



FACULTAD
DE CIENCIAS
ECONÓMICAS



Universidad
Nacional
de Córdoba

Facultad de Ciencias Económicas

Licenciatura en Administración

Seminario de Aplicación: Finanzas - Dirección General

TRABAJO FINAL DE LICENCIATURA

Índice Sintético de las Prácticas de RSE para empresas comerciales argentinas que cotizan en el Mercado de Valores de Buenos Aires

Autores:

Agnelli, Gonzalo

Conde, Ana Paula

Piovano, Antonella

Vaudagna, Nicolás

Directora:

Dra. Mariana Funes

Tutores:

Mgter. Diego Rezzonico

Coordinador de Cátedra:

Dr. Juan Manuel Bruno

Lugar y Fecha:

Córdoba, Junio 2020



para empresas comerciales argentinas que cotizan en el Mercado de Valores de Buenos Aires por Gonzalo Agnelli, Ana Paula Conde, Antonella Piovano, Nicolás Vaudagna. Se distribuye bajo una [Licencia Creative Commons Atribución-CompartirIgual 4.0](#)

[Internacional](#)
Agradecimientos

Agradecemos a nuestros padres, por su amor y apoyo incondicional durante estos años, por guiarnos y alentarnos para cumplir con nuestros sueños, gracias a ellos hemos logrado llegar hasta aquí y convertirnos en lo que somos; esperamos estén orgullosos. A ellos está dedicado este trabajo.

A la Universidad Nacional de Córdoba, especialmente a la Facultad de Ciencias Económicas, por ser la sede de todo el conocimiento adquirido en estos años; Institución que nos formó, profesional y humanamente, cultivando nuestros valores.

A los profesores que acompañaron nuestra formación profesional. Particularmente a aquellos que con verdadera vocación supieron transmitirnos la pasión por la carrera.

A nuestra Directora Experta de Trabajo Final, Dra. Mariana Funes, por nuestras expectativas, por su generosidad al compartir sus conocimientos y experiencia, por su tiempo y paciencia.

A nuestro Coordinador de Seminario, Dr. Juan Manuel Bruno, por ayudarnos a descubrir la esencia de la profesión y por permitirnos trabajar en un marco de confianza y libertad.

A nuestro Tutor de Trabajo Final, Mgter. Diego Rezzonico, por sus importantes consejos y correcciones durante el desarrollo del trabajo.

A nuestros amigos y familia, que con su apoyo moral han hecho posible alcanzar con éxito nuestra meta.

II Resumen

Propósito

La investigación tiene como objetivo construir un Índice Sintético de las Prácticas de Responsabilidad Social de las empresas argentinas del sector comercial que cotizan sus acciones en el Mercado de Valores de Buenos Aires.

Diseño/Metodología

Mediante la técnica de análisis de contenido se transforman los datos del texto de las Memorias de los Estados Financieros e informes de Responsabilidad Social publicados en las Páginas Web de las empresas estudiadas en índices numéricos aplicando un sistema de codificación gú “ x ” gregan a través de un índice que determina la proporción de información revelada.

Conclusiones

Se logró cuantificar la revelación de las prácticas de RSE de las empresas comerciales argentinas que cotizan sus acciones en el Mercado de Valores de Buenos Aires a través del Indicador Sintético que surgió de información de las empresas públicamente disponible, y no requirió acceder a informes internos de las mismas, concertar entrevistas con personal, proveedores o clientes, ni altos presupuestos de investigación.

Limitaciones del Trabajo

Las limitaciones se refieren principalmente al tamaño de la muestra, ya que se optó por empresas de un sector específico como son las comerciales. Por otra parte, las fuentes de

datos consultadas fueron las Memorias de los Estados Financieros y las Páginas Web de las empresas, es decir, se recurrió a información expuesta públicamente por las mismas.

Originalidad/Valor

Esta investigación busca contribuir a la medición de las prácticas de RSE proponiendo un instrumento innovador que apoye la toma de decisiones empresariales y provea información a los *stakeholders*, mediante informes de carácter cuantitativo.

Palabras Clave: Responsabilidad Social Empresaria, *Stakeholders*, Revelación de información, Memorias de los Estados Financieros, Página Web, Análisis de contenido, Índice Sintético.

III Índice

I. Introducción	1
II. Objetivos.....	2
III. Marco conceptual.....	2
IV. Metodología.....	6
1. Elección de los individuos a estudiar	6
2. Selección de Indicadores individuales	8
3. Construcción de la base de datos.....	10
4. Ponderación de los indicadores.....	11
5. Agregación de los indicadores.....	12
IX. Anexos	26
Anexo 1. Ponderación Memorias y Páginas Web en el Índice Combinado	
26 Anexo 2. Protocolo de trabajo	

V. Indicador Sintético de las Prácticas de RSE	12
VI. Análisis de correlación.....	16
1. Análisis de las Correlaciones entre los Índices y el Indicador Sintético.....	16
2. Fiabilidad de la Escala de Medida	17
VII. Conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación	19
VIII. Referencias	23

IV Índice de tablas

Tabla 1. Detalle de Empresas a evaluar.....	7
Tabla 2. Indicadores por dimensión	8
Tabla 3. Índice y <i>ranking</i> de empresas comerciales en función del Índice Combinado.....	14
Tabla 4. Diferenciales entre valores del Índice.....	15
Tabla 5. <i>Ranking</i> Empresas Comerciales en función del Índice Combinado re escalado....	16
Tabla 6. Correlación entre Indicadores en Memorias y Páginas Web con Índice Sintético de RSE.....	16
Tabla 7. Interpretación de resultados de la prueba	18
Tabla 8. Resultados del Alpha Cronbach	19
Tabla 9. Análisis de sensibilidad según Ponderación de fuentes de datos. Índice.....	

26	Tabla 10. Análisis de sensibilidad según Ponderación de fuentes de datos. <i>Ranking</i>	
.....		27

Índice de gráficos

Gráfico 1. Empresas según valor del índice combinado.....	16
Gráfico 2. Cambios en el <i>ranking</i> de las empresas ante cambios en las ponderaciones de las bases de datos.....	28

V

I. Introducción

En la actualidad numerosas organizaciones destinan presupuestos para acciones y programas de Responsabilidad Social Empresaria (RSE), entendida como la responsabilidad de las empresas por los impactos de sus decisiones y actividades en la sociedad y el medio ambiente a través de un comportamiento ético y transparente (Kinderit , 2008). Si bien estas actividades se ven reflejadas en interesantes informes de carácter cualitativo y voluntario, no se dispone aún en Argentina de un índice que permita sintetizar en una única medida un concepto multidimensional como la RSE y que permita cuantificar las prácticas de las empresas y compararlas. Un  ndice sintético es una herramienta que permite sintetizar información compleja y multidimensional en una única medida de fácil interpretación, aportando a los evaluadores y tomadores de decisiones un panorama claro y representativo de la situación (Bouyssou *et al.*, 2000).

Tratando de cubrir esta falencia, Bolsas y Mercados Argentinos (BYMA) está en proceso de construcción de un índice que busca identificar y reconocer las prácticas de sustentabilidad de quince empresas listadas en el Mercado de Valores de Buenos Aires, pero no se encuentra publicado a la fecha ningún progreso (BYMA, 2019).

Cabe mencionar que el Grupo español Análisis e Investigación avala al Monitor Empresarial de Reputación Corporativa (MERCO, 2018), un instrumento de evaluación reputacional basado en una metodología *multistakeholder* que busca valorar no solo la RSE sino también otras facetas del desempeño organizacional de empresas que operan en España y en determinados países del mundo, utilizando un proceso basado en diversas etapas. Si bien la empresa publica anualmente *rankings* de 100 empresas que operan en Argentina, no todas domésticas (empresas cuyas casas matrices tienen domicilio en nuestro país), solo forman parte del muy pocas empresas comerciales argentinas.

Contar con un Índice sintético de las empresas comerciales argentinas, elaborado a partir de información públicamente disponible, que se adecúe a las características del mercado local, permitirá cuantificar sus prácticas de RSE y compararlas con las del mismo sector, siendo ésta una fuente de información que las motive a trabajar y mejorar sus prácticas de RSE.

La construcción de indicadores sintéticos no es un proceso sencillo e implica la definición de un marco teórico que lo sustente, emplear información de calidad para dotarlo de validez y utilizar las herramientas metodológicas con rigurosidad en cada etapa del proceso de construcción de manera de obtener un indicador útil y confiable (Nardo *et al.*, 2008). Teniendo en cuenta estas premisas, planteamos la siguiente pregunta de investigación:

¿Es posible establecer un índice que permita cuantificar las prácticas de RSE y comparar las empresas comerciales que cotizan sus acciones en el Mercado de Valores de Buenos Aires?

