



GEORGETOWN UNIVERSITY uni>ersia

Comunicar información no financiera e IDE por regiones

ÁREA: 6
TIPO: Aplicación

AUTORES

Esther Ortiz-Martínez¹
Universidad de Murcia, España
esther@um.es

Salvador Marín-Hernández
Universidad de Murcia, España
salvlau@um.es

1. Autor de contacto:
Departamento de Economía Financiera y Contabilidad; Facultad de Economía y Empresa; Universidad de Murcia; Campus de Espinardo; 30100 Murcia; España

*Communication of non financial information and FDI by regions
Comunicação não financeira informação e IDE por regiões*

A partir de una encuesta realizada a una muestra de empresas españolas que realizan Inversión Directa en el Exterior (IDE) se plantea si existe relación entre el contenido y forma de comunicar información no financiera, su grado de internacionalización y la región de destino en la que se realiza IDE (África, América, Asia y Europa). Obteniendo, como conclusiones principales, que existe una relación significativa entre el grado de internacionalización de la empresa y la modalidad de publicar su información no financiera, así como entre la publicación de esta información y la principal región de destino de su inversión.

We do a survey to a sample of Spanish companies which do Foreign Direct Investment (FDI) in order to check if there is a relationship between content and way of communication of their non financial information, their internationalisation degree and the foreign region in which they invest (Africa, America, Asia and Europe). The main conclusions obtained point out that there is a significant relationship between the degree of internationalisation of the company and the way of disclosing non financial information, and also between this disclosure and the foreign region of its main investment.

A partir de uma pesquisa com uma amostra de empresas espanholas envolvidos Investimento Directo Estrangeiro (IDE) de saber se existe uma relação entre o conteúdo ea forma de comunicar informações não financeiras, o grau de internacionalização e na região de destino no qual IDE é realizada (África, América, Ásia e Europa). Ficando como principais conclusões, que há uma relação significativa entre o grau de internacionalização da empresa e o modo de publicação da sua informação não financeira, bem como entre a publicação desta informação e a principal região de destino do seu investimento.

DOI
10.3232/GCG.2017.V11.N1.04

RECEBIDO
14.11.2016

ACETADO
27.01.2017

1. Introducción y antecedentes

Existe una relación probada positiva entre tamaño de la empresa y comunicación de información no financiera, con independencia de cómo se haya medido o definido el tamaño de la empresa (una buena clasificación de la literatura previa en forma de tabla se puede encontrar en Albers y Günther (2011: 330) y en Hahn & Kühnen (2013). De tal manera que para definir la dimensión de la empresa también cuenta su grado de internacionalización (Fathi, 2013; Kaur & Arora, 2013) y por lo tanto influye sobre su revelación de información voluntaria (Shi, Magnan & Kim, 2012). Con respecto a las empresas internacionalizadas podríamos destacar a este respecto:

- No es tanto el país de origen y los requerimientos allí imperantes los que van a condicionar su elaboración y publicación de información no financiera, sino más bien el país o países de destino en su internacionalización, que se identificará como inversión directa en el exterior (IDE). En cada mercado de destino existirán unos grupos de interés a los que se debe satisfacer y que no son homogéneos a nivel mundial. Por ello la empresa puede diferenciar cómo y qué comunica en función del país o región en las que actúa (Antona *et al.*, 2008). Esto al final puede llegar a constituir un dilema: localización versus normalización, dependiendo de las presiones que se tengan por parte de la empresa en uno u otro sentido (Bustamante, 2011).
- Se mezcla en este caso obligatoriedad y voluntariedad en su proceso de comunicación, ya que si bien las empresas cotizadas deben dar cumplimiento a lo exigido por los supervisores de los mercados de capitales, también es cierto que incrementan voluntariamente su emisión de información, debido a que la competencia en mercados internacionales presiona a todas las empresas a mejorar su emisión de información voluntaria (Meek & Gray, 1989).
- Las empresas internacionales tienen un papel más importante como referencia a seguir por otras empresas. Este efecto imitación generará una mayor disposición de todas las empresas a la mejora en la emisión de información (efecto «follow the leader», Gray, Meek & Roberts, 1995).

La solución a toda esta disyuntiva pasaría por abordar esta comunicación de información no financiera desde un enfoque global, con la adopción generalizada de ciertas prácticas básicas generales, de las que podemos destacar: la adhesión de las empresas internacionalizadas a iniciativas promulgadas por organismos internacionales; la utilización de estándares internacionales de referencia para elaborar esta información no financiera, o la utilización de la verificación externa para reforzar el convencimiento de que efectivamente se cumplen con determinados estándares internacionales.

Así, sobre la adopción de estándares de referencia internacional, el marco más extendido es el elaborado por Global Reporting Initiative (GRI), iniciativa que ha pasado a llenar un hueco existente en el ámbito de las normas de revelación de información (White, 2006) con el objeto de conseguir mayor homogeneidad (De la Cuesta & Valor, 2013; Nurhayati *et al.*, 2016). El 82% de las 250 mayores compañías del mundo ya usaba GRI en 2013 (KPMG, 2013). Otra normativa de

PALABRAS CLAVE
Comunicación internacional, economía, imagen corporativa.

.....

KEY WORDS
International communication, economy, corporate image.

.....

PALAVRAS-CHAVE
comunicação internacional, economia, imagem corporativa.

CÓDIGOS JEL:
M48, F23, M14

referencia básica a la hora de adoptar principios internacionales sobre responsabilidad social son los principios de *Global Compact* de las Naciones Unidas (Rasche & Waddock, 2014; Voegtlin & Pless, 2014; Coulmont & Berthelot, 2015).

En lo que se refiere a la forma de comunicar se ha evolucionado desde la tendencia a publicar de forma separada la información financiera y la no financiera, hasta el «reporte integrado» (Chen, Green, Conradie, Konishi & Romi, 2014; Vaz, Fernández-Feijoo & Ruiz, 2016). Las propias empresas optan por incluir su información social en el mismo informe que la información financiera y argumentan que el lógico desarrollo futuro de la publicación de información pasa por incorporarla toda, sea del tipo que sea, en un único informe. La innovación en publicación de información lleva hacia la integración de la misma (Lodhia, 2014). La única puntualización al respecto es que una cosa es incluir la información social en el informe anual y otra, que implica un paso más allá, es elaborar información integrada según las directrices emanadas del International Integrated Reporting Council (IIRC).

En lo que se refiere al formato de la información no financiera y las prácticas utilizadas en su elaboración, al no existir requerimientos homogéneos, lo que prevalece es la heterogeneidad, con la tendencia a asumir determinadas prácticas de forma voluntaria por parte de las empresas, principalmente internacionalizadas, ya que son estas últimas las que se enfrentan a análisis y comparaciones globales y a distintos requisitos informativos en los mercados de capitales en los que intervienen.

