social*, como ha sido denominada por algunos autores, para englobar, bajo el sistema informativo imperante, datos de tipo social, ambiental y financiero. Su evolución ha estado ligada a la evolución de la responsabilidad social (ver Tabla 1), aunque fue en las últimas décadas del siglo pasado que logra su mayor formalización a partir de las auditorías sociales que incluían un informe financiero de impactos medioambientales o el balance social del Banco Bilbao que emitía información sobre aspectos de interés para los diferentes grupos interesados en la empresa.

Es así como en la actualidad, las empresas tratan de demostrar su sostenibilidad a partir de la construcción de una retórica contable en la que se presenta el tema de la responsabilidad social como un asunto medible desde el punto de vista financiero. Sin embargo, no hay consenso sobre la forma como se debe presentar la información de RSE ni sobre su contenido.

En este sentido, Ortiz-Martínez y Crowther (2004) y Perdiguero y López (2005) coinciden en afirmar que la gran variedad de informes y denominaciones tienden a confundir y no conducen al desarrollo de propuestas que permitan estandarizar la

presentación de informes sobre RSC que faciliten el análisis y la comprensión de la información divulgada por las empresas. Sin embargo, la iniciativa de la *Global Reporting Initiative* (GRI) parece ser la idea de mayor aceptación para la preparación y divulgación de información sobre RSC (Choudhuri y Chakraborty, 2009), lo que augura un avance en materia de estandarización, máxime si se consolida la iniciativa de reporte integrado.

Tabla 1. Evolución de la revelación de información sobre responsabilidad social

Periodo	Información	Características
1970-80	Auditoría Social (Abt)	Informe financiero de impactos medioambientales
	Balance social (Banco Bilbao)	Información sobre aspectos de interés para interlocutores de la organización
1980-90	Información social o medioambiental	Datos suministrados en los informes anuales de las organizaciones
1990-2000	Informes medioambientales	Informes resultantes de la implantación de sistemas de gestión medioambiental
	Información financiera medioambiental	Normas de contabilidad sobre aspectos medioambientales
2000-2009	Reportes sociales y medioambientales	Los informes que incluyan las dimensiones económica, social y ambiental de la organización
2010-20--	Informe integrado	La información sobre asuntos sociales y medioambientales (información sobre RSC) se integran

Fuente: elaboración propia a partir de Moneva (2007), Lizcano, et al., (2011) y Ortas y Moneva (2011).

Sin embargo, medir esta información comporta una serie de retos que implican la aplicación de metodologías de medición y cálculo particulares, ya que gran parte de la información divulgada es de tipo cualitativo, lo que genera una seria dificultad en su análisis. Además, su carácter voluntario genera las dificultades propias de la no estandarización, ya que puede hablar de cualquier asunto refiriéndose a un mismo tema.

d) Estudios empíricos

El reconocer la importancia que posee la divulgación de información financiera y no financiera por parte de las empresas en torno a lograr la disminución de costos de transacción y permitirle a los *stakeholders* tomar decisiones de la manera más eficiente posible, acentúa aún más el interés en la academia por realizar estudios que posibiliten medir tanto el volumen como la calidad de la información reportada.

En esa línea, hay abundante literatura que abordan la técnica de análisis de contenido con el objetivo de medir la información divulgada por las empresas (véase por ejemplo, Deegan y Gordon, 1996; Hackston y Milne, 1996; García-Ayuso y Larrinaga, 2003; Castelo y Lima, 2006; Islam y Deegan, 2008; Aranguren y Martínez, 2010; Dawkin y Fraas, 2011) ya que su utilización posibilita, por un lado, obtener indicadores cuantitativos o cualitativos por procedimientos sistemáticos y objetivos de descripción del contenido de los mensajes (Bardin, 1996) y, por otro lado, realizar inferencias a partir de datos substancialmente verbales, simbólicos y comunicativos (Pérez, 2006). Así mismo, según Krippendorff (1990), esta técnica está encaminada a la formulación de inferencias que pueden ser reproducibles, válidas y aplicadas a su contexto.

No obstante lo anterior, la subjetividad que acompaña al análisis de contenido puede distorsionar los análisis que se deriven de la obtención de los datos. De

esta manera, se hace necesaria la aplicación de pruebas de fiabilidad que garanticen cierto nivel de confiabilidad sobre la información, ya que según Kaplan y Goldsen (1965) *“La importancia de la fiabilidad procede de la seguridad que ofrece en cuanto a que los datos han sido obtenidos con independencia del suceso, instrumento o persona que los mide. Por definición, los datos fiables son aquellos que permanecen constantes en todas las variaciones del proceso de medición”*. Página

Autores como Ingram y Beal (1980), Hackston y Milne (1996), Newson y Deegan (2002), Husillos (2007) , Criado, et, al, (2008), Arcas y Briones (2009), Cho, et, al.,(2010), Da Silva y Albar (2011), Cohen, et, al., (2012), entre otros, asumen la importancia de minimizar dichos sesgos y garantizar la estabilidad de los resultados a través de la elaboración de pruebas de fiabilidad.

