

Caba, C., Alonso, J., Gálvez, M. M., & Saraite, L. (2015) Divulgación de información sobre responsabilidad social: Comparación entre la empresa pública versus privada en España. *Revista Lebret*, 7. Bucaramanga, Colombia: Universidad Santo Tomás, pp. 207 – 229. ISSN: 2145-5996.

Divulgación de información sobre responsabilidad social: Comparación entre la empresa pública versus privada en España*

*Social responsibility information disclosure: Comparison
between public versus private company in Spain*

Carmen Caba Pérez¹

Juana Alonso Cañadas²

María del Mar Gálvez Rodríguez³

Laura Saraite⁴

Resumen

El objetivo de este trabajo es examinar la información sobre responsabilidad social divulgada online por empresas públicas frente a las privadas y sus factores determinantes. Para ello, se ha realizado un análisis comparativo así como un análisis de regresión múltiple. Los resultados muestran que las empresas públicas disponen en sus páginas web de mayor información referente al impacto económico y medioambiental de sus actividades, que en el caso de las privadas. Asimismo, se evidencia que el factor “tipo de propiedad” es determinante en las prácticas de transparencia.

Palabras clave

Divulgación, internet, empresa pública, páginas web.

Código de clasificación JEL: M14

Abstract

The aim of this paper is the comparative analysis of the online information disclosed regarding social responsibility between public and private companies, as well as their determining factors. To this end, a comparative analysis followed by a multiple regression analysis was performed. The findings indicate that public companies have greater availability of information in their websites concerning the economic and environmental impact of their activities than private ones. Likewise, it is evidenced that “type of property” is a determining factor for transparency practices.

Keywords

Disclosure, internet, public sector company, websites.

* Este artículo deriva de la investigación “Hacia la mejora de la gestión, de la transparencia y de la participación a través de la Web”, llevada a cabo con el apoyo del Gobierno regional de Andalucía (España), Departamento de Innovación, Ciencia y Empresa.

1 Doctorado en Ciencias Económicas y Empresariales. Investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Almería. Correo electrónico: ccaba@ual.es

2 Doctorado en Contabilidad y Finanzas. Investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Almería. Correo electrónico: jalonsoanadas@gmail.com

3 Doctorado en Ciencias Económicas, Empresariales y Jurídicas. Investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Almería. Correo electrónico: margalvez@ual.es

4 Máster en Contabilidad y Finanzas Corporativas. Investigadora de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de la Universidad de Almería. Correo electrónico: laura_saraite@hotmail.com

Introducción

En los últimos años cada vez es mayor el interés social por las prácticas de responsabilidad (RS) de las organizaciones (Gore, 2006; Nevado, Gallardo y Sánchez, 2013). Entre las diversas definiciones aportadas por la literatura, la RS puede considerarse como:

un conjunto de compromisos de diverso orden económico, social y medioambiental adoptados por las empresas, las organizaciones e instituciones públicas y privadas que constituyen un valor añadido al cumplimiento de sus obligaciones legales, contribuyendo a la vez, al progreso social y económico en el marco de un desarrollo sostenible (Comisión de Seguimiento y Evaluación del Diálogo Social, 2005, p. 1).

El reclamo por un mayor conocimiento de la RS de las organizaciones no solo está dirigido a las empresas privadas (Palazzo y Scherer, 2006; Banerjee, 2007), sino que cada vez más los ciudadanos demandan una mayor transparencia sobre la RS en las empresas públicas (Piotrowski y Van Ryzin, 2007; Crane, Matten y Spence, 2008). A este respecto, cabe señalar que la transparencia implica el acceso a la información de forma visible y útil. En cuanto al grado de visibilidad, consiste en la divulgación de información completa y de forma accesible. Asimismo, debe ser útil lo que representa una información apropiada o en otras palabras, exacta, comprensible y veraz. De esta manera, cuanto más visible y útil sea la información mayor será la calidad de la transparencia (Michener y Bersch, 2011).

Centrándonos en la visibilidad de la RS de la organización, es necesario un medio de información que permita rendir cuentas a la sociedad en su conjunto, es decir, comunicar las actividades de RS llevadas a cabo dentro de la organización. Para lograr dicha comunicación con los diferentes *stakeholders* existen diversos canales de comunicación, tales como televisión, prensa, radio e internet (Hunter y Bansal, 2007). En relación con este último, internet y en especial las páginas web, son consideradas como uno de los canales de divulgación de información de RS más eficaces y eficientes, ya que a diferencia de los medios de comunicación tradicionales, internet ofrece a los usuarios la información detallada y actualizada en cualquier momento y permite obtener retroalimentación por parte de sus *stakeholders* (Rinaldi y Unerman, 2009; Gallego, Rodríguez y García, 2010). En esta línea, autores como Gandía y Archidona (2008) ponen de manifiesto la utilidad de las páginas web para aumentar visibilidad de las prácticas de RS en el sector público.

Con respecto a la utilidad de la información, en respuesta a las demandas de información por parte de la sociedad, se considera cada vez más imprescindible la elaboración de información sobre la RS con base en una guía o modelo de memorias de sostenibilidad de manera que asegure la inferabilidad de la elaboración de los datos (Ball, 2004). En este sentido, cabe destacar la memoria de sostenibilidad elaborada por la entidad Global Reporting Initiative (GRI) (Conceição, Gilson y Simone, 2012).

En consecuencia, autores como Moon (2004) señalan que las empresas públicas han de orientarse a la realización de acciones de promoción de la misma, tales como la divulgación de información de calidad sobre sus propias prácticas de RS. Por su parte, Bebbington, Larringa y Moneva (2008) evidencian que los informes de RS son una herramienta de gestión que permiten identificar y hacer frente a los desafíos actuales y futuros, y por tanto, mejorar la posición competitiva de la organización.

Teniendo en cuenta a las empresas tanto públicas como privadas, cabe señalar que autores como Ball y Bebbington (2008) argumentan que el interés de la transparencia de RS de las empresas públicas difiere frente a las privadas. Las primeras deberían mostrar una mayor transparencia, principalmente por dos razones: por un lado, las relaciones que mantienen con sus *stakeholders* no son exclusivamente mercantiles y, por otro lado, la mayor parte de sus funciones principales están relacionadas con las acciones de sostenibilidad llevadas a cabo por las mismas (Navarro, Alcaraz y Ortiz, 2010).

A pesar de que las empresas públicas se consideran factores clave para la mejora de una sociedad más productiva, sostenible y equitativa, son aún escasos los trabajos que se centran en conocer en qué medida estas entidades están siendo transparentes y, específicamente, a través del uso de páginas web (Ball y Grubnic, 2007; Ball y Bebbington, 2008). Asimismo, es aún más limitada la literatura concerniente al grado de convergencia o divergencia en la transparencia online sobre RS entre las empresas públicas y privadas.

Bajo estos precedentes y en un contexto español, este trabajo tiene como objetivo el análisis comparativo de la transparencia online sobre RS de las empresas públicas frente a las privadas y sus factores determinantes. Para ello, se hará un análisis comparativo entre empresa pública y privada. A continuación, se realizará un análisis empírico para comprobar el efecto de la propiedad pública o privada, junto con otros determinantes, en el uso de las prácticas de transparencia en materia de RS.

Como principales aportaciones de este trabajo podemos señalar en el ámbito académico el avance en el conocimiento de las prácticas de RS en las empresas públicas, y en la importancia de la propiedad como factor determinante en la divulgación online sobre RS. Desde la perspectiva empresarial, este estudio pretende dar a conocer las diferencias entre las empresas públicas y privadas, en cuanto a la divulgación de la información sobre responsabilidad social se refiere.