Y en cuanto a los motivos para publicar esta información prevalecen en los antecedentes sobre la materia los motivos puramente económicos, por los que la función coste-beneficio de todo este proceso de comunicación debe ser positiva, por unas u otras causas:

- Porque la publicación de este tipo de información contribuye a la reducción del coste de capital de estas empresas (Leuz & Verrecchia, 2000), tal y como concluye Botosan (2006: 39): «la suma de la evidencia total acumulada a partir de muchos estudios con distintas medidas, muestras y diseños de la investigación, conduce a apoyar la hipótesis de que la mayor revelación de información reduce el coste de capital», comprobándose que la transparencia informativa frente al ocultismo reduce la prima por incertidumbre, y por lo tanto el coste del capital (Botosan, 1997; Sengupta, 1998; Healy, Hutton & Palepu, 1999).
- Que en lugar de reducir costes se obtienen beneficios directos económicos (la «win-win proposition» (Levy, Szejnwald & De Jong, 2010: 90)). Y con respecto a los beneficios no sólo pueden ser directos, sino que también medirse por defecto, es decir que el no emitir esta información puede suponer costes para la empresa (Admati & Pfleiderer, 2000) pues en la mayoría de los casos el mercado penaliza el silencio o la no emisión de información. La teoría de las señales subraya que «la falta de noticias se entenderá como malas noticias» (Lev, 1992: 21). También se pueden atribuir a la publicación de esta información otros beneficios: como la valoración positiva de los inversores (Shadewitz & Niskala, 2010; Berthelot, Coulmont & Serret, 2012); mejora de liquidez (Grüning, 2011); o mejor valor de mercado (Healy *et al.*, 1999; Kaspereit & Lopatta, 2016).
- En esta función existe también un coste adicional para las empresas, el de los costes de verificación externa, ya que se recurre a contratar estos servicios pues otorgan más credibilidad sobre la información emitida a todos los grupos de interés (Moroney, Windsor & Ting, 2011).
- También podemos añadir que como beneficio de la revelación de esta información también se puede esgrimir la teoría de la legitimidad, como táctica que permite a las empresas controlar la

presión pública. Utilizando los informes como una herramienta de comunicación que mejore la imagen de la empresa y por lo tanto su credibilidad en el mercado. Puede ser también, en algunos casos, el temor a malas reacciones de los grupos de interés lo que llevaría a ciertas empresas a emitir información no financiera (Brammer & Pavelin, 2006). Aunque incluso puede ser al contrario, que la mayor revelación de información incrementa el escepticismo social y las demandas públicas de información (O'Dwyer, 2002). Cuando se trata de una cuestión de imagen no se debe olvidar que siempre se puede informar de algo que no describe fielmente la realidad (Dobbers & Springett, 2010). Teniendo también en cuenta que la comunicación no es publicitar, sino incorporar desde la alta dirección o el consejo de administración la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a la misión y visión de la organización (Rodríguez-Ariza, Frías & García-Rubio, 2014).

- Y, finalmente, si lo miramos desde otro enfoque integral de comunicación, también podemos citar que entre la contabilidad en su amplio campo de acción, información financiera y no financiera, y la teoría de la acción comunicativa desarrollada por Habermas (2002) (2005) se establecen una serie de vínculos con el ánimo de identificar una extensión del rol de la información financiera y no financiera al servicio de la integración y el entendimiento social; de tal forma que esta información puede ser el producto de construcciones sociales para el diálogo entre empresa y actores socioeconómicos. Asimismo, Druckman (2012) indica que el desarrollo de sistemas de información/comunicación integrada es una necesidad si queremos asegurar un desarrollo económico equilibrado, es decir un beneficio integral de comunicar con criterio en el medio y largo plazo. En esta línea, la existencia de las normas GRI, ya permite incluso comprobar cómo su adopción tiene consecuencias claras sobre la propia gestión de RSC de la empresa, afectando y modificando a la misma (Vigneau, Humphreys & Moon, 2015).

Desde otro aspecto adicional y a su vez revelador, añadiríamos que a todas las variables contempladas en esta función coste-beneficio debemos unir su situación en el país o región en el que la empresa opera, porque puede ser que haya costes que no se tienen por qué asumir en determinadas zonas en las que la empresa opera y/o beneficios que también en esa zona no son, en un estadio inicial, tan evidentes o reconocibles. Por ello este puede ser un incentivo o desincentivo adicional por el que finalmente aparezcan diferencias claras en la publicación de información no financiera homogénea, incluso con estándares adoptados internacionalmente como GRI o *Global Compact*, dependiendo de la región o país, e incluso su situación económica (Gallén & Giner, 2014). Tanto es así que incluso cuando se trata de empresas cotizadas, su revelación de información no financiera se ve afectada por condicionantes como puede ser la crisis financiera global que hemos vivido, lo que se comprueba por Lima Rodrigues (2016) para las 36 mayores empresas cotizadas portuguesas, que dejan de publicar este tipo de información.

Por todo lo anterior en este trabajo se estudian, en primer lugar, los antecedentes previos sobre la materia, de manera que la parte de análisis y resultados la dividimos en dos: los motivos para comunicar información no financiera por parte de empresas internacionalizadas a partir de una muestra de empresas seleccionadas que realizan IDE, y la relación entre los resultados obtenidos de la primera parte y el grado de internacionalización de la empresa y la región de destino en la que realiza la principal IDE. Seguidamente se obtienen las conclusiones para finalizar con la bibliografía utilizada.

2. Metodología

Para conseguir los objetivos fijados en este trabajo nos hemos basado en una encuesta de opinión, siendo la población elegida para desarrollar el estudio empírico las empresas que a fecha 30 de abril de 2013 tenían, al menos, un proyecto vivo de inversión directa exterior (IDE) con la Compañía Española de Financiación del Desarrollo, COFIDES, S.A. (COFIDES, S.A. es una sociedad mercantil estatal creada en 1988 cuyo objeto es facilitar financiación, a medio y largo plazo, a proyectos privados viables de inversión en el exterior en los que exista interés español, para contribuir, con criterios de rentabilidad, tanto al desarrollo de los países receptores de las inversiones como a la internacionalización de la economía y de las empresas españolas). Además, y dado que una de las variables de las empresas encuestadas era la región de destino donde se realiza la principal IDE, se estudia también en qué medida la región en la que la empresa internacionalizada invierte, determina las características de este proceso de comunicación.

La población final está compuesta por 101 empresas, siendo la muestra obtenida de 35 empresas que han realizado IDE. Representa un porcentaje de respuesta del 34,65% del total de la población. Pese a que la muestra con la que se trabaja es reducida, es de resaltar el valor de la misma en la medida que nos da información a nivel empresarial de las empresas encuestadas. En la mayoría de estudios sobre IDE o internacionalización de la empresa no se dispone de datos particulares de las empresas, con la consiguiente pérdida de información para el estudio de las mismas (García-Pérez-de-Lema, Duréndez & Martínez-García, 2013).

