

Análisis y factores de divulgación de información de sostenibilidad en páginas web de empresas cotizadas peruanas

Analysis and disclosure factors for sustainability reporting on web pages of peruvian listed companies

Recibido: 20/05/2020
Aceptado: 01/06/2021
Publicado: 06/12/2021

Julio César Hernández-Pajares
julio.hernandez@udep.edu.pe
<https://orcid.org/0000-0002-7481-2912>
Universidad de Piura, Perú

Camilla García Biel
camillaelizabeth.garciabiel@edhec.com
<https://orcid.org/0000-0002-7663-6211>
Universidad de Piura, Perú

Resumen

El objetivo de esta investigación es analizar la información de sostenibilidad publicada en las páginas web corporativas y estudiar los factores que determinan el nivel de divulgación de dicha información en empresas cotizadas peruanas en 2018. Para tales efectos, se realiza un análisis de contenido de páginas web de 151 empresas cotizadas para establecer un índice de cumplimiento de información de sostenibilidad y examinar si las variables tamaño, rentabilidad, naturaleza transnacional y tipo de actividad empresarial resultan determinantes en dicho índice. La investigación es de tipo cuantitativa, con alcance descriptivo y de diseño transversal. Se concluye que en las páginas web no se cumplen todos los criterios de divulgación establecidos y que el tamaño y el tipo de actividad empresarial son factores determinantes; además, el nivel de información no alcanza el total cumplimiento de los estándares de información internacional y regulaciones obligatorias y las empresas con mayores recursos y de sectores con importante impacto ambiental presentan una mayor divulgación.

Palabras clave: divulgación voluntaria, divulgación obligatoria, páginas web, reporte de sostenibilidad, responsabilidad social corporativa.



Abstract

The aim of this research is to analyze the sustainability reporting published on corporate websites and study the factors that determine the level of disclosure of such information in Peruvian listed companies for the year 2018. For this purpose, a content analysis of the web pages of 151 listed companies is carried out, and in this way, establish an index of compliance with sustainability report and examine whether the variables size, profitability, transnational nature and type of business activity are determining factors in this index. The research is of quantitative type, with descriptive scope and the design is transversal. It is determined that the websites do not meet all the established disclosure criteria; the size and type of business were determining factors. In addition, the level of information does not reach full compliance with international information standards or mandatory regulations, companies with greater resources and sectors with significant environmental impact present greater disclosure.

Keywords: voluntary disclosure, mandatory disclosure, web pages, sustainability report, corporate social responsibility.

Introducción

Las páginas web y redes sociales resultan formas alternativas de difundir la información corporativa y mejorar la divulgación y relación entre las empresas y sus grupos de interés. Además, han permitido asegurar una mayor transparencia institucional en aspectos sociales y ambientales (Jones et al., 1999; Juliá, et al., 2004; Moure, 2019; Tubay y De Leon, 2020). Esto significa que la información disponible sobre el desempeño de Responsabilidad Social Empresarial (RSE) y de sostenibilidad han posibilitado que los grupos de interés influyan en el desempeño social y ambiental de las empresas, las cuales buscan satisfacer sus expectativas (Branco y Rodrigues, 2006). Por otro lado, de acuerdo con la organización Global Reporting Initiative (GRI), la práctica más difundida sobre información de sostenibilidad son los reportes; que, como se demuestra en una amplia investigación, influyen en la mejora de la reputación de las organizaciones, atendiendo expectativas de las partes interesadas (Alonso-Almeida et al., 2015; Landrum y Ohsowski, 2018; Marimon et al., 2012; Moneva et al., 2007).

A pesar de ello, los objetivos de información de sostenibilidad por medio de páginas web no han sido del todo efectivos. Probablemente porque su uso no ha establecido una comunicación proactiva ni una mayor alternativa de interacción con los grupos de interés (Adams y Frost, 2006; Capriotti y Moreno, 2007; Coupland, 2006; Esrock y Leichty, 1998). Más aún, diversos investigadores consideran que empresas con importante impacto ambiental de industria de energía, petróleo e industriales utilizan sus páginas web corporativas como herramientas para buscar la legitimidad social de sus actividades relacionadas con el uso de recursos, gestión ambiental y social, en vez de aplicarlas como medios importantes de divulgación de gestión de sostenibilidad y diálogo con los grupos de interés (Chaudhri y Wang, 2007; Patten y Crampton, 2003; Unerman y Bennett, 2004).

