



European Research on Management and

Business Economics

ISSN: 2444-8834

tcrespo@uvigo.es

Academia Europea de Dirección y

Economía de la Empresa

España

Tejedo Romero, Francisca

Información de los recursos intangibles ocultos: ¿memorias de sostenibilidad o informe anual?

European Research on Management and Business Economics, vol. 22, núm. 2, mayo-agosto, 2016, pp. 101-109

Academia Europea de Dirección y Economía de la Empresa

Vigo, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=501650369007>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org



## Información de los recursos intangibles ocultos: ¿memorias de sostenibilidad o informe anual?

Francisca Tejedo Romero\*

Departamento de Administración de Empresas, Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Castilla-La Mancha, Plaza de la Universidad, 1, 02071, Albacete, España



### INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

*Historia del artículo:*

Recibido el 17 de febrero de 2015

Aceptado el 14 de junio de 2015

On-line el 4 de septiembre de 2015

*Códigos JEL:*

M14

M19

M41

*Palabras clave:*

Intangibles

Capital intelectual

Divulgación de información

Informe anual

Memoria de sostenibilidad

### RESUMEN

Los recursos de naturaleza intangible se han convertido en los principales generadores de valor de manera sostenible en las empresas. En concreto, aquellos que permanecen ocultos en los balances debido a las dificultades que plantea su reconocimiento y medición (es decir, lo que se denomina capital intelectual). Si bien, el suministro por parte de las empresas de información voluntaria sobre estos recursos puede ayudar a reducir las posibles asimetrías de información y mejorar la transparencia informativa entre sus grupos de interés (*stakeholders*). En este sentido, los informes anuales son los principales medios de divulgación que tienen las empresas para suministrar información voluntaria. Sin embargo, en los últimos años, las memorias de sostenibilidad se han convertido en la principal vía de comunicación como mecanismo para legitimar las actuaciones de las empresas ante sus *stakeholders*. Así, nuestro objetivo es explorar y analizar el medio de comunicación que están empleando las empresas para suministrar información voluntaria sobre sus recursos intangibles ocultos. Los resultados obtenidos permiten concluir que se ha producido un cambio en la política de información empresarial y las memorias de sostenibilidad se han convertido en el principal soporte para suministrar información voluntaria a los *stakeholders*, además de ser un buen medio para suministrar información de los recursos intangibles.

© 2015 AEDEM. Publicado por Elsevier España, S.L.U. Este es un artículo Open Access bajo la licencia CC BY-NC-ND (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

## Information hidden intangible resources: sustainability or annual reports?

### ABSTRACT

Intangible assets have become the main sustainable value creation of companies. Specifically, those assets which remain hidden in the accounting statement due to the difficulties in identification and measuring (ie what is called intellectual capital). Voluntary information disclosed by companies on these assets can help to reduce symmetries of information and improve information transparency among stakeholders. In this sense, annual reports are the primary tool of information disclosure that companies have for provide voluntary information. In recent years, sustainability reports have become in the main means of communication as a way to legitimize the actions of companies to their stakeholders. Thus, our aim is to explore and analyze the means of communication used by companies to provide voluntary information about their hidden intangible assets. Results obtained indicate that there has been a change in corporate information policy and sustainability reports have become the mainstay to provide information voluntarily to stakeholders as well as being a good way to provide information of intangible resources.

© 2015 AEDEM. Published by Elsevier España, S.L.U. This is an open access article under the CC BY-NC-ND license (<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>).

### 1. Introducción

Los recursos de naturaleza intangible son reconocidos como los más importantes en el logro de los objetivos empresariales (De los Ríos, Torres, Tirado y Carbonell, 2009; Surroca, Tribó y Waddock, 2010; De Silva, Stratford y Clark, 2014; Tejedo Romero, 2014a).

\* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: [Francisca.Tejedo@uclm.es](mailto:Francisca.Tejedo@uclm.es)

Sin embargo, una parte significativa de esos recursos se mantienen ocultos y no pueden ser identificados en los estados financieros de las empresas (Lev, 2003; Abeysekera, 2007; Pedrini, 2007; Castilla-Polo, 2012), debido a los restrictivos requisitos de la normativa contable en cuanto a su identificación, medición y valoración (FASB, 2001; ICAC, 2002; IASB, 2004; PGC, 2007).

Esta falta de reconocimiento da lugar, en parte, a la diferencia existente entre el valor contable y el valor de mercado de las empresas (Brennan, 2001; García-Meca, Parra, Larrán y Martínez, 2005), que se hace más visible en aquellas empresas que centran su ventaja competitiva en los recursos intangibles (Lev, 2003, Oliveira, Rodrigues y Craig, 2010). Algunos autores han atribuido esta diferencia al Capital Intelectual (CI) (Brooking, 1997; Edvinsson y Malone, 1999; García-Meca et al., 2005; Abeysekera, 2007), que es la combinación de los recursos y actividades humanas, organizativas y relaciones de una entidad (Comisión Europea, 2006).

Así, con la finalidad de reducir los problemas que generan las asimetrías de información, motivada por la pérdida de utilidad de la información para la toma de decisiones eficientes (García-Meca et al., 2005; Abeysekera, 2007; Castilla-Polo, 2012), y mejorar la transparencia entre los grupos de interés (*stakeholders*) (Briano y Rodríguez, 2013; Rodríguez Gutiérrez, Fuentes García y Sánchez Cañizares, 2013), las empresas están interesadas en ofrecer a los usuarios información más allá de la establecida por la legislación mercantil (información voluntaria).

Habitualmente, este tipo de información se ha suministrado en los tradicionales informes anuales o informes financieros. De hecho, en España, el ICAC Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (2002, p. 165) sugería que las empresas procedieran a revelar sus recursos intangibles de manera voluntaria en secciones dentro del informe anual, ya que es el principal medio de comunicación corporativa de las actividades e intenciones futuras de las empresas (Brennan, 2001; Goh y Lim, 2004; Campbell y Rahman, 2010; De Silva et al., 2014).

La mayoría de los estudios previos han analizado la cantidad de información sobre el CI suministrada en los informes anuales (Guthrie y Petty, 2000; Brennan, 2001; April, Bosma y Deglon, 2003; Bozzolan, Favotto y Ricceri, 2003; Goh y Lim, 2004; Nurunnabi, Hossain y Hossain, 2011; Joshi, Singh Ubha y Sidhu, 2012). Son trabajos descriptivos y transversales, y han sido explicados dentro del marco de la teoría de recursos y capacidades, la teoría de la legitimidad, y la teoría de los *stakeholders*. Por otro lado, los estudios longitudinales han pretendido analizar la tendencia en la cantidad de información suministrada e indican un incremento paulatino de la información emitida (Abeysekera y Guthrie, 2005; Vandemaele, Vergauwen y Smits, 2005; Campbell y Rahman, 2010; Ahmed y Mohd, 2012; De Silva et al., 2014).

Sin embargo, la creciente preocupación en la gestión empresarial por un comportamiento social acorde con la ética, el respeto al medio ambiente y a los derechos sociales, y la demanda de una mayor transparencia informativa por parte de la sociedad, ha llevado a las empresas a aplicar estrategias de responsabilidad social (Gray et al., 1996; Arvidsson, 2010; Fernandez-Feijoo, Romero y Ruiz, 2013; Pajuelo, 2014) y a divulgar información mediante la elaboración de memorias de sostenibilidad. La presentación de estas memorias de forma independiente a los documentos contables tradicionales (informe anual) es un avance en el camino hacia la mejora de la divulgación de las prácticas empresariales desde la triple vertiente económica, medioambiental y social. a (Nieto, 2005; Moneva, 2007; Arvidsson, 2010; Prado, García y Blázquez, 2013; Rodríguez Gutiérrez, Fuentes García y Sánchez Cañizares, 2013), y dirigidas hacia comportamientos socialmente responsables (Engle, 2007; Castilla y Gallardo, 2008; Oliveira et al., 2010; Prado et al., 2013; Pajuelo, 2014; Tejedo, 2014b).