1

II. Objetivos

Objetivo General: Construir un índice sintético o compuesto de las prácticas de Responsabilidad Social (RS) de las empresas argentinas del sector comercial que cotizan sus acciones en el mercado de valores de Buenos Aires.

Objetivos Específicos:

1. Definir el concepto de RS de las empresas y las dimensiones e indicadores que permitan operacionalizarla.
2. Establecer y validar un sistema de reglas de codificación de la información textual disponible a los efectos de transformar el texto en indicadores numéricos.
3. Seleccionar un método de agregación y de ponderación de los indicadores numéricos individuales que provea una ordenación de las empresas.

III. Marco conceptual

Definir **Responsabilidad Social Empresaria** puede ser complejo, por lo que procedemos

a realizar una discusión teórica, presentando diversas corrientes de distintos países, resaltando sus coincidencias y diferencias, para llegar a la definición que guiará nuestro trabajo final de licenciatura.

Comenzaremos con la definición de RSE expresada por el **Centro Mexicano para la Filantropía** que considera que RSE es el compromiso consciente y congruente de cumplir integralmente con la finalidad de la empresa, tanto en lo interno como en lo externo, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común (Cajiga, 2010).

Por otro lado, es interesante la definición que realiza el **Instituto ETHOS de Empresas y Responsabilidad Social en Brasil**, *Responsabilidad social empresarial es una forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, y por el establecimiento de metas empresariales compatibles con el desarrollo sustentable de la sociedad; preservando recursos ambientales y culturales para las generaciones futuras, respetando la diversidad y promoviendo la reducción de las desigualdades sociales* (Instituto ETHOS de Empresas y Responsabilidad Social, 2013).

Como tercera definición, citamos la que hace la **Fundación PROhumana en Chile**, para la que *Responsabilidad Social es la responsabilidad que tienen las personas, instituciones y empresas para contribuir al aumento del bienestar de la sociedad (local y global). La Responsabilidad Social Empresarial es la contribución al desarrollo humano sostenible, a*

2

través del compromiso y confianza con sus empleados y familias, la sociedad en general y la comunidad local en pos de mejorar su capital social y calidad de vida (Teixidó, et al., 2002).

En estas definiciones podemos observar elementos comunes: los participantes/*stakeholders* como receptores de las buenas acciones que lleva a cabo una empresa; el desarrollo sustentable o sostenible que busca la organización como fin: y el trabajo sobre las perspectivas sociales, ambientales y económicas de la misma.

Según todas ellas la empresa no sólo es responsable de sus actos ante sus propietarios o accionistas, sino también ante todos los *stakeholders*. Freeman y Reed (1983: 88) definen a los *stakeholders* g l é “ g v indirectamente por el desarrollo de la actividad empresarial y, por lo tanto, también tienen la é ”.

Freeman (1984) afirma que es necesario incorporar dichos grupos de interés dentro de la dirección estratégica al desarrollar planes de acción. Postura con la que coincidimos al interpretar que una empresa socialmente responsable debe responder a las expectativas y/o

demandas de los grupos de interés, independientemente de los conceptos de la RSE que se consideren.

Concordamos con Thompson (1998) cuando afirma que la RSE debe ser abordada desde una perspectiva sistémica, donde han de potenciarse las capacidades y habilidades de cada actor para lograr el desarrollo social a través de la participación de todos los sectores sociales.

Proponemos, entonces, trabajar con un concepto de **Responsabilidad Social Empresaria** que hace referencia “ forma de gestión que se define por la relación ética de la empresa con todos los públicos con los cuales ella se relaciona, es la contribución al desarrollo humano sostenible, considerando las expectativas económicas, sociales y ambientales de todos sus participantes, demostrando respeto por la gente, los valores éticos, la comunidad y el medio ambiente, contribuyendo así a la construcción del bien común, involucrando distintos aspectos v ”.

Para implementar RSE, una empresa lo hace a través de **Prácticas de Responsabilidad Social Empresarial** “ g v x v particular relacionado con la respons ” (ISO 2010). L P á RSE “ ú como un agente que impulsa el crecimiento de la empresa, sobre todo en entornos donde la competencia y la generación de ventajas competitivas entre las organizaciones cada vez es á ” (Ag ilera y Puerto, 2012).

3

Gestionar sin medir supone gestionar sin ningún tipo de criterio para determinar si se están alcanzando o no los objetivos. Del mismo modo que la gestión en una empresa debe ser medida, también la gestión de la RSE puede y debe ser evaluada.

Para poder medir las prácticas de RSE, dada la amplitud de aspectos a considerar, resulta conveniente desdoblarse el concepto en las distintas dimensiones involucradas. Este es el camino propuesto por el Instituto Ethos, para el cual la responsabilidad social implica tener en “ g g N ISO 26000 v z ” (Instituto ETHOS de Empresas y Responsabilidad Social, 2013). Los indicadores son útiles para la toma de decisiones en la empresa, y sirven para comunicar los resultados a los *stakeholders*.

Consecuentemente, nos basamos en las dimensiones propuestas por Ethos: Visión Estratégica, Gobierno Corporativo, Social y Ambiental, agrupando las dos primeras en Gobierno Corporativo y Gestión y manteniendo la Social y la Ambiental. Así:

● **Gobierno Corporativo y Gestión:** orientación de la empresa a estructurar su gestión alineada a RSE, tiene por objetivo facilitar la creación de un ambiente de confianza a través de las relaciones que mantiene la administración de la empresa con sus accionistas,

consejo de administración y demás *stakeholders*. De modo que al profundizar y mejorar las mencionadas relaciones se logra transparencia, un clima ético y aumento en los niveles de confianza de los consumidores e inversionistas. Por lo que es central que toda empresa que busque el éxito, haga esfuerzos por lograr una gobernabilidad que respete el principio de legalidad, con operatoria eficaz y responsable para con sus *stakeholders*, erradicando la corrupción.

● **Ambiental:** orientación de la empresa a resguardar el medio ambiente, que exige un abordaje sistemático y colectivo, a través de la instrumentación de prácticas menos contaminantes y la concientización de la sociedad en esta materia como agentes transformadores, para la evolución hacia un mundo menos contaminado y más verde. La relevancia de esta dimensión radica en que la sociedad enfrenta actualmente muchos desafíos en materia ambiental (el agotamiento de los recursos naturales, la emisión de contaminantes, el cambio climático, la destrucción de hábitats, la extinción de especies y el colapso de los ecosistemas como un todo), los cuales aumentan y se agravan con el paso del tiempo y el crecimiento de la población.

● **Social:** orientación a la inducción de políticas públicas y un compromiso con metas de desarrollo humano por parte de la empresa, tanto individuales para con sus empleados y consumidores (derechos humanos, prácticas laborales, cuestiones relativas al consumidor, etc.) como para la sociedad (relación con la comunidad y participación en su

desarrollo). De esta manera, la preocupación por la salud, la seguridad y la calidad de vida, debe ser un tema presente y creciente en las empresas, que nos parece relevante medir.

Un Mercado de Valores es "el establecimiento especialmente organizado, donde se reúnen las personas que, accidental o habitualmente, ejercen el comercio para contratar sobre las operaciones a que pueden dar lugar todo género de valores" (Régimen de Sastre, 1954).

Para la investigación interesan, particularmente, las empresas que cotizan en el Mercado de Valores de Buenos Aires, que se encuentran reguladas por la Comisión Nacional de Valores (CNV), ya que las regulaciones a las que están sujetas las empresas que cotizan sus acciones en él y que incluimos en nuestro análisis, hacen que la información que publican sea accesible, comparable y confiable por estar auditada, características que son de suma importancia para nuestra investigación en vistas de que las fuentes utilizadas puedan ser de acceso masivo y simple. Según el Marco Normativo de la CNV, el Régimen de Transparencia de la Oferta Pública

que deben brindar las sociedades emisoras, los intermediarios y otros participantes en el ámbito de la oferta pública (...) y la regulación de los aspectos que hacen a los auditores públicos" (Decreto N° 677/2001, Poder Ejecutivo Nacional).

Ante la necesidad de reducir el volumen de información a procesar se eligió un sector, en particular, el comercial, ya que comprende distintas actividades de explotación (prestación de servicios de telecomunicaciones, inmobiliaria, construcción de obras, entre otras). La Organización Mundial de Comercio las define como “ g gubernamentales, incluidas las entidades de comercialización, a las que se hayan concedido derechos o privilegios exclusivos o especiales, con inclusión de facultades legales o constitucionales, en el ejercicio de los cuales influyan por medio de sus compras o ventas sobre v x ” (O.M.C 1994) y representan un subconjunto del total de empresas que cotizan en el Mercado.