Por ejemplo, en Latinoamérica los estudios sobre información de sostenibilidad se han realizado, principalmente, considerando la influencia del tipo de actividad empresarial y su relación con su impacto ambiental y social en industrias mineras, de energía y manufactureras que buscan legitimar sus actividades; también, indagaciones del impacto de la naturaleza transnacional de las empresas en la información (Calixto, 2013; Gómez-Villegas y Quintanilla, 2012; Moneva et al., 2019; Rabasedas et al., 2016).

En el Perú, estos estudios sobre información de sostenibilidad se enfocan en la naturaleza y los factores determinantes de reportes de acuerdo con la GRI bajo el marco de la teoría institucional y de legitimidad para empresas de actividad con mayor impacto ambiental y social (Hernández-Pajares et al., 2016; Hernández-Pajares, 2018; Jenkins y Yakovleva, 2006; Moneva et al., 2019; Nakasone, 2015). Investigaciones de los últimos años señalan un incremento en los reportes de sostenibilidad publicados por las empresas; no obstante, algunas de ellas no cumplen con los estándares exigidos por la GRI. Por ello, se recomienda mejorar la regulación vigente, con el fin de aumentar la calidad y la fiabilidad de la información de sostenibilidad divulgada por las empresas (Loza, 2020).

Por lo señalado, se plantea como objetivo de esta investigación analizar la información de sostenibilidad publicada en las páginas web corporativas, y estudiar los factores que determinan el nivel de divulgación de dicha información. Para establecer un índice de cumplimiento de información y sostenibilidad se realiza un análisis de contenido de las páginas web de 151 empresas cotizadas peruanas en la Bolsa de Valores de Lima del año 2018. De igual manera, se examina si las variables

tamaño, rentabilidad, naturaleza transnacional y tipo de actividad empresarial son determinantes en el nivel de cumplimiento de dicho índice de información.

Teorías sobre información de sostenibilidad

Considerando los antecedentes en Latinoamérica se adopta, para esta investigación, la teoría institucional y de la legitimidad, aplicadas con mayor incidencia en las investigaciones de esta región. En diversos estudios se sostiene una influencia institucional de empresas con actividad similar, especialmente en determinadas industrias como las de producción de energía, mineras y de petróleo, que aplican modelos similares de divulgación de sus actividades ambientales y sociales en sus reportes, en lugar de informar sobre una efectiva práctica de gestión de sostenibilidad (Gómez-Villegas y Quintanilla, 2012; Gómez-Vasquez y Borges-Tavárez, 2017; Hernández-Pajares et al., 2016; Hernández-Pajares, 2018; Rabasedas et al., 2016). Asimismo, en otras indagaciones se encuentra que determinadas industrias reciben, de parte de organizaciones no gubernamentales internacionales como las Naciones Unidas o GRI y asociaciones profesionales y empresariales, una notoria influencia institucional en los estándares de sus reportes de sostenibilidad (Alonso-Almeida et al., 2015; Calixto, 2013; Moneva et al., 2019; Perez-Batres et al., 2010).

Por otro lado, la teoría de legitimidad señala que las empresas buscan realizar acciones que la sociedad aprueba y legítima. De esta manera, el reporte de sostenibilidad busca informar desempeños positivos de sostenibilidad e influir en la percepción de los *stakeholders*, ajustándose a los valores o normas sociales que esperan los grupos de interés y mantener sus relaciones con ellos para mejorar su legitimidad corporativa (Bachmann y Ingenhoff, 2016; Moreno y Capriotti, 2006).

Las premisas anteriores se encuentran avaladas en el hecho de que, para el caso de los países en vías de desarrollo, aunque la regulación de información de sostenibilidad no se encuentra muy desarrollada, la influencia institucional de organizaciones no gubernamentales locales e internacionales y la de grupos de interés han sido clave en el desarrollo de dicha información (Chen y Bouvain, 2009; Momin y Parker, 2013; Orazalin y Mahmood, 2019; Wanderley et al., 2008). Puntualmente, se podría afirmar que, para el caso de empresas latinoamericanas, la influencia institucional de los entes reguladores gubernamentales se ha presentado de manera limitada en lugar de iniciativas de organizaciones no gubernamentales y asociaciones profesionales locales y transnacionales, las que han sido determinantes en el desarrollo

de normas y estándares adoptados por las empresas en su gestión en información de sostenibilidad (Alonso-Almeida et al., 2015; Garcia-Sanchez et al., 2016; Marimon et al., 2012; Moneva et al., 2019).