El impulso de determinadas instituciones y organismos, y la adopción de estándares de referencia, siendo el marco de referencia

más extendido el de la Global Reporting Initiative, que están fomentando la elaboración voluntaria de memorias de sostenibilidad, está provocando un cambio en la política de comunicación corporativa (Moneva, 2007; Rodríguez Gutiérrez et al., 2013; Fernandez-Feijoo et al., 2014), convirtiéndose en el principal soporte para suministrar información voluntaria a los *stakeholders* (Arvidsson, 2010; Oliveira et al., 2010; Fernandez-Feijoo et al., 2014).

Las actuaciones que realizan las empresas dentro del marco de la responsabilidad social generan valor, un valor de naturaleza intangible (Nieto, 2005; Castilla y Gallardo, 2008; Surroca et al., 2010; Vetrí y Nardo, 2013) que posibilitan a la empresa la capacidad de crear, compartir y gestionar los conocimientos que fundamentan la generación de ventajas competitivas sostenibles (Bueno Campos, 2002; Tejedo, 2014b).

En este contexto, las memorias de sostenibilidad pueden ser un buen medio para suministrar información de los recursos intangibles. Cordazzo (2005) afirma que las empresas que elaboran informes sociales y medioambientales están más dispuestas a preparar y dar a conocer información del CI. De hecho, basándose en la teoría de la convergencia entre el informe de CI y el informe de sostenibilidad, Pedrini (2007) considera la existencia de una gran superposición de indicadores comunes en ambos informes. Olivera et al. (2010) y Cinquini, Passetti, Tenucci y Frey (2012) manifiestan que las empresas pueden informar sobre el CI en los informes de sostenibilidad para mejorar la transparencia, legitimarse socialmente y mejorar su reputación. Estas razones probablemente puedan influir para que las empresas utilicen sus memorias de sostenibilidad para suministrar información sobre el CI.

El objetivo de este trabajo es explorar, analizar y determinar la tendencia en la cantidad de información voluntaria suministrada sobre los recursos intangibles ocultos en los informes anuales y en las memorias de sostenibilidad<sup>1</sup> de las empresas cotizadas, incluidas en el IBEX 35, durante un periodo de cinco años (2004-2008). Este trabajo pretende responder a las siguientes preguntas de investigación: a) ¿están suministrando información sobre el CI en el informe anual y en la memoria de sostenibilidad las empresas de la muestra?, b) ¿ha variado la cantidad de información suministrada en ambos informes a lo largo del periodo objeto de estudio? y c) ¿cuál es el medio más utilizado por parte de las empresas de la muestra para informar sobre su CI?

La elección de examinar varios informes en nuestro trabajo se debe a varios motivos: a) es necesario examinar varios medios públicos para realizar un análisis completo de la política de divulgación de información del CI (Striukova, Unerman y Guthrie, 2008), b) el papel del informe anual como principal medio de comunicación que tiene la empresa está cambiando (Tejedo, 2014b), c) las similitudes que puede presentar los informes de CI con las memorias de sostenibilidad (Pedrini, 2007; Castilla y Gallardo, 2008; Cinquini et al., 2012), y d) la creciente importancia que está adquiriendo las memorias de sostenibilidad como documento útil para comunicarse con los *stakeholders* (Arvidsson, 2010; Oliveira et al., 2010; Rodríguez Gutiérrez, Fuentes García y Sánchez Cañizares, 2013). Además, es un estudio longitudinal porque pretende analizar la tendencia de las empresas a adoptar diferentes estrategias de divulgación, en un intento de construir una imagen corporativa a largo plazo (Ahmed y Mohd, 2012; Cinquini et al., 2012; De Silva et al., 2014).

Se ha empleado la metodología del análisis de contenidos que ha permitido codificar la información (Krippendorff, 2004; Beattie y Thomson, 2007; Guthrie, 2014) y se han elaborado índices de divulgación para cuantificar la información (Oliveira et al., 2010; Joshi et al., 2012; Rodríguez Gutiérrez et al., 2013; De Silva et al.,

<sup>1</sup> Se han considerado las memorias de sostenibilidad que han sido publicadas como un documento independiente al informe anual de estas.

2014; Tejedo, 2014a). Las técnicas estadísticas empleadas han sido el análisis descriptivo y de diferencias de medias.

Este trabajo contribuye a la literatura en varios sentidos. Primero, se amplía el marco de estudio al analizar las memorias de sostenibilidad, las cuales, hasta ahora, no han sido investigadas en España para el estudio de la información sobre el CI. Segundo, se realiza un análisis comparado respecto al suministro de información en dos informes, el informe anual y las memorias de sostenibilidad. Tercero, mediante el análisis longitudinal se contribuye en lo referente a la evolución de los niveles de información a lo largo de los cinco años objeto de estudio. De esta manera, aportamos una mejor comprensión respecto a la política de divulgación de la empresa relativa a su CI, así como la tendencia seguida por las empresas respecto al medio de comunicación más utilizado para suministrar información.

Tras esta introducción, el trabajo se ha estructurado con un segundo epígrafe relativo al marco teórico; se sigue con el diseño de la investigación y la metodología empleada; en el cuarto epígrafe se discuten los resultados obtenidos, y se finaliza con las conclusiones.

## 2. Marco teórico y desarrollo de hipótesis

Las empresas han desarrollado modelos de gestión, medición e información de su CI (Edvinsson y Malone, 1999; Kaplan y Norton, 1997; Sveiby, 1997; DATI, 2000; Proyecto MERITUM, Cañibano et al., 2002; DMSTI, 2003) que se han utilizado como herramientas para identificar, valorar y divulgar los intangibles de las empresas (Pedrini, 2007; Tejedo, 2014b).

La divulgación voluntaria de información sobre el CI es una herramienta estratégica relevante para las empresas al permitir mejorar su imagen, prestigio y reputación (Castilla y Gallardo, 2008; Oliveira et al., 2010; Cinquini et al., 2012; Tejedo, 2014b). Puesto que puede, entre otras cosas, mejorar la confianza y el compromiso de los trabajadores, dar más legitimidad a las actividades realizadas por la empresa y atraer a mejores socios/inversores.

Aunque existen varios marcos conceptuales que se pueden utilizar para definir, clasificar y registrar la información sobre el CI (Brooking, 1997; Kaplan y Norton, 1997; Sveiby, 1997; Edvinsson y Malone, 1999), la inmensa mayoría de las investigaciones empíricas se han basado en el marco inicial de Sveiby (1997), más tarde modificado por Guthrie y Petty (2000) en su estudio realizado en Austria, y replicados por otros muchos autores como: Brennan (2001) en Irlanda; Bozzolan et al. (2003) en Italia; April et al. (2003) en Sudáfrica; Goh y Lim (2004) en Malasia; Abeysekera y Guthrie (2005) en Sri Lanka; Petty y Cuganesan (2005) en Hong Kong; Vandemaele et al. (2005) en los Países Bajos, Suecia y Reino Unido; Nurunnabi et al. (2011) en Bangladesh; Joshi et al. (2012) en India y Australia; De Silva et al. (2014) en Nueva Zelanda, entre otros.

El estudio pionero de revelación de información sobre CI realizado por Guthrie y Petty (2000) utiliza el modelo tripartito propuesto por Sveiby (1997), aunque cambia el nombre de las categorías de CI: capital externo o relacional (CR) (en lugar de estructura externa) que es el conocimiento generado por la empresa y derivado de las relaciones con clientes, proveedores, accionistas, las alianzas estratégicas y los acuerdos de cooperación, las marcas comerciales y la imagen de la empresa; capital interno o estructural (CE) (en lugar de estructura interna) que es el conocimiento estructurado de la organización y, por tanto, permanece en la empresa al final del día de trabajo, como puede ser, la estructura organizativa, los métodos y procedimientos de trabajo, el software, las bases de datos, la cultura de la empresa, etc.; y capital humano (CH) (en lugar de competencias de las personas) que se refiere a los recursos humanos, y es el conocimiento que poseen las personas y que estas se llevan con ellas cuando abandonan la empresa, siendo muy útil para la misma. Incluye el trabajo relacionado con

la educación, formación profesional, conocimientos específicos del trabajo, habilidades, valores y actitudes de las personas que trabajan en la empresa.