La información se ha obtenido mediante encuesta enviada por e-mail y reforzada por vía telefónica, dirigida al máximo responsable de cada una de las empresas encuestadas por personal de COFIDES, S.A., entre el 12 de mayo y el 21 de junio de 2013. Las empresas encuestadas han respondido un cuestionario estructurado cuyo diseño se realizó a partir de la revisión de la literatura teórica y empírica, así como del conocimiento previo de la realidad de las empresas multinacionales de las personas del equipo de investigación y del personal técnico de COFIDES, S.A., tratando de incorporar las variables más relevantes para alcanzar los objetivos planteados. Se realizó un pre-test, así como un test de control en el proceso de elaboración de la encuesta, con el fin de garantizar la máxima fiabilidad y calidad de los datos recogidos. Aunque el trabajo de campo se realizó en 2013, el tiempo medio que normalmente transcurre entre que se decide realizar un proyecto de internacionalización empresarial y finalmente madura para relevar/comunicar información no financiera, así como el empleado para la recogida, sistematización, análisis y estudio de la información obtenida llevaría a justificar la plena vigencia actual de los resultados obtenidos y, por lo tanto, que las conclusiones son válidas en el momento presente. Esta afirmación además se basa en que, por un lado, en 2016 el número de empresas que tienen vivo al menos un proyecto de IDE con COFIDES es de 145, mientras que en 2013 la población total eran 101 empresas; crecimiento que deviniendo de un esfuerzo claro de apoyo a la financiación de proyectos empresariales españoles en el exterior, también nos permite afirmar que entre mitad de 2013 y finales de 2016 únicamente habría posibilidad real de hacer pública información no financiera de los nuevos proyectos en un sólo momento adicional, dadas las experiencias ya analizadas. Y, por otro, que adicionalmente la distribución de la población, en ambos momentos temporales, sigue siendo equivalente según las dos variables que consideramos en este trabajo: porcentaje de ventas en el exterior (grado de internacionalización) y la región de destino de la inversión en el exterior de estas empresas (que se agrupan en cuatro: África, América, Europa y Asia).

Incluimos en la **Tabla 1** información sobre los descriptivos de la muestra según las dos variables analizadas. De forma que podemos resaltar que nuestra muestra está formada claramente por empresas internacionalizadas al apostar por la IDE –objeto de la financiación–, pues el 66,6% tienen un grado de internacionalización por encima de la media. Y con respecto a las regiones en las que estas empresas se internacionalizan, podemos destacar que mayoritariamente se dirigen a América, seguido del mercado asiático, africano, y finalmente el europeo. Si contáramos con una muestra más amplia se podrían dividir estas regiones dando más detalle de los mercados concretos en los que se llevan a cabo estos proyectos de IDE.

Tabla 1. Información de estadísticos descriptivos de la muestra según las dos variables estudiadas
Fuente: Elaboración propia.

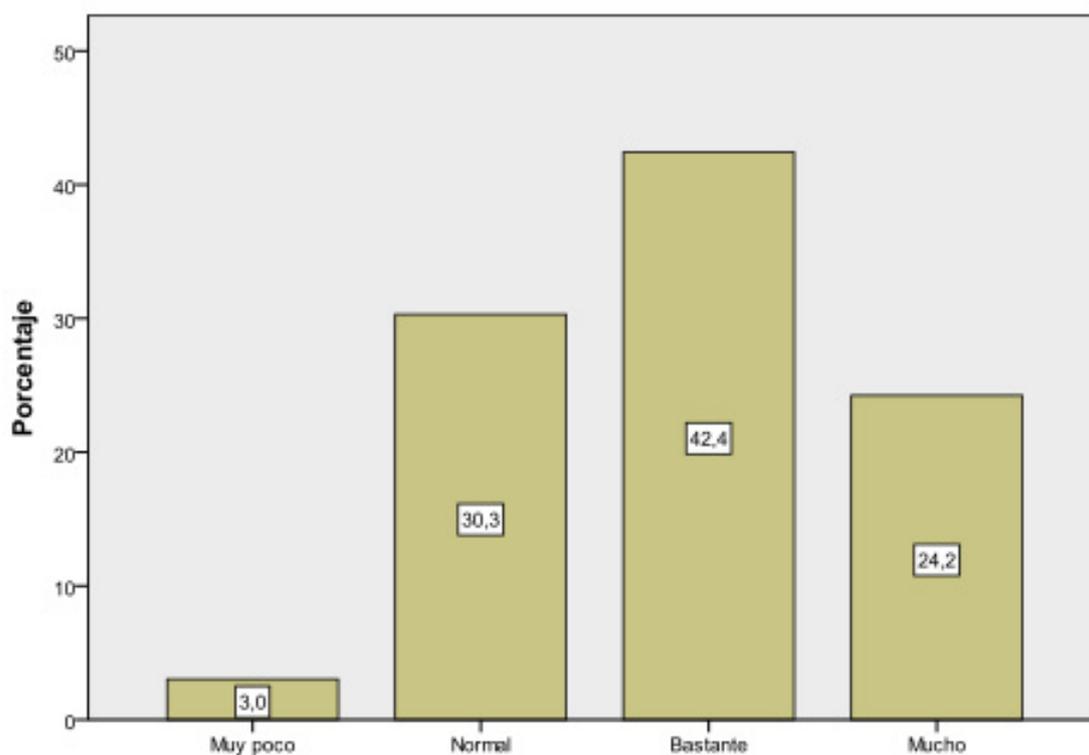
<i>% de ventas en el exterior (grado de internacionalización)</i>	
% de empresas con grado de internacionalización por debajo de la media	33,3%
% de empresas con grado de internacionalización por encima de la media	66,6%
<i>Región de destino en el exterior</i>	
Mínimo	1
Máximo	4
Media	2,18
Desviación típica	0,635
<i>% de empresas con IDE en cada región de destino</i>	
África	15%
América	50%
Europa	10%
Asia	25%

3. Resultados

3.1. Motivos para publicar información no financiera por parte de empresas internacionales no cotizadas

La primera pregunta planteada pide una valoración de la responsabilidad social corporativa por parte de la empresa graduada en escala de Likert. Obteniendo como resultado (**Tabla 2**) que la mayoría de las empresas encuestadas valoran bastante o mucho (los dos niveles superiores de la escala) la responsabilidad social corporativa (RSC) en la empresa.