En relación con lo anterior, existen diversas medidas de fiabilidad como el índice Pi de Scott, el índice Kappa de Cohen, al alfa de Cronbach y el coeficiente de alfa de Krippendorff aplicadas en diferentes investigaciones para estabilizar los datos cuando se utiliza el análisis de contenido. Si bien, todas estas pruebas buscan disminuir las distorsiones en los resultados, provocadas por la subjetividad que ostenta el análisis de contenido, algunos autores han preferido usar el alfa de Krippendorff (véase por ejemplo, Hackston y Milne, 1996, Husillos, 2007 y Stray, 2008), por superar algunos limitantes contenidos en otras pruebas, entre ellos, la posibilidad para aplicarse a datos medidos en tipos de escalas diferentes a la nominal y, el hecho de no tener una restricción en cuanto al número de codificadores.

Por otra parte, parece útil la construcción de un índice para medir el volumen de información divulgada por las empresas y más aún, considerando que gran parte de la información reportada es de carácter cualitativo. Su utilización ha sido frecuente en los estudios sobre el tema, sobre todo en los estudios sobre la información social o de responsabilidad social corporativa, que desarrolla índices agregados para medir este tipo de información.

Algunos autores como Khasharmeh y Desoky (2013), Salem, Kavanagh, & Slaughter (2012) han elaborado un índice para analizar la extensión de la información sobre aspectos sociales y medioambientales, realizar un análisis de la información divulgada por categorías, examinar el impacto que algunos sectores a los cuales pertenecen las empresas explica su comportamiento, entre otras inferencias. No obstante, hay una discusión en la literatura respecto a la utilización de índices ponderados o sin ponderar. En esa línea, la mayor parte de estudios sobre divulgación han utilizado como estándar el enfoque basado en elementos no ponderados, ya que reduce la subjetividad (Ahmed & Curtis 1999, citado por Khasharmeh y Desoky, 2013) dando la misma importancia a cada una de las categorías de análisis.

3. *Diseño Metodológico*

Con el fin de cubrir el objetivo planteado, se ha realizado la codificación de la información divulgada en el informe integrado de la empresa CELSIA S.A. E.S.P. a partir de la técnica de análisis de contenido. Este procedimiento requirió de un proceso específico en la recolección y estructuración de los datos con el fin de establecer categorías de análisis (Bardín, 1996). La técnica de análisis de contenido se basa en la agrupación de los elementos de un texto dentro de un cierto número de categorías, con el fin de describir y hacer inferencias sociales e individuales, gracias a la comprensión de significados y contenidos (Bermúdez, 1982). En este caso particular en el que se ha utilizado el análisis de contenido simple, se busca analizar contenido y no significado ya que la intención es medir el volumen de información.

La clasificación de los datos y su división en categorías sugiere el cumplimiento de ciertas características con el fin de garantizar la pureza de los datos. Estas características se presentan en la Tabla 2 (Bardín, 2002).

Tabla 2. Características de los criterios para el análisis de contenido

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

Fuente: Elaboración propia basada en Bardín (2002)

Adicionalmente, se definieron algunos criterios para la elaboración de la prueba, los cuales se explican a continuación.

a. Definición de la muestra. La prueba se realizó en dos momentos. En un primer momento se escogieron tres informes anuales, uno perteneciente a cada país (Inditex, Ecopetrol, Grupo Bimbo). El criterio para la selección de los informes anuales mencionados anteriormente, se basó en las empresas con mayor reputación corporativa según la calificación de MERCO para el año 2012. Adicionalmente, se tuvo en cuenta el volumen de información divulgada con el fin analizar la información frente a la plantilla que sirvió de base para la construcción del instrumento de recolección de información. Posteriormente, y después de la calificación conjunta de un informe (el informe de CEMEX) entre dos codificadores, se escogió el informe integrado de CELSIA, empresa Colombiana, para realizar la lectura conjunta y replicar la prueba de fiabilidad.

b. Documento fuente. El documento que ha sido utilizado para el análisis de la información corporativa ha sido, en el mayor de los casos, el informe anual, ya que este ha sido el principal medio de comunicación de las empresas para reportar las actividades y las intenciones de actuación empresarial a los accionistas, además, goza de credibilidad, se publica

regularmente y es de amplia divulgación (Husillos, 2004). Por otro lado, el acceso es relativamente fácil ya que contiene información obligatoria que normalmente se encuentra disponible al público desde el sitio web de la empresa (Wiseman, 1982). Sumado a lo anterior, es un medio en el cual se revela información obligatoria pero también permite el registro de información

En el caso particular, para la elaboración de la prueba de fiabilidad final, se ha escogido un informe integrado ya que la intención es validar un instrumento que permita medir la información financiera y no financiera.

c. Clasificación de las categorías. La definición de las categorías estuvo guiada por la propuesta de diferentes estudios sobre la materia. Se tomó la propuesta de Saleh, Zulkifli, & Muhamad (2010) como base para la definición de los diferentes indicadores, clasificando las categorías en 5 bloques de acuerdo a Aranguren (2008), que contempla información relativa a empleados (1), comunidad (2), productos y o servicios (3), medio ambiente (4) y derechos humanos y ética (5). Los indicadores buscan recoger información cuantitativa (financiera y no financiera) y cualitativa (ver Tabla 3).

Por lo anterior, y siguiendo a García (2006), la información se dividió a partir de estas dos características. Con la separación de la información cualitativa y cuantitativa será posible analizar si la empresa está emitiendo información que pueda ser comprobable y emitir inferencias sobre la calidad de la misma.