Cada una de estas categorías se compone de una serie de elementos intangibles específicos o subcategorías. La elección de los mismos se suele basar en la literatura sobre CI (Brooking, 1997; Sveiby, 1997; Edvinsson y Malone, 1999), en directrices y recomendaciones de varias instituciones (DATI, 2000; FASB, 2001; MERITUM, 2002; DMSTI, 2003), y en elementos comunes utilizados en estudios empíricos relativos a las prácticas voluntarias de divulgación de información de CI (Guthrie y Petty, 2000; Brennan, 2001; Bozzolan et al., 2003; Abeysekera y Guthrie, 2005; García-Meca et al., 2005).

Los incentivos por los cuales las empresas divultan voluntariamente información han sido explicados en términos de una gran variedad de teorías: a) en base a los postulados de la *Teoría de Recursos y Capacidades*, el éxito y supervivencia de la empresa dependen en gran medida de los recursos y capacidades de los que dispone (Hall, 1992). Así, el CI es considerado el más importante por su potencial estratégico en generar ventajas competitivas en las empresas (Abeysekera, 2007; Sonnier, 2008; Surroca et al., 2010; Oliveira et al., 2010), y muchas empresas informan de manera voluntaria con la finalidad de recibir el apoyo de los inversores en el mercado de capitales (Sonnier, 2008); b) desde la perspectiva de la *Teoría de la Legitimidad*, aquellas empresas intensivas en recursos intangibles están más interesadas en revelar información sobre el CI por razones de legitimar su situación y actuaciones ante la sociedad en general (Oliveira et al., 2010; Nurunnabi et al., 2011; Castilla-Polo, 2012; Rodríguez Gutiérrez et al., 2013); y c) la *Teoría de los Stakeholders* considera que el éxito y supervivencia de la empresa se encuentran sometidos a la aprobación de sus stakeholders (Rodríguez Gutiérrez et al., 2013) y la empresa revelará información sobre el CI con la finalidad de que estos aumenten el valor percibido de la misma (Bozzolan et al., 2003; Abeysekera y Guthrie, 2005; Oliveira et al., 2010).

Por su parte, los estudios longitudinales que examinan la tendencia en el suministro de información, aunque consideran un incremento paulatino en la cantidad de información (De Silva et al., 2014), no explican las bases teóricas del aumento producido en la cantidad de información del CI, con la excepción de algunos estudios (por ejemplo Abeysekera y Guthrie, 2005).

Ahora bien, las empresas emplean una gran variedad de informes y de medios (prensa especializada, folletos informativos, informes anuales o informes financieros, memorias de sostenibilidad, informes de CI, presentaciones a analistas, conversaciones telefónicas, páginas web, etc.) para suministrar información voluntaria de sus recursos intangibles (García-Meca et al., 2005; Sonnier, 2008; Striukova et al., 2008; Oliveira et al., 2010; Cinquini et al., 2012; Tejedo, 2014a). El informe de CI es un documento voluntario a través del cual la empresa divulga información sobre las capacidades, recursos y compromisos de la empresa acerca de sus intangibles (Cañibano, Sánchez, García-Ayuso y Chaminade, 2002; ICAC, 2002). Este informe en España, no es demasiado utilizado por las empresas<sup>2</sup>, al igual que sucede en Portugal (Olivera et al., 2010).

Por tanto, los informes anuales son un buen medio para aplicar el marco del CI, al permitir medir y analizar la tendencia de las empresas para suministrar información (Abeysekera y Guthrie, 2005; Campbell y Rahman, 2010), y son un instrumento a través del cual las empresas comunican sus temas y mensajes de una manera integral (Abeysekera, 2007). Estos informes, al incluir, entre otras secciones, las cuentas anuales y el informe de gestión que son

<sup>2</sup> Si bien, algunas empresas que han elaborado informes de capital intelectual han incorporado dicha información como una sección dentro del informe anual o informe financiero (por ejemplo, Bankinter, BBVA, Banco Santander).

requeridos por la legislación mercantil (Moneva, 2007), se producen de manera regular y ofrecen una oportunidad para un análisis comparativo de las actitudes y políticas llevadas a cabo durante distintos períodos (García-Meca et al., 2005; De Silva et al., 2014; Tejedo, 2014b). En este sentido, nuestra primera y segunda hipótesis a contrastar será:

*H1: las empresas están suministrando información voluntaria sobre el CI en informes anuales.*

*H2: la cantidad de información voluntaria sobre el CI, suministrada por las empresas en los informes anuales, a lo largo del tiempo varía.*

Por otro lado, se está animando a las empresas a comportarse de manera socialmente responsable (Engle, 2007; Castilla y Gallardo, 2008; Oliveira et al., 2010; Pajuelo, 2014) con las personas y grupos sociales con quienes interactúa, en relación con su forma de hacer negocios, tanto a nivel interno como externo, obligándolas a abordar el desarrollo económico, medioambiental y social derivado de su actividad productiva (Prado et al., 2013; Fernandez-Feijoo et al., 2014). Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá en su cumplimiento, invirtiendo más en el capital humano, en el entorno y en las relaciones con los interlocutores (Tejedo, 2014b), lo que se materializa en la generación de intangibles en la empresa (Castilla y Gallardo, 2008; Surroca et al., 2010; Vetri y Nardo, 2013). Como manifiesta Nieto (2005, p. 39), «*las empresas pueden desplegar sus capacidades, aprovechando las oportunidades que ofrece la revalorización de los aspectos éticos, sociales y medioambientales, y la consideración de las expectativas de los grupos de interés. De esta forma, la adopción de criterios de responsabilidad social permite crear valor a largo plazo para todos los grupos de interés, acumulando activos intangibles.*

La emisión voluntaria de información sobre responsabilidad social se materializa en las memorias de sostenibilidad o informes de responsabilidad social corporativa (Nieto, 2005; Moneva, 2007; Prado et al., 2013; Rodríguez Gutiérrez et al., 2013). Dada la existencia de convergencias de algunos indicadores en los informes de CI y de sostenibilidad (Cordazzo, 2005; Pedrini, 2007; Cinquini et al., 2012), es necesario analizar dichas memorias para tener un estudio completo de la revelación de información del CI (Striukova et al., 2008). La clave es considerar que ambos informes se pueden analizar bajo una perspectiva intangible, puesto que dichos informes suministran información a los *stakeholders* sobre los intangibles de la empresa, dentro de un marco lógico de comunicación relativo a la generación de intangibles (Vetri y Nardo, 2013). Por tanto, se plantean las siguientes hipótesis:

*H3: las empresas están suministrando información voluntaria sobre el CI en las memorias de sostenibilidad.*

*H4: la cantidad de información voluntaria sobre el CI, suministrada por las empresas en las memorias de sostenibilidad, a lo largo del tiempo varía.*

Finalmente, debido a la relevancia que están adquiriendo las memorias de sostenibilidad como medio de comunicación corporativas de las empresas ante sus *stakeholders* (Olivera et al., 2010; Prado et al., 2013; Rodríguez Gutiérrez et al., 2013) y puesto que estos informes pueden utilizarse para obtener información del CI por encima de la obtenida en otros documentos (Cinquini et al., 2012), se puede enunciar la siguiente hipótesis de trabajo:

*H5: la cantidad de información voluntaria sobre el CI, suministrada por las empresas en las memorias de sostenibilidad es superior a la cantidad de información suministrada en los informes anuales.*

### 3. Diseño de la investigación y metodología

Para cuantificar la información del CI suministrada por las empresas de la muestra se han elaborado índices de divulgación empleando la metodología del análisis de contenido (Krippendorff, 2004; Rodríguez Gutiérrez et al., 2013; Guthrie, 2014). Guthrie y Abeysekera (2006) consideran el análisis de contenido como una técnica de recogida de datos que trata de codificar información cualitativa y cuantitativa en categorías predefinidas con el fin de obtener unos patrones de presentación de información. Mediante el proceso de la codificación, los datos brutos son transformados sistemáticamente y agregados en unidades que permiten una descripción precisa de las características pertinentes del contenido (Holsti, 1969, p. 94). La elección de esta metodología obedece a la necesidad de suministrar un método claro, objetivo y de agregación de los datos (Rodríguez Gutiérrez et al., 2013).