IV. Metodología

De la definición de RSE se desprende que es un concepto multidimensional y acordamos como significativas para nuestro análisis las dimensiones **gobierno corporativo y gestión, social y ambiental**.

Con la intención de aproximarnos a una medida de las prácticas de RSE resulta recomendable desdoblarse cada una de estas dimensiones en un conjunto de indicadores que permitan exteriorizar cada uno de los conceptos y operacionalizarlos. Esta estructura es la que presentan los indicadores compuestos o sintéticos.

Según S h h S (2009) “U simplificada que busca resumir un concepto multidimensional en un índice simple ()”. (...). “E é é un indicador se define como una función de una o más variables que, conjuntamente, miden í v ”.

Así, si a_i es cada uno de los individuos en estudio ($i = 1 2 \dots m$) e I_j representa cada variable de interés, indicador individual o característica de estudio ($j = 1 2 \dots n$), el indicador sintético IS_i deberá medir el desempeño de cada individuo a_i como una función de los correspondientes indicadores individuales o subindicadores. Por lo tanto, $IS_i = f_j(I_{i1}, I_{i2} \dots I_{in})$.

Para su construcción seguimos las siguientes etapas:

1. Elección de los individuos a estudiar

En la **Tabla 1** se detallan las empresas comerciales que cotizan en el Mercado de Valores de Buenos Aires, indicando su codificación y la descripción de la actividad que realizan.

6

Tabla 1. Detalle de Empresas a evaluar

NOMBRE	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN DE LA ACTIVIDAD
IRSA INVERSIONES Y REPRESENTACIONES S.A.	IRSA	Inmobiliaria.
TELECOM ARGENTINA S. A.	TELECOM	Prestación de Servicios de Telecomunicaciones.
BOLDT S.A.	BOLDT SA	Artes Gráficas - Imprenta Comercial - Provisión de Hardware y Software para juegos de azar.
CONSULTATIO S.A.	CTIO SA	Desarrollo y comercialización de emprendimientos inmobiliarios.
DYCASA S.A.	DYCASA	Construcción de Obras en General.

FERRUM S.A.	FERRUM	Fabricación de Artículos Enlozados de Menaje y Artefactos Sanitarios de Porcelana.
GRIMOLDI S.A.	GRIMOLDI	Fábrica y Comercialización de Calzado, Carteras y Artículos Afines.
POLLEDO S.A.	POLLEDO	Producción de cemento, hormigón y pétreos.
IMPORTADORA Y EXPORTADORA DE LA PATAGONIA S.A.	PATA	Supermercado.
LONGVIE S.A.	LONGVIE	Fabricación y Venta de Cocinas y Hornos a Gas.
TGLT S.A.	TGLT	Gerenciamiento de proyectos y emprendimientos inmobiliarios y desarrollos urbanísticos.

7

Este sector fue seleccionado como muestra de esta investigación debido a diferentes razones. Por un lado, se evidencia la multiplicidad de actividades que comprende el sector comercial, así como los diferentes tamaños y participación que estas empresas tienen en la economía argentina. El número de empresas del sector que cotizan sus acciones también tuvo peso en la elección, dado que representa un volumen de información razonable de procesar para los fines de la investigación.

Sin embargo, es importante mencionar que esta es una de nuestras principales limitaciones, ya que los resultados y conclusiones obtenidos se limitan a este sector y, particularmente, a las empresas analizadas.

2. Selección de Indicadores individuales

Los indicadores fueron seleccionados sobre la base de los sugeridos por el Instituto Ethos (Instituto ETHOS de empresas y responsabilidad social, 2013), teniendo en cuenta la información disponible y la relevancia según el contexto. En la **Tabla 2** se detallan los indicadores seleccionados para cada dimensión, informando su código y descripción.

Tabla 2. Indicadores por dimensión

DIMENSIÓN	INDICADOR	CÓDIGO	DESCRIPCIÓN
GOBIERNO CORPORATIVO Y GESTIÓN	GOBERNABILIDAD Y ESTRATEGIA	GyE	La empresa posee un sistema de toma de decisiones dirigido a la consecución de objetivos organizacionales. Están definidos y son claros y transparentes aspectos como el plan de negocios, la misión, visión y estrategias.
	DESARROLLO DE POLÍTICAS	DP	La empresa desarrolla políticas de gobernanza, de sustentabilidad, ambientales o participa en el desarrollo de políticas públicas.
	ÉTICA, LEALTAD Y TRANSPARENCIA	ELyT	La empresa se rige a través de un código de ética y un código de conducta, tiene transparencia en la toma de decisiones, realiza prácticas anticorrupción y posee ética empresarial.
	INICIATIVAS Y PRÁCTICAS DE RSE	lyPRSE	La empresa asume compromisos voluntarios, participa en iniciativas de RSE y sustentabilidad, desarrolla proyectos propios que generan impacto positivo en el ámbito donde se desarrolla.

8

	GESTIÓN EFICIENTE Y CALIDAD	GEyC	La empresa tiene protocolos para la gestión de recursos, realiza procesos productivos y de calidad que se encuentran validados por diversas certificaciones y realizan una gestión de su riesgo financiero.
	COMUNICACIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE	CSR	La empresa aplica los principios de RSE en las comunicaciones institucionales para ejercer influencia positiva en las personas, incluyendo también el marketing digital de la organización y la publicación de todas sus prácticas socialmente responsables en páginas web oficiales, así como también reportes de sustentabilidad en sus memorias anuales.

AMBIENTAL	GESTIÓN Y CONTROL DE IMPACTO EN EL AMBIENTE	GyCI	La empresa posee políticas ambientales definidas que guían los procesos de la organización, algún tipo de certificación de prácticas sustentables y tiene compromisos ambientales escritos y claros.
	ACCIONES CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO	ACCC	La empresa lleva a cabo prácticas eco friendly, como crear espacios verdes, busca que las mismas perduren en el tiempo, y colabora en la lucha contra el cambio climático.
	CONSUMO RESPONSABLE	CR	La empresa utiliza energías verdes, realizan una gestión responsable de sus desechos y residuos, reducen progresivamente el consumo de recursos no renovables y planifican eficientemente la realización de sus actividades contaminantes.
SOCIAL	REMUNERACIÓN Y BENEFICIOS	RyB	La empresa implementa políticas de remuneración y beneficios que valoran las competencias de los empleados.
	COMPROMISO CON EL DESARROLLO PROFESIONAL	CDP	La empresa invierte en capacitación y desarrollo profesional de los empleados.
	SALUD Y SEGURIDAD DE LOS EMPLEADOS	SyS	La empresa adopta condiciones de trabajo que tienden a garantizar la salud y seguridad de los empleados.

9

	COMPORTAMIENTO O FRENTE A DEUDAS SALARIALES, DESVINCULACIONES Y JUBILACIÓN	DSDyJ	La empresa adopta medidas para no tener deudas salariales ni previsionales, así como medidas que busquen garantizar el futuro de sus empleados luego de su desvinculación.
--	---	--------------	--

3. Construcción de la base de datos

Para crear la base de datos trabajamos con dos fuentes, por un lado, las Memorias que

acompañan los estados financieros (EEFF) de las empresas comerciales publicados en el año 2018, a las cuales accedimos a través de BYMA¹(Bolsas y Mercados Argentinos), y por otro lado los informes de Responsabilidad Social publicados en las distintas Páginas Web de las empresas estudiadas.

En virtud de que la información a procesar era textual, se recurrió al análisis de contenido, “*é v g tiva, sistemática y cuantitativa del*” (B 1952 .18; A é A 2003), que requiere determinar reglas de codificación que permitan transformar los datos brutos del texto en índices numéricos o alfabéticos. Entre las que pueden aplicarse presencia o ausencia de elementos en el texto, frecuencia, frecuencia ponderada, grado de intensidad, dirección, orden, contingencia² “*presencia o ausencia de los elementos en el texto*”, que para nuestro trabajo implica el hecho de que la práctica de RSE descrita por el indicador correspondiente se mencione o no en la memoria del EEFF o la Página Web, según el caso. Así, cada indicador representó una categoría que permitió identificar y clasificar los distintos fragmentos de texto y se asignó el valor 1 si se disponía de información del indicador, y valor 0, en caso contrario. Para mayor detalle se puede revisar el *Protocolo de Trabajo* que forma parte del Anexo 2.