Para lograr el objetivo del estudio, el mismo se divide en cinco apartados. Tras la presente introducción sigue una revisión teórica, donde se hace hincapié en la importancia de la divulgación de la información sobre RS en las empresas públicas y en factores determinantes de la divulgación de dicha información. A continuación, en el apartado tercero se presenta la metodología empleada. Para terminar, en la sección cuarta se analizan los resultados y, en la quinta, se reflejan las conclusiones más relevantes, seguidas de la bibliografía y anexo.

Revisión de la literatura

La divulgación de información sobre responsabilidad social en las empresas públicas

Pese a que la RS es actualmente un concepto extendido entre empresas públicas y privadas, con multitud de acepciones (Okoye, 2009), no existe un consenso en cuanto a su definición (Godfrey y Hatch, 2007), si bien casi todas tienen en común la voluntariedad, la integración, la consistencia y la transparencia de la información (Albareda y Balaguer, 2007).

Respecto a la RS el Estado juega un doble papel. Por un lado, incentivar las prácticas voluntarias al respecto, y por otro, introducir una regulación sobre la misma (Melle, 2007). A esto hay que añadir que, además de fomentar, facilitar y promocionar la RS entre las diferentes empresas privadas (Moon, 2004), las propias organizaciones del Estado y, en especial, las empresas públicas deben cultivar en su propio seno el buen hacer de la divulgación de información social de la organización. Esto es debido a la creciente demanda de transparencia en aspectos tales como su compromiso con el cambio climático, la alineación de intereses entre los diferentes *stakeholders* de la organización y la gestión adecuada de los recursos financieros (Lamprinidi y Kubo, 2008).

A pesar de que la RS de las empresas públicas es un tema de gran interés, aún son escasos los trabajos que abordan este aspecto, ya que la mayoría se centran en las prácticas de transparencia de los gobiernos locales (Navarro, Alcaraz y Ortiz, 2010). Por tanto, es necesario que esta línea de investigación se extienda hacia las empresas que son también gestionadas por los entes públicos.

Para la adecuada divulgación de información en materia de RS diversos autores tales como Frost (2007) y Crognale (2009) destacan que las entidades deberían tener en cuenta las recomendaciones emitidas por la GRI. Esta entidad es una agencia internacional que tiene como finalidad proporcionar un marco fiable y creíble sobre la RS de las organizaciones, con independencia de su tamaño, sector o ubicación. De este modo, la GRI elaboró la Guía para la Elaboración de Memorias de Sostenibilidad, siendo su última versión la G4 emitida en mayo de 2013 (GRI, 2013). Su estructura se organiza en dos bloques, el primero define los principios sobre los que debe fundamentarse el contenido y la calidad de la información divulgada y, el segundo establece los contenidos básicos del modelo y más concretamente los indicadores de desempeño.

En los principios del primer bloque se encuentran los relacionados con la definición del contenido de la memoria (materialidad, participación de grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad) y los que tienen como finalidad fomentar la calidad de la información en la memoria de RS (equilibrio, precisión, periodicidad, comparabilidad y fiabilidad de la información).

Con respecto al segundo bloque, se centra en determinar los contenidos de información. En particular, aborda la elaboración de información relacionada con la estrategia y perfil de la entidad, el enfoque de la organización para gestionar el impacto social, medioambiental y económico de sus actividades y los indicadores establecidos para identificar el desempeño de estos tres últimos aspectos.

En relación con el contenido informativo de las tres dimensiones, la “dimensión económica” mide el impacto de la organización en la situación económica de los grupos de interés y en los sistemas económicos locales, nacionales e internacionales. La “dimensión medioambiental”, aborda el impacto de la organización en los sistemas naturales vivos e inertes, entre ellos, los ecosistemas, el suelo, el aire y el agua, mientras que la “dimensión social” muestra la repercusión de las actividades de la organización en los sistemas sociales en los que opera. Esta última dimensión se divide en varias subcategorías relacionadas con: las prácticas laborales y trabajo digno; los derechos humanos; la sociedad; y la responsabilidad sobre productos.

Determinantes divulgación de información

La divulgación de información sobre RS puede explicarse con base en diferentes teorías, tales como: la teoría de la agencia, la cual toma la información como actor primordial en el proceso de toma de decisiones y el control de los directivos (Jensen y Meckling, 1976); la teoría de los *stakeholders* según la cual la emisión de información por parte de la empresa constituye una herramienta muy útil para gestionar la relación con sus principales grupos de interés con el objetivo de encontrar apoyo y aprobación a la actuación empresarial (Donaldson y Preston, 1995), los postulados de la economía neoclásica respecto a su aplicación en el análisis de la utilidad de la información en la toma de decisiones de los inversores (Freedman y Stagliano, 1991); la teoría positiva de la contabilidad (Belkaoui y Karpik, 1989), la teoría de la economía política, entre otras. Sin embargo, sobre todas ellas destaca la teoría de la legitimidad como respaldo teórico para sustentar la divulgación de información sobre RS (Bebbington et al., 2008).

Para Suchman (1995, p. 574) la legitimidad se define como “la percepción generalizada o asunción de que las actividades de una entidad son deseables, correctas o apropiadas dentro de algún sistema socialmente construido de normas, valores, creencias y definiciones” por tanto, las organizaciones divulgan información de manera voluntaria sobre su RS en aras de reparar, mantener o fortalecer su imagen ante la sociedad y sus principales *stakeholders* (Brønn y Vidaver-Cohen, 2009; Campo, 2014).

Bajo este marco teórico existen determinantes que influyen en la divulgación de información de RS los cuales están relacionados tanto con características propias y organizativas de la empresa (tamaño, edad, actividad, consejo de administración, entre otros) (Haro, Alarcón y Caba, 2012), como con su gestión económica - financiera

(tales como resultados, ventas y liquidez). Las variables de naturaleza económica, o lo que es igual, la influencia de la RS sobre el resultado empresarial han sido ampliamente analizadas en la literatura, pudiéndose afirmar inclusive en algunos casos que la RS constituye una fuente de ventaja competitiva (Maxfield, 2008). Algunos como Lowe (2014) y Albitar (2015), muestran que la liquidez empresarial influye positivamente en el nivel de información sobre RS emitida voluntariamente por la empresa, otros como Orlitzky, Schmidt y Rynes (2003) afirman que las prácticas de RS llevadas a cabo por la organización tienen un efecto positivo en el resultado empresarial, así, Varadarajan y Menon (1988) señalan que inclusive son una herramienta para potenciar el resultado financiero, mientras que McWilliams y Siegel (2001) no hallaron influencia significativa de la RS en el resultado empresarial.

Metodología

El análisis comparativo de la transparencia online sobre responsabilidad social (RS) de las empresas públicas frente a las privadas y sus factores determinantes, se han realizado en dos pasos. En primer lugar, se ha llevado a cabo un análisis comparativo para identificar las diferencias en los niveles de divulgación online en materia de RS alcanzado por las empresas públicas frente a las privadas. En segundo lugar, con el fin de corroborar los resultados obtenidos se ha realizado un análisis de regresión para determinar si el tipo de propiedad (público o privada), junto con otros factores, influye en la divulgación online sobre la RS alcanzada por las empresas.

Análisis comparativo empresa pública versus privada

En el análisis comparativo se ha elaborado un índice de transparencia online IRSC, el cual en línea con Cuadrado, Frías y Martínez (2014) consta de 91 ítems recogidos del modelo del GRI versión 4 (anexo 1 y 2). Este índice global IRSC se desagrega en tres subíndices que se componen de: a) la divulgación online sobre el impacto económico, con 9 ítems ($IRSC_{ECO}$); b) La divulgación online sobre el impacto medioambiental bajo 48 ítems ($IRSC_M$); y, c) La divulgación online sobre el impacto social, a través de 34 ítems ($IRSC_S$).