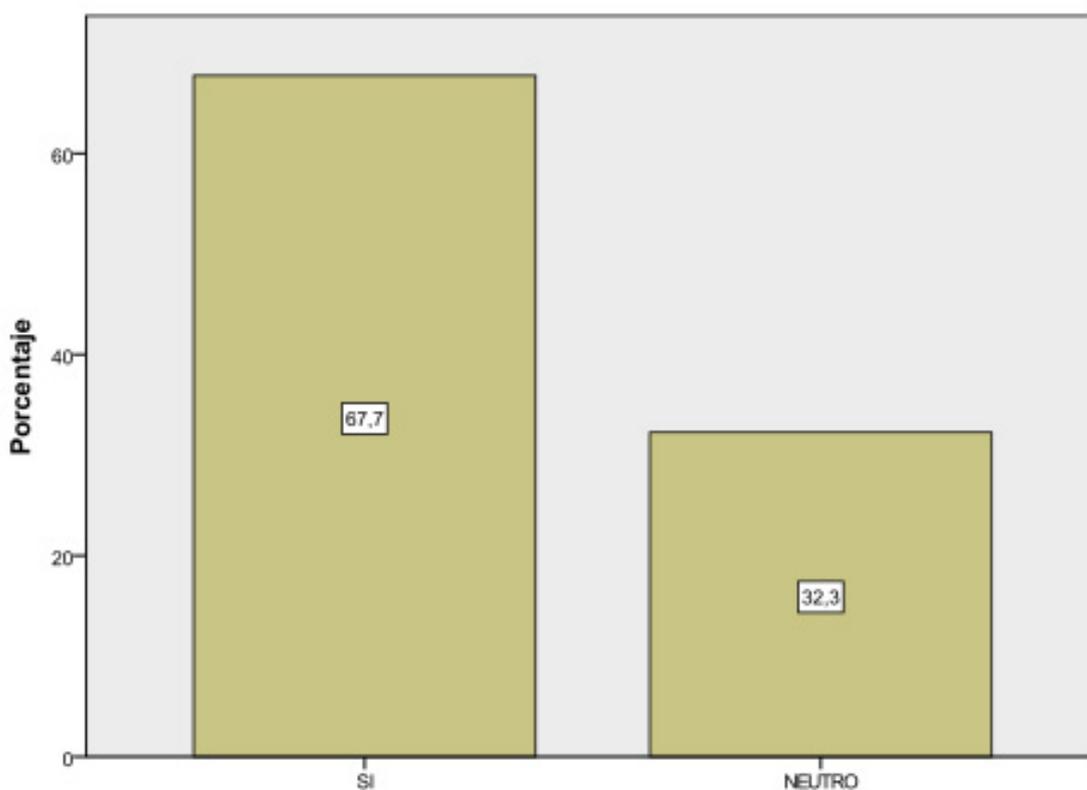
Tabla 2. Valoración de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) por parte de la empresa



Fuente: Elaboración propia.

Seguidamente se plantea si el desarrollo de la RSC en la empresa a su vez es positivo para su IDE (**Tabla 3**). En esta pregunta las posibilidades de respuesta planteadas eran tres: sí es positivo, no es positivo, y neutro. Ninguna de las empresas encuestadas ha considerado que no sea positiva la RSC para la IDE, en cambio una gran mayoría (casi el 70%) ha considerado que sí lo es.

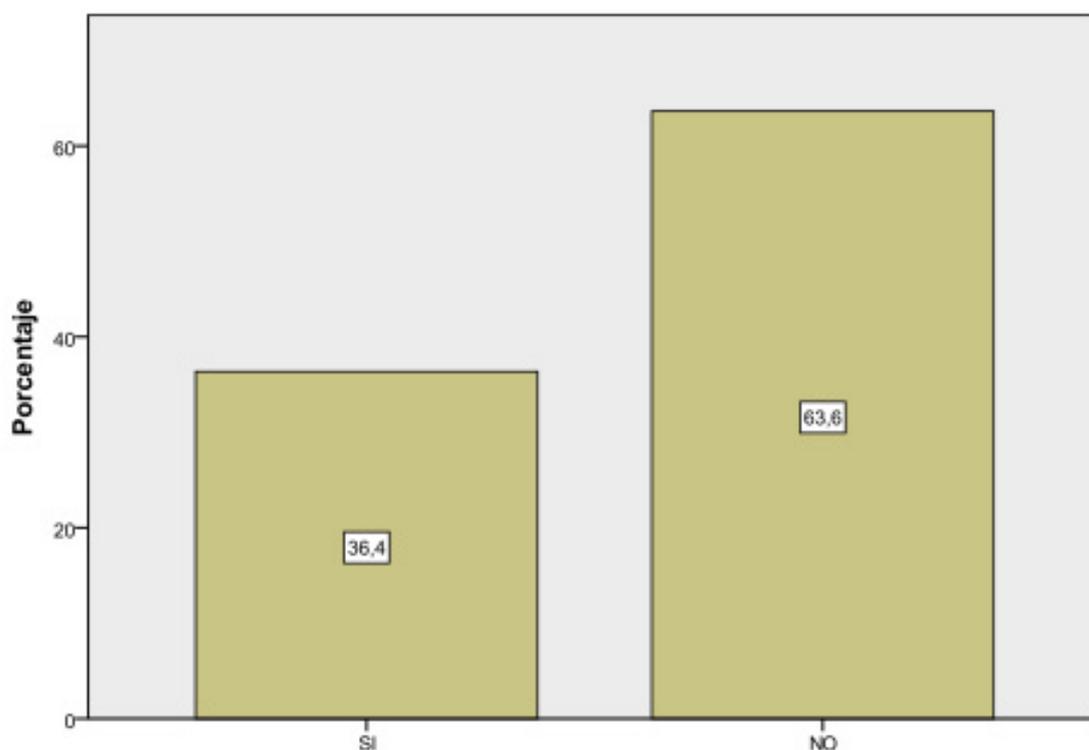
Tabla 3. ¿El desarrollo de la RSC es positivo para la IDE?



Fuente: Elaboración propia.

La siguiente pregunta se centra en la publicación de información de RSC, se trata de ver si esta buena valoración se concreta en revelación de información. En este sentido se aprecia (**Tabla 4**) que aunque indiscutiblemente la valoración de la RSC era buena, no se llega a concretar en un proceso de comunicación. Solo algo más de un tercio de las empresas encuestadas dicen publicar información de RSC. Estas empresas al estar internacionalizadas tienen cierta dimensión, lo que no quiere decir que hayan tenido que recurrir a mercados de capitales para financiarse. Por ello pueden no estar sujetas a requerimientos de publicación de información no financiera impuestos por los organismos supervisores de los mercados de capitales..