La elaboración de índices de divulgación son ampliamente utilizada en la literatura para valorar la cantidad de información divulgada (April et al., 2003; Bozzolan et al., 2003; Ortiz y Clavel, 2006; Beattie y Thomson, 2007; Rodríguez Gutiérrez et al., 2013) como método establecido en las ciencias sociales (Beattie, McInnes y Fearnley, 2004), puesto que el uso de índices en la economía es habitual (Marston y Shrives, 1991), por ejemplo, índices de precios (IPC) o de los mercados de capitales (IGBM, Nasdaq), entre otros. Si bien, Rodríguez et al. (2013) señalan otros métodos alternativos como: el análisis factorial, el análisis envolvente de datos, el análisis de la distancia P2 y la programación de metaanálisis<sup>3</sup>.

No obstante, la finalidad de este trabajo nos ha llevado a la utilización de índices de divulgación empleando la metodología del análisis de contenido. Se ha garantizado la fiabilidad del análisis mediante un único codificador que ha sido objeto de formación durante un amplio periodo de tiempo (Tejedo, 2014a). Además, para suprir la falta de transparencia en la codificación de los datos (Beattie y Thomson, 2007), que es uno de los motivos de críticas en la utilización de esta metodología, es necesario la elaboración de un esquema de clasificación y la definición de normas para codificar, medir y recoger la información analizada (Milne y Adler, 1999). Así, para asignar una mayor transparencia en la aplicación de este método, en la presente investigación se han llevado a cabo cinco fases: periodo de estudio, definición de la población y elección de una muestra, selección y definición de las unidades de análisis, adopción de un marco para clasificar la información y el establecimiento del sistema de cuantificación mediante las reglas de recuento (Tejedo, 2014b), las cuales se desarrollan a continuación.

#### 3.1. Periodo de estudio

El periodo elegido abarca 5 años, desde el 2004 al 2008 (ambos inclusive). Esta elección viene motivada tras la aprobación en España de la ley 26/2003, de 17 de julio, de transparencia informativa, que regula a todas las sociedades emisoras de valores e instrumentos financieros admitidos a cotización, donde se recoge, en el apartado 2 del artículo 117, que dichas sociedades deben disponer de una página web para difundir información, lo que facilita el acceso, a partir de 2004, a los documentos analizados de forma más fácil y accesible. Dejándose para posteriores trabajos el periodo 2009-2013, a raíz de una tendencia hacia la elaboración de información integrada en un único informe, el informe anual integrado (IIRC, 2012; GRI, 2013).

<sup>3</sup> Para un mayor detalle puede consultarse Rodríguez et al. (2013).

**Tabla 1**  
Porcentaje de participación de los sectores

Sectores	Población inicial		Muestra final	
	Empresas	Porcentaje %	Empresas	Porcentaje %
Bienes de consumo	2	5,71	1	4,35
Materiales básicos/Industria y construcción	11	31,43	6	26,09
Petróleo y energía	8	22,86	7	30,43
Servicios de consumo	3	8,57	2	8,70
Servicios financieros e inmobiliarios	9	25,71	5	21,74
Tecnología y telecomunicaciones	2	5,71	2	8,70
Total	35	100	23	100

### 3.2. Definición de la población y elección de la muestra

Las empresas cotizadas en el mercado continuo español que estuviesen incluidas en el índice bursátil del IBEX35 durante el periodo 2004-2008 constituyen la población de partida. La elección de las mismas se debe a varios motivos: a) una mejor accesibilidad a los documentos que se van a analizar al estar obligadas por la ley 26/2003 a disponer de página web y a divulgar su informe anual (Tejedo, 2014a), b) se presupone que suministran más información al disponer de mecanismos de control corporativo más fiables y completos que el resto de las empresas (Elvira y Amat, 2007), permitiendo realizar un mejor seguimiento en la evolución de la información, y c) al incluirse en el índice las empresas con mayor volumen de contratación y capitalización bursátil del país, son más susceptibles de tener un mayor número de stakeholders diferentes interesados en ellas (De los Ríos et al., 2009) y, por tanto, suelen ser más transparentes (Briano y Rodríguez, 2013).

Se opta por un diseño de la muestra dirigido o no probabilístico considerando las empresas incluidas en el índice en el 2008 (puesto que en años posteriores han tenido lugar operaciones de fusiones y algunas empresas han salido de dicho índice) y manteniéndolas fijas durante 5 años anteriores<sup>4</sup>, hasta el 2004. La muestra queda configurada por 23 empresas, lo que representa un 65,7% de la población de partida. Además, se encuentran caracterizados todos los sectores industriales (tabla 1).

### 3.3. Selección y definición de las unidades de análisis

La selección de las unidades de análisis más adecuadas es una cuestión importante en la recopilación de datos, ya que se pretende codificar información en distintas categorías. Debe quedar claro qué datos se analizan, de qué manera se definen y de qué documentos se extraen.

Así, las *unidades de muestreo* han sido los informes anuales<sup>5</sup> (115 informes) y las memorias de sostenibilidad (76 memorias), las de *registro* son la presencia o ausencia de información y las *unidades contexto* se ha analizado la información a nivel de frase.

### 3.4. Adopción de un marco para clasificar la información

Para la codificación de los datos se ha seguido el marco inicial de Sveiby (1997), utilizándose un modelo tripartito de CI donde cada categoría (CR, CE y CH) se compone de una serie de subcategorías y de elementos intangibles específicos basados en la literatura previa (tabla 2).

<sup>4</sup> Con ello se pretende estudiar a las mismas empresas para los cinco años, y evitar posibles alteraciones en los resultados motivados por cambios en las mismas.

<sup>5</sup> No se ha codificado la información contenida dentro del informe anual correspondiente a los estados financieros, al considerarse que incluyen información obligatoria.

De tal manera que nuestro marco de CI está configurado por 3 categorías (CR, CE y CH), 18 subcategorías y 53 elementos intangibles.

### 3.5. Establecimiento del sistema de cuantificación mediante las reglas de recuento

La cuantificación de las unidades de registro se ha realizado mediante el análisis de la *presencia/ausencia* (Krippendorff, 2004) de los distintos elementos intangibles. Se han elaborado índices de divulgación no ponderados para poder cuantificar el nivel de información suministrado (Ortiz y Clavel, 2006; Rodríguez Gutiérrez et al., 2013), tal y como se especifica a continuación:

$$ICl_j = \frac{1}{53} \sum_{i=1}^{53} X_{ij}; ICR_j = \frac{1}{21} \sum_{i=1}^{21} X_{ij}; ICE_j = \frac{1}{12} \sum_{i=1}^{12} X_{ij}; ICH_j = \frac{1}{20} \sum_{i=1}^{20} X_{ij} \quad (1)$$

Donde  $ICl_j$ ,  $ICR_j$ ,  $ICE_j$  e  $ICH_j$ , son los índices absolutos de divulgación no ponderado del CI, CR, CE y CH para la empresa  $j$ ,  $i$  son los ítems o partidas, y  $X_{ij}$  es la puntuación obtenida en el ítem  $i$  para la empresa  $j$ . De modo que,  $X_{ij}$  tomará el valor 1 si la empresa  $j$  ha divulgado el ítem  $i$  y, tomará el valor 0 en caso contrario.

## 4. Análisis de los datos y resultados

Para la realización del análisis de contenido se ha utilizado el programa MAXQDA, aunque la codificación se ha realizado de manera manual, y las técnicas estadísticas empleadas se han realizado mediante el programa SPSS. Se ha llevado a cabo un análisis descriptivo de cada una de las subcategorías y categorías que conforman el CI, con la finalidad de analizar si los mismos son comunicados o divulgados por las empresas de la muestra durante los años objeto de estudio, destinado a testar las hipótesis H1 y H3. Posteriormente, se realizaron las pruebas de normalidad (*test de Kolmogorov-Smirnov*), y de homocedasticidad (igualdad de varianza, mediante la aplicación del *test de Levene*). Finalmente, y ante la ausencia de normalidad, se aplicaron pruebas no paramétricas, que nos permitirán aplicar contrastes de diferencia de medias para verificar las hipótesis H2, H4 y H5.