Tabla 3. Modelo del instrumento de recolección de informaci

EMPRESA:				
CGRIA	Indc.	INFORMACIÓN CUANTITATIVA	Indc.	INFORMACIÓN CUALITATIVA
Empleados	1.1	Salud y seguridad de los empleados (#programas, # personas, %,\$)	0.1	Políticas
	1.2	Formación/capacitaciones y educación (#programas, # personas, %,\$)	0.2	Salud y seguridad de los empleados
	1.3	Prestaciones extralegales para los empleados	0.3	Formación/capacitaciones y educación
	1.4	# de asociaciones y/o convenciones (ej. Sindicatos)	0.4	Prestaciones extralegales para los empleados
	1.5	Beneficio en acciones para los empleados (#programas, # personas, %,\$)	0.5	Derechos de asociación y/o convenciones
	1.6	# de premios y/o reconocimientos	0.6	Beneficio en acciones para los empleados
	1.7	# de adhesiones a estándares internacionales	0.7	Premios y/o reconocimientos
	1.8	# de sanciones y multas	0.8	Adhesión a estándares internacionales
	1.9	# de canales de comunicación (#quejas, # sugerencias)	0.9	Sanciones y multas
	1.10	# de horas o # de programas de voluntariado	0.10	canales de comunicación (quejas, sugerencias)
	1.11	Otros	0.11	Programas de voluntariado con trabajadores
Comunidad	1.1	# de programas de donación en efectivo (# personas, %,\$)	0.1	Políticas
	1.2	# de programas para beneficencia (# personas, %,\$)	0.2	Programas de donación en efectivo
	1.3	# de programas para becas (# personas, %,\$)	0.3	Programas de beneficencia
	1.4	# programas (# personas, %,\$) encaminados al patrocinio y mecenazgo (actividades deportivas y culturales)	0.4	Programas de becas
	1.5	# de proyectos (# personas, %,\$) para el desarrollo productivo de la comunidad	0.5	Patrocinio y mecenazgo (actividades deportivas y culturales)
	1.6	# de programas (# personas, %,\$) dirigidas a la colaboración con organizaciones público-privadas	0.6	Proyectos encaminados al desarrollo productivo de la comunidad
	1.7	# de adhesiones a estándares internacionales	0.7	Colaboración con organizaciones público-privadas
	1.8	# de alianzas e investigaciones	0.8	Adhesión a estándares internacionales
	1.9	# de Premios y/o reconocimientos	0.9	Alianzas e investigaciones
	1.10	# de Sanciones y multas	0.10	Premios y/o reconocimientos
	1.11	# de canales de comunicación (#quejas, # sugerencias)	0.11	canales de comunicación (quejas, sugerencias)
	1.12	# de programas (# personas, %,\$) encaminados a mejorar el desarrollo rural	0.12	Sanciones y multas
	1.13	Otros	0.13	Programas de desarrollo rural
Productos y/o servicios	1.1	# de programas (\$, #personas) encaminados al desarrollo y diseño del producto	0.1	Políticas
	1.2	Seguridad del producto (#leyes, #regulaciones,\$)	0.2	Desarrollo de producto
	1.3	Calidad del producto (#programas,\$)	0.3	Seguridad del producto
	1.4	Etiquetado del producto (\$, #productos, #tipos de etiquetas)	0.4	Calidad del producto
	1.5	Servicios al cliente (# clientes atendidos)	0.5	Etiquetado del producto
	1.6	# de adhesiones a estándares internacionales	0.6	Servicios al cliente
	1.7	# de premios y/o reconocimientos	0.7	Adhesión a estándares internacionales
	1.8	# de sanciones y multas	0.8	Premios y/o reconocimientos
	1.9	# de estrategias de marketing responsable	0.9	Sanciones y multas
	1.10	# de canales de comunicación (#quejas, # sugerencias)	0.10	canales de comunicación (quejas, sugerencias)
	1.11	# de programas para la protección de los clientes (%,\$)	0.11	Políticas de marketing responsable
	1.12	Otros	0.12	Programas para la protección de los clientes
	Medio Ambiente	1.1	Indicadores relativos al control de la contaminación	0.1
1.2		# de programas de prevención y reparación (#proyectos, \$)	0.2	Planes y programas para la disminución del consumo de RN (también ahorro de agua y luz)
1.3		Indicadores que den cuenta de la conservación y reciclaje de materiales	0.3	Programas de prevención y reparación
1.4		# de programas (# proyectos,\$) para la disminución del consumo de RN (también ahorro de agua y luz)	0.4	Premios y/o reconocimientos
1.5		# de adhesiones a estándares internacionales	0.5	Adhesión a estándares internacionales
1.6		# de premios y/o reconocimientos	0.6	canales de comunicación (quejas, sugerencias)
1.7		# de canales de comunicación (#quejas, # sugerencias)	0.7	Programas para conservación y reciclaje de materiales
1.8		# de sanciones y multas	0.8	Sanciones y multas
1.9		# de programas (#actividades, \$) relativas al medio ambiente dirigidas a empleados	0.9	Programas o actividades relativas al medio ambiente dirigidas a empleados
1.10		Otros	0.10	Otros
Derechos humanos y ética	1.1	indicadores (#personas, %,\$) que den cuenta de los derechos humanos en la cadena de suministros	0.1	Políticas sobre derechos humanos
	1.2	indicadores (%,\$) que den cuenta de los derechos humanos en el trabajo	0.2	Derechos humanos en la cadena de suministros
	1.3	# de programas (#programas, \$, # canales de comunicación) para evitar el soborno y la corrupción	0.3	Derechos humanos en el trabajo
	1.4	# de proyectos (\$) de donaciones a partidos políticos	0.4	Premios y/o reconocimientos
	1.5	# de proyectos encaminados a garantizar la libre competencia	0.5	Donaciones a partidos políticos
	1.6	Gobierno corporativo	0.6	Gobierno corporativo
	1.7	# de premios y/o reconocimientos	0.7	Libre competencia
	1.8	# de sanciones y multas	0.8	Sanciones y multas
	1.9	# de canales de comunicación (canales éticos)	0.9	Canales de comunicación (canales éticos)
	1.10	# de auditorías Sociales	0.10	Soborno y corrupción
	1.11	Descripción y/o # de Reuniones de comité de auditorías	0.11	Adhesión a estándares internacionales
	1.12	# de adhesiones a estándares internacionales	0.12	Resultados de las auditorías
	1.13	Otros	0.13	Código de ética
	1.14		0.14	Otros