Información de sostenibilidad en páginas web

Las páginas web son una herramienta alternativa para la divulgación de información de sostenibilidad corporativa, ya que permiten comunicar de una manera económica y rápida, y actualizar la información de forma instantánea para transmitirla a un mayor número de grupos de interés y a futuros inversionistas (Wanderley et al., 2008; Esrock y Leichty, 2000). Se refieren, en mayor medida, al desempeño con los clientes y con la sociedad en general, con quienes buscan legitimarse mediante discursos positivos de RSE y con limitada información sobre gestión de sostenibilidad corporativa. Asimismo, estas herramientas también han estado dirigidas a informar sobre la responsabilidad de los productos y servicios que ofrecen, como se evidencia en empresas transnacionales que explotan recursos naturales (Branco y Rodrigues, 2006; Chaudhri y Wang, 2007; Patten y Crampton, 2003; Unerman y Bennett, 2004).

Los estudios de divulgación de información de sostenibilidad en páginas web y redes sociales en Latinoamérica son recientes; la investigación al respecto aún se encuentra en desarrollo por una falta de promoción y regulación en las empresas. Sin embargo, sí señalan, en mayor medida, la importancia de las comunicaciones sobre actividades de responsabilidad con las comunidades y colaboradores, frente a temas ambientales; asimismo, destacan la importancia de la influencia de los grupos transnacionales a los que pertenecen (Gómez-Vasquez y Borges-Tavárez, 2017; Correa-García et al., 2018; Morales-Parada et al., 2019).

Factores que influyen en la divulgación de información

Las investigaciones sobre información de sostenibilidad en páginas web también se han referido a estudios sobre factores corporativos de información social y ambiental, como el tamaño y rentabilidad relacionados con los costos de agencia y asimetría de la información. Con respecto al tamaño de las empresas, se encuentra una relación significativa con la información divulgada por empresas cotizadas en bolsa de valores. Esto se debe a la necesidad de reducir los costos de agencia con inversionistas y acreedores y mejorar su reputación (Bonsón y Escobar, 2004; Ettredge et al., 2002; García-Borbolla y López, 2009; Maldonado-García et al., 2012).

De hecho, se espera que entidades más grandes y con mayores recursos presenten mayor transparencia, mediante sus páginas web, con sus distintos grupos de interés; para de esa manera, legitimarse con la sociedad como consecuencia de sus actividades de gran impacto social y ambiental (Branco et al., 2014; Darus et al., 2013; Esrock y Leichty, 1998; Tubay y De Leon, 2020).

El vínculo entre el desempeño y el nivel de divulgación en Internet ha sido objeto de un estudio más amplio. No obstante, en la literatura no se encuentra un consenso de relación significativa entre el grado de rentabilidad y el nivel de revelación en páginas web. En algunos casos, como los estudios de Larrán y Giner (2002) la relación es positiva. En contraposición, Oyelere et al. (2003), Marston y Polei (2004) y Gallego et al. (2009), encuentran que el mayor rendimiento de algunas empresas no se corresponde con un mayor incentivo de divulgación. En cuanto a información sobre sostenibilidad en páginas web se encuentra relación positiva, es decir, las empresas con mayor rendimiento están interesadas en informar a sus grupos de interés, principalmente accionistas, sobre su desempeño de sostenibilidad (Darus et al., 2013; Neu et al., 1998; Tagesson et al., 2009).

La naturaleza internacional de las empresas respecto de sus accionistas, su pertenencia a grupos transnacionales y la existencia de relación con grupos de interés extranjeros resultan una influencia institucional determinante en la información de sostenibilidad en páginas web (Calixto, 2013; Chapple y Moon, 2005; Correa-Garcia et al., 2018; Darus et al., 2013; Gómez-Villegas y Quintanilla, 2012).

La actividad empresarial o tipo de industria es una variable que frecuentemente se ha estudiado como factor de incidencia en la información divulgada por las empresas, considerando a sus grupos de interés específicos (Bonsón y Escobar, 2004; Chen y Bouvain, 2009; Ettredge et al., 2002). Para el caso de información de sostenibilidad en páginas web, existe relación entre el tipo de actividad empresarial y la información divulgada, es así que industrias más vulnerables y con alto riesgo por impacto social y ambiental, y visibilidad con sus consumidores y comunidad, están más incentivadas a publicar información de sostenibilidad y de RSE para mitigar dicho riesgo (Branco y Rodrigues, 2006; Branco et al., 2014; Correa-Garcia et al., 2018; Wanderley et al., 2008).