Tabla 4. Publicación de información de RSC por parte de las empresas

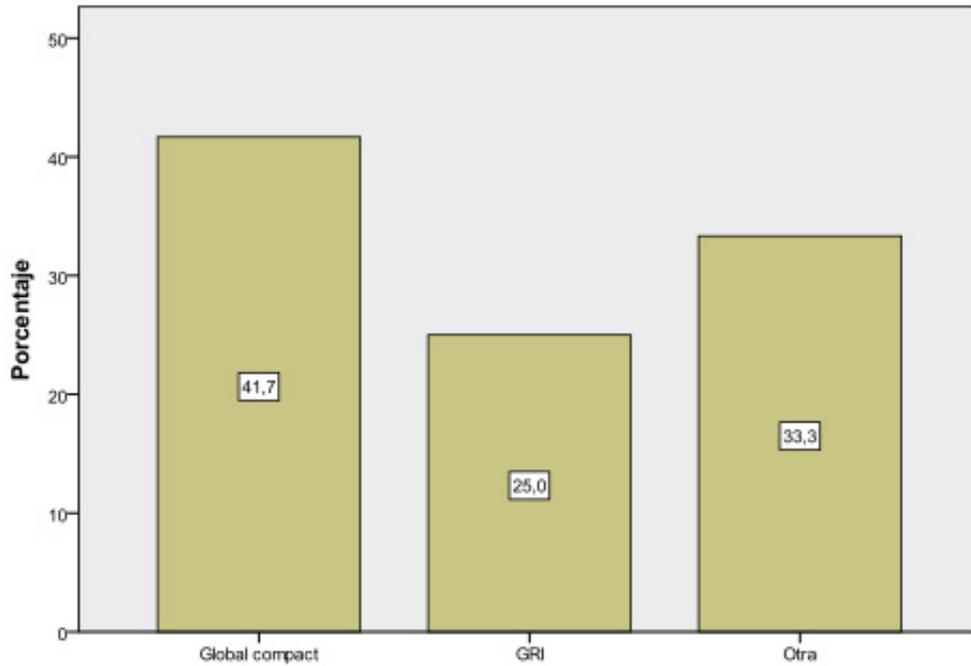


Fuente: Elaboración propia.

En la siguiente pregunta del cuestionario se plantea si a la hora de publicar información no financiera la empresa sigue algún tipo de recomendación o norma de referencia, siempre y cuando se hubiera contestado afirmativamente a la pregunta sobre publicación de este tipo de información (Tabla 5).

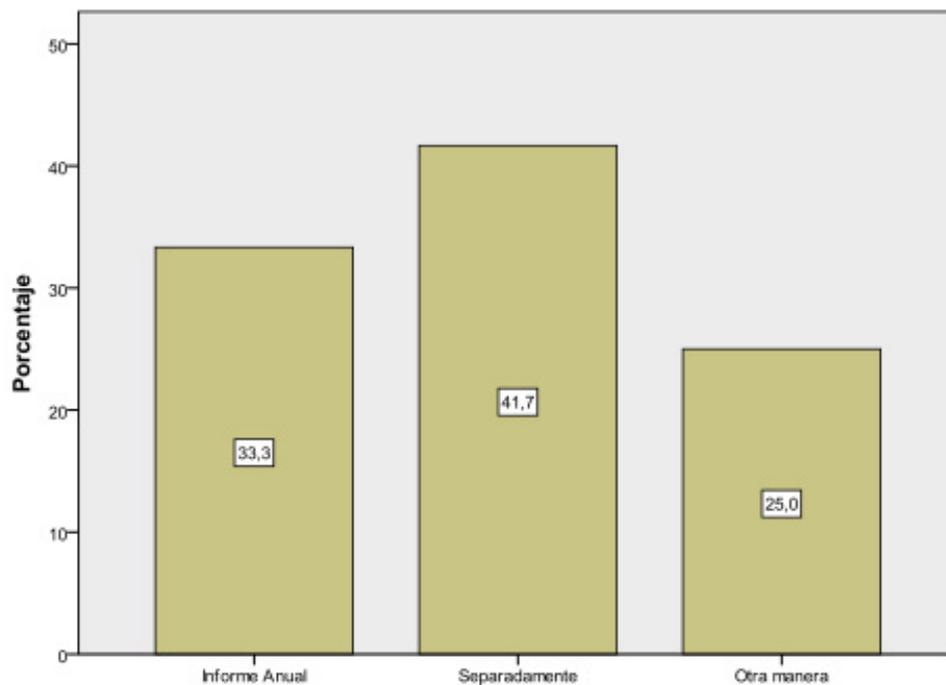
Así, más de dos tercios de las empresas encuestadas que publican información de RSC utilizan los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact) y/o las normas emitidas por GRI, ya que ambas referencias no son mutuamente excluyentes, sino complementarias y se han constituido como la referencia mundial en este ámbito. Con respecto a la publicación de esta información financiera la siguiente pregunta incide en cómo se ha publicado esta información, si dentro del Informe Anual, si de forma separada, o de otra manera. Se pone de manifiesto (Tabla 6) que principalmente las empresas que revelan información sobre RSC optan por publicarla de forma separada a su información financiera.

Tabla 5. Primer año de publicación de información de RSC



Fuente: Elaboración propia.

Tabla 6. Modalidad de publicación de información no financiera



Fuente: Elaboración propia.

Por último restaría saber el motivo por el que las empresas encuestadas no han publicado información sobre RSC, y a este respecto se dan tres opciones de respuesta además de una respuesta abierta (Tabla 7). Las empresas encuestadas deben valorar en escala de Likert las tres opciones de respuesta incluidas o incluir otro motivo. Del análisis de las medias de las valoraciones otorgadas (incluidas en la Tabla 7) se desprende que el motivo fundamental por el que estas empresas no publican información no financiera es porque no se les ha exigido. Al tratarse fundamentalmente de revelación de información voluntaria, las empresas no asumen los costes que ello conlleva y no le ven mayor utilidad, pese a que en su mayoría sí valoran la importancia de la RSC. Una cosa es la valoración otorgada a la RSC y otra el hecho de reflejarlo en la elaboración y publicación de información específica.

Tabla 7. Motivos por los que la empresa no publica información sobre RSC

Media de la valoración	1. Poco importante	2	3	4	5. Muy importante
No es una información que haya que presentar de forma obligatoria				3,33	
Pese a no ser obligatoria, el coste que supone preparar esta información supera a los supuestos beneficios que se obtendrían con su publicación			2,86		
En la empresa aún no existe una cultura de RSC por lo que no hay esfuerzo para su publicación		2,33			

Fuente: Elaboración propia.

3.2. Información no financiera y su relación con grado de internacionalización y región de destino en la que se realiza la principal inversión directa en el exterior

Dado que el cuestionario iba dirigido a empresas que realizan inversión exterior, y por tanto internacionalizadas, se realiza también el cruce de la variable recopilada en el cuestionario «% de ventas en mercados internacionales» con el resto de variables comentadas. A su vez el porcentaje de ventas en mercados internacionales, que lo denominamos como «grado de internacionalización» se recodifica, para obtener dos grupos de empresas, aquellas cuyo porcentaje de ventas en mercados internacionales está por debajo de la media, y aquellas otras que se sitúan por encima de la media. A partir de estos cruces de variables se obtienen las tablas de contingencia en porcentajes calculando además el estadístico chi cuadrado para cada tabla de cruce de dos variables. Para este caso el único valor del estadístico chi cuadrado significativo (al 95%) ha sido el calculado a partir de la relación entre el tipo de informe en el que la empresa publica su información no financiera y su grado de internacionalización.