El índice de transparencia online de un subíndice ($IRSC_j$) se determina mediante el cociente entre la sumatoria del número de total de ítems identificados en la web ($irswi$) y el número total de ítems que constituyen el subíndice (mi). Para expresarlo en porcentaje lo multiplicamos por 100.

$$IRSC_J = \frac{\sum_{i=1}^m irsc_j}{m} \times$$

Entre las alternativas que se presentan para valorar los ítems que forman estos subíndices se ha optado por una calificación dicotómica, de forma que un determinado

ítem (IRSC) se valorará con un “1” si dispone de la información en su página web y “0” en caso contrario. Debido a la escasez de trabajos que aporten evidencias empíricas sobre la importancia de los distintos ítems y subíndices que comprenden el índice de transparencia online propuesto, se ha asignado a cada uno de ellos idéntico peso. Asimismo, cabe señalar que son diversos los trabajos sobre divulgación de información tanto en el sector público (Carcaba y García, 2010), privado (Branco y Rodríguez, 2008) como en sector no lucrativo (Saxton y Guo, 2011) que optan por la no ponderación.

Para identificar la existencia de diferencias significativas en los índices de divulgación de información alcanzado por los dos grupos de organizaciones (pública y privada) se ha realizado en ambos casos el test de la U de MannWittney en línea con trabajos previos de divulgación de información a través de internet (Syhu y Kapoor, 2010). Esta técnica no paramétrica permite contrastar si dos muestras independientes han sido obtenidas de la misma población. Este test es sensible frente a diferencias de medianas, algo menos sensible frente a las diferencias de asimetría, e insensible frente a las diferencias de varianzas. Es apropiado para casos donde el tamaño muestral es pequeño y cuando no se cumplen los supuestos de normalidad y homocedasticidad (Sheskin, 2000), como ocurre en este estudio.

Análisis de regresión

Tras el análisis comparativo y en línea con la revisión de la literatura en el apartado “Determinantes divulgación de información”, se ha procedido a contrastar si el tipo de propiedad (público-privada); liquidez, antigüedad, tamaño del consejo de administración y rentabilidad económica, son factores determinantes en la divulgación online sobre RS. Para el estudio de dicha relación y siguiendo el trabajo de Branco y Rodríguez (2008), se ha aplicado un análisis de regresión multivariable. Esta técnica paramétrica es apropiada para el análisis de la relación o poder de predicción entre varias variables independientes y una variable dependiente (Rojo, 2007). Así pues, la transparencia online de RS es la variable dependiente y su medición se realizará en función al índice de transparencia online RS (IRSC) (tabla 1).

Así pues, el cálculo para cada una de las variables dependientes vendrá dado por la siguiente expresión:

$$\text{IRSC} = \alpha + \beta_1 \text{ Pub-Priv} + \beta_2 \text{ Liquidez} + \beta_3 \text{ Edad} + \beta_4 \text{ TamañoCA} + \beta_5 \text{ Rent. Eco} + \mu.$$

Donde:

α es el término constante, X_{ij} representa las variables que influyen en la divulgación de información mediante Web

β_j es el vector coeficiente

μ es el error aleatorio, presumiblemente con distribución idéntica e independiente con promedio de 0.

Para analizar las asociaciones existentes entre las variables independientes se aplicará el coeficiente de Spearman siguiendo trabajos previos de divulgación de información (Verbruggen, Christiaens y Milis, 2011).

El tratamiento de los datos se ha realizado con el programa STATA versión 11.

Tabla 1. *Variables independientes y su medición*

VARIABLE INDEPENDIENTE		MEDICIÓN
<i>Pub-Priv</i>	Propiedad	Se mide como variable dummy que toma valor 1 si la empresa es pública y 0 si la empresa es privada.
<i>Liquidez</i>	Liquidez	Se mide como el cociente entre el activo circulante y pasivo circulante.
<i>Edad</i>	Antigüedad	Es el número de años de existencia de la organización.
<i>TamañoCA</i>	Tamaño del consejo de administración	Es el número total de miembros del consejo de administración de la empresa.
<i>Rent.Eco</i>	Rentabilidad económica	Se mide como el cociente entre el beneficio bruto de explotación entre el activo total.

Fuente: Elaboración propia.

Muestra

Para la consecución del objetivo de este estudio se han analizado las memorias de RS que aparecían en las páginas web de 70 empresas españolas, de las cuales 35 son las empresas públicas españolas de mayor tamaño tomados del inventario de entes del sector público estatal (INVESPE) y 35 son empresas privadas correspondientes al IBEX-35.

La información para los factores de contingencia fue recogida en sus páginas web y específicamente de las cuentas anuales, así como de la información divulgada sobre la historia y buen gobierno de la organización. El análisis de la información divulgada sobre RS en las páginas web se realizó durante los meses de abril y mayo de 2015.

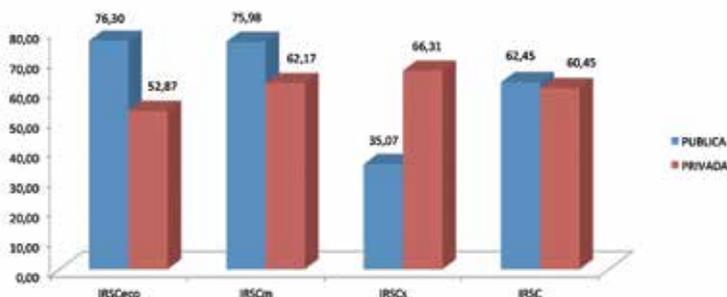
Análisis de resultados

Resultados transparencia online sobre RS: comparativa empresa pública versus privada

Tal y como se observa en el gráfico 1, en términos generales la transparencia online sobre RS de las empresas públicas es ligeramente mayor que de las privadas. Estos resultados están en línea con Ball y Bebbington (2008) quienes argumentan que las empresas públicas deberían presentar un comportamiento más responsable que las privadas, ya que estas entidades son creadas principalmente para la mejora del bienestar de la ciudadanía y por tanto, la responsabilidad social es un aspecto que forma parte de su razón de ser.

Si nos fijamos en cada una de las dimensiones que componen la RS, por encima del 75% de las empresas públicas analizadas divulgan información sobre el impacto económico y medio ambiental de sus actividades, siendo mucho menor en el caso de las empresas privadas. Por el contrario, las empresas privadas muestran una mayor visibilidad online sobre el compromiso social de la organización.

Gráfico 1. Resultado total de la divulgación online de información sobre RS y sus dimensiones



Fuente: Elaboración propia.

Centrándonos en los ítems que componen cada una de las dimensiones de la RS, cabe señalar que en caso de la transparencia online sobre el impacto económico se han encontrado diferencias significativas en seis de los nueve ítems analizados. A este respecto, la mayoría de las empresas públicas divulgan información sobre el valor económico generado, tanto directo como indirecto en la población donde operan y en la mejora de las infraestructuras.

Con respecto a las empresas privadas, un poco más de la mitad de las empresas privadas analizadas contemplan esta información en sus páginas web (tabla 2). Estos datos parecen estar en línea con Cho, Lee y Park (2012) quienes señalan que el aumento de la demanda de RS en las empresas privadas ha llevado a estas organizaciones a centrarse más en la elaboración de información no financiera, especialmente, en aquella de índole social y medioambiental, dejando un poco al margen la comunicación del impacto económico de sus actividades.

Tabla 2. Resultados transparencia online impacto económico: índice de divulgación y Z de U Mann Whitney test

DESCRIPCIÓN	FACTORES	PÚBLICA	PRIVADA	Z-TEST
Valor económico generado	EC1	96,67	55,17	-2,648***
Cambio climático	EC2	76,67	55,17	-1,729*
Plan de pensiones	EC3	83,33	65,52	-1,558
Ayudas gubernamentales	EC4	76,67	55,17	-1,729*
Salario inicial-minimo local	EC5	80,00	62,07	-1,507
% altos directivos locales	EC6	76,67	62,07	-1,207

<i>Impacto en infraestructura y servicios</i>	EC7	83,33	55,17	-2,329**
<i>Impacto indirecto económico</i>	EC8	70,00	44,83	-1,939 *
<i>% del gasto destinado a proveedores locales</i>	EC9	43,33	20,69	-1,845 *
<i>Transparencia online impacto económico</i>	IRSC_{ECO}	76.30	52.87	-3,108***
Nota: p<0.1*; p <0.05**; p <0.01***				

Fuente: Elaboración propia.