d. Unidad de análisis. Adicionalmente, se debe determinar la unidad de análisis a partir de una descomposición objetiva del texto. Esta unidad de análisis, siguiendo al autor, es la unidad de codificación o registro. Entre las más comunes se encuentran, la palabra, la frase, el minuto y el centímetro cuadrado. En el presente estudio se utilizó el análisis de contenido temático considerando que es la medida más utilizada en este tipo de estudios (Jones y Shoemaker, 1994) que consiste en tomar el texto total y dividirlo en campos temáticos facilitando su codificación y medición. Para este caso la unidad de análisis corresponde a los asuntos tratados que en el instrumento de recolección de información se presentan como indicadores, los cuales se califican con 0 y 1 que reflejan la ausencia o presencia del indicador, respectivamente (ver Tabla 3).

e. Lectura y codificación del informe. La lectura y codificación del informe estuvo dividida en tres fases:

- i)* en la primera fase la lectura fue realizada por tres codificadores. Lo anterior con el fin de validar el instrumento de recolección de datos, completar los indicadores de acuerdo a la realidad de las empresas de este contexto geográfico (América Latina) y realizar una prueba de fiabilidad que garantizara la estabilidad de los datos. En esta etapa participaron dos codificadores expertos y una persona que recibió la instrucción necesaria para abordar la tarea;
- ii)* en la segunda fase, y después de realizada la prueba de fiabilidad, dos codificadores que obtuvieron el menor nivel de coincidencias en la primera fase, codificaron de manera conjunta el informe de la empresa mexicana CEMEX. Esta fase tuvo como objetivo aclarar dudas y llegar a acuerdos de codificación;
- iii)* para la tercera etapa, cada codificador (2) calificó la empresa escogida, CELSIA, y a partir de los resultados se realizó la prueba de fiabilidad definitiva. Esta etapa tuvo como objetivo principal

validar los acuerdos de codificación y comprobar la estabilidad de los datos después de haber realizado los dos procesos anteriores.

f. Prueba de fiabilidad. Considerando la subjetividad que acompaña la técnica de análisis de contenido, se realizaron dos pruebas de fiabilidad de datos. En la primera participaron tres codificadores y en la segunda dos codificadores como se mencionó anteriormente. A continuación se presentan los resultados de la prueba.

4. Resultados.

Realizado el trabajo de codificación de los informes, a partir del instrumento de calificación, se procedió a calcular el k-Alpha con el fin de comprobar la fiabilidad de las observaciones realizadas por los codificadores. La fiabilidad garantiza la estabilidad de los datos cuando la información es procesada por diferentes codificadores (Krippendorff, 1990). Esta se logra a partir del cálculo de:

$$\alpha = 1 - \left\{ \frac{\text{Discrepancia observada}}{\text{Discrepancia prevista}} \right\}$$

En una primera prueba se construyeron las matrices por pares, primero se calculó el α de dos codificadores y posteriormente se comparó con un tercer codificador. La Tabla 4 presenta los resultados de esta primera evaluación. Los resultados presentaron un alto nivel de coincidencia entre los dos codificadores expertos (A y C), no así con el tercer codificador que recibió instrucciones sobre la codificación y se le aportaron los criterios de calificación.