Así, del análisis de esta tabla de contingencia (Tabla 8) se desprende que las empresas cuyo porcentaje de ventas en el exterior está por encima de la media (con mayor grado de internacionalización según la denominación de esta variable recodificada) tienden en su mayoría a incluir la información no financiera junto con la financiera. Tendencia que se expone en el análisis realizado anteriormente, por la que se avanza hacia esta práctica (un 57,1% de estas empresas), mientras que las empresas que separan la información financiera y la no financiera para publicar son mayoritariamente (en un 80%) las que tienen un menor grado de internacionalización. Al ser estas últimas tan numerosas hacen que en el análisis

de los resultados globales se obtenga que las empresas encuestadas tienden a publicar información separada (tal y como se recogía en la **Tabla 6**).

Tabla 8. Tabla de contingencia entre grado de internacionalización y modalidad de publicación de la información no financiera

%		Modalidad de publicación de la información no financiera			
		Informe Anual	Separadamente	Otra manera	TOTAL
Grado de internacionalización	Por debajo de la media	0	80	20	100
	Por encima de la media	57,1	14,3	28,6	100
	TOTAL	33,3	41,7	25	100

*Chi-cuadrado de Pearson 0,05**

*Significativa al 95%

Fuente: Elaboración propia.

A este respecto, y dado que también se dispone de información concreta sobre cuál es la principal región en la que las empresas encuestadas realizan su IDE, se plantea contrastar si existe alguna relación entre los principales resultados de la encuesta y esta variable (las regiones de destino se agrupan en cuatro: África, América, Europea y Asia). La función coste-beneficio de elaborar y publicar este tipo de información puede ser, en términos financieros, claramente negativa si el beneficio de disponer de esta información en este mercado no supone una valoración adicional en algún sentido. Para ello se realiza un cruce de la variable región de destino, con el resto de variables comentadas, a través de tablas de contingencia.

Se obtiene que en principio la RSC se valora bastante con independencia de cuál sea la región en la que principalmente se invierte (tal y como se desprende de la **Tabla 9**).

Tabla 9. Tabla de contingencia entre valoración de la RSC y región de destino de IDE

%	Valoración de la RSC				Total
	Muy poco	Normal	Bastante	Mucho	
África	0	0	100	0	100
América	4,2	29,2	50	16,7	100
Asia	0	25	25	50	100
Europa	0	50	0	50	100

Chi-cuadrado de Pearson 0,6

Fuente: Elaboración propia.

Además de que también en todas las empresas se cree que la RSC es positiva para la IDE, con independencia de cuál sea el área geográfica en la que mayoritariamente se invierte (los datos se recogen en la **Tabla 10**).

Tabla 10. Tabla de contingencia entre RSC positiva para IDE y región de destino de IDE

%	¿Es la RSC positiva para la IDE?		
	SI	Neutro	Total
África	100	0	100
América	65,2	34,8	100
Asia	100	0	100
Europa	50	50	100
Chi-cuadrado de Pearson 0,4			

Fuente: Elaboración propia.

Aunque de nuevo es en lo que respecta a la publicación de información sobre RSC, donde se obtienen resultados diferenciados (**Tabla 11**). Se desprende de los porcentajes de las tablas de contingencia que son las empresas que invierten en América y Europa, las que no publican información no financiera, aunque sí que valoran positivamente esta información y su relación con la IDE. Estos resultados se refrendan por Gallén & Giner (2014: 29), cuando relativizan la información no financiera publicada en términos de PIB y obtienen que «EEUU no ocupa las primeras posiciones en la emisión de información de RSC», teniendo en cuenta que la inversión exterior en EEUU supone una gran parte de la que englobamos en la región de América. Además en este cruce de variables recogido en la tabla de contingencia 12 el valor del estadístico chi cuadrado es significativo al 10%, de manera que se puede inferir la conclusión de que la publicación de información de RSC y la región de destino de IDE están relacionadas y son significativamente dependientes.

Tabla 11. Tabla de contingencia entre publicación de información de RSC y región de destino de IDE

%	¿Se publica información de RSC?		
	SI	NO	Total
África	100	0	100
América	33,3	66,7	100
Asia	50	50	100
Europa	25	75	100
Chi-cuadrado de Pearson 0,072*			

*Significativa al 90%
Fuente: Elaboración propia.

Aquellas empresas que sí publican información no financiera van a utilizar un formato u otro dependiendo de la región de inversión: cuando se invierte en América y Asia o se incluye esta información en el informe anual o de forma separada la información financiera y la no financiera; cuando se invierte en Europa se separa siempre la información financiera y la no financiera, mientras que cuando se invierte en África se utilizan otras modalidades de formato (Tabla 12). Por ello el formato utilizado en la comunicación de esta información depende de la región en la que la empresa está invirtiendo. En este sentido, y acerca de África, los resultados arrojan uno de los mayores índices de aceptación (100% si publica (Tabla 11), 100% positiva (Tabla 10) y 100% bastante valoración (Tabla 9)), ya que allí es obligatorio para las empresas cotizadas desde el 1 de Marzo de 2010 publicar su información de forma integrada, según las exigencias del organismo supervisor de su mercado de capitales y si bien es cierto que la muestra que se maneja incluye empresas españolas no cotizadas, también es cierto que al dirigirse a este mercado tenderán a emular las exigencias imperantes en él. Estas empresas (tabla 12) elaboran y publican su información de RSC en otro formato, categoría en la que se puede incluir el informe integrado, elaborado según los requerimientos del International Integrated Reporting Council (IIRC) (KPMG, 2014). Es lo que se podría denominar efecto «trickle down» (que se puede traducir como efecto contagio o emulación y que ya se está estudiando en cuanto a la implantación de las NIIFs en el ámbito de la información financiera en Europa por aquellos tipos de empresas para los que no es obligatorio según los Reglamentos Europeos).

Tabla 12. Tabla de contingencia entre modalidad de publicación información sobre RSC y región de destino de IDE

%	Modalidad de publicación de información sobre RSC			
	Informe Anual	Separadamente	Otra manera	Total
África	0	0	100	100
América	37,5	37,5	25	100
Asia	50	50	0	100
Europa	0	100	0	100
<i>Chi-cuadrado de Pearson 0,3</i>				

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados recogidos en la tabla 13 son también consecuencia de lo recogido en la tabla 12. Ya que efectivamente, las normas de referencia adoptadas para elaborar la información en África, tanto financiera como no financiera, son las del IIRC, distintas por lo tanto a las de Global Compact de las Naciones Unidas y las emitidas por GRI, ya que claramente se tiende a la información integrada, entendida como formato de elaboración y presentación de información más evolucionado (KPMG, 2014).