En consecuencia y sobre la base de estos antecedentes teóricos se plantean las siguientes hipótesis:

H1: El tamaño de las empresas influye en el nivel de divulgación de información de sostenibilidad en las páginas web.

H2: La rentabilidad de las empresas influye en el nivel de divulgación de información de sostenibilidad en las páginas web.

H3: La naturaleza transnacional de las empresas influye en el nivel de divulgación de información de sostenibilidad en las páginas web.

H4: El tipo de actividad empresarial influye en el nivel de divulgación de información de sostenibilidad en las páginas web.

Metodología

Es una investigación de tipo cuantitativa, con alcance descriptivo de los aspectos de sostenibilidad divulgados y su relación con las variables independientes consideradas. El diseño es transversal para las publicaciones en las páginas web en el año 2018. En el análisis multivariante se realizó una regresión lineal múltiple para medir la relación con el tamaño de las empresas, la rentabilidad, la naturaleza transnacional y la actividad empresarial en el nivel de divulgación de información de sostenibilidad en páginas web corporativas.

La población la constituyen todas las empresas listadas en la Bolsa de Valores de Lima, cuyo número asciende a 260 para el año 2018. Debido a su regulación de información específica y para un mejor análisis comparativo se exceptuaron aquellas correspondientes a sociedades *holding*, seguros, fondo de pensiones, fondos de inversión (Rodríguez-Domínguez et al., 2010). Del mismo modo, se excluyeron las empresas en liquidación o en proceso de reestructuración y las que no contaban con una página web activa en el año 2018. Finalmente, la muestra resultante es de 151 empresas.

En la Tabla 1 se presentan los criterios de evaluación para las webs corporativas de las empresas (Gandía, 2002; Moreno y Capriotti, 2006; Rodríguez-Domínguez et al., 2010; Sanz y Hernández-Pajares, 2007). Cada criterio se mide con una variable dicotómica de valor 0 si no presenta información y 1 si la presenta. La variable dependiente, relacionada con la divulgación de información de sostenibilidad en páginas web corporativas, se determinó mediante la elaboración de un índice de cumplimiento: el promedio de las incidencias de cumplimiento de criterios sobre el número total de criterios (Bonsón y Escobar, 2004; Darus et al., 2013; Larrán y Giner 2002).

Los criterios evaluados corresponden a las categorías de desempeño y estrategia de sostenibilidad divulgados en las páginas web; la información de sostenibilidad en las memorias anuales publicadas en las páginas web y los reportes de RSE o sostenibilidad publicados (Branco y Rodrigues, 2006; Darus et al., 2013; Esrock y Leichty, 1998; Moreno y Capriotti, 2009).

Tabla 1

Criterios de sostenibilidad analizados en las páginas web corporativas

Variables	Definición
Objetivos estratégicos de sostenibilidad	Información de RSE y objetivos estratégicos de sostenibilidad detallados en las páginas web.
Información social	Información sobre desempeño social divulgado en las páginas web.
Información ambiental	Información sobre desempeño ambiental divulgado en las páginas web.
Información de sostenibilidad en memoria anual	Información sobre desempeño de sostenibilidad en la memoria Anual publicada en la página web.
Reporte obligatorio	Reporte Obligatorio de Sostenibilidad Corporativa publicado en la página web.
Reporte voluntario	Reporte GRI y otros reportes de sostenibilidad «no-GRI» publicado en la página web.

Las variables independientes se determinaron según el tamaño de las empresas. El valor de los activos del año 2017, previo al análisis de páginas web, obtenidos de los estados financieros (Esrock y Leichty, 1998; Venturelli et al., 2017). Luego, en el caso de la medición de la rentabilidad, se aplicaron las variables de Rentabilidad sobre Patrimonio (ROE) y de Rentabilidad sobre Activos (ROA) medidos de la información financiera para los periodos 2016 y 2017, previos al año de estudio de páginas web (Cheng et al., 2016; Wang y Bansal, 2012).

El análisis del efecto del tipo de actividad o industria se basó en la división sectorial sugerida por la Bolsa de Valores de Lima que incluye actividad agroindustrial, financiera, comercial, inmobiliario/construcción, industrial, minería/petróleo, servicios y servicios públicos (Correa-García et al., 2018; Matuszak y

Rózanska, 2017; Sial et al., 2018; Venturelli et al., 2017). Para el estudio relacional, las actividades se combinaron en una variable categórica (Matuszak y Rózanska, 2017; Venturelli et al., 2017). Representa dos grupos: el primero, actividades empresariales con un alto impacto de sostenibilidad, al que se le asigna valor 1 (agroindustrial, inmobiliario/construcción, industrial, minería/petróleo, servicios públicos); el segundo, actividades con bajo impacto, al que se le asigna valor 0 (financiero, comercial, servicios) (Matuszak y Rózanska, 2017; Venturelli et al., 2017).