Codificador A Y C	$\alpha = 0.88$
Codificador A y B	$\alpha = 0.70$
codificador C y B	$\alpha = 0.70$

Tabla 4. Resultados con tres codificadores

	MATRIZ DE OCURRENCIAS OBSERVADAS	MATRIZ DE ACUERDO POR AZAR	MATRIZ DE ACUERDO MAXIMO																					
<p>Obser. A</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>0</td> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Obser. C</td> <td>63</td> <td>2</td> <td>65</td> </tr> <tr> <td></td> <td>2</td> <td>60</td> <td>62</td> </tr> <tr> <td></td> <td>65</td> <td>62</td> <td></td> </tr> </table> <p>$\alpha = 1 - (\text{DISCREP OBSERV}/\text{DISCREP PREVISTAS})$</p> <p>ALFA= 0.88</p>		0	1		Obser. C	63	2	65		2	60	62		65	62		<table border="1"> <tr> <td>33</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td>0</td> <td>2</td> </tr> </table>	33	32	0	2	<table border="1"> <tr> <td>65</td> <td>62</td> </tr> </table>	65	62
	0	1																						
Obser. C	63	2	65																					
	2	60	62																					
	65	62																						
33	32																							
0	2																							
65	62																							
<p>Obser. A</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>0</td> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Obser. B</td> <td>40</td> <td>8</td> <td>48</td> </tr> <tr> <td></td> <td>10</td> <td>69</td> <td>79</td> </tr> <tr> <td></td> <td>50</td> <td>77</td> <td></td> </tr> </table> <p>$\alpha = 1 - (\text{DISCREP OBSERV}/\text{DISCREP PREVISTAS})$</p> <p>ALFA= 0.70</p>		0	1		Obser. B	40	8	48		10	69	79		50	77		<table border="1"> <tr> <td>19</td> <td>30</td> </tr> <tr> <td>30</td> <td>48</td> </tr> </table>	19	30	30	48	<table border="1"> <tr> <td>47</td> <td>80</td> </tr> </table>	47	80
	0	1																						
Obser. B	40	8	48																					
	10	69	79																					
	50	77																						
19	30																							
30	48																							
47	80																							
<p>Obser. C</p> <table border="1"> <tr> <td></td> <td>0</td> <td>1</td> <td></td> </tr> <tr> <td>Obser. B</td> <td>30</td> <td>2</td> <td>32</td> </tr> <tr> <td></td> <td>14</td> <td>81</td> <td>95</td> </tr> <tr> <td></td> <td>44</td> <td>83</td> <td></td> </tr> </table> <p>$\alpha = 1 - (\text{DISCREP OBSERV}/\text{DISCREP PREVISTAS})$</p> <p>ALFA= 0.70</p>		0	1		Obser. B	30	2	32		14	81	95		44	83		<table border="1"> <tr> <td>11</td> <td>27</td> </tr> <tr> <td>27</td> <td>5</td> </tr> </table>	11	27	27	5	<table border="1"> <tr> <td>34</td> <td>93</td> </tr> </table>	34	93
	0	1																						
Obser. B	30	2	32																					
	14	81	95																					
	44	83																						
11	27																							
27	5																							
34	93																							

Lo anterior corrobora la necesidad de mejorar la instrucción de los tres codificadores, ya que el codificador que entra nuevo a la prueba, sin ningún tipo de experiencia pero con instrucción primaria obtiene resultados diferentes a pesar de haber tenido una jornada de entrenamiento.

Con el fin de corroborar la bondad de la técnica, mejorar la instrucción del codificador y realizar ajustes en la técnica de lectura del informe, se realizó una nueva calificación, esta vez con dos codificadores, uno de ellos experto en la

codificación. Para esta segunda etapa se calificó de manera conjunta, como ya se había mencionado, el informe de la empresa CEMEX. Se establecieron nuevos acuerdos, se hizo la discusión sobre los indicadores y se realizó de manera separada una nueva codificación por separado con el informe integrado de la empresa CIESA S.A. Los resultados se presentan en la Tabla 5.

Tabla 5. Resultados con dos codificadores

	MATRIZ DE OCURRENCIAS OBSERVADAS	MATRIZ DE ACUERDO POR AZAR	MATRIZ DE ACUERDO MAXIMO																						
	<p style="text-align: center;">Obser. A</p> <table style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">0</td> <td style="text-align: center;">1</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">Obser. B</td> <td style="border: 1px solid black;">49</td> <td style="border: 1px solid black;">3</td> <td style="text-align: center;">52</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">7</td> <td style="border: 1px solid black;">67</td> <td style="text-align: center;">74</td> </tr> <tr> <td></td> <td style="text-align: center;">56</td> <td style="text-align: center;">70</td> <td></td> </tr> </table>		0	1		Obser. B	49	3	52		7	67	74		56	70		<table style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">23.02</td> <td style="text-align: center;">30.86</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">30.86</td> <td style="text-align: center;">41.02</td> </tr> </table>	23.02	30.86	30.86	41.02	<table style="margin-left: auto; margin-right: auto;"> <tr> <td style="text-align: center;">723.2</td> </tr> <tr> <td style="text-align: center;">988.83</td> </tr> </table>	723.2	988.83
	0	1																							
Obser. B	49	3	52																						
	7	67	74																						
	56	70																							
23.02	30.86																								
30.86	41.02																								
723.2																									
988.83																									
	$\alpha = 1 - (\text{DISCREP OBSERV} / \text{DISCREP PREVISTAS})$																								
	<p style="text-align: center;">ALFA= 0.84</p>																								

Como se puede observar, en esta segunda prueba el valor de α aumento de 70% en la prueba anterior a 84%, lo que demuestra que siguiendo un riguroso proceso de acuerdos y de revisión de los indicadores propuestos se logra una mayor fiabilidad de los datos, ya que se obtiene su reproductibilidad y estabilidad, condiciones necesarias para la utilización de esta técnica en la evaluación de la información divulgada.