Tabla 13. Tabla de contingencia entre normas de referencia en información sobre RSC y región de destino de IDE

%	Normas de referencia en información sobre RSC			
	Global Compact	GRI	Otra	Total
África	0	0	100	100
América	42,9	28,6	28,6	100
Asia	0	50	50	100
Europa	100	0	0	100
Chi-cuadrado de Pearson 0,4				

Fuente: Elaboración propia.

4. Conclusiones

En este trabajo se obtienen como conclusiones que las empresas no cotizadas e internacionalizadas, definidas así porque realizan proyectos de IDE, sí valoran la responsabilidad social y, además, consideran que es importante para su IDE, pero estas valoraciones no se reflejan en la acción de comunicación y publicación de información no financiera, con lo que en esta línea aún tienen camino que recorrer. Parece que en lo que respecta a las empresas no cotizadas, la función coste-beneficio de elaboración y comunicación de información no financiera aún no es del todo positiva o, al menos, aún pudiendo serlo en diversos aspectos de forma aislada no lo consideran así claramente en su globalidad. Tal y como se obtiene en los resultados de trabajos previos sobre motivaciones económicas para la publicación de información no financiera que realizan, entre otros, Botosan (2006) y Leuz & Verrecchia (2000).

Además se constata que, en la praxis empresarial, aún se está lejos de la implantación de un formato que una la información financiera y no financiera. Esta conclusión es refrendada por los todavía bajos porcentajes de elaboración de informe único obtenidos en el estudio periódico realizado sobre la materia por KPMG (2013) (9% en 2008, 20% en 2011, 50% en 2014), poniendo de manifiesto la dificultad de llegar a un formato homogéneo, aunque también existen trabajos que afirman lo contrario (Chen *et al.*, 2014).

Si bien se comprueba que existe una relación significativa entre grado de internacionalización de la empresa y el formato utilizado para publicar la información no financiera, de manera que las empresas más internacionalizadas tienden en su mayoría a unir información financiera y no financiera, siendo un paso más allá, la elaboración de información integrada, según los requerimientos del IIRC.

A la hora de introducir en el análisis la variable región de inversión, se mantiene la buena valoración de la RSC y su incidencia positiva en la IDE, aunque de nuevo estas valoraciones no se plasman en

comunicación de información no financiera, obteniendo diferencias claras entre regiones de destino de la IDE. Pero, a su vez, se contrasta la existencia de una relación significativa entre la publicación de información no financiera y la región de destino de IDE, siendo Africa una de las principales regiones donde, en un análisis global, esta relación sería más acentuada. De ahí que para el caso de esta región, las empresas elaboran su información de forma integrada según los requisitos del IIRC, aún cuando no es obligatorio para empresas no cotizadas, confirmando la relación entre esta información financiera/no financiera y la teoría de acción comunicativa desarrollada por Habermas (2002) (2005). Cambiando las empresas el formato utilizado para comunicar dependiendo de la región en la que realizan su inversión extranjera.

Para futuros trabajos de investigación sería más que deseable contar con la variable país en la que se ha realizado la inversión, pues ello permitiría poder diferenciar claramente cuál es la situación en cada país en este proceso de comunicación. Dentro de una misma región de destino de inversión pueden estar incluidos países con tratamientos totalmente diferentes en cuanto a revelación de información no financiera.

Referencias

- Admati, A.R.; Pfleiderer, P. (2000), "Forcing firms to talk: Financial disclosure regulation and externalities", *The Review of Financial Studies*, Vol. 13, Num. 3, pp. 479-519. doi: 10.1093/rfs/13.3.479
- Albers, C.; Günther, T. (2011) "Disclose or not disclose: determinants of social reporting for Stoxx Europe 600 firms", *Zeitschrift für Planung und Unternehmenssteuerung*, Vol. 21, Num. 3, pp. 323-347. doi: 10.1007/s00187-010-0113-4
- Antona, A.M.; Ducloux, M.; Gomez, I.; Izquierdo, E.; Melgar, D.; De Miguel, V.; Moreno, F.; Sánchez, E. (2008), "La responsabilidad social corporativa. Informes ISF".
- Berthelot, S.; Coulmont, M.; Serret, V. (2012), "Do investors value sustainability reports?", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi: 10.1003/csr.285
- Botosan, C.A. (1997), "Disclosure level and the cost of equity capital", *The Accounting Review*, Vol. 72, Num. 3, pp. 323-349.
- Botosan, C.A. (2006), "Disclosure and the cost of capital: what do we know?", *Accounting and Business Research*, Vol. 36, Num. 1, pp. 31-40.
- Brammer, S.; Pavelin, S. (2006), "Voluntary Environmental Disclosures by large UK companies", *Journal of Business Finance and Accounting*, Vol. 33, Num 7 y 8, pp. 1168-1188. doi: 10.1111/j.1468/5957.2006.00598.x
- Bustamante, S. (2011), "Localización vs Normalización: Enfoques globales sobre la gestión socialmente responsable en las empresas multinacionales", *Revista de responsabilidad social de la empresa*, Vol. 7, pp. 165-206.
- Chen, M.; Green, W.; Conradie, P.; Konishi, N.; Romi, A. (2014), "The international integrated reporting framework: Key issues and future research opportunities", *Journal of International Financial Management and Accounting*, Vol. 25, Num. 1, pp. 90-119. doi: 10.1111/jifm.12015
- Coulmont, M.; Berthelot, S. (2015), "The financial benefits of a firm's affiliation with the UN Global Compact", *Business Ethics: A European Review*, Vol. 24, Issue 2, pp. 144-157. doi: 10.1111/beer.12087
- De la Cuesta, M.; Valor, C. (2013), "Evaluation of the environmental, social and governance information disclosed by Spanish listed companies", *Social Responsibility Journal*, Vol. 9, Num. 2, pp. 220-240. doi: 10.1108/SRJ-08-2011-0065