A continuación, en la tabla 3 se recopilan los datos que hacen referencia a la codificación de información en cada una de las subcategorías que configuran el CI para cada uno de los años objeto de estudio y para cada informe de comunicación utilizado por las empresas. Los datos reflejan los valores medios obtenidos en cada uno de los subíndices correspondientes a dichas subcategorías.

En el informe anual, se puede observar cómo la subcategoría de filosofía de gestión es la más divulgada en los ejercicios 2004-2005-2006, alcanzando un valor medio en el índice de 0,87, y para los años 2007-2008 ha sido la subcategoría de cultura corporativa, con

**Tabla 2**

Categorías, subcategorías y elementos intangibles que configuran el CI

CR	CE	CH
<p>1. Canales de distribución</p> <p>Otras Relaciones de empresa:</p> <p>2. Relaciones con proveedores</p> <p>3. Relaciones con las AAPP</p> <p>4. Relaciones con centros de investigación</p> <p>5. Relaciones con los medios de comunicación</p> <p>6. Relaciones con otros grupos de interés</p> <p>Socios del negocio:</p> <p>7. Colaboración con empresas</p> <p>8. Acuerdos de franquicia</p> <p>9. Acuerdos de licencia</p> <p>Reputación/imagen de empresa:</p> <p>10. Nombre de la empresa</p> <p>11. Contratos favorables</p> <p>12. Medidas de protección del medioambiente</p> <p>13. Patrocinio y mecenazgo</p> <p>14. Responsabilidad social/acción social</p> <p>15. Gobierno de la empresa</p> <p>Clientes:</p> <p>16. Nombre de clientes relevantes</p> <p>17. Lealtad de clientes</p> <p>18. Satisfacción del cliente servicios y apoyo a clientes</p> <p>19. Marcas.</p> <p>20. Relaciones</p> <p>Financieras</p>	<p>Sistemas de información y de redes:</p> <p>21. Sistemas de información</p> <p>22. Sistemas de redes <math>I \pm D \pm i</math></p> <p>23. Investigación y desarrollo</p> <p>24. Innovación</p> <p>Procesos tecnológicos y de gestión:</p> <p>25. Procesos de gestión</p> <p>26. Procesos tecnológicos</p> <p>27. Cultura corporativa</p> <p>28. Filosofía de gestión</p> <p>Propiedad intelectual:</p> <p>29. Patentes</p> <p>30. Copyrights</p> <p>31. Secretos comerciales</p> <p>32. Marcas comerciales</p>	<p>33. ESPÍRITU EMPRENDEDOR CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TRABAJO:</p> <p>34. Know-how (saber hacer)</p> <p>35. Experiencia profesional</p> <p>36. Antigüedad de los expertos</p> <p>37. Rendimientos y resultados de altos directivos</p> <p>FORMACIÓN Y DESARROLLO:</p> <p>38. Formación de empleados</p> <p>39. Desarrollo de empleados</p> <p>EDUCACIÓN:</p> <p>40. Educación reglada</p> <p>41. Cualificación profesional</p> <p>42. EMPLEADOS:</p> <p>43. Perfil del empleado</p> <p>44. Igualdad y diversidad</p> <p>45. Seguridad y Salud</p> <p>46. Relaciones laborales y actividad sindical</p> <p>47. Implicación de los trabajadores con la comunidad</p> <p>48. Reconocimiento de empleados</p> <p>49. Empleados destacados</p> <p>50. Compromiso de los empleados</p> <p>51. Motivación de los empleados</p> <p>52. Comportamiento de los empleados</p> <p>53. Datos económicos</p>

un valor medio de 0,83. La menos divulgada, en cada uno de los ejercicios ha sido la subcategoría de *propiedad intelectual*. Asimismo, y considerando la media de todo el periodo de 2004-2008, la que más se ha revelado ha sido la subcategoría de *filosofía de gestión*, con un valor de 0,84 y la menos divulgada, la de *propiedad intelectual*, con un valor de 0,05.

En la memoria de sostenibilidad, se desprende para los ejercicios 2004, 2005, 2006 y 2008, que la subcategoría de *cultura corporativa* ha sido la más divulgada junto con la subcategoría *sistemas de información y redes* para 2005. Sin embargo, para el ejercicio 2007, son los *sistemas de información y redes* y la *filosofía corporativa* las más divulgadas. Respecto a la subcategoría menos divulgada, destacar que, para todos los ejercicios, ha sido la de *propiedad intelectual*.

Es decir, tanto en el informe anual como en la memoria de sostenibilidad la categoría menos divulgada es la de *propiedad intelectual*,

a las empresas les cuesta revelar información respecto a sus patentes, secretos, logotipos, etc., quizás por miedo a la competencia por temas relativos a imitaciones. Por otro lado, destaca que la *cultura* y la *filosofía de gestión* tienden a ser las más reveladas en ambos informes, ofreciendo una buena imagen de principios éticos y de su conducta con aras a crear más reputación.

En la [tabla 4](#), se presentan los principales estadísticos descriptivos relativos a las tres categorías de CI: CR, CE y CH.

Los subíndices de CR, CE y CH están comprendidos entre 0 y 1, siendo el 1 el máximo valor que pueden obtener y, el mínimo valor, el de 0. Así, una puntuación media de 1 implicaría que todas las empresas divultan, y un valor de 0, que ninguna de las empresas divulgan.

Para el caso del informe anual, la categoría de CE ha sido la más divulgada en cada uno de los años, con una media, para todo el

**Tabla 3**

Análisis de las subcategorías del CI en el Informe Anual (IA) y en la Memoria de Sostenibilidad (MS)

	2004		2005		2006		2007		2008		2004-2008	
	IA	MS	IA	MS								
Canales de distribución	0,39	0,46	0,43	0,56	0,39	0,38	0,43	0,38	0,43	0,40	0,42	0,43
Otras relaciones	0,39	0,68	0,30	0,58	0,36	0,56	0,46	0,54	0,46	0,44	0,40	0,56
Socios del negocio	0,19	0,13	0,20	0,15	0,25	0,10	0,26	0,15	0,26	0,13	0,23	0,13
Reputación	0,59	0,78	0,57	0,75	0,60	0,78	0,62	0,77	0,62	0,77	0,60	0,77
Clientes	0,28	0,48	0,25	0,47	0,28	0,52	0,27	0,50	0,27	0,53	0,28	0,50
Marca	0,43	0,62	0,48	0,50	0,35	0,69	0,39	0,69	0,39	0,67	0,41	0,63
Relaciones financieras	0,30	0,77	0,22	0,75	0,22	0,75	0,22	0,69	0,22	0,67	0,25	0,72
Sistemas información y redes	0,61	0,96	0,65	1,00	0,74	0,94	0,70	1,00	0,70	0,93	0,68	0,97
I+D+i	0,70	0,73	0,61	0,69	0,65	0,75	0,70	0,72	0,70	0,53	0,67	0,68
Procesos	0,67	0,88	0,72	0,94	0,67	0,91	0,65	0,94	0,65	0,90	0,67	0,91
Cultura	0,78	1,00	0,74	1,00	0,74	1,00	0,83	0,94	0,83	1,00	0,76	0,99
Filosofía de gestión	0,87	0,92	0,87	0,88	0,87	0,94	0,78	1,00	0,78	0,93	0,84	0,93
Propiedad intelectual	0,05	0,08	0,04	0,02	0,07	0,03	0,05	0,03	0,05	0,03	0,05	0,04
Espíritu emprendedor	0,13	0,54	0,17	0,50	0,17	0,44	0,17	0,25	0,17	0,33	0,17	0,41
Conocimiento del trabajo	0,14	0,23	0,18	0,22	0,23	0,17	0,25	0,25	0,25	0,17	0,20	0,21
Formación y desarrollo	0,67	0,88	0,72	0,84	0,67	0,91	0,74	0,88	0,74	0,83	0,72	0,87
Educación	0,35	0,42	0,26	0,34	0,37	0,38	0,35	0,44	0,35	0,40	0,33	0,39
Empleados	0,38	0,66	0,38	0,61	0,43	0,66	0,44	0,67	0,44	0,67	0,42	0,65