Adicionalmente, a partir de los datos recolectados se puede realizar el análisis de la información divulgada ya que ésta nos permite construir un índice de calificación

realizando el conteo de los datos que lograron una marcación de 1. En el caso de la empresa analizada, CELSIA, esta logra el siguiente nivel de calificación (ver Tabla 6).

Tabla 6. Ejemplo de sistema de calificación- CELSIA S.A. E.S.P.

Med.	EMPLEADOS		COMUNIDAD		PROC. / M-SERV		M- AMBIENTE		D.H. /ETICA	
	Cuant.	Cual.	Cuant.	Cual.	Cuant.	Cual.	Cuant.	Cual.	Cuant.	Cual.
%	42%	31%	36%	53%	33%	58%	60%	80%	31%	53%
Valor ⁶	2.08	1.54	1.79	2.67	1.67	2.92	3.00	4.00	1.54	2.67

Como se puede observar, a partir de la técnica utilizada se logra una calificación por cada uno de los campos o categorías y, adicionalmente, se consigue una calificación de la información cualitativa y cuantitativa. Si se tratase de analizar la información divulgada de la empresa CELSIA SA., se podría decir que la información sobre la que más se divulga es sobre medio ambiente (se encuentra en el informe el 60% de los indicadores cuantitativos propuestos y el 80% de los indicadores cualitativos propuestos) ya que obtiene una calificación, sobre 5, de 3 en la información cuantitativa y de 4 en la información cualitativa. En cuanto a la información sobre la que menos se divulga se encuentra la información cualitativa sobre empleados (31% de los indicadores) con una calificación de 1.54 sobre 5, misma calificación obtenida por la información sobre derechos humanos y ética.

Con estos mismos criterios se podría hacer un examen de toda la información divulgada y analizar un número importante de empresas con el fin de determinar la tendencia en la divulgación de información, haciendo análisis por sectores, tamaños de empresas, etc. De esta misma manera, puede resultar interesante y útil analizar la información divulgada por las empresas antes y después de aplicar la NIIF y corroborar las bondades de su aplicación en términos de la transparencia informativa.

⁶ La calificación se pasa a una escala de 0-5 con el fin de definir una escala para el análisis

5. Conclusiones

La revisión de la literatura muestra como el análisis de contenido es una técnica que puede ayudar al análisis de la información divulgada. No obstante, la subjetividad inherente a la técnica puede ser un limitante para su utilización en el análisis de este tipo de información. Con el fin de lograr resultados válidos es necesario definir las categorías de acuerdo a los consensos alcanzados de manera previa y, estructurar su contenido en indicadores que permitan la definición de una unidad de medida que ayude a aplicar dicha técnica.

Por otro lado, la prueba de fiabilidad mejora la calidad de los resultados ya que genera confianza si se logra mejorar la reproductibilidad y estabilidad de los mismos. Para esto es necesario definir acuerdos básicos de codificación y el conocimiento previo de las categorías y los indicadores por parte de los codificadores.

Un aspecto importante al analizar información empresarial, en particular la contenida en los reportes anuales o informes integrados, tiene que ver con la clasificación entre información cuantitativa y cualitativa, ya que uno de los mayores problemas que reporta la información no financiera de tipo cualitativo es su trazabilidad, ya que la calidad de la información puede estar dada por la comprobación que de ella se pueda realizar y, esto se logra con la información de tipo cuantitativo que puede ser verificable.

Por otro lado, es importante tener en cuenta que al momento de realizar una investigación sobre la medición de la información divulgada se debe tomar un mayor número de empresas con la participación de tres codificadores, esto dará mayor confianza en los resultados obtenidos y se podrá reproducir la técnica en otros estudios. Adicionalmente, la técnica permite trabajar con datos numéricos y no numéricos y abarcar un gran volumen de información ya que con las herramientas informáticas es posible procesar los datos con muy buenos resultados.

Por último, la construcción de un índice puede ser una herramienta útil a la hora de analizar este tipo de información, ya que permite recoger información de tipo narrativo en forma cualitativa lo que facilita el análisis, aportando datos que ayudan al análisis estadístico.

6. Implicaciones pedagógicas.

Sin duda, la importancia de la información divulgada por una empresa ofrece múltiples beneficios, tanto para los grupos de interés diferentes a los inversores como para estos últimos, ya que la información cumple un papel importante en la toma de decisiones. Pero, las asimetrías de información pueden generar serios inconvenientes, ya que a partir de los datos reportados se pueden tomar decisiones que pongan en juego su estabilidad financiera. Por otro lado, es un imperativo de la información su neutralidad. Sin embargo, y considerando los múltiples escándalos financieros que han arrojado como causas, entre otras, la manipulación de la información, se hace necesario crear mecanismos para su análisis.

No obstante, es importante tener en cuenta que los datos suministrados no son siempre cuantitativos y que, con la aplicación de las NIIF, la información de tipo cualitativo toma mayor importancia a la hora de realizar las revelaciones pertinentes. La metodología que se propone, que no es nueva pero ha estado enfocada a información social, puede ser una herramienta útil para la medición y el análisis de la información y potenciar el diseño de trabajos de investigación que ayuden estudiar la amplitud y la calidad de los datos suministrados.