En el impacto medioambiental (tabla 3), nuevamente se detectan diversas diferencias significativas en los ítems que forman parte de este bloque. En este sentido, las empresas públicas son más transparentes en la divulgación de información acerca de sus políticas para el ahorro de agua, energía, reciclaje, así como los gastos incurridos en las inversiones ambientales. De este modo, se observa que las empresas públicas están tomando una actitud proactiva ante la creciente demanda de mayor información sobre su compromiso con el cambio climático (Lamprinidi y Kubo, 2008).

No obstante, cabe señalar que las empresas privadas son las que más aportan información acerca de reclamaciones ambientales que se han presentado y resuelto por parte de la compañía. Estos resultados soportan estudios previos que evidencian el interés de las empresas privadas por divulgar la inversión y actuaciones realizadas para la conservación del medioambiente (Suttipun y Stanton, 2012), sobre todo, en los casos donde la actividad económica supone un impacto medioambiental significativo en el entorno en el que operan (Brammer y Pavelin, 2008).

Tabla 3. Resultados sobre transparencia online del impacto medioambiental: índice de divulgación y Z de U Mann Withney test

DESCRIPCIÓN	FACTORES	PÚBLICA	PRIVADA	Z-TEST
<i>Materiales</i>	EN1	86,67	58,62	-2,402**
<i>% materiales reciclados</i>	EN2	80,00	58,62	-1,768 *
<i>Consumo energético interno</i>	EN3	100,00	79,31	-2,402 ***
<i>Consumo energético externo</i>	EN4	86,67	62,07	-1,768**
<i>Intensidad energética</i>	EN5	93,33	65,52	-2,606***
<i>Reducción consumo energético</i>	EN6	93,33	68,97	-2,382*
<i>Reducción requisitos energéticos</i>	EN7	83,33	65,52	-1,558
<i>Captación de agua</i>	EN8	90,00	51,72	-3,218**
<i>Fuentes de agua</i>	EN9	86,67	68,97	-1,626
<i>% y volumen agua reciclada</i>	EN10	86,67	68,97	-1,626
<i>Instalaciones operativas en áreas protegidas</i>	EN11	90,00	58,62	-2,744***
<i>Impacto en la biodiversidad</i>	EN12	86,67	65,52	-1,893*

Hábitats Protegidos o Restaurados	EN13	90,00	65,52	-2,249**
Nº especies	EN14	90,00	65,52	-2,249**
Emisiones directas gases efecto invernadero	EN15	90,00	75,86	-1,435
Emisiones indirectas gases efecto invernadero	EN16	90,00	79,31	-1,132
Otras emisiones indirectas	EN17	83,33	62,07	-1,821*
Intesidad de emisiones gases efecto invernadero	EN18	86,67	82,76	-0,414
Reducción emisión gases efecto invernadero	EN19	86,67	62,07	-2,151**
Emisiones sustancias al ozono	EN20	90,00	72,41	-1,719*
Nox, Sox y otras emisiones atmosféricas	EN21	86,67	65,52	-1,893*
Vertido de aguas	EN22	83,33	62,07	-1,821*
Residuos	EN23	83,33	62,07	-1,821*
Nº y volumen de derrames	EN24	76,67	58,62	-1,470
Residuos peligrosos	EN25	73,33	68,97	-0,367
Biodiversidad del agua y los hábitats	EN26	80,00	68,97	-0,965
Grado de mitigación del impacto ambiental	EN27	70,00	65,52	-0,365
% de productos recuperados	EN28	66,67	65,52	-0,092
Multas y sanciones	EN29	66,67	65,52	-0,092
Impacto del transporte de productos	EN30	56,67	44,83	-0,902
Gastos e inversión	EN31	26,67	48,28	-1,701*
% nuevos proveedores con base en criterios ambientales	EN32	20,00	34,48	-1,240
Impacto ambiental negativo	EN33	13,33	31,03	-1,626
Nº de reclamaciones	EN34	10,00	34,48	-2,249**
Transparencia online del impacto medioambiental	IRSC _M	75,98	62,17	-1,530
Nota: p < 0.1*; p < 0.05**; p < 0.01***				

Fuente: Elaboración propia.

Tabla 4. Resultados sobre transparencia online del impacto social: indice de divulgación y Z de U Mann Whitney test

DESCRIPCIÓN	FACTORES	PÚBLICA	PRIVADA	Z-TEST
Contrataciones y rotación de personal	LA1	46,67	93,10	-3,840***
Prestaciones sociales	LA2	40,00	89,66	-3,949***
Reincorporación tras maternidad/paternidad	LA3	43,33	86,21	-3,949***
Plazos mínimos preaviso de cambios operativos	LA4	43,33	93,10	-3,409***
% trabajadores representado en comités	LA5	40,00	89,66	-4,055***
Lesiones, enfermedades profesionales, etc.	LA6	50,00	93,10	-3,949***
Trabajadores con riesgo elevado enfermedad	LA7	40,00	75,86	-3,624**
Acuerdos formales en salud y seguridad	LA8	40,00	72,41	-2,763**

<i>Horas de capacitación anual</i>	LA9	50,00	79,31	-2,331
<i>Programas de gestión de habilidades y de formación continua</i>	LA10	46,67	72,41	-1,996
<i>% de empleados con evaluaciones regulares</i>	LA11	46,67	72,41	-1,996
<i>Composición de los órganos de gobierno y desglose plantilla</i>	LA12	50,00	89,66	-3,279
<i>Salario base hombre y mujer</i>	LA13	46,67	65,52	-1,446
<i>% nuevos proveedores con base en prácticas laborales</i>	LA14	36,67	62,07	-1,935
<i>Impactos negativos de prácticas laborales</i>	LA15	16,67	68,97	-4,030***
<i>Nº de reclamaciones</i>	LA16	13,33	58,62	-3,601***
<i>Nº y % de contratos de inversión con cláusulas de derechos humanos</i>	HR1	23,33	55,17	-2,486*
<i>Horas de formación sobre derechos humanos</i>	HR2	33,33	55,17	-1,675*
<i>Discriminación y medidas correctivas</i>	HR3	40,00	75,86	-2,763**
<i>Centros y proveedores que pueden infringir convenios colectivos</i>	HR4	36,67	72,41	-2,732 **
<i>Centros y proveedores con riesgo de explotación infantil</i>	HR5	33,33	55,17	-1,675 *
<i>Centros y proveedores con riesgo de trabajo forzoso</i>	HR6	36,67	58,62	-1,674*
<i>% personal de seguridad con capacitación sobre derechos humanos</i>	HR7	30,00	58,62	-2,195*
<i>Violación de los derechos de los pueblos indígenas</i>	HR8	26,67	58,62	-2,462**
<i>Nº y % de centros evaluados en materia de derechos humanos</i>	HR9	30,00	58,62	-2,195**
<i>% de nuevos proveedores examinados con base en derechos humanos</i>	HR10	26,67	58,62	-2,462**
<i>Impactos negativos en materia de derechos humanos</i>	HR11	20,00	62,07	-3,261**
<i>Reclamaciones sobre derechos humanos</i>	HR12	13,33	72,41	-4,552**
<i>% centros con programas de desarrollo local</i>	SO1	40,00	62,07	-4,552*
<i>Centros con efectos negativos sobre las comunidades locales</i>	SO2	33,33	65,52	-2,451**
<i>Nº y % centros con riesgos de corrupción</i>	SO3	30,00	79,31	-3,768***
<i>Lucha contra la corrupción</i>	SO4	36,67	72,41	-2,732***
<i>Casos corrupción y medidas adoptadas</i>	SO5	33,33	68,97	-2,714***
<i>Valor de las contribuciones políticas</i>	SO6	36,67	58,62	-1,674*
<i>Nº de demandas</i>	SO7	33,33	58,62	-1,933*
<i>Multas y sanciones</i>	SO8	40,00	62,07	-1,681*
<i>% nuevos proveedores con base en repercusión social</i>	SO9	23,33	55,17	-2,486**
<i>Impactos negativos</i>	SO10	20,00	51,72	-2,523**
<i>Nº reclamaciones</i>	SO11	16,67	51,72	-2,820***