**Tabla 4**

Análisis de las categorías del CI en el Informe Anual (IA) y en la Memoria de Sostenibilidad (MS)

Año	Categoría	Mínimo		Máximo		Media		Desv. Típica	
		IA	MS	IA	MS	IA	MS	IA	MS
2004	CR	0	0,48	0,67	0,76	0,40	0,58	0,23	0,09
	CE	0	0,50	0,92	0,83	0,49	0,62	0,25	0,09
	CH	0	0,40	0,65	0,75	0,35	0,57	0,22	0,10
2005	CR	0	0,33	0,76	0,71	0,36	0,55	0,21	0,11
	CE	0	0,42	0,75	0,67	0,48	0,60	0,23	0,08
	CH	0	0,35	0,70	0,65	0,35	0,52	0,22	0,09
2006	CR	0	0,38	0,67	0,71	0,39	0,56	0,21	0,09
	CE	0	0,50	0,83	0,75	0,50	0,60	0,25	0,08
	CH	0	0,30	0,80	0,75	0,40	0,55	0,22	0,11
2007	CR	0	0,38	0,62	0,71	0,42	0,55	0,18	0,10
	CE	0	0,42	0,75	0,75	0,49	0,61	0,24	0,09
	CH	0	0,35	0,80	0,85	0,41	0,56	0,23	0,12
2008	CR	0	0,38	0,67	0,67	0,46	0,53	0,19	0,09
	CE	0	0,33	0,67	0,83	0,48	0,57	0,22	0,12
	CH	0	0,40	0,75	0,75	0,43	0,54	0,21	0,12
2004-2008	CR	0	0,33	0,76	0,76	0,41	0,55	0,20	0,10
	CE	0	0,33	0,92	0,83	0,49	0,60	0,23	0,09
	CH	0	0,30	0,80	0,85	0,39	0,55	0,22	0,11

periodo de 0,49. En relación con el CR ha sido la segunda categoría más divulgada en los ejercicios 2004 y 2005, respecto a los otros tres ejercicios la segunda más divulgada ha sido la de CH.

Respecto a la media de todo el periodo, hay que destacar que la categoría más divulgada ha sido la de CE, seguida por el CR y el CH, con una media del 0,49, 0,41 y 0,36, respectivamente.

Estos resultados nos permiten *aceptar la hipótesis 1* y podemos afirmar que se está divulgando información voluntaria sobre CI en los informes anuales de las empresas.

Respecto a la memoria de sostenibilidad ([tablas 3 y 4](#)), se observa que la categoría más divulgada en todos los años ha ido la correspondiente al CE, con una media del 0,62, 0,60, 0,60, 0,61 y 0,57 para los cinco ejercicios que se han estudiado. Le sigue la categoría de CR, para los ejercicios 2004-2006, con una media del 0,58, 0,55 y 0,56, respectivamente. Para los ejercicios 2007 y 2008 ha sido la categoría de CH la segunda más divulgada, con una media del 0,56 y 0,54.

Igualmente, *aceptamos la tercera hipótesis* al confirmarse que las empresas están suministrando información voluntaria del CI en las memorias de sostenibilidad.

En la [tabla 5](#) se presentan los principales estadísticos descriptivos del índice de CI para cada uno de los informes a lo largo de los años estudiados.

Respecto a los informes anuales, la cantidad de información voluntaria del CI a lo largo de los años se ha ido incrementando, con un valor medio para el periodo de 0,42. En las memorias de sostenibilidad, se ha producido una pequeña disminución en el nivel divulgación del CI, en los ejercicios 2005 y 2008 (media del 0,55 y 0,54, respectivamente), sin embargo la media del periodo es de 0,56, un nivel bastante aceptable, dado que el índice toma valores entre 0 y 1. Ahora bien, para poder contrastar las hipótesis H1 y H2, se va a realizar la *prueba de Friedman* ([tabla 6](#)) para comprobar si

existen diferencias significativas en el nivel de divulgación del CI a lo largo de los años.

Con relación a la información contenida en los informes anuales, en la [tabla 6](#) se observa que tras la prueba de *Friedman*<sup>6</sup>, las diferencias entre las 5 medidas de rangos no son estadísticamente significativas (*Chi-cuadrado* = 4,278; *p-valor* = 0,370) y nos permite *rechazar la hipótesis H2* al no variar significativamente la cantidad de información del CI a lo largo de los años.

Para el caso del de la memoria de sostenibilidad ([tabla 6](#)), los resultados de la prueba de *Friedman* (*Chi-cuadrado* = 3,984; *p-valor* = 0,408) también nos obliga a *rechazar la hipótesis H4* al no producirse cambios significativos en la cantidad de información a lo largo del tiempo.

Para conocer la existencia de diferencias significativas en la cantidad de información voluntaria revelada en los informes anuales y en las memorias de sostenibilidad se ha aplicado el *test de U de Mann-Whitney* ([tabla 7](#)).

En la [tabla 7](#) se presentan los resultados de la prueba de *Mann-Whitney*, que han resultados significativos con un *p-valor* de 0,000, lo que confirma la existencia de diferencias significativas. Por tanto, *aceptamos la H5* y afirmamos que la cantidad de información voluntaria suministrada en las memorias de sostenibilidad es superior a la revelada en los informes anuales.

## 5. Discusión de los resultados

Los resultados obtenidos nos permiten afirmar que las empresas están revelando información voluntaria del CI en los informes anuales. Sin embargo, la cantidad de información suministrada no presenta unos niveles muy elevados. Quizás las empresas se ven reticentes a suministrar información voluntaria sobre aquellos recursos intangibles que son la clave del éxito de estas y su principal fuente de ventajas competitivas.

El suministro de información voluntaria es una herramienta importante para reducir las asimetrías de información existente ante la necesidad de una más completa y transparente información por parte de las empresas. Esta aseveración confirma las conclusiones de trabajos previos como las de [Guthrie y Petty \(2000\)](#), [Brennan \(2001\)](#), [Bozzolan et al. \(2003\)](#), [Goh y Lim \(2004\)](#), [Campbell y Rahman \(2010\)](#), [Nurunnabi et al. \(2011\)](#), [Joshi et al. \(2012\)](#), entre

**Tabla 5**  
Análisis del CI en el Informe Anual (IA) y en la Memoria de Sostenibilidad (MS)

Año	Mínimo		Máximo		Media		Desv. Típ.	
	IA	MS	IA	MS	IA	MS	IA	MS
2004	0	0,47	0,62	0,72	0,40	0,58	0,21	0,08
2005	0	0,45	0,66	0,66	0,39	0,55	0,20	0,06
2006	0	0,47	0,70	0,64	0,42	0,56	0,21	0,06
2007	0	0,47	0,66	0,70	0,43	0,57	0,19	0,06
2008	0	0,43	0,68	0,64	0,45	0,54	0,19	0,08
2004-2008	0	0,43	0,70	0,72	0,42	0,56	0,20	0,07

<sup>6</sup> Al no existir diferencias significativas, se ha considerado que no es necesario aplicar la prueba de rangos de *Wilcoxon* por cada ejercicio económico a comparar (por cada pareja).

**Tabla 6**

Prueba de Friedman para el CI en el Informe Anual (IA) y en la Memoria de Sostenibilidad (RS)

IA	Rango promedio	Estadísticos de contraste	RS	Rango promedio	Estadísticos de contraste
2004	2,80		2004	3,42	
2005	2,72	Chi-cuadrado 4,278	2005	2,38	Chi-cuadrado 3,984
2006	2,83		2006	3,23	
2007	3,15	Sig. asintót. 0,370	2007	3,23	Sig. asintót. 0,408
2008	3,50		2008	2,73	

**Tabla 7**

Prueba U de Mann-Whitney para el índice del CI en los informes analizados (Informe anual y Memoria de sostenibilidad)

Informe analizado	N	Rango promedio	Suma de rangos	U de Mann-Whitney	W de Wilcoxon	Z	Sig. asintót. (bilateral)
CI	IA	115	78,48	9025,0	2355,0	9025,0	–5,391
	RS	76	122,51	9311,0			0,000

otros. Además, la categoría más divulgada es la relativa al CE; así las demandas por parte de los *stakeholders* hacia comportamientos socialmente responsables ha llevado a las empresas a suministrar información sobre la cultura y la filosofía de gestión, en aras a crear reputación y confianza. Por otro lado, al igual que ha sucedido en otros estudios (Abeysekera y Guthrie, 2005; Vandemaele et al., 2005; Campbell y Rahman, 2010; Ahmed y Mohd, 2012; De Silva et al., 2014), ha habido un incremento paulatino, que no ha resultado significativo, en la cantidad de información revelada a lo largo de los años.