BIBLIOGRAFÍA

- Acquier, A. (2005). Les Modeles De Pilotage du Development durable: Du Controle externe a la conception innovante. (Tesis Doctoral), l'Ecole des Mines, Paris.
- Amran, A., y Haniffa, R. (2011). Development of Sustainability Reporting: a Case of a Developing Country. *Business Strategy and the Environment* Bus. Strat. Env. 20, 141-156. Recuperado de wileyonlinelibrary.com. Doi: 10.1002/bse.672
- Aranguren, N. (2008). Divulgación de información sobre responsabilidad social: un análisis corporativo entre empresas cotizadas de Alemania, España y Reino Unido, (Tesis Doctoral), Universidad de Deusto. San Sebastian.
- Aranguren, G. N., y Martínez, C. L. (2010). Difusão de informação sobre a responsabilidade social pelos bancos chilenos: uma aproximação segundo a teoria da legitimidade. *Economia Global e Gestão*, 15(2).115-135.
- Bayoud, N; Kavanagh, M; Slaughter, G. (2012). Factors Influencing Levels of Corporate Social Responsibility Disclosure by Libyan Firms: A Mixed Study. *International Journal of Economics and Finance*. Vol. 4, No. 4, pp. 13-29.
- Bardin, L. (2002): El Análisis de Contenido. Ediciones Akal, S.A., Madrid (España).
- Berbel, J. G. (2010). Aproximación y apreciaciones sobre la RSC en Europa, en *Responsabilidad social empresarial: una reflexión desde la gestión, lo social y ambiental*, Universidad Nacional de Colombia, 127-160.
- Bermudez, M. (1982). El análisis de contenido: procedimiento y aplicaciones. *Ciencias Sociales*, 24: 71-80
- Casado, C. F. (2006). La RSE Ante el Espejo. Carencias, Complejos y Expectativas de la Empresa Responsable en el Siglo XXI. *Prensas Universitarias de Zaragoza*.
- Castelo, M., y Lima, L. (2006). Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks. A legitimacy theory perspective. *Corporate Communications: An International Journal*, 11(3), 232-248.

- Cohen, J. R., Holder-Webb, L.L., Nath, L. and Wood, D. (2012): Corporate Reporting of Nonfinancial Leading Indicators of Economic Performance and Sustainability. *Accounting Horizons*: March 2012, Vol. 26, No. 1, pp. 65-90.
- Correa, M. E., Flynn, S., y Amit, A. (2004). *Responsabilidad Social en América Latina: una visión empresarial*. Series Medio Ambiente y Desarrollo. Publicación de las Naciones Unidas. CEPAL, División de Desarrollo Sostenible y Asentamientos Humanos, (85), 1-79.
- Cho, C. H., Roberts, R. W., y Patten, D. M. (2010). The language of US corporate environmental disclosure. *Accounting, Organizations and Society*, 35(4), 431-443.
- Choudhuri, A., y Chakraborty, J. (2009). *An Insight into Sustainability Reporting*, The Icfai University Press. *The Icfai Journal of Management Research*, VIII (4).
- Criado, I., Fernández, M., Husillos, F. J., y Larrinaga, C. (2008). "Compliance with Mandatory Environmental Reporting in Financial Statements: The Case of Spain (2001-2003)", *Journal of Business Ethics*, 79, 245-262.
- Dahlsrud, A. (2008). How Corporate Social Responsibility is Defined: an Analysis of 37 Definitions, *Corporate Social-Responsibility and Environmental Management*, 15(1), 1-13.
- Da Silva, S., y Aibar G, B. (2011). Factores determinantes del grado de información medioambiental divulgada en las grandes empresas que operan en Portugal: un análisis univariante. *Revista de Administração e Contabilidade da Unisinos*. 8(1), 3-19.
- Dawkins, C. E. y Fraas, J. W. (2011). Erratum to: Beyond Acclamations and Excuses: Environmental Performance, Voluntary Environmental Disclosure and the Role of Visibility. *Journal of Business Ethics*, (99), 383-397.
- Deegan, C. y Gordon, B. (1996). A study of the environmental disclosure practices of Australian corporations. *Accounting and Business Research*, 26(3), 187-199.
- Fortanier, F., Kolk, A., y Pinkse, J. (2011). Harmonization in CSR reporting. *Management International Review*, 51(5), 665-696.

- Freeman, R.E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, Pitman. Boston. MA.
- Frias, A; da Conceição, M; Rodríguez, L. (2013). Divulgación de información sostenible: ¿se adapta a las expectativas de la sociedad?. *Revista de Contabilidad-revista española de contabilidad*. Vol 16, No. 2. pp 147-18.
- García, F. I. (2006). *Responsabilidad Social Empresaria: informes contables sobre su cumplimiento*. Fondo editorial Edicon, Buenos Aires.
- García-Ayuso, M., y Larrinaga, C. (2003). Environmental disclosure in Spain: Corporate characteristics and media exposure. *Spanish Journal of Finance and Accounting/Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 32(115), 184-214.
- Gómez, J. C., Sánchez, R. I., y Poveda, F. (2006). Revelación voluntaria de información y características de las sociedades cotizadas en el mercado de capitales español. *Spanish Journal of Finance and Accounting/Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 35(131), 8-32.
- Gutiérrez, P., H y Navallas, L., B. (2007). La información medioambiental de las empresas, análisis de la regulación existente: un estudio empírico sobre la información medioambiental que suministran las empresas incluidas en el índice bursátil IBEX-35. 1996-1999. Presentado en la IX reunión de Economía Mundial, Madrid.
- Hackston, D., y Milne, M. (1996). Some determinants of social and environmental disclosures in New Zealand companies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal* (1), 77-108.
- Husillos, C. F. (2007). Una aproximación desde la teoría de la legitimidad a la información medioambiental revelada por las empresas españolas cotizadas. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, XXXVI, 97-121.
- Husillos C. F. J. (2004). Información medioambiental, contabilidad y teoría de la legitimación. Empresas cotizadas: 1997-1999. Documento de trabajo 07/04, Universidad de Burgos.