% productos y servicios evaluados en salud y seguridad	PR1	43,33	58,62	-1,164
Incumplimiento norma seguridad e higiene	PR2	36,67	58,62	-1,674*
Etiquetado de productos	PR3	36,67	48,28	-0,884
Incumplimiento del etiquetado	PR4	33,33	62,07	-2,191**
Encuestas satisfacción cliente	PR5	36,67	62,07	-1,935*
Venta de productos prohibidos o en litigio	PR6	33,33	48,28	-1,158
Incumplimiento norma mercadotecnia	PR7	40,00	58,62	-1,418
Reclamaciones privacidad y datos clientes	PR8	40,00	51,72	-0,896
Multas y sanciones	PR9	40,00	44,83	-0,372
Transparencia online del impacto social	IRSC_s	35,07	66,31	-2,906***
Nota: p < 0.1*; p < 0.05**; p < 0.01***				

Fuente: Elaboración propia.

Finalmente, en la transparencia online sobre el impacto social, las divergencias estadísticamente significativas encontradas muestran que las empresas privadas divulgan más información a este respecto que las públicas (tabla 4). Este resultado está en línea con autores como Castelo y Rodrigues (2006) y Bravo, Matute y Pina (2012), quienes destacan que las empresas privadas, principalmente, tratan de divulgar información sobre el impacto social de sus actividades, ya que esta es la información que más responde con las demandas informativas de sus principales *stakeholders*, los clientes. Por tanto, la dimensión social es la que más “cuidan” en aras a mantener y fortalecer su legitimidad como empresas “buenas” al servicio de la sociedad.

Centrándonos en los diversos aspectos que abordan la dimensión social cabe destacar que, en relación con la información concerniente a los aspectos laborales, las empresas privadas son más proclives al acceso online de información relacionada con el número de contrataciones, rotación de empleados, porcentajes de trabajadores que forman parte de los diferentes comités de trabajo y, en el número de trabajadores que operan en zonas de elevado riesgo.

Asimismo, es mayor el número de empresas privadas que reflejan en sus páginas web información sobre sus políticas de derechos humanos, los impactos negativos de sus actividades, en lo referente a esta cuestión y en consecuencia, las quejas obtenidas y las soluciones aportadas. Lo mismo ocurre con la divulgación sobre su compromiso con la comunidad en que operan, sin embargo, en relación con el grado de información ofrecida sobre sus productos o servicios, la transparencia es algo menor.

Resultados modelo explicativo

En este apartado se presentan los resultados obtenidos de aplicar el coeficiente de correlación de Spearman y del modelo de regresión anteriormente señalado. Tal y como se observa en la tabla 5, se han identificado correlaciones significativas

por debajo de 0,45, por lo que se han mantenido todas las variables independientes propuestas en línea con Taylor (1990), quien señala que las asociaciones entre variables no superiores a 0,7 no presentan problemas de multicolinealidad.

Tabla 5. *Matriz de correlaciones*

VARIABLES INDEPENDIENTES	1	2	3	4	5
1. Pub-Priv	1				
2. Liquidez	0,07	1			
3. Edad	-0,40**	0,13	1		
4. Tamaño CA	-0,44***	0,38***	0,36***	1	
5. Rent.Eco	-0,14	0,10	0,05	0,21	1

Nota: p<0,01***; p<0,05**

Fuente: Elaboración propia.

De acuerdo con el análisis efectuado (tabla 6), la capacidad explicativa del modelo resultante, medida a través del R cuadrado, es de un 26,72%, por lo que como ya se sospechaba el ajuste es moderado. En cuanto a la significancia de las variables, dos de los cinco factores independientes son significativos: el tipo de propiedad y la liquidez.

En relación con el tipo de empresa se observa que el carácter público de las empresas muestra un efecto positivo ($\beta=0.21$; $p<0.01$) y por tanto, tienden más al uso de las páginas web como una herramienta estratégica de divulgación de información en materia de RS. Estos datos están en línea con los argumentos de Vives (2007) quien señala que las empresas públicas están más sometidas al escrutinio público que las privadas que cotizan en bolsa y, por lo tanto, deben estar más incentivadas a ser transparentes en aras de evitar cualquier conflicto de interés potencial. Por otro lado, los datos no coinciden con los resultados obtenidos en el caso del sector de la banca pública donde Bhatia y Kaur (2015) evidencian que los bancos privados divulgan más información de forma voluntaria que aquellos con propiedad del Estado.

En relación con la liquidez, se observa una influencia significativa y negativa, no cumpliendo con el signo esperado ($\beta=-0.07$; $p<0.1$). Estos datos no comparten los resultados de estudios previos que señalan que la liquidez fomenta la divulgación de información voluntaria (Lowe, 2014; Albitar, 2015). No obstante, el coeficiente estimado de este estudio es bajo por lo que el resultado deberá tratarse con cautela.

Tabla 6. *Análisis de regresión*

Modelo	Coefficiente estimado	Error estándar robusto	Estadístico-t
Pub-Priv	0,21	0,1073924	1,92***
Liquidez	-0,07	0,0003814	-1,97*
Edad	0,08	0,0009004	0,91

Tamaño CA	0,05	0,0043231	1,21
Rentabilidad Eco	0,05	0,3620103	0,14
Nota: **p<0,50; *** p<0,01 R2: 0,26			

Fuente: Elaboración propia.

En relación con la antigüedad, el efecto es neutro, no coincidiendo con los resultados sobre divulgación de información sobre RS en el sector aeroportuario (Haro et al., 2012). Del mismo modo, y no pudiendo confirmar los resultados de trabajos como el de Domínguez, Álvarez y Sánchez (2010), el tamaño de consejo de administración no ha mostrado resultados concluyentes para IRSC. También ha sido neutro el efecto de la rentabilidad económica en IRSC, en línea con los resultados obtenidos por Rodríguez, Gallego y García (2010) en el sector corporativo español y por Branco y Rodríguez (2008) en las empresas cotizadas portuguesas.

Conclusiones

La transparencia es un criterio importante en la RS y la adecuada rendición de cuentas de la empresa pública y privada (Watts, 2015). No obstante, tras el estudio efectuado observamos que en términos generales las empresas públicas muestran mayor interés que las privadas en utilizar eficaces y accesibles canales de comunicación, y en especial las páginas web, para dar a conocer sus prácticas de RS. Estos resultados están en línea con autores previos que señalan que dado que las empresas públicas tienen como misión la mejora social, deberían ser ellas las que deban tomar prácticas ejemplares de RS (Ball y Bebbington (2008). Asimismo, los resultados añaden a la literatura existente que las empresas públicas son más conscientes de la importancia de la divulgación sobre el impacto económico de sus actividades así como informar de las políticas llevadas a cabo en materia medioambiental.

En relación con la dimensión social de la RS, las empresas privadas han mostrado una mayor preocupación en publicar en internet su compromiso social y sobre todo, en las actuaciones relacionadas con su política de recursos humanos, en la defensa y respeto por los derechos humanos y en su compromiso con la comunidad en la que operan. Por tanto, en línea con la literatura previa que pone de manifiesto el especial interés de las empresas privadas por comunicar el impacto social de sus actividades (Castelo y Rodrigues, 2006; Bravo, Matue y Pina, 2012), los resultados de este estudio añaden que su visibilidad en materia de compromiso social es incluso mayor que en el caso de las empresas privadas.