En línea con lo anteriormente comentado, se confirma la divulgación de información en las memorias de sostenibilidad y su capacidad para suministrar información sobre los intangibles de las empresas. Estos resultados avalarían la evidencia puesta de manifiesto por otros autores en Portugal (Oliveira et al., 2010) y en Italia (Cinquini et al., 2012). También la categoría más divulgada ha sido la de CE; lo cual no coincide con los resultados obtenidos por Cinquini et al. (2012) que fue el CH la categoría más divulgada. Y se ha producido un incremento paulatino en la cantidad de información divulgada, al igual que en Cinquini et al. (2012).

Además, al igual que Cordazzo (2005) y Pedrini (2007), podemos afirmar la existencia de indicadores comunes en los informes anuales y las memorias de sostenibilidad. Suministrándose más cantidad de información sobre el CI en las memorias de sostenibilidad. Circunstancia que puede estar motivada por el impulso que se le ha dado, en los últimos años, a la responsabilidad social y a la armonización en la elaboración de memorias por organismos internacionales (por ejemplo, GRI, 2013). Por tanto, coincidimos con Veltri y Nardo (2013) al afirmar que, bajo la perspectiva intangible suponen una vía de comunicación con los *stakeholders* relativa a la generación de intangibles.

Estos resultados pretenden ser útiles y ayudar a organismos reguladores y responsables políticos a elaborar unas directrices respecto a la presentación de información del CI; e incluso, desarrollar mejores normativas reguladoras tendentes a informar de manera obligatoria sobre determinados aspectos que derivan de la aplicación de criterios de responsabilidad social (tendentes a un comportamiento socialmente responsable acorde con la ética, el medioambiente y los derechos humanos) y que se materializa en la generación de intangibles.

## 6. Conclusiones

Los recursos de naturaleza intangible se han convertido en los principales generadores de valor de manera sostenible en las empresas. Así, las actuaciones que realizan las empresas dentro del marco de la responsabilidad social generan valor, un valor de naturaleza intangible, que fundamentan la base para la generación de ventajas competitivas sostenibles. El objetivo de este trabajo fue explorar, analizar y determinar la tendencia en la cantidad de

información voluntaria suministrada sobre los recursos intangibles ocultos (CI) en los informes anuales y en las memorias de sostenibilidad de las empresas del IBEX 35 entre 2004 y 2008.

La divulgación de información voluntaria relativa al CI es una herramienta importante para reducir las asimetrías de información existentes ante la necesidad de una más completa y transparente información por parte de las empresas. Se ha demostrado que las empresas están divulgando de manera voluntaria información sobre su CI. La información relacionada con la filosofía de gestión de la empresa y la cultura corporativa han sido las más reveladas por parte de las empresas; principalmente, porque ambas contribuyen a determinar el nivel de transparencia de las organizaciones, aumentando la reputación y la confianza en estas.

No obstante, a pesar de la demanda cada vez mayor por parte de los *stakeholders* y las recomendaciones por parte de determinados organismos a revelar información más completa, hemos podido comprobar que no han existido diferencias significativas a lo largo de los años de estudio acerca de la cantidad de información divulgada. Si bien, la tendencia seguida por las empresas es a suministrar más información sobre su CI en las memorias de sostenibilidad que en sus informes anuales.

Las memorias de sostenibilidad han pasado a ser el medio de comunicación más utilizado por las empresas para dar a conocer a los *stakeholders* no solo información relativa al impacto económico, social y medioambiental de la actuación empresarial (Cinquini et al., 2012; Rodríguez Gutiérrez et al., 2013), sino aspectos relacionados con aquellos recursos intangibles como generadores de valor de manera sostenible; en concreto aquellos relacionados con la filosofía y cultura de la empresa, así como los relacionados con la formación y el desarrollo de su CH. Así, las memorias de sostenibilidad ofrecen un buen punto de partida para el desarrollo de información relativa al CI.

Por eso, consideramos muy interesante estudiar un segundo periodo que abarcaría de 2009-2013 con la finalidad de explorar y analizar el suministro de información en los informes anuales integrados, ya que la tendencia es que las empresas recopilen toda la información en un único informe.

Este trabajo ha pretendido contribuir al estudio de la divulgación de información sobre CI, mediante el análisis de las memorias de sostenibilidad y su comparación con los informes anuales como medios de comunicación utilizados por las empresas para revelar información voluntaria. Así como analizar la tendencia de las empresas a la hora de adoptar diferentes estrategias de divulgación, en un intento de construir una imagen corporativa a largo plazo.

## Bibliografía

- Abeysekera, I. (2007). Intellectual capital reporting between a developing and developed nation. *Journal of Intellectual Capital*, 8(2), 329–345.