Cabe mencionar que las categorías deben ser exhaustivas, así como mutuamente excluyentes, de forma que un dato pueda corresponderse sólo con una categoría y no se generen dudas. A su vez deben ser significativas y replicables. En realidad, estos dos eleme K (1990) “ v ”

todo instrumento de investigación científica, es decir, que las reglas que lo gobiernen sean explícitas (objetivas) y aplicables a todas las unidades de análisis (sistemáticas). Estas reglas fueron tenidas en cuenta al momento de seleccionar y definir los indicadores.

¹<https://www.byma.com.ar/en/homepage/>

² Cfr. con Andréu Abela (2003).

4. Ponderación de los indicadores

En los problemas de naturaleza multidimensional pueden existir factores que justifiquen asignar diferente importancia relativa (ponderaciones) a los indicadores individuales incluidos en el análisis.

Un argumento en contra del uso de ponderaciones es que la importancia de los indicadores que conforman un índice puede variar según el usuario de la información, y que para establecer criterios de ponderación sería necesario que los usuarios presentaran características homogéneas (Macagnan, 2007).

Numerosos autores optan por un sistema no ponderado (Cooke, 1989; Herrera, 2013; Tejedó Romero, 2018), que en realidad consiste en asignar igual importancia a todos los indicadores, como hacemos en este trabajo.

Se optó, sin embargo, por asignar peso a las dimensiones, seleccionando distinto número de indicadores para cada una de ellas.

Atribuimos mayor peso a la dimensión gobierno corporativo, en virtud de que se requiere un entendimiento claro de los beneficios estratégicos que puede aportar a la empresa la RSE para que los altos directivos estén dispuestos a realizar inversiones en prácticas de Responsabilidad Social Corporativa que contribuyan al éxito a largo plazo de la empresa (Burke y Logsdon, 1996: 498), y es a partir de una relación positiva y de colaboración constante con sus stakeholders que una empresa diseña y aplica eficientemente políticas y prácticas de RSE.

En segundo lugar, de importancia ubicamos la **dimensión social**, en virtud de que la conciencia social es el compromiso de responder ante la sociedad en lo general y ante sus miembros en particular, que orienta las actividades individuales y colectivas en un sentido que ofrezca a todos la igualdad de oportunidades para desarrollar sus capacidades, buscando eliminar los obstáculos estructurales de carácter económico, social, cultural o político que impiden ese desarrollo. Entonces, la RSE es la capacidad de entender y dar respuesta al conjunto de solicitudes que los diversos entornos le piden a la empresa. Desde el accionar de la empresa su ámbito de aplicación respecta a sus empleados.

Para reflejar la importancia de la **dimensión ambiental** se seleccionaron indicadores que buscan reflejar la actitud de la empresa que, además de cumplir con todos los requerimientos legales aplicables, promueva esquemas de autorregulación e iniciativas voluntarias que mejoren tanto su desempeño ambiental como el de la cadena de valor en la que participa.

En línea con este pensamiento, se seleccionaron seis indicadores para la dimensión Gobierno Corporativo y Gestión, cuatro para la Social y tres para la Ambiental (ver **Tabla 2**).

Es importante mencionar que, dado que las fuentes de información con las cuales trabajamos se construyen de manera diferente, y no poseen la misma validez o fiabilidad en los datos que presentan, se pondera también la fuente de datos empleada.

5. Agregación de los indicadores

Teniendo en cuenta que el índice sintético debe reflejar la cobertura de información revelada sobre las Prácticas de Responsabilidad Social de las Empresas, y habiendo optado

por una codificación dicotómica o binaria (presencia o ausencia del indicador en el texto), en sintonía con los empleados por Cooke (1989), Macagnan (2007), Herrera (2013) y Bravo, Abad y Trombeta (2013), entre otros, el modelo responde a la siguiente ecuación:

Donde:

- IS_i : Indicador sintético de la empresa i
- n : Número de indicadores individuales revelados
- x_{ij} : valor del indicador j revelado por la empresa i

$$x_{ij} \begin{cases} 1 & \text{si la empresa } i \text{ revela información del indicador } j \\ 0 & \text{si la empresa } i \text{ no revela información del indicador } j \end{cases}$$

Así, $0 \leq IS_i \leq 1$, con valores cercanos a 1 indicando mayores prácticas de RSE.

V. Indicador Sintético de las Prácticas de RSE

Para procesar la información y determinar el índice sintético trabajamos con la planilla de cálculo Excel.

El proceso de relevamiento de datos y codificación en función de la presencia y ausencia de cada uno de los indicadores demandó bastante tiempo. Implicó momentos de trabajo individual y grupal (ver Anexo 2).

Hubo uno de los indicadores de la dimensión Social: Comportamiento frente a deudas salariales, desvinculaciones y jubilación, para el que ninguna empresa reveló información ni en las Memorias ni en las Páginas Web, por lo que optamos por excluirlo del cómputo del Índice.

Asignamos mayor peso a la información obtenida a través de las Memorias que acompañan los estados financieros, al ser auditada y controlada por diversos organismos y asignamos menor ponderación a la obtenida de las Páginas Web, ya que si bien es en la que más se guían los consumidores y a la que más acceden, es la que la empresa puede manipular por el hecho de no ser controlada.

12

En virtud de asignar ponderaciones diferentes a las fuentes de datos según su confiabilidad, 0,80 para Memorias que acompañan los Estados Financieros (en adelante "M") 0,20 ("W") y índices parciales para cada una de ellas, que luego fueron agregados en un Índice Sintético combinado. Por lo que:

$$\text{Índice Sintético Combinado} = (0,80 \times \text{Índice Parcial Memorias}) + (0,20 \times \text{Índice Parcial } W)$$

Web)

Así:

$$ISC_i = 0,80 \frac{\sum_{j=1}^{12} x_{i,j} \text{Memorias}}{12} + 0,20 \frac{\sum_{j=1}^{12} x_{i,j} \text{Web}}{12}$$

Para

$$x_{ij} \begin{cases} 1 & \text{si la empresa } i \text{ revela información del indicador } j \\ 0 & \text{si la empresa } i \text{ no revela información del indicador } j \end{cases}$$

En la tabla 3 presentamos los índices parciales, el índice combinado y el *ranking* de las empresas estudiadas en función del índice combinado.

Tabla 3. Índice y *ranking* de empresas comerciales en función del Índice Combinado

EMPRESAS	Índice Memorias	Índice Web	Índice combinado	Ranking
BOLDT SA	0,5833	0,7500	0,6167	2

IRSA	0,5000	0,6667	0,5333	5
CTIO SA	0,6666	0,0833	0,5500	4
DYCASA	0,4166	0,7500	0,4833	8
FERRUM	0,4166	0,6667	0,4667	9
GRIMOLDI	0,2500	0,0000	0,2000	10
LONGVIE	0,5833	0,2500	0,5167	6
PATA	0,5833	0,6667	0,6000	3
POLLEDO	0,0000	0,0000	0,0000	11
TELECOM	0,7500	0,5000	0,7000	1
TGLT	0,4166	0,9167	0,5167	6

Si bien establecimos las ponderaciones de manera arbitraria considerando la confianza que aporta el proceso de control al que están sujetas las Memorias de las empresas, realizamos un análisis de sensibilidad de los efectos en el índice sintético y en el *ranking* de las empresas ante cambios en los valores de los ponderadores, dando a las Memorias pesos de 1 (es decir, un índice solo realizado a base de información auditada) a 0 (un índice que se basa exclusivamente en la información relevada en Páginas Web). Este análisis, que forma parte del Anexo 1, expuso que las empresas menos sensibles a los cambios son las que comparten la misma o semejante información de sus Prácticas de RSE en ambas fuentes, mientras que otras cambian significativamente su posición en función del peso de la fuente, ya que revelan sus prácticas de RSE de manera más completa sólo en una de ellas. Según este análisis, las empresas que varían radicalmente cuando las ponderaciones varían por debajo de 0,5 en Memorias, poseen mayor información asentada en Páginas Web, y viceversa. Concluyendo que sería ideal una difusión uniforme en ambas fuentes por parte de las empresas.