Finalmente, para medir la naturaleza transnacional de las empresas (Hernández-Pajares, 2018), se consideró una variable dicotómica de valor 1 si pertenece a un grupo transnacional y 0 si no pertenece.

Resultados

Análisis descriptivo

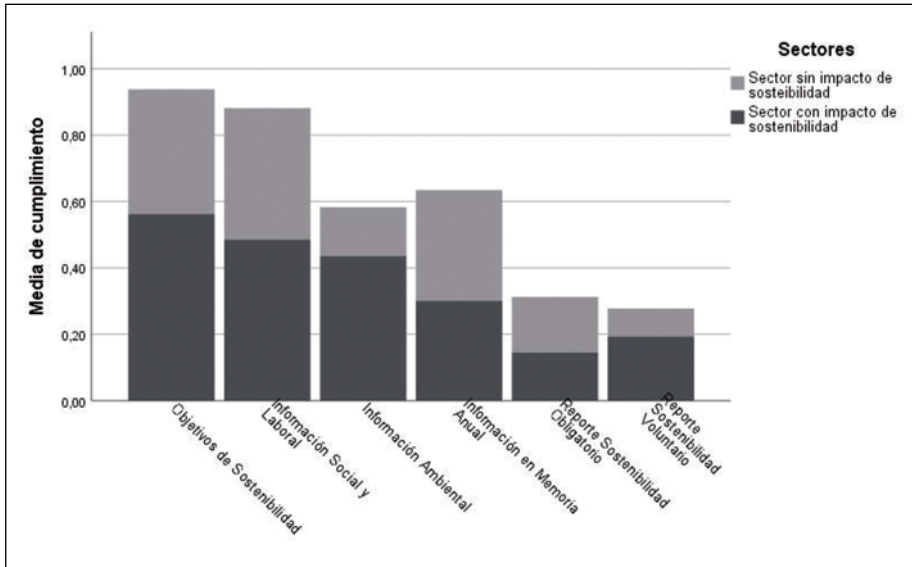
En la Figura 1 se observa el nivel de divulgación de aspectos de sostenibilidad en páginas web corporativas. El aspecto más divulgado es el de objetivos de sostenibilidad descrito en los lineamientos generales, como la visión y la misión de la empresa. Los aspectos de información divulgada se obtienen en un primer acceso a la página web como información general, y en un segundo acceso, en los links sobre información de sostenibilidad de algunas páginas webs corporativas.

El cumplimiento de información por grupo de sectores, con y sin impacto de sostenibilidad, muestra que la información sobre objetivos de sostenibilidad social, ambiental y reporte voluntario es mayor para las empresas con mayor impacto por su actividad. Un aspecto a destacar en el nivel de cumplimiento de divulgación es la información social, que compete a las actividades que responden a necesidades de colaboradores en sus condiciones laborales, ayudas comunitarias y actividades filantrópicas como principales grupos de interés (Correa-García et al., 2018; Chaudhri y Wang, 2007; Coupland, 2006).

Además, en las páginas web de las empresas estudiadas se presenta bajo nivel de información y accesos a reportes de sostenibilidad voluntarios; por ejemplo, en la GRI, lo que evidencia que está aún en desarrollo la divulgación de estos tipos de informes de sostenibilidad (Correa-García et al., 2018; Djajadikerta y Trireksani, 2012; Loza, 2020; Morales-Parada et al., 2019).