- Abeysekera, I. y Guthrie, J. (2005). An empirical investigation of annual reporting trends of intellectual capital in Sri Lanka. *Critical Perspectives on Accounting*, 16(3), 151–163.
- Ahmed Haji, A. y Mohd Ghazali, N. A. (2012). Intellectual capital disclosure trends: some Malaysian evidence. *Journal of Intellectual Capital*, 13(3), 377–397.
- April, K. A., Bosma, P. y Deglon, D. A. (2003). IC measurement and reporting: Establishing a practice in SA mining. *Journal of Intellectual Capital*, 4(2), 165–180.
- Arvidsson, S. (2010). Communication of corporate social responsibility: a study of the view of management teams in large companies. *Journal of Business Ethics*, 96(3), 339–354.
- Beattie, V. y Thomson, S. J. (2007). Lifting the lid on the use of content analysis to investigate intellectual capital disclosures. *Accounting Forum*, 31(2), 129–163.
- Beattie, V., McInnes, B. y Fearnley, S. (2004). A methodology for analysing and evaluating narratives in annual reports: A comprehensive descriptive profile and metrics for disclosure quality attributes. *Accounting Forum*, 28(3), 205–236.
- Bozzolan, S., Favotto, F. y Ricceri, F. (2003). Italian annual intellectual capital disclosure: An empirical analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 4(4), 543–558.
- Brennan, N. (2001). Reporting intellectual capital in annual reports: Evidence from Ireland. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 14(4), 423–436.
- Briano, G. y Rodríguez, L. (2013). Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 16, 187–208.
- Brooking, A. (1997). *El capital intelectual: el principal activo de las empresas del tercer milenio*. Barcelona: Paidós Empresa.
- Bueno Campos, E. (2002). Globalización, sociedad red y competencia. Hacia un nuevo modelo de empresa. *Revista de Economía Mundial*, 7, 23–37.
- Campbell, D. y Rahman, M. R. A. (2010). A longitudinal examination of intellectual capital reporting in Marks & Spencer annual reports, 1978–2008. *The British Accounting Review*, 42(1), 56–70.
- Cañibano, L., Sánchez, P., García-Ayuso, M. y Chaminade, C. (2002). Directrices para la gestión y difusión de información sobre intangibles (Informe sobre capital intelectual). Proyecto MERITUM. Madrid: Fundación Airtel.
- Castilla, F. y Gallardo, D. (2008). La decisión de divulgar intangibles a través de una estrategia de triangulación teórica. *Estudios de Economía Aplicada*, 26(2), 5.
- Castilla-Polo, F. (2012). Voluntary disclosures of intangible assets and legitimization: The production industry of olive oil. *Intangible Capital*, 8(3), 564–600.
- Comisión Europea, C. E. (2006). *Reporting intellectual capital to augment research, development and innovation in SMEs: report to the Commission of the High Level Expert Group on RICARDIS*. Comisión Europea. Dirección General de Investigación ed. Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas: Luxemburgo.
- Cinquini, L., Passetti, E., Tenucci, A. y Frey, M. (2012). Analyzing intellectual capital information in sustainability reports: some empirical evidence. *Journal of Intellectual Capital*, 13(4), 531–561.
- Cordazzo, M. (2005). IC statement vs environmental and social reports: An empirical analysis of their convergences in the Italian context. *Journal of Intellectual Capital*, 6(3), 441–464.
- DATI, Danish Agency for Trade and Industry. (2000). A guideline for intellectual capital statements—A key to knowledge management. Copenhagen: DATI.
- De los Ríos, A., Torres, M., Tirado, P. y Carbonell, A. (2009). Stakeholders, intangibles y generación de valor en las empresas del IBEX-35: una estimación mediante modelos de panel. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 38(142), 239–263.
- De Silva, T. A., Stratford, M. y Clark, M. (2014). Intellectual capital reporting: a longitudinal study of New Zealand companies. *Journal of Intellectual Capital*, 15(1), 157–172.
- DMSTI, Danish Ministry of Science, Technology and Innovation. (2003). Intellectual Capital Statements. The new guideline. Copenhagen: DMSTI.
- Edvinsson, L. y Malone, M. S. (1999). *El capital intelectual: Cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa*. Barcelona: Gestión.
- Elvira, O. y Arnat, O. (2007). La gestión de beneficios en empresas del IBEX35. Paper presentado en el XIV Congreso de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. Empresa y sociedad: respondiendo al cambio, AECA, Valencia.
- Engle, R. L. (2007). Corporate social responsibility in host countries: a perspective from American managers. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 14(1), 16–27.
- FASB, Financial Accounting Standards Board (2001). Statement N.º 142, Goodwill and other intangible assets. Financial Accounting Standards Board.
- Fernandez-Feijoo, B., Romero, S. y Ruiz, S. (2014). Commitment to corporate social responsibility measured through global reporting initiative reporting: factors affecting the behavior of companies. *Journal of Cleaner Production*, 81, 244–254.
- García-Meca, E., Parra, I., Larrán, M. y Martínez, I. (2005). The explanatory factors of intellectual capital disclosure to financial analysts. *European Accounting Review*, 14(1), 63–94.
- Goh, P. C. y Lim, K. P. (2004). Disclosing intellectual capital in company annual reports: Evidence from Malaysia. *Journal of Intellectual Capital*, 5(3), 500–510.
- Gray, R., Owen, D. y Adams, C. (1996). *Accounting & accountability: changes and challenges in corporate social and environmental reporting*. London: Prentice Hall.
- GRI, Global Reporting Initiative (2013). G4 Sustainability Reporting Guidelines.
- Guthrie, J. (2014). In defence of disclosure studies and the use of content analysis: a research note. *Journal of Intellectual Capital*, 15(2).
- Guthrie, J. y Abeysekera, I. (2006). Content analysis of social, environmental reporting: what is new? *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 10(2), 114–126.
- Guthrie, J. y Petty, R. (2000). Intellectual capital: Australian annual reporting practices. *Journal of Intellectual Capital*, 1(3), 241–251.
- Hall, R. (1992). The strategic analysis of intangible resources. *Strategic Management Journal*, 13(2), 135–144.
- Holsti, O. R. (1969). Content analysis for the social sciences and humanities. *Addison-Wesley Publishing Company*.
- IASB, International Accounting Standards Board (2004). Activos intangibles, normas internacionales de contabilidad, NIC 38. IASB, Londres.
- ICAC, Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. (2002). Informe sobre la situación actual de la contabilidad en España y líneas básicas para abordar su reforma (Libro blanco para la reforma de la contabilidad en España) (Informe de la Comisión de Expertos ed.). Madrid: ICAC.
- IIRC, International Integrated Reporting Council (2012). Integrated reporting, prototype framework. November.
- Joshi, M., Singh Ubha, D. y Sidhu, J. (2012). Intellectual capital disclosures by Indian and Australian information technology companies: A comparative analysis. *Journal of Intellectual Capital*, 13(4), 582–598.
- Kaplan, R. S. y Norton, D. P. (1997). *Cuadro de mando integral (The Balanced Scorecard)*. Barcelona: Gestión.
- Krippendorff, K. (2004). Metodología de análisis de contenido. In *Teoría y práctica*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- Lev, B. (2003). *Intangibles: medición, gestión e información*. Deusto: Barcelona.
- Marston, C. L. y Shrives, P. J. (1991). The use of disclosure indices in accounting research: A review article. *British Accounting Review*, 23(3), 195–210.
- Milne, M. J. y Adler, R. W. (1999). Exploring the reliability of social and environmental disclosures content analysis. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 12(2), 237–256.
- Moneva Abadía, J. M. (2007). El marco de la información sobre responsabilidad social de las organizaciones. *Ekonomiaz: Revista vasca de economía*, 65, 284–317.
- Nieto, M. (2005). Difusión de la responsabilidad social corporativa en la empresa española. *Economistas*, 23(106), 32–44.
- Nurunnabi, M., Hossain, M. y Hossain, M. (2011). Intellectual capital reporting in a South Asian country: evidence from Bangladesh. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 15(3), 196–233.
- Oliveira, L., Rodrigues, L. L. y Craig, R. (2010). Intellectual capital reporting in sustainability reports. *Journal of Intellectual Capital*, 11(4), 575–594.
- Ortiz, E. y Clavel, J. G. (2006). Índices de revelación de información: una propuesta de mejora de la metodología. Aplicación a la información sobre recursos humanos incluida en los Informes 20F. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 35(128), 87–113.
- PGC, Plan General De Contabilidad (2007). Real Decreto 1514/2007, de 16 de noviembre, por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad. Suplemento del BOE n.º 278, 20 de noviembre de 2007. Ministerio de Economía y Hacienda.
- Pajuelo Moreno, M. L. (2014). Un análisis de la investigación en España sobre los aspectos éticos, sociales y medioambientales: una visión de la situación actual y perspectivas. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 20(2), 55–78.
- Pedrini, M. (2007). Human capital convergences in intellectual capital and sustainability reports. *Journal of intellectual capital*, 8(2), 346–366.
- Petty, R. y Cuganesan, S. (2005). Voluntary disclosure of intellectual capital by Hong Kong companies: examining size, industry and growth effects over time. *Australian Accounting Review*, 15(36), 40–50.
- Prado, J. M., García, I. M. y Blázquez, A. (2013). El impacto del sistema cultural en la transparencia corporativa. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 22(3), 143–154.
- Rodríguez Gutiérrez, P., Fuentes García, F. J. y Sánchez Cañizares, S. (2013). Revelación de información sobre clientes, comunidad, empleados y medio ambiente en las entidades financieras españolas a través de las memorias de responsabilidad social corporativa (2007–2010). *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(3), 180–187.
- Sonnier, B. M. (2008). Intellectual capital disclosure: high-tech versus traditional sector companies. *Journal of Intellectual Capital*, 9(4), 705–722.
- Striukova, L., Unerman, J. y Guthrie, J. (2008). Corporate reporting of intellectual capital: Evidence from UK companies. *The British Accounting Review*, 40(4), 297–313.
- Surroca, J., Tribó, J. A. y Waddock, S. (2010). Corporate responsibility and financial performance: The role of intangible resources. *Strategic Management Journal*, 31, 463–490.
- Sveiby, K. E. (1997). *The New Organizational Wealth: Managing & Measuring Knowledge-based Assets*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Tejedo Romero, F. (2014). Información del conocimiento organizacional a través de los informes anuales publicados en las páginas web de las empresas. *Revista española de Documentación Científica*, 37(1).
- Tejedo Romero, F. (2014b). *Información divulgada del capital intelectual en el marco de la responsabilidad social empresarial y del gobierno corporativo: evolución y factores determinantes*. Madrid: ICAC, Ministerio de Economía y Competitividad.
- Vandemaele, S. N., Vergauwen, P. G. M. C. y Smits, A. J. (2005). Intellectual capital disclosure in The Netherlands, Sweden and the UK: A longitudinal and comparative study. *Journal of Intellectual Capital*, 6(3), 417–426.
- Veltri, S. y Nardo, M. T. (2013). The intangible global report: an integrated corporate communication framework. *Corporate Communications: An International Journal*, 18(1), 26–51.