- Dobbers, P.; Springett, D. (2010), "Corporate Social Responsibility: Discourse, Narratives and Communication", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 17, pp. 63-69. doi: 10.1002/csr.231
- Druckman, P. (2012), "Comunicando valor con información concisa", *Revista AECA*, Vol. 100, pp. 8-12.
- Fathi, J. (2013), "The determinants of the quality of financial information disclosed by French listed companies", *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 4, Num. 2, pp. 319-336. doi: 10.5901/mjss.2013.v4n2p319
- Gallén, M.L.; Giner, B. (2014), "Las memorias de sostenibilidad GRI y los informes de progreso del pacto mundial: una comparación internacional", *Revista de responsabilidad social de la empresa*, Vol. 17, pp. 17-34.
- García-Pérez-de-Lema, D.; Duréndez, A.; Martínez-García, F.J. (2013), "Crecimiento, endeudamiento y rentabilidad de las empresas que realizan inversión directa exterior en España", *Información Comercial Española. Revista de Economía*, Num. 873, pp. 125-138.
- Gray, S.J.; Meek, G.K.; Roberts, C.B. (1995), "International Capital Market Pressures and Voluntary Annual Report Disclosures by U.S. and U.K. Multinationals", *Journal of International Financial Management and Accounting*, Vol. 6, Num. 1, pp. 43-68. doi: 10.1111/j.1467-646X.1995.tb00049.x
- Grüning, M. (2011), "Capital Market Implications of Corporate Disclosure: German Evidence", *Business Research*, Vol. 4, Num. 1, pp. 48-72. doi: 10.1007/BF03342726
- Habermas, J. (2002), "Teoría de la Acción Comunicativa I. Racionalidad de la acción y racionalización social", Taurus, México.
- Habermas, J. (2005), "Teoría de la Acción Comunicativa II. Crítica a la razón funcionalista", Taurus, México.
- Hahn, R.; Kühnen, M. (2013), "Determinants of sustainability reporting: A review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research", *Journal of Cleaner Production*, Num. 59, pp. 5-21. doi: 10.1016/j.jclepro.2013.07.005
- Healy, P.M.; Hutton, A.P.; Palepu, K.G. (1999), "Stock Performance and Intermediation Changes Surrounding Sustained Increases in Disclosure", *Contemporary Accounting Research*, Vol. 16, Num. 3, pp. 485-520. doi: 10.1111/j.1911-3846.1999.tb00592.x
- Kasperleit, T.; Lopatta, K. (2016), "The value relevance of SAM's corporate sustainability ranking and GRI sustainability reporting in the European Stock markets", *Business Ethics: A European Review*, Vol. 25, Issue 1, pp. 1-24. doi: 10.1111/beer.12079
- Kaur, H.; Arora, S. (2013), "An empirical investigation of the association between company attributes and disclosure score of Indian companies", *Indian Journal of Finance*, Vol. 7, Num. 9, pp. 44-53. doi: 10.17010/ijf/2013/v7i9/72093
- KPMG (2013), "The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013".
- KPMG (2014), "The KPMG Survey of business reporting".
- Leuz, C.; Verrecchia, R.E. (2000), "The economic consequences of increased disclosure", *Journal of Accounting Research*, Vol. 38, pp. 91-124. doi: 10.2307/2672910
- Lev, B. (1992), "Information disclosure strategy", *California Management Review*, Vol. 34, Num. 4, pp. 9-32. doi: 10.2307/41166701
- Levy, D. L.; Szejnwald, H.; De Jong, M. (2010), "The contested politics of corporate governance. The case of the Global Reporting Initiative", *Business and Society*, Vol. 49, Num. 1, pp. 88-115. doi: 10.1177/0007650309345420
- Lima Rodrigues, L. (2016), "Global financial crisis and corporate social responsibility disclosure", *Social Responsibility Journal*, Vol. 12, Issue 4, pp. 654-671. doi: 10.1108/SRJ-01-2016-0004
- Lodhia, S. (2015), "Exploring the transition to integrated reporting through a practice lens: An Australian customer owned bank perspective", *Journal of Business Ethics*, Vol. 129, Num. 3, pp. 585-598. doi: 10.1007/s10551-014-2194-8

Meek, G.K.; Gray, S.J. (1989), "Globalization of Stock Markets and Foreign Listings Requirements: Voluntary Disclosures by Continental European Companies Listed on the London Stock Exchange", *Journal of International Business Studies*, Vol. 20, Num. 2, pp. 315-336. doi: 10.1057/palgrave.jibs.8490854

Moroney, R.; Windsor, C.; Ting, Y. (2012), "Evidence of assurance enhancing the quality of voluntary environmental disclosures: an empirical analysis", *Accounting and Finance*, Vol. 52, Num. 3, pp. 903-939 doi: 10.1111/j.1467-629X.2011.00413.x

Nurbayati, R.; Taylor, G.; Rusmin, R.; Tower, G.; Chatterjee, B. (2016), "Factors determining social and environmental reporting by Indian textile and apparel firms: a test of legitimacy theory", *Social Responsibility Journal*, Vol. 12, Issue 1, pp. 167-189. doi: 10.1108/SRJ-06-2013-0074

O'Dwyer, B. (2002), "Managerial Perceptions of corporate social disclosure", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 15, Num. 3, pp. 406-436. doi: 10.1108/09513570210435898

Rasche, A.; Waddock, S. (2014), "Global Sustainability Governance and the UN Global Compact: A rejoinder to critics", *Journal of Business Ethics*, Vol. 122, Num. 2, pp. 209-216. doi: 10.1007/s10551-014-2216-6

Rodríguez-Ariza, L.; Frías, J.V.; García-Rubio, R. (2014), "El consejo de administración y las memorias de sostenibilidad", *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, Vol. 17, Num. 1, pp. 5-16. doi: 10.1016/j.rcsar.2013.02.002

Sengupta, P. (1998), *Corporate disclosure quality and the cost of debt*, *The Accounting Review*, Vol. 73, Num 4, pp. 459-474.

Shadewitz, H.; Niskala, M. (2010), "Communication via Responsibility Reporting and its effect on firm value in Finland", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 17, pp. 96-106. doi: dx.doi.org/10.1002/csr.234

Shi, Y.; Magnan, M.; Kim, J.B. (2012), "Do countries matter for voluntary disclosure? Evidence from cross-listed firms in the US", *Journal of International Business Studies*, Vol. 43, Num. 2, pp. 143-165. doi: 10.1057/jibs.2011.38

Vaz, N.; Fernández-Feijoo, B.; Ruiz, S. (2016): "Integrated reporting: an international overview", *Business Ethics: A European Review*, Vol. 25, Num. 4, pp. 577-591. doi: 10.1111/beer.12125

Vigneau, L.; Humphreys, M.; Moon, J. (2015), "How do firms comply with international sustainability standards? Processes and consequences of adopting the GRI", *Journal of Business Ethics*, Vol. 131, Issue 2, pp. 469-486. doi: 10.1007/s10551-014-2278-5

Voegtlin, C.; Pless, N.M. (2014), "Global Governance: CSR and the role of the UN Global Compact", *Journal of Business Ethics*, Vol. 122, Num. 2, pp. 179-192. doi: 10.1007/s10551-014-2214-8

White, A.L. (2006), "Why we need global standards for corporate disclosure?", *Law and contemporary problems*, Vol. 69, pp. 167-186.