Con el objetivo de analizar qué tanto se diferencian las empresas en términos de sus prácticas de RSE, en la tabla 4 presentamos las diferencias porcentuales entre valores consecutivos del índice en proporción del rango de variación del índice. Para ello procedimos a realizar los siguientes cálculos:

$$\text{Diferencial Valor Índice} = \text{Índice combinado empresa } i - \text{Índice combinado empresa } i+1$$

$$\text{Diferencial Valor Índice (prop. del rango)} = \frac{\text{Diferencial Valor Índice}}{\text{Valor Máx. Índice} - \text{Valor Min. Índice}}$$

Tabla 4. Diferenciales entre valores del Índice

Empresa	Dif. Valor índice	Dif. Valor índice (prop. del rango)	Dif. Valor índice (prop. del rango) %
TELECOM	0,0833	0,1190	12%
BOLDT SA	0,0167	0,0238	2%
PATA	0,0500	0,0714	7%
CTIO SA	0,0167	0,0238	2%
IRSA	0,0167	0,0238	2%
LONGVIE	0,0000	0,0000	0%
TGLT	0,0333	0,0476	5%
DYCASA	0,0167	0,0238	2%
FERRUM	0,2667	0,3810	38%
GRIMOLDI	0,2000	0,2857	29%
POLLEDO			

El cálculo de los diferenciales permitió clasificar las empresas según las diferencias porcentuales en los valores del índice que se generan de empresa a empresa. De esta manera se conformaron tres grupos de empresas. Existe una líder clara, TELECOM, con una diferencia del 12% respecto de la segunda. En el segundo grupo, que denominamos intermedio, integrado por empresas cuyos porcentajes de diferencia son inferiores a 10%, lo que significa que son empresas similares en sus prácticas de RSE y ante cambios pequeños en sus prácticas de RSE o en la ponderación de las bases de datos pueden alterar su lugar en el *ranking*. Y por último el grupo de las de mínimas o ninguna práctica de RSE, conformado por las últimas tres, que siempre se ubicarán en los últimos lugares del *ranking*, ya que existe una diferencia del 38% entre la primera empresa de este grupo con la última del grupo intermedio.

A los fines de facilitar la interpretación del índice, lo reescalamos multiplicándolo por 1000, tal como los índices MERCO y presentamos los resultados en la Tabla 5.

Índice Sintético Combinado Reescalado = Índice Combinado x 1.000

Tabla 5. Ranking Empresas Comerciales en función del Índice Combinado re escalado

<i>Ranking</i>	Empresa	Índice combinado	Índice Combinado Reescalado
1	TELECOM	0,7000	700
2	BOLDT SA	0,6167	617
3	PATA	0,6000	600
4	CTIO SA	0,5500	550
5	IRSA	0,5333	533
6	LONGVIE	0,5167	517
6	TGLT	0,5167	517
8	DYCASA	0,4833	483
9	FERRUM	0,4667	467
10	GRIMOLDI	0,2000	200
11	POLLEDO	0,0000	0

Añadimos un gráfico de barras para lograr un efecto visual en la interpretación del índice:

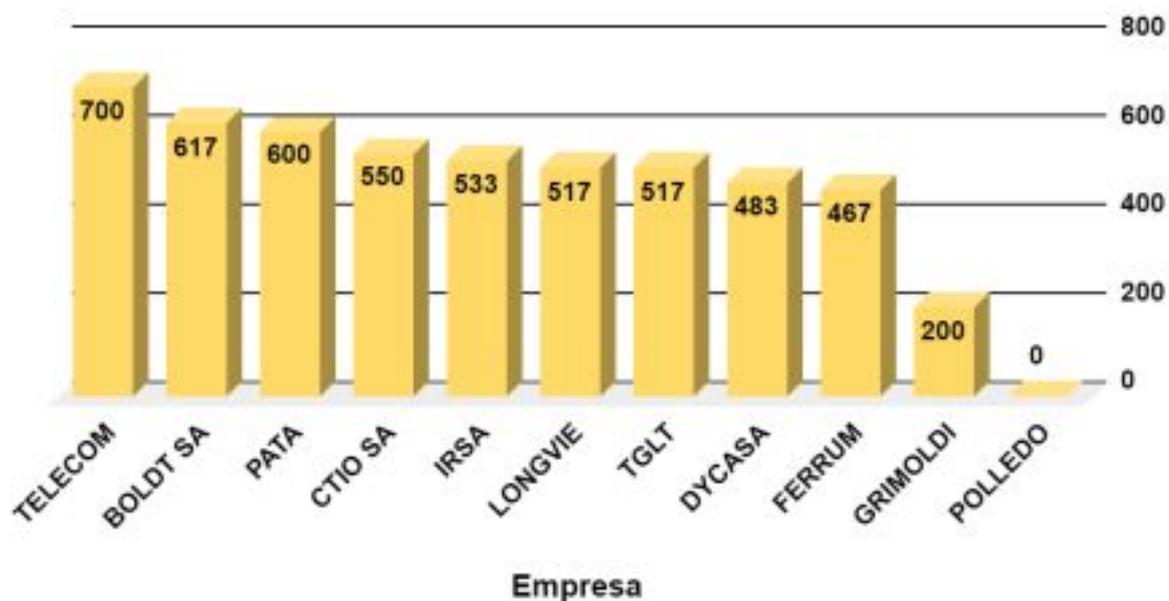


Gráfico 1. Empresas según valor del índice combinado

VI. Análisis de correlación

1. Análisis de las Correlaciones entre los Índices y el Indicador Sintético A

continuación, en la Tabla 6, con el objetivo de determinar el grado de asociación entre los indicadores que utilizamos para evaluar las prácticas de RSE y el Índice Sintético, es decir, que tanto impacta cada indicador en el resultado del Indicador Sintético, se presentan los resultados de los coeficientes de correlación de Pearson.

Tabla 6. Correlación entre Indicadores en Memorias y Páginas Web con Índice Sintético de RSE

Indicador	Código	Correlación entre indicadores de Memorias e Índice Sintético de RSE	Correlación entre indicadores de Páginas Web e Índice Sintético de RSE
GOBERNABILIDAD Y ESTRATEGIA	GyE	0,7814	0,9176
DESARROLLO DE POLÍTICAS	DP	0,5207	0,6126
ÉTICA, LEALTAD Y TRANSPARENCIA	ELyT	0,1059	0,6126
INICIATIVAS Y PRÁCTICAS DE RSE	lyPRSE	0,4279	0,4410
GESTIÓN EFICIENTE Y CALIDAD	GEyC	0,4114	0,3288
COMUNICACIÓN SOCIALMENTE RESPONSABLE	CSR	0,5962	0,7103
GESTIÓN Y CONTROL DE IMPACTO EN EL AMBIENTE	GyCI	0,1216	0,2930
ACCIONES CONTRA EL CAMBIO CLIMÁTICO	ACCC	0,1306	0,1330

CONSUMO RESPONSABLE	CR	0,4671	0,1141
----------------------------	-----------	---------------	---------------

16

REMUNERACIÓN Y BENEFICIOS	RyB	0,5164	0,2360
COMPROMISO CON EL DESARROLLO PROFESIONAL	CDP	0,5962	0,3065
SALUD Y SEGURIDAD DE LOS EMPLEADOS	SyS	0,3619	0,5324

El coeficiente de correlación de Pearson mide el grado de asociación lineal de dos variables cuantitativas X=Indicadores e Y=Índice Sintético.

Si la correlación se encuentra entre 0 y 1, es decir, es positiva, entonces se concluye que cuando una de las variables varía, la otra lo hace en el mismo sentido. Y esta es la situación en la que nos encontramos, por lo tanto, a medida que aumenta el nivel de información relevada por las empresas, para cualquiera de los indicadores mencionados en el cuadro anterior, el valor del índice sintético aumentará también.

Este análisis permite observar qué tanta información aporta cada indicador al indicador Sintético. Si la correlación es alta, ese indicador define al Indicador Sintético en gran medida y, de omitirse, el Indicador Sintético cambiaría sustancialmente. Distinto es el caso de los indicadores con baja correlación, cuya eliminación podría no afectar significativamente el valor del Indicador Sintético, pero de todas maneras aportan información.

Se desagrega el análisis en Memorias y Páginas Web porque la información relevada en cada una de las fuentes difiere según la empresa.

De esta manera comprobamos que el indicador que está definiendo al índice sintético es Gobernabilidad y Estrategia (GyE), perteneciente a la dimensión de Gobierno Corporativo, ya que su correlación es la más alta, 0,78 en el caso de Memorias de los Estados Financieros y 0,92 para las Páginas Web, por lo que si se los omite del cálculo, el resultado del índice cambiará sustancialmente.

En lo que respecta a Páginas Web, Consumo Responsable (CR) es el indicador que menor cantidad de información aporta al Índice Sintético, y en Memorias de los Estados

Financieros, Gestión y Control de Impacto en el Ambiente (GyCI), ambos pertenecientes a la dimensión Ambiental.