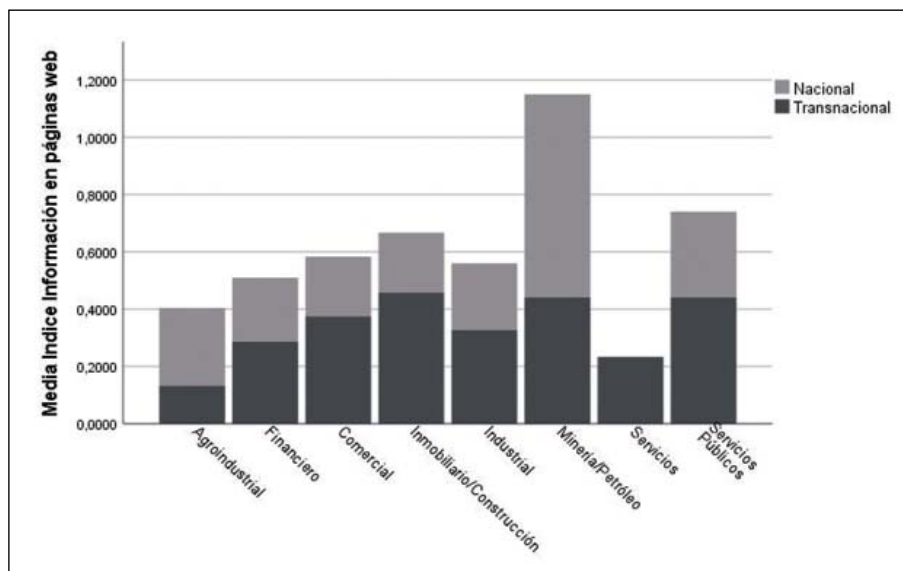
Figura 1

Nivel de cumplimiento de aspectos de sostenibilidad en páginas web corporativas



Por otra parte, en la Figura 2 se muestra el nivel de divulgación de información de RSE y sostenibilidad en las páginas web clasificadas por su naturaleza transnacional y actividad empresarial. Se observa que el índice de divulgación de los criterios es mayor para las empresas mineras, de construcción y de servicios públicos (energía, gas y petróleo). Resulta evidente la mayor divulgación de información de sostenibilidad en sus páginas web de estas empresas, debido al gran impacto ambiental y social que genera la naturaleza de sus actividades; el caso de las mineras es el más notable (Djajadikerta y Trireksani, 2012; Jenkins y Yakovleva, 2006; Matuszak y Rózanska, 2017).

Se observa, en la Figura 2, que las empresas de naturaleza transnacional presentan una mayor información en las páginas web corporativas para el caso de las empresas comerciales, construcción, industriales y servicios (telecomunicaciones, energía y gas) con una fuerte inversión extranjera. Aparte de ello, los sectores minero y agroindustrial, a pesar de presentar un importante capital local, muestran también una relevante información de sostenibilidad. Estos resultados se explican por la influencia institucional para las empresas que pertenecen a grupos transnacionales de sectores de servicios públicos (energía, gas y petróleo) e industriales principalmente (Alonso-Almeida et al., 2015; Hernández-Pajares, 2018; Marimon et al., 2012; Wanderley et al., 2008).

Figura 2*Nivel de información de sostenibilidad en páginas web por actividad*

Análisis relacional

Con respecto al análisis de determinantes de cumplimiento de información de sostenibilidad en las páginas web, en la Tabla 2 se muestran los estadísticos descriptivos de las variables numéricas independientes y dependientes. La rentabilidad sobre activos promedio disminuyó para los años 2016 y 2017 de 9% a 4%. En cambio, la rentabilidad sobre patrimonio se mantiene en 10% y 11% para los años 2016 y 2017 respectivamente. El índice de información muestra una media solo del 32% de nivel de cumplimiento de divulgación de los aspectos medidos por las empresas, aspecto que se había resaltado en el análisis descriptivo.

En la Tabla 3 se muestran los resultados de la regresión múltiple para la variable nivel de información en páginas web. Se aprecia un nivel de significancia del 1% en el tamaño de las empresas, es un factor determinante de revelación de sostenibilidad, por lo que se rechaza la primera hipótesis. Esto es consistente con estudios en los que las empresas de mayor tamaño y disponibilidad de recursos muestran una mayor divulgación de información de sostenibilidad en sus páginas web a sus grupos de interés (Bonsón y Escobar, 2004; Ettredge et al., 2002; García-Borbolla y López, 2009; Maldonado-García et al., 2012).

Tabla 2
Estadísticos descriptivos

Variable	N	Mínimo	Máximo	Media	Desviación estándar
Rentabilidad de activos 2017	151	-0.3224	0.4511	0.0413	0.0864
Rentabilidad de Patrimonio 2017	151	-0.9118	1.9596	0.1098	0.2592
Rentabilidad de activos 2016	151	-0.9759	4.7044	0.0916	0.4716
Rentabilidad de Patrimonio 2016	151	-14471	1.3981	0.1034	0.2543
Índice de Información	151	0.0000	1.0000	0.3212	0.3062
Tamaño Activos 2017 (Miles UM)	151	4.049	12.9217.99	4.756.994	14.187.03

La influencia de los indicadores de rentabilidad y desempeño en el nivel de información en páginas web del año 2018 muestra que en la rentabilidad de activos (ROA) y de patrimonio (ROE) para los años 2016 y 2017 no se verifican determinantes de forma significativa al 1% y 5%, por lo que se rechaza la segunda hipótesis. Estos resultados no coinciden con los estudios de Cheng et al. (2016), Branco y Rodrigues (2006) y Sial et al. (2018) que señalan que el rendimiento y la disponibilidad de recursos influyen en la divulgación de información de sostenibilidad.