Bajo el análisis de regresión realizado se confirma que el tipo de propiedad y, en particular las empresas públicas, son más proclives que las privadas a la divulgación de información online sobre RS. De acuerdo con la teoría de la legitimidad las

organizaciones divulgan información de manera voluntaria sobre su RS en aras de reparar, mantener o fortalecer su imagen ante la sociedad y sus principales *stakeholders* (Brønn y Vidaver-Cohen, 2009; Campo, 2014). Por tanto, las empresas públicas, financiadas en gran medida bajo los esfuerzos de la sociedad en general, tratan de mantener su imagen como agentes al servicio de la sociedad, a través de la divulgación web de sus “buenas prácticas” en materia de RS.

Bajo los resultados obtenidos se han comprobado que aún es necesario realizar mayores esfuerzos en la concienciación de las empresas sobre la necesidad de una transparencia de calidad, ya que es factor clave para reducir las asimetrías de información entre la organización y sus *stakeholders* (Siegel y Vataliano, 2007). Esta mejora revertiría en mayor confianza en la organización y en una reducción de los posibles casos de corrupción (Herraz de la Casa, 2007). En definitiva, en un progreso hacia el compromiso ético de la empresa con sus *stakeholders*.

Por tanto, las políticas de transparencia de RS de las empresas públicas deberían estar bien definidas y alineadas con la estrategia, de manera que se continúe con la notable difusión de la responsabilidad económica y medioambiental de sus actividades, pero sobre todo, con el fin de avanzar en la elaboración de información en materia social.

Los resultados de este trabajo contribuyen tanto al ámbito académico como empresarial. Desde la perspectiva académica, este estudio avanza en la escasez de trabajos centrados en las empresas públicas y en la importancia de la propiedad como factor determinante en la divulgación online sobre RS. Desde la perspectiva empresarial, contribuye a conocer las convergencias y divergencias entre las empresas públicas y privadas y por tanto, en el mayor conocimiento sobre los aspectos que deben ser “mejorables” por ambos sectores.

Por otro lado, cabe señalar que este trabajo no está exento de limitaciones. A este respecto, se examina la transparencia online con base en uno de los bloques fundamentales de la GRI. En concreto, al concerniente con los indicadores de desempeño sobre el impacto económico, social y medioambiental de las actividades de la organización. Por tanto, sería interesante como línea futura de estudio analizar también los aspectos que abordan el primer bloque de la GRI. De esta manera no solo se analizaría la accesibilidad de la información considerada como útil según la GRI, sino también evaluar en qué medida las empresas públicas y privadas cumplen con los principios relativos al contenido de la memoria (materialidad, participación de grupos de interés, contexto de sostenibilidad y exhaustividad) y los que tienen como finalidad fomentar la calidad de la información en la memoria de RS (equilibrio, precisión, periodicidad, comparabilidad y fiabilidad de la información).

Asimismo, sería interesante contrastar los resultados bajo el desarrollo de este análisis en empresas de otro contexto, tanto en países desarrollados como en vías de desarrollo. También, sería oportuno, realizar estudios longitudinales que permitan

conocer la evolución de la transparencia online sobre RS en las empresas públicas a lo largo del tiempo.

Referencias

- Albareda, L., y Balaguer, M.R. (2007). La responsabilidad social de la empresa y los resultados financieros. *Revista de Contabilidad y Dirección*, Ed. Especial, 11-26.
- Albitar, K. (2015). Firm characteristics, governance attributes and corporate voluntary disclosure: A study of Jordanian listed companies. *International Business Research*, 8(3), 1-10.
- Ball, A. (2004). A Sustainability Accounting Project for the UK Local Government Sector? Testing the Social Theory Mapping Process and Locating a Frame of Reference. *Critical Perspectives on Accounting*, 15(8), 1009-1035.
- Ball, A., y Bebbington, J. (2008). Editorial: Accounting and Reporting for Sustainable Development in Public Service Organizations. *Public Money & Management*, 28(6), 323-326.
- Ball, A., y Grubnic, S. (2007). Sustainability accounting and accountability in the public sector. En Unerman, J., Bebbington, J. and O'Dwyer, B. (Eds). *Sustainability Accounting and Accountability*, Routledge, London.
- Banerjee, S.B. (2007). *Corporate Social Responsibility: The Good, the Bad and the Ugly*. Cheltenham: Edward Elgar.
- Bhatia, R. K., y Kaur, J. (2015). An analysis of web disclosure practices of public and private sector banks in India. *Journal of Commerce and Management Thought*, 6(3), 512-527.
- Bebbington, J., Larrinaga, C., y Moneva, J. (2008). Corporate social reporting and reputation risk management. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 21(3), 337-361.
- Belkaoui, A., y Karpik, P. G. (1989). Determinants of the corporate decision to disclose social information. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 2(1), 36-51.
- Brammer, S., y Pavelin, S. (2008). Factors influencing the quality of corporate environmental disclosure. *Business Strategy and the Environment*, 17, 120-36.
- Branco, M.C., y Rodrigues, L.L. (2008). Factors Influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies. *Journal of Business Ethics*, 83, 685-701.
- Bravo, R., Matute, J., y Pina, J. M. (2012). Corporate social responsibility as a vehicle to reveal the corporate identity: A study focused on the websites of Spanish financial entities. *Journal of Business Ethics*, 107(2), 129-146.

- Brønn, P. S., y Vidaver-Cohen, D. (2009). Corporate Motives for Social Initiative: Legitimacy, Sustainability, or the Bottom Line? *Journal of Business Ethics*, 87, 91-109.
- Campo, A.M. (2014). La contabilidad como herramienta estratégica de la teoría de la legitimidad. *Capic Review*, 12(1), 7-11.
- Castelo, M., y Rodrigues, L. (2006) Communication of corporate social responsibility by Portuguese banks: A legitimacy theory perspective. *Corporate Communications: An International Journal*, 11(3), 232 - 248
- Cho, S., Lee, C., y Park, C. K. (2012). Measuring corporate social responsibility. *The CPA Journal*, 82(6), 54-60.
- Comisión de Seguimiento y Evaluación del Diálogo Social (2005). *Responsabilidad social de las empresas. Diálogo social*. Recuperado el 1 de mayo de 2015 de <http://www.carm.es>.
- Conceição, S. H., Gilson, B. D., y Simone, F. S. (2012). Global Reporting Initiative (GRI)-An exploratory study of the practice of disclosure in corporate sustainability in Latin America, *Revista de Gestão, Finanças e Contabilidade*, 2(3), 17-38.
- Crane, A., Matten, D., y Spence, L.J. (2008). *Corporate Social Responsibility. Readings and Cases in a Global Context*. Oxon: Routledge.
- Crognale, G. (2009). The Global Reporting Initiative G3 Sustainability Reporting Guidelines (Conclusion). *Business and the Environment*, 20(2), 11-14.
- Cuadrado, B. Frías, J., y Martínez, J. (2014). The role of media pressure on the disclosure of sustainability information by local governments. *Online Information Review*, 38(1), 114-135.
- Domínguez, L. R., Álvarez, I. G., & Sánchez, I. G. (2010). Determinantes de la divulgación voluntaria de información estratégica en internet: un estudio de las empresas españolas cotizadas. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(1), 9-26.
- Donaldson, T., y Preston, L.E., (1995). The stakeholders theory of the corporation: Concepts, evidence and implications. *Academy of management review*, 20(1), 65-91.
- Freedman, M., y Stagliano, A. J. (1991). Differences in social-cost disclosure: a market test of investor reactions. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 4(1), 68-83.
- Frost, G. (2007). The introduction of mandatory environmental reporting guidelines: Australian Evidence. *Abacus*, 43(2), 190-216.