2. Fiabilidad de la Escala de Medida

Para determinar la consistencia interna del Índice sintético utilizamos el coeficiente Alpha de Cronbach (α). El mismo fue propuesto en 1951 por Cronbach como un estadístico para

17

estimar la confiabilidad de una prueba, o de cualquier compuesto obtenido a partir de la suma de varias mediciones. Este coeficiente evalúa la consistencia interna del conjunto de ítems o partes del compuesto y el coeficiente estandarizado se calcula como:

$$\alpha = \frac{1}{n} \left(1 + \frac{1}{p} \right)$$

Donde:

$\alpha_{(est)}$ = coeficiente Alpha de Cronbach estandarizado

n = Número de Ítems

p = Promedio de las correlaciones lineales entre pares de ítems

Para interpretar el resultado de la prueba se sugiere identificarlo en la Tabla

7: **Tabla 7. Interpretación de resultados de la prueba**

Valor del Alpha	Consistencia interna de los indicadores
0 - 0,2	Muy Baja
0,2 - 0,4	Baja
0,4 - 0,6	Moderada
0,6 - 0,8	Buena
0,8 - 1	Alta

Es de suma importancia destacar que si bien una consistencia interna alta es recomendable, debe tenerse cuidado de no caer en el error de creer que resultados muy elevados del alpha son positivos, siempre hay que tener en cuenta que resultados superiores a 0,95, muy cercanos a 1, pueden implicar que los datos son redundantes y miden lo mismo, lo cual es contraproducente.

En la tabla 8 presentamos los resultados de la prueba calculada para los índices parciales

para cada fuente y el índice sintético combinado.

Tabla 8. Resultados del Alpha Cronbach

	Índice Parcial Memorias	Índice Parcial Web	Índice Combinado
Número de Ítems (n)	12	12	24
p	0,1280	0,4311	0,1871
$\alpha_{(est)}$	0,6379	0,9009	0,8467

El valor obtenido para el índice combinado de 0,8467 refleja una alta consistencia interna y estabilidad del Índice Sintético. Es interesante mencionar que la mayor consistencia del índice sintético la aporta la alta consistencia de los indicadores revelados a través de la Página Web ($\alpha = 0,9009$) v M ($\alpha = 0,6379$).

VII. Conclusiones, limitaciones y futuras líneas de investigación

Buscar el significado de responsabilidad social es cuestionarse por qué es responsable la empresa, de qué es responsable, y ante quién es responsable. Estos interrogantes indican que es necesario medir las prácticas de RSE. Del mismo modo que la gestión en una empresa debe ser medida, también la gestión de la RSE puede y debe ser evaluada.

Partiendo del interrogante que guió nuestra investigación:

¿Es posible establecer un índice que permita cuantificar las prácticas de RSE y comparar las empresas comerciales que cotizan sus acciones en el Mercado de Valores de Buenos Aires?

Podemos concluir que hemos podido cuantificar la cobertura de revelación de las prácticas de RSE a través del Indicador Sintético, ya que la codificación utilizada hace referencia a la presencia o no de la práctica, mostrando así cuáles son las prácticas que se encuentran presentes en cada empresa, cuáles no, y en qué proporción. Esto surge de la información de las empresas públicamente disponible (memorias de EEFF y páginas Web), y no requirió acceder a informes internos de las mismas, concertar entrevistas con personal, proveedores o clientes, ni altos presupuestos de investigación.

El Indicador Sintético permite ordenar las empresas según sus Prácticas de RSE, pudiendo apreciar que algunas de ellas están más afianzadas, como tener definidos y claros el plan de negocios, la misión, la visión y las estrategias. Son los indicadores de la dimensión Gobierno

19

Corporativo y Gestión los que, en términos generales, aportan mayor información al Índice Sintético. Respecto al posicionamiento de las empresas, advertimos la conformación de tres grupos, Telecom como líder del *ranking*, un conjunto de empresas similares en sus prácticas y un tercer grupo distanciado de estas últimas conformado por Ferrum, Grimoldi y Polledo ocupando los últimos puestos. Un factor importante en la definición del ranking es el peso asignado a la fuente de datos, ya que algunas empresas revelan sus Prácticas de manera más completa en una de ellas. Aquellas que comparten la misma o semejante información en ambas fuentes son menos sensibles a los cambios en sus ponderaciones, por lo que sería ideal que las empresas difundan sus prácticas de manera uniforme en ambas fuentes..

Las Memorias de los Estados Financieros como fuente de datos, hacen que la información que publican las empresas sea accesible, comparable y confiable por estar auditada. Las Páginas Web, si bien son operadas directamente por la empresa y no son auditadas, contienen información que no se refleja muchas veces en las memorias y es importante tener en cuenta para el análisis. Las barreras de acceso a los datos sobre prácticas de RSE era una de las limitaciones que queríamos sortear a fin de incrementar la transparencia para con los *stakeholders* y avanzar en la visualización de la RSE de empresas argentinas. Sin embargo, el hecho de trabajar con las memorias de los estados financieros limitó el alcance de la investigación a las empresas que cotizan en el Mercado de Valores de Buenos Aires, entre las que se seleccionó aquellas del sector comercial. Esto debido, a que en el sector se evidencia una multiplicidad de actividades, así como los diferentes tamaños y participación que estas empresas tienen en la economía argentina. El número de empresas comerciales que cotizan sus acciones también tuvo peso en la elección, dado que representa un volumen de información razonable de procesar para los fines de la investigación.

El empleo de la técnica de análisis de contenido ha permitido traducir la información textual (fuente fundamental de la información sobre RSE) en datos cuantitativos, evidenciando un

camino a seguir en el intento de medir sus prácticas. Sin embargo, debe tenerse en cuenta que la conformación de la base de datos se subordina al criterio de los autores, imprimiendo un tinte de subjetividad que se intenta reducir al mínimo con la elaboración y seguimiento de un protocolo de trabajo, pero no se erradica definitivamente.

Estamos satisfechos con los resultados obtenidos ya que hemos avanzado en la elaboración del índice. Al ser de desarrollo argentino, posiciona al país junto a otros países que realizan este tipo de mediciones, resaltando su preocupación en materia de Responsabilidad Social y dándole prestigio y reconocimiento en el área.

Por otro lado, fomenta la incorporación de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a las estrategias de negocio de las organizaciones, de modo que estas sean sustentables y responsables, lo que significa que su producción y comercialización estén organizadas de

20

modo de reducir el consumo de bienes naturales y de servicios eco-sistémicos, procurar la competitividad y continuidad de la propia actividad, y promover y mantener el desarrollo sustentable de la sociedad.

Las empresas, en el *ranking*, pueden compararse en términos de RSE con otras organizaciones del mismo sector, invitándoles a mejorar sus prácticas y a generar un ambiente de continuo progreso y crecimiento en cuanto a políticas de RSE. Las mediciones son útiles para la toma de decisiones en la empresa, y sirven para comunicar los resultados a los *stakeholders*.

Los inversores, a su vez, en función del *ranking*, podrían realizar inversiones socialmente responsables y colaborar con este gran objetivo.

Logrado esto, el gobierno podría aplicar diferentes beneficios a las empresas mejor posicionadas en el *ranking*, ya sea premios económicos o distintos descuentos impositivos por colaborar con la sociedad en la que trabajan, fomentando la aplicación de RSE por parte de las empresas.

Consideramos este trabajo como un punto de partida de nuevas líneas de investigación, a saber:

- Replicar la elaboración del Índice en otros sectores económicos, como el industrial, energético, bancario, entre otros, que permitiría comparar las prácticas de RSE entre ellos. Al contar con las bases de datos y habiendo comprobado la utilidad del método propuesto, es una de las líneas más fuertes que nos planteamos y que vemos factible en el corto plazo.
- Proponer otros métodos de codificación de la información textual (frecuencia de la información y dirección, por ejemplo) que darían lugar a otras formas de medición de las

prácticas de RSE.

- Profundizar en la cuantificación de la RSE, incorporando nuevos aspectos en los cálculos. Pueden relacionarse los resultados obtenidos con contenidos e información de carácter económico y contable, para analizar su vinculación, con el objetivo de clarificar y cuantificar los beneficios de la implementación de prácticas de RSE en términos financieros, ya sea determinando la correlación directa entre RSE y ganancias a corto plazo o examinando los programas, actividades y procesos que pueden crear beneficios estratégicos a largo plazo, es decir, ventajas competitivas sostenibles, concibiendo la RSE como modelo de negocio.
- Estudiar la relación entre sociedad y empresa, mediante un conocimiento cabal de la realidad y una sólida base ética que incluya la calidad de vida de la sociedad. A esta relación se le puede adicionar el Estado como agente regulador.