La naturaleza internacional, debido a la intervención de accionistas de países extranjeros, no constituye un factor determinante en el nivel de información de sostenibilidad en páginas web, por lo que la tercera hipótesis se rechaza. Estos resultados no coinciden con otros estudios, en los que la influencia institucional de grupos transnacionales es determinante en esta información (Calixto, 2013; Correa-García et al., 2018; Darus et al., 2013; Gómez-Villegas y Quintanilla, 2012; Rabasedas et al., 2016).

Finalmente, con relación a la actividad empresarial y el nivel de información de sostenibilidad en las páginas web, se observa en la Tabla 3 que representa el 1%. Las empresas con mayor impacto social y ambiental se muestran más incentivadas a brindar detallada información de sostenibilidad. De acuerdo a estos resultados se acepta la cuarta hipótesis (Branco et al., 2014; Correa-García et al., 2018).

Tabla 3
Panel de Regresión Lineal del nivel de información de sostenibilidad en páginas web

Variables	Índice de información en páginas web
Tamaño Ln Activos 2017	0.089*** (0.013)
Rentabilidad Activos ROA 2016	0.001 (0.048)
Rentabilidad Activos ROA 2017	0.854 (0.481)
Rentabilidad Patrimonio ROE 2016	0.067 (0.107)
Rentabilidad Patrimonio ROE 2017	-0.330 (0.179)
Transnacional	0.038 (0.045)
Sectores	0.137*** 0.047
Observaciones	151
R-cuadrado	0.299
F	8.717
<i>p</i>	0.000

Nota. Error estándar en paréntesis; *** $p < 0.01$, ** $p < 0.05$

Discusión

Se encuentra bajo nivel de cumplimiento de divulgación de los criterios de información de sostenibilidad establecidos en las páginas web con un promedio de 32% (ver Tabla 2). Asimismo, en la Figura 1 se muestra que, a pesar de que las empresas en mayor medida describen los objetivos de sostenibilidad e información social en sus páginas web, su desempeño de sostenibilidad no cumple el mismo nivel de información, como es el caso de desempeño ambiental, divulgación en memorias anuales y publicaciones de sus reportes de sostenibilidad voluntarios y obligatorios. En efecto, se determina que las páginas web no son un medio de comunicación y reporte de desempeño de sostenibilidad muy difundido entre las empresas cotizadas peruanas y que todavía se encuentran en desarrollo. Como resultado del cumplimiento normativo por una influencia institucional de estándares promovidos por organizaciones internacionales o empresas que realizan la misma actividad empresarial (Alonso-Almeida et al., 2015; Calixto, 2013; Momin y Parker, 2013; Moneva et al., 2019; Orazalin y Mahmood, 2019; Perez-Batres et al., 2010).

El distinto nivel de divulgación entre la declaración de objetivos de sostenibilidad y las prácticas de desempeño social y ambiental (ver Figura 1) y la mayor difusión de información de desempeño ambiental y social solo en empresas de actividades con mayor impacto de sostenibilidad como son las mineras, de servicios públicos (energía), de construcción y manufactureras (ver Figura 2) explicaría que la divulgación resulta condicionada al afán de alcanzar legitimidad y no ofrece, en la mayoría de casos, una información de gestión y desempeño de sostenibilidad (Adams y Frost, 2006; Coupland, 2006; Chaudhri y Wang, 2007). Esto enfatiza la teoría de la legitimidad en el sentido de que los resultados encontrados para las empresas estudiadas señalan una búsqueda de la mejora de su reputación con grupos de interés como colaboradores, comunidades y sociedad (Branco y Rodrigues, 2006; Unerman y Bennett, 2004).