- Ingram, R., y Beal F, K. (1980). Environmental Performance and Corporate Disclosure. *Journal of Accounting Research*, 18(2).
- Islam, M. A., y Deegan, C. (2008). Motivations for an organization within a developing country to report social responsibility information: evidence from Bangladesh. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 21(6), 850-874.
- Jones, M.J. y Shoemaker, P.A. (1994). "Accounting Narratives: A Review of Empirical Studies of Content and Readability". *Journal of Accounting Literature*, No. 13, pp. 142-184.
- Kaplan, A., y Goldsen, J. M. (1965). The reliability of content analysis categories. *Language of politics*, 83-112, Cambridge...
- Khasharmeh, H; Desoky, A. (2013). On-line Corporate Social Responsibility Disclosures: The Case of the Gulf Cooperation Council (GCC) Countries. *Global Review of Accounting and Finance* .Vol. 4. No. 2. September 2013. Pp. 39 – 64
- Krippendorff, K. (1980). *Content Analysis: An introduction to its Methodology*, Sage, London.
- Lecuona, J. R. (2007). La Responsabilidad Social Empresarial y México en la globalización. *Business and Businessmen of the World Economy*. IX reunión de Economía mundial. Madrid.
- Lev, B. (2003). *Intangibles: Medición, gestión e información*. Ediciones Deusto, p 246. Barcelona
- Lizcano, J. L., Flores, F., y Rejón, M. (2011). Spanish accounting and business administration association. *Integrated reporting research Project*.
- Moneva, J. M. (2007). ¿Es la responsabilidad social corporativa rentable para la empresa?, en *Responsabilidad social corporativa*, Barcelona, ACCID Contabilidad y Dirección, pp. 55–76.
- Miras, R., M. del M., Carrasco, G., A. y Escobar P. B. (2011). Una Revisión de los Meta-Análisis sobre Responsabilidad Social Corporativa y Rendimiento Financiero. *Revista de Estudios Empresariales*. Segunda época, (1), 118–132.

- Newson, M., y Deegan, C. (2002). Global expectation and their association with corporate social disclosure practices in Australia, Singapore, and South Korea. *The International Journal of Accounting*, 37, 183-213.
- Ortas, E., y Moneva, J. (2011). Origins and development of sustainability reporting: Analysis of the Latin American context. *Revista Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 5(2), 16-37.
- Ortiz-Martínez, E., y Crowther, D. (2004). ¿Son Compatibles la Responsabilidad Económica y la Responsabilidad Social Corporativa?. En memorias del IX Congreso Internacional del CLAD sobre la Reforma del Estado y de la Administración Pública, Madrid, España.
- Perdiguero, T. G., y López, R. A. (2005). Los Informes Sociales: información y rendición de cuentas sobre las políticas y prácticas sociales de las empresas. *La Responsabilidad Social de las Empresas y los Nuevos Desafíos de la Gestión Empresarial*, Universitat de Valencias, 237-275.
- Pérez, CH. (2006). *La Responsabilidad Social Corporativa en México: Un acercamiento desde la comunicación en las 25 empresas más importantes del país.* (Tesis doctoral). Universidad de Málaga.
- Pérez R., A., & Rodríguez del B. R., I. A. (2012). *La imagen de Responsabilidad Social Corporativa en un contexto de crisis económica: El caso del sector financiero en España.*
- Saleh, M; Zulkifli, N; Muhamad, R. (2010). Corporate social responsibility disclosure and its relation on institutional ownership. *Managerial Auditing Journal*. Vol. 25 No. 6, pp. 591-613.
- Stray, S. (2008). Environmental reporting: the UK water and energy industries: a research note. *Journal of Business Ethics*, 80(4), 697-710.
- Vives, A., Corral, A., y Isusi, I. (2005). *Responsabilidad Social de la Empresa en las PyMEs de Latinoamérica.* Recuperado de www.iadb.org/csramericas/doc/PyMEs.
- Wang, J; Song, L; Yao, S. (2013). The Determinants Of Corporate Social Responsibility Disclosure: Evidence From China. *The Journal of Applied Business research*. Vol 29, No. 6, pp. 1833-1847.

- Wiseman, J. (1982). An Evaluation of Environmental Disclosures Made In Corporate Annual Reports, *Accounting, Organizations and Society*, 7(1), 53-63.
- Zadek, S., Pruzan, P., y Evans, R. (1997). *Building Corporate AccountAbility – Emerging Practices in Social and Ethical Accounting, Auditing and Reporting*. London: EarthScan.