21

22

VIII. Referencias

Aguilera, A., y Puerto, D. P. (2012). *Crecimiento empresarial basado en la Responsabilidad Social*. Pensamiento & Gestión, núm. 32, pp. 1-26.

Andréu Abela, J.A. (2003). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*. Granada, España

Berelson, B. (1952). *Content analysis in communication research*. Nueva York: The Free Press.

BYMA (2019). *Metodología del índice de sustentabilidad*. Versión 0701/2019. Disponible en: <https://www.byma.com.ar/wp-content/uploads/2019/03/BYMA-Metodologia-Indice-Sustentabilidad-2019-01-07.pdf>

Bouyssou, D., Marchant, T., Pirlot, M., Perny, P., Tsoukias, A., Vincke, P. (2000). *Evaluation and decision models: A critical perspective*. Kluwer Academic Publishers.

Bravo, F., Abad, M.C. y Trombetta, M. (2013). La divulgación de información previsional ante un aumento de la demanda informativa. *Innovar*, Volumen 23, Número 47, p. 33-39, 2013. ISSN electrónico 2248-6968. ISSN impreso 0121-5051. <https://revistas.unal.edu.co/index.php/innovar/article/view/40242/42097>

Burke L. y Logsdon, J. M. (1996). How Corporate Social Responsibility Pays Off. *Journal Long Range Planning*, 29 (4), pp. 495-502.

Cajjiga, J. F. (2010). El concepto de Responsabilidad Social Empresarial. CEMEFI. *Centro Mexicano para la Filantropía*. Disponible en http://www.cemefi.org/esr/images/stories/pdf/esr/concepto_esr.pdf

Cooke, T. E. (1989). *Disclosure in the corporate annual reports of Swedish companies*. Accounting and Business Research. July, pp. 533-541.

Decreto N° 677/2001. Poder Ejecutivo Nacional (P.E.N) Boletín Oficial de 22 de mayo de 2001, Argentina.

Freeman, R. E. (1984) *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Pitman, Boston. Freeman, R. E. y Reed, D. L. (1983). *Stockholders and Stakeholders: A New Perspective on Corporate Governance*. California Management, 25 (3) pp. 88 -106.

DOI: 10.2307/41165018

Herrera, E.E. (2013). *Factores que explican la extensión de revelación de activos intangibles de los bancos que cotizan en la Bolsa de Valores de Panamá*. Contaduría y Administración N°58 (3), pp.173-202.

Instituto Ethos de Empresas y Responsabilidad Social (2013). Indicadores ETHOS-IARSE para negocios sustentables y responsables. *Programa Latinoamericano de Responsabilidad Social Empresarial*.

ISO (2010). [ISO 26000:2010 (es) Guía de responsabilidad social]. Descargado de <https://www.iso.org/obp/ui#iso:std:iso:26000:ed-1:v1:es>

23

Kinderit , L. (2008). *Analysis and Comparison of Methodologies for Corporate Sustainability Assessment*. Environment Research, Engineering and Management - Vol 4, No. 46. Pgs. 66-75.

Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido, teoría y práctica*. Ediciones Paidós Ibérica SA, Barcelona, España.

Macagnan, C. B. (2007). *Condicionantes e implicación de revelar costos intangibles*. Tesis doctoral. Universidad Autónoma de Barcelona.

MERCO (2018). El proceso de elaboración de MERCO Argentina 2018. Análisis e Investigación. Disponible en: <http://merco.info/ar/que-es-merco>

Nardo, M.; Saisana, M.; Saltelli, A.; Tarantola, S.; Hoffmann, A.; Giovanini, E. (2008): "H k C g C I : M h g U G" OECD. O.M.C. (1994). *Las empresas comerciales del estado*. Artículo XVII del GATT de 1994, Disponible en: https://www.wto.org/spanish/tratop_s/statra_s/statrad_s.htm

Parmar, B.; Freeman, R. D.; Harrison, J.; Wicks, A.; Purnell, L. and De Colle, S. (2010). *Stakeholder theory: The state of the art*. The Academy of Management Annals, 4(1), 403-445 Rodríguez Sastre, A. (1954) *Operaciones de Bolsa*. Editorial Revista de Derecho Privado, Vol. 1, p. 52.

Schuschny, A, y Soto, H. (2009). *Guía metodológica Diseño de indicadores compuestos de desarrollo sostenible*. CEPAL.

Teixidó S., Chavarri, R. y Castro, A. (2002). *Responsabilidad Social Empresarial en Chile: Perspectivas para una matriz de análisis*. Fundación PROhumana. Disponible en: <http://prohumana.cl/documentos/documentoafrika2002.pdf>

Tejedo Romero, F. (2014). *Información divulgada del capital intelectual en el marco de la responsabilidad social empresarial y del gobierno corporativo: evolución y factores*

determinantes. Tesis doctoral. VIII Premio ASEPUC de tesis doctorales. Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. España.

Thompson, A. (1998): *Una visión sistémica sobre la responsabilidad social empresarial: Notas sobre una conferencia*. Manuscrito, Pág.1.

Páginas Web consultadas de Empresas analizadas

- Boldt.com.ar. 2020. *La Empresa Boldt S.A.* Disponible en: https://www.boldt.com.ar/la_empresa/
- Consultatio Real Estate. 2020. *Quiénes Somos - Consultatio Real State*. Disponible en: <https://www.consultatio.com.ar/>
- Dycasa S.A 2020. *Empresa – DYCASA*. Disponible en: <http://dycasa.com/la-empresa/>
- Ferrum S.A 2020. Disponible en: <https://www.ferrum.com/contenido.php?contenido=institucional.php#historia>
- Grimoldi S.A 2020. Disponible en: <https://www.grimoldi.com.ar/>
- IRSA SA 2020. Disponible en: https://www.irsa.com.ar/sustentabilidad_rse.php
- Longvie S.A 2020. Disponible en: <http://www.longvie.com/section/company#15>
- PATA S.A 2020. Disponible en: <https://www.laanonima.com.ar/la-anonima-y-la-comunidad/con-la-comunidad>
- Telecom S.A 2020. Disponible en: <https://institucional.telecom.com.ar/sustentabilidad/#es>
- TGLT S.A 2020 Disponible en: <https://tgl.com/Compania>

IX. Anexos

Anexo 1. Ponderación Memorias y Páginas Web en el Índice Combinado

Realizamos un análisis de sensibilidad para medir la incidencia de la ponderación de las fuentes de datos en los resultados del índice combinado.

Los resultados no varían en últimos puestos, lo que condice con el valor de sus diferenciales, que, al ser elevados, los hace menos sensibles a los cambios en su composición.

En la Tabla 9 presentamos los valores del índice combinado según la ponderación asignada a las Memorias que acompañan los EEFF (teniendo en cuenta que la ponderación de las Páginas Web representa el complemento en el intervalo $[0,1]$ y en la Tabla 10, la posición en el *ranking* de las empresas ante los mismos cambios. Acompañamos el análisis con un enfoque gráfico (ver Gráfico 2).

Tabla 9. Análisis de sensibilidad según Ponderación de fuentes de datos. Índice

Empresa	Ponderación de Memorias										
	1	0,9	0,8	0,7	0,6	0,5	0,4	0,3	0,2	0,1	0
BOLDT SA	0,58	0,60	0,62	0,63	0,65	0,67	0,68	0,70	0,72	0,73	0,75
IRSA	0,50	0,52	0,53	0,55	0,57	0,58	0,60	0,62	0,63	0,65	0,67
CTIO SA	0,67	0,61	0,55	0,49	0,43	0,38	0,32	0,26	0,20	0,14	0,08
DYCASA	0,42	0,45	0,48	0,52	0,55	0,58	0,62	0,65	0,68	0,72	0,75
FERRUM	0,42	0,44	0,47	0,49	0,52	0,54	0,57	0,59	0,62	0,64	0,67
GRIMOLDI	0,25	0,23	0,20	0,18	0,15	0,13	0,10	0,08	0,05	0,03	0,00
LONGVIE	0,58	0,55	0,52	0,48	0,45	0,42	0,38	0,35	0,32	0,28	0,25
PATA	0,58	0,59	0,60	0,61	0,62	0,63	0,63	0,64	0,65	0,66	0,67
POLLEDO	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00	0,00
TELECOM	0,75	0,73	0,70	0,68	0,65	0,63	0,60	0,58	0,55	0,53	0,50
TGLT	0,42	0,47	0,52	0,57	0,62	0,67	0,72	0,77	0,82	0,87	0,92