- Gallego, I., Rodríguez, L., y García, M. I. (2010). Are determinig factors of municipal E-government common to a worldwide municipal view? An intra-country comparison. *Government Information Quarterly*, 27, 23-430.
- Gandía, M. C., y Archidona, J. L. (2008). Determinants of web site information by Spanish city councils. *Online Information Review*, 32(1), 35-57.
- Global Reporting Iniciative (Holanda). (2013). *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. Amsterdam, Holanda. Recuperado el 1 de mayo de 2015 de <https://www.globalreporting.org/resourcelibrary/Linking-GRI-and-CDP-2014.pdf>
- Godfrey, P. C., y Hatch, N. W. (2007). Researching corporate social responsibility: An agenda for the 21st Century. *Journal of Business Ethics*, 70(1), 87-98.
- Gore, A. (2006). *An Inconvenient Truth*. London: Rodale Book.
- Haro, A., Alarcón, F., y Caba, C. (2012). Los determinantes de la divulgación de información sobre responsabilidad social corporativa en el caso español. *Revista Facultad de Ciencias Económicas: Investigación y Reflexión*, 20(1), 189-206.
- Hunter, T. y Bansal, P. (2007). How Standard is Standardized MNC global environmental communication? *Journal of Business Ethics*, 71(1), 135-147.
- Jensen, M.C., y Meckling, W.H. (1976). Theory of the firm: managerial behaviour, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3, 305-360.
- Lamprinidi, S., y Kubo, N. (2008). Debate: The global reporting initiative and public agencies. *Public Money & Management*, 28(6), 326-329.
- Lowe, A. (2014). The association between commonality in liquidity and corporate disclosure practices in Taiwan. *Modern Economy*, 5(4), 303-312.
- Maxfield, S. (2008). Reconciling corporate citizenship and competitive strategy: insights from economic theory. *Journal of Business Ethics*, 80(2), 367-377.
- McWilliams, A., y Siegel, D. (2001). Corporate social responsibility: a theory of the firm perspective. *Academy of Management Review*, 26(1), 117-127.
- Michener, G. y Bersch, K. (2011, mayo). *Conceptualizing the Quality of Transparency*. Artículo presentado en Conference for the 1st Global Conference on Transparency. Rutgers University, Newark.
- Melle, M. (2007). La responsabilidad social dentro del sector público. *Ekonomiaz*, 65(2), 84-107.
- Moon, J. (2004). Government as a Driver of Corporate Social Responsibility. Research Paper, *International Center for Corporate Social Responsibility*, 20. Nottingham.

- Navarro, A., Alcaraz, F.F., y Ortiz, D. (2010). La divulgación de información sobre responsabilidad corporativa en administraciones públicas: Un estudio empírico en gobiernos locales. *Revista de Contabilidad*, 13(2), 285-314.
- Nevado, M.T., Gallardo, D., y Sánchez, M.I. (2013). La administración local y su implicación en la creación de una cultura socialmente responsable: Información divulgada en la comunidad autónoma de Extremadura. *Revista de Investigación Social*, 10, 64-118.
- Okoye, A. (2009). Theorising Corporate Social Responsibility as an Essentially Contested Concept: Is a Definition Necessary? *Journal of Business Ethics*, 89(4), 613-627.
- Orlitzky, M., Schmidt, F. L., y Rynes, S. L. (2003). Corporate social and financial performance: a meta-analysis. *Organization Studies*, 24(3), 403-441.
- Palazzo, G.S., y Scherer, A.G. (2006). Corporate Legitimacy as Deliberation: A Communicative Framework. *Journal of Business Ethics*, 66(1), 71-88.
- Piotrowski, S.J., y Van Ryzin, G.G. (2007). Citizen attitudes towards transparency in Local Government. *American Review of Public Administration*, 37(3), 306-323.
- Rinaldi, L., y Unerman, J. (2009, abril). *Engaging stakeholder online: an empirical analysis of stakeholder engagement and dialogue initiatives of UK FTSE100 companies*. Artículo presentado en Annual Conference of the British Accounting Association, University of Dundee, Scotly, United Kingston.
- Rojo, J. M. (2007). Análisis de Regresión Múltiple. En Estadística informática: casos y ejemplos con el SPSS. Recuperado el 1 de abril de 2015 de <http://portal.uned.es>.
- Rodríguez, L., Gallego, I., y García I.M. (2010). Determinantes de la divulgación voluntaria de información estratégica en internet: un estudio de las empresas españolas cotizadas. *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 19(1), 9-26.
- Saxton, G. D., y Guo, C. (2011). Accountability online: Understanding the web-base accountability practices of nonprofit organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(2), 270-295.
- Sheskin, D. (2000). *Handbook of parametric and nonparametric statistical procedure*. (2a ed.). Florida.
- Siegel, D.S., Vitaliano, D.F. (2007). An empirical analysis of the strategic use of corporate social responsibility. *Journal of Economics and Management Strategy*, 16(3), 773-792.
- Suchman, M.C. (1995). Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches. *Academy of Management Review*, 20(3), 571-610.

- Suttipun, M., y Stanton, P. (2012). The Differences in Corporate Environmental Disclosures on Websites and in Annual Reports: A Case Study of Companies Listed in Thailand. *International Journal of Business and Management*, 7(14), 18-31. Recuperado el 12 de noviembre de 2015 de <http://www.ccsenet.org/journal/index.php/ijbm/article/view/16155>
- Syhu, H. S., y Kapoor, S. (2010). Corporate Social Responsibility Initiatives: An Analysis of Voluntary Corporate Disclosure. *South Asian Journal of Management*, 17(2), 47-80.
- Taylor, R. (1990). Interpretation of the Correlation. Coefficient: A Basic Review. *Journal of Diagnostic Medical Sonography*, 6(1), 35-39.
- Varadarajan, P. R., y Menon, A. (1988). Cause-related marketing: a coalignment of marketing strategy and corporate philanthropy. *Journal of Marketing*, 52(3), 58-74.
- Verbruggen, S., Christiaens, J., y Milis, K. (2011). Can resource dependence and coercive isomorphism explain nonprofit organizations' compliance with reporting standards? *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(1), 5.
- Vives, X. (2007). *El buen gobierno de las empresas públicas*. (Documento de trabajo). IESE Business School. Universidad de Navarra.
- Watts, S. (2015). Corporate social responsibility reporting platforms: enabling transparency for accountability. *Information Technology and Management*, 16, 19-35.

Anexos

Anexo 1: Ítems transparencia online sobre el impacto económico y medioambiental de la organización

Anexo 2: Ítems transparencia online sobre el impacto social de la organización

Anexo 1: Ítems transparencia online sobre el impacto económico y medioambiental de la organización