26

Tabla 10. Análisis de sensibilidad según Ponderación de fuentes de datos. Ranking

Empresa	Ponderación de Memorias										
	1	0,9	0,8	0,7	0,6	0,5	0,4	0,3	0,2	0,1	0
BOLDT SA	3	3	2	2	1	1	2	2	2	2	2
IRSA	6	6	5	5	5	6	6	5	5	5	4
CTIO SA	2	2	4	7	9	9	9	9	9	9	9
DYCASA	7	8	8	6	6	5	4	3	3	3	2
FERRUM	7	9	9	8	7	7	7	6	6	6	4
GRIMOLDI	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10	10
LONGVIE	3	5	6	9	8	8	8	8	8	8	8
PATA	3	4	3	3	3	3	3	4	4	4	4
POLLEDO	11	11	11	11	11	11	11	11	11	11	10
TELECOM	1	1	1	1	1	3	5	7	7	7	7
TGLT	7	7	6	4	4	2	1	1	1	1	1

Cuando la ponderación asignada a Memorias de los estados financieros varía de 0,8 a 0,7, las empresas CTIO SA, DYCASA, LONGVIE y TGLT alteran su orden en el ranking en más de una posición, mostrando una mayor sensibilidad respecto de las demás empresas (que solo varían en una posición).

En ponderaciones menores a 0,7 CTIO SA se estabiliza en el noveno puesto, DYCASA presenta una mejoría en su ubicación en el ranking y LONGVIE se estabiliza en el octavo puesto.

TGLT presenta una gran variación (más de una posición) con tendencia a mejorar desde el séptimo puesto con ponderación en 0,9, hasta un primer puesto que mantiene desde la ponderación 0,4 a 0,1.

TELECOM mantiene un primer puesto hasta la ponderación 0,6, y en ponderaciones menores evoluciona hasta un séptimo puesto.

GRIMOLDI y POLLEDO que ocupan el décimo y décimo primer puesto respectivamente en todas las ponderaciones.

PATA e IRSA presentan dos posiciones en todo el análisis.

FERRUM varía del noveno al sexto puesto a medida que disminuye la ponderación de Memorias y BOLDT SA se ubica dentro de los tres primeros puestos en todo el análisis.

27

Observamos una mayor sensibilidad de los valores a partir de la ponderación 0,7.

Es importante destacar cómo algunas empresas cambian significativamente su posición en función del peso de la fuente, ya que revelan sus prácticas de RSE de manera más completa en una de ellas. Como Telecom que cambia su posición de primero a séptimo y TGLT a la inversa, de séptimo a primero. Ambas son más sensibles a los cambios, ya que TELECOM emplea su Memoria para revelar sus Prácticas de RSE, a diferencia de TGLT que lo hace en su Página Web.

Las empresas menos sensibles a los cambios comparten la misma o semejante información de sus Prácticas de RSE en ambas fuentes, lo que sería lo recomendado, como BOLT S.A., PATA e IRSA. Dichas empresas son menos sensibles, manifestando uniformidad en la difusión de sus Prácticas de RSE en ambas fuentes.

Optamos por una ponderación de Memorias de los Estados Financieros de 0,8 y Páginas Web de 0,2, ya que a nuestro criterio resulta más representativa para ponderar las fuentes, bajo el supuesto de la confianza en las mismas por estar auditadas.

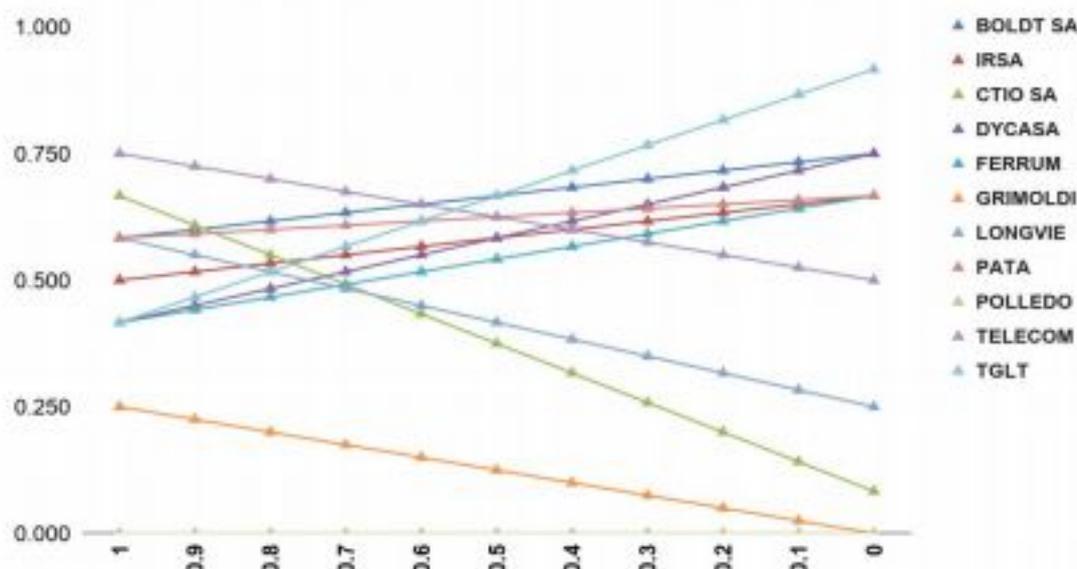


Gráfico 2. Cambios en el *ranking* de las empresas ante cambios en las ponderaciones de las bases de datos

A través del gráfico es posible identificar con facilidad los cambios de posición de las empresas en el ranking a medida que cambia el peso dado a las memorias de 1 (es decir, un índice solo realizado a base de información auditada) a 0 (un índice que se basa exclusivamente en la información relevada en Páginas Web).

Anexo 2. Protocolo de trabajo

En una primera instancia se realizó un análisis exhaustivo de las diversas fuentes de datos que se utilizan en el estudio (memorias de los estados financieros y páginas Web) con el fin de tener una visión general de las organizaciones estudiadas y revisar si se contaba con información de los indicadores que se consideraban relevantes. El trabajo fue distribuido de manera que las fuentes de cada empresa fueran revisadas por dos integrantes del equipo.

A medida que se revisaron las fuentes (en forma individual), se fueron aislando los fragmentos de texto que hacían alusión a los 13 indicadores seleccionados, los que se almacenaron en un archivo, indicando la fuente de datos y la página de la que se obtuvo el fragmento para una rápida localización posterior, en caso de ser necesario, informando el indicador al que se refería el fragmento.

Posteriormente, en una reunión grupal, se cruzó la información relevada por cada integrante a los efectos de lograr unificarla.

Establecida la base textual con los fragmentos de texto de todas las empresas, cada

integrante del equipo, en forma individual, procedió a realizar su codificación, a través de un sistema binario, empleando sólo los números 1 y 0 para reflejar la presencia y ausencia, respectivamente, de información del indicador en el fragmento de texto analizado.

Las puntuaciones de cada integrante en función de su análisis de la base textual fueron organizadas en forma de tabla con la estructura que se presenta a continuación:

Integrante:												
Empresa	Ambiental				Social				Gobierno Corporativo			
	Indicador		Indicador		Indicador		Indicador		Indicador		Indicador	
	MEM	WEB	MEM	WEB	MEM	WEB	MEM	WEB	MEM	WEB	MEM	WEB

Así, cada integrante, en función del análisis de la base textual, asignó el valor 1 si, a su criterio, el fragmento de texto aportaba información sobre el indicador correspondiente. En caso contrario, asignó el valor 0.

Con el propósito de unificar las codificaciones individuales se aplicaron las siguientes reglas de decisión:

- Corresponde 1 si por lo menos dos integrantes asignan el valor 1.
- Corresponde 0 si por lo menos tres integrantes asignan el valor 0.

En consecuencia, para cada empresa, fuente e indicador corresponderá el valor 0 cuando tres o cuatro integrantes asignan el valor 0, y 1, en todos los casos restantes. Es decir, la regla de la mayoría determina la puntuación final, excepto en el caso de empate (dos integrantes asignan 0 y los restantes asignan 1), en cuyo caso se asigna 1 a los efectos de privilegiar la revelación de información.

Este proceso es de gran importancia para la investigación, ya que otorga validez y seguridad a los datos, al implicar que los mismos han sido obtenidos con independencia de la persona que los mide.

Se trabajó en una planilla Excel y se emplearon funciones lógicas para unificar las planillas

individuales en una planilla común que conformó la base de datos.