EVALUACIÓN ONLINE SOBRE EL IMPACTO ECONÓMICO	
Indicadores e ítems	
1	Coste
1	EC1
2	MAIOR ECONOMICO DIRECTO GENERADO Y DESTINADO
3	CONSECUENCIAS ECONÓMICAS Y OTROS RECURSOS Y OPORTUNIDADES PARA LAS ACTIVIDADES DE LA ORGANIZACIÓN QUE SE DERIVAN DEL CAMBIO CLIMÁTICO
4	COMPROMISO DE LAS OBLIGACIONES DE LA ORGANIZACIÓN DERIVADAS DE SU PLAN DE PREVISIONES
5	AYUDAS ECONÓMICAS OTORGADAS POR EL ESTADO DEL GOBIERNO
6	RELACION ENTRE EL SALARIO MEDIO DEL EMPLEADO POR UNO Y EL SALARIO MEDIO LOCAL EN LOS SECTORES DE DETERMINADAS OPERACIONES SIMILARES
7	PROYECTO DE ALTERNATIVAS PRODUCTIVAS DE LA COMUNIDAD LOCAL EN LOS SECTORES DE DETERMINADAS OPERACIONES SIMILARES
8	SEMPERADO EL IMPACTO DE LA INVERSIÓN EN INFRAESTRUCTURAS Y OTRAS TIPOS DE SERVICIOS
9	IMPACTO ECONÓMICO INDIRECTO EN PRODUCTOS Y SERVICIOS DE LOS SECTORES
10	PERCENTAJE DEL GASTO EN LOS SERVICIOS CON OPERACIONES SIMILARES QUE CORRESPONDE A PROVEEDORES LOCALES
EVALUACIÓN ONLINE SOBRE EL IMPACTO MEDIOAMBIENTAL	
Indicadores e ítems	
1	UM1
2	MATERIALES POR UNO VOLUMEN
3	PERCENTAJE DE LOS MATERIALES UTILIZADOS QUE SON MATERIAS RECYCLADAS
4	CONSUMO ENERGÉTICO INTERNO
5	CONSUMO ENERGÉTICO EXTERNO
6	ACTIVIDAD INTELIGENTE
7	REDUCCIÓN DEL CONSUMO ENERGÉTICO
8	REDUCCIÓN DE LOS RESIDUOS DESTINADOS DE LOS PRODUCTOS Y SERVICIOS
9	CAPTACIÓN TOTAL DE AGUA SEGUN LA FUENTE
10	REUTILIZACIÓN DE AGUA EN LOS SERVICIOS Y PRODUCTOS
11	INSTALACIONES OPERATIVAS EN OBRAS, RECONSTRUCCIÓN, RECONSTRUCCIÓN DE BARRIOS, CONTINGENCIAS, CONTINGENCIAS DE GRAN VOLUMEN SOBRE EL BIENESTAR
12	SUBCATEGORÍA DE LOS SERVICIOS MÁS SIGNIFICATIVOS EN LA REDUCCIÓN DE AGUA, PROTECCIÓN DE LA CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS, SEGURIDAD Y SERVICIOS
13	ÁREAS DE PROTECCIÓN O RECONSTRUCCIÓN
14	NÚMERO DE EFECTOS NEGATIVOS EN LA ACTIVIDAD DE LA LUZ Y EN LOS SECTORES ECONÓMICOS DE CONSERVACIÓN DE LOS RECURSOS, SEGURIDAD Y SERVICIOS
15	IMPACTOS DIRECTOS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (ALCANZE 1)
16	IMPACTOS INDIRECTOS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (ALCANZE 2)
17	OTROS IMPACTOS INDIRECTOS DE GASES DE EFECTO INVERNADERO (ALCANZE 3)
18	RESTRICCIÓN DE LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO
19	REDUCCIÓN DE LAS EMISIONES DE GASES DE EFECTO INVERNADERO
20	EMISIONES DE ESTUCLAS QUE SON EN EL SECTOR
21	EMISIONES DE ESTUCLAS QUE SON EN EL SECTOR
22	EMISIONES DE ESTUCLAS QUE SON EN EL SECTOR
23	EMISIONES DE ESTUCLAS QUE SON EN EL SECTOR
24	EMISIONES DE ESTUCLAS QUE SON EN EL SECTOR
25	EMISIONES DE ESTUCLAS QUE SON EN EL SECTOR
26	EMISIONES DE ESTUCLAS QUE SON EN EL SECTOR
27	EMISIONES DE ESTUCLAS QUE SON EN EL SECTOR
28	EMISIONES DE ESTUCLAS QUE SON EN EL SECTOR
29	EMISIONES DE ESTUCLAS QUE SON EN EL SECTOR
30	EMISIONES DE ESTUCLAS QUE SON EN EL SECTOR
31	EMISIONES DE ESTUCLAS QUE SON EN EL SECTOR
32	EMISIONES DE ESTUCLAS QUE SON EN EL SECTOR
33	EMISIONES DE ESTUCLAS QUE SON EN EL SECTOR
34	EMISIONES DE ESTUCLAS QUE SON EN EL SECTOR

Anexo 2: Ítems transparencia online sobre el impacto social de la organización

DIVULGACIÓN ONLINE SOBRE EL IMPACTO SOCIAL	
Información a divulgar	
1	CHALLENGE
1	NÚMERO Y FORMA DE CONTROLES Y REVISIONES MEDIANTE EMPLEADOS, DESARROLLADORES POR GRUPO O UNO, BIENO Y REGIÓN
2	PRÁCTICAS SOCIALES PARA LOS EMPLEADOS A LARGO PLAZO QUE NO SE OFERTAN A LOS EMPLEADOS TEMPORALES O A MEDIO PLAZO, DESARROLLADORES OTRAS OTRAS POR UBICACIONES SIGNIFICATIVAS DE ACTIVIDAD
3	INDICADORES DE TRANSPARENCIA AL TRABAJO Y A LA RESTRICCIÓN PARA EL TRABAJO EN UN TIEMPO O EN UN TIEMPO DESARROLLADORES POR BIENO
4	PLAZOS MÍNIMOS DE PRESENCIA DE OBREROS O TRABAJADORES EN LOS CENTROS COLECTIVOS DE TRABAJO
5	PLAZOS MÍNIMOS DE PRESENCIA DE OBREROS O TRABAJADORES EN LOS CENTROS COLECTIVOS DE TRABAJO
6	PLAZOS MÍNIMOS DE PRESENCIA DE OBREROS O TRABAJADORES EN LOS CENTROS COLECTIVOS DE TRABAJO
7	PLAZOS MÍNIMOS DE PRESENCIA DE OBREROS O TRABAJADORES EN LOS CENTROS COLECTIVOS DE TRABAJO
8	ANÁLISIS DE SALUD Y SEGURIDAD CUMPLIDAS EN ACCIONES FORMALES CON LOS OBREROS
9	PROGRAMAS DE FORMACIÓN AVANZADA POR EMPLEADO, DESARROLLADORES BIENO Y POR CATEGORÍA LABORAL
10	PROGRAMAS DE GESTIÓN DE TALENTO Y DE FORMACIÓN CONTINUA QUE FOMENTAN EL DESARROLLO DE LOS TRABAJADORES Y LES AYUDA A GESTIONAR EL FINAL DE SUS CARRERAS PROFESIONALES
11	PROGRAMAS DE FORMACIÓN AVANZADA PARA OBREROS Y TRABAJADORES DEL DESARROLLO DE SU CARRERA PROFESIONAL, DESARROLLADORES BIENO Y POR CATEGORÍA LABORAL
12	COMPOSICIÓN DE LOS OBREROS DE GOBIERNO Y DE LA FUERZA DE TRABAJO PROFESIONAL Y BIENO, COMO REFERENCIA A OTRAS CATEGORÍAS DE OBREROS
13	INDICADORES DE BIENESTAR DE LOS OBREROS CON RESPECTO AL BIENESTAR, BIENESTAR POR CATEGORÍA LABORAL, TIPO DE UBICACIONES Y OTRAS CATEGORÍAS DE ACTIVIDAD
14	INDICADORES DE BIENESTAR DE LOS OBREROS CON RESPECTO AL BIENESTAR, BIENESTAR POR CATEGORÍA LABORAL, TIPO DE UBICACIONES Y OTRAS CATEGORÍAS DE ACTIVIDAD
15	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
16	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
17	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
18	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
19	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
20	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
21	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
22	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
23	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
24	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
25	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
26	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
27	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
28	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
29	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
30	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
31	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
32	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
33	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
34	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
35	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
36	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
37	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
38	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
39	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
40	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
41	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
42	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
43	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
44	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
45	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
46	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
47	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
48	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
49	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES
50	INDICADORES NEGATIVOS DE BIENESTAR, INDICADORES DE BIENESTAR RELATIVOS A LOS TRABAJADORES