Definitivamente, el análisis descriptivo (ver Figura 2) y el análisis relacional (ver Tabla 3) señalan que las empresas con actividades de mayor impacto de sostenibilidad tienen un mayor incentivo de divulgación de aspectos ambientales y sociales (Correa-García et al., 2018; Matuszak y Rózanska, 2017; Venturelli et al., 2017). El caso peruano, donde la actividad minera y de servicios públicos de energía, petróleo, gas y agua conforman sectores con un fuerte impacto ambiental y social con las

comunidades donde operan, presentan una mayor divulgación de dichos aspectos con el fin de legitimar sus actividades en cierta manera (Branco et al., 2014; Correa-García et al., 2018; Hernández-Pajares, 2018; Hernández-Pajares et al., 2016; Jenkins y Yakovleva, 2006; Moneva et al., 2019). Esto crea una necesidad de rendir cuenta a los distintos grupos de interés y a los inversionistas con el objetivo de legitimar su gestión ambiental y con las comunidades (mineras) o mostrar su gestión responsable en el uso de recursos como energía y agua (servicios públicos y construcción) (Djajadikerta y Trireksani, 2012; Gifford y Kestler, 2008; Slack, 2012).

La relación significativa entre el tamaño de las empresas y su información de sostenibilidad en sus páginas web (ver Tabla 3) se puede explicar en el sentido que las empresas con grandes recursos, experiencia y con mayores grupos de interés utilizan la información para legitimar sus desempeños de sostenibilidad con sus colaboradores, clientes y comunidad con el fin de inspirar y asegurar la confianza en la organización y reducir los costos de agencia con los inversionistas (Branco et al., 2014; Bonsón y Escobar, 2004; Darus et al., 2013).

Los resultados de la Tabla 3 no evidencian relación entre el rendimiento anterior y la posterior información de desempeño de sostenibilidad. Eso significa que las empresas con mayor rendimiento tienen menos incentivos de informar posteriormente su desempeño de sostenibilidad. Tal resultado contradice estudios que sostienen que a las empresas rentables les interesa mostrar a sus grupos de interés, principalmente a accionistas en un mercado no muy desarrollado, su desempeño de sostenibilidad como una ventaja competitiva y reafirmar su confianza (Branco et al., 2014; Darus et al., 2013; Tagesson et al., 2009).

Conclusiones

Este estudio exploratorio tiene por objetivo evaluar el nivel de divulgación de información de sostenibilidad de empresas peruanas cotizadas en páginas web y sus factores. Tras observar que el nivel de información no alcanza el total cumplimiento de los estándares de información internacional como la GRI o los requerimientos obligatorios de la normativa local o internacional, se concluye que las empresas de mayor tamaño –con mayores recursos y presencia en el mercado– presentan una mayor difusión de información. Además, estas grandes empresas, que presentan actividades con un importante impacto de sostenibilidad en aspectos ambientales, como

minería, industria, construcción y servicios públicos (energía, petróleo y gas), con sus trabajadores y con las comunidades, presentan una mayor información como una forma de legitimación (Alonso-Almeida et al., 2015; Marimon et al., 2012; Rabasedas et al., 2016).

La divulgación de información en páginas web, a pesar de presentar una importante influencia institucional normativa, está orientada en gran medida solo sobre planteamiento de objetivos sobre aspectos positivos de desempeño y no se observa en la mayoría de casos un similar nivel de difusión que las prácticas de gestión ambiental y social, y un alto nivel de publicación de reportes de sostenibilidad que permita una interacción o diálogo con grupos de interés. Esto implica que el nivel de transparencia informativa de sostenibilidad aún se encuentra en desarrollo en el Perú como en otros países de la región (Correa-García et al., 2018; Gómez-Vasquez y Borges-Tavárez, 2017; Morales-Parada et al., 2019).

A diferencia de los estudios previos, como los de Tagesson et al. (2009) y Darus et al. (2013), no se encuentra relación entre las empresas con mayor rendimiento una mayor divulgación de información de desempeño de sostenibilidad a sus grupos de interés o inversionistas para sus decisiones. De esta manera, el cumplimiento normativo de divulgación de sostenibilidad se justifica más por una influencia institucional. En tal sentido, se considera importante una mayor influencia de entes reguladores, asociaciones profesionales para la elaboración y divulgación de información de sostenibilidad corporativa, que permita una mejor relación con sus grupos de interés, por parte de las empresas peruanas y de la región (García-Sánchez et al., 2016; Moneva et al., 2019; Loza, 2020).

Por último, las nuevas herramientas de comunicación en Internet, como son las páginas web y redes sociales, se encuentran en pleno desarrollo en las empresas (Gómez-Vasquez y Borges-Tavárez, 2017; Moure, 2019). Por ello, las implicancias de este estudio sugieren una mayor investigación de la información de sostenibilidad no solo en páginas web, sino también en redes sociales durante un mayor periodo de tiempo para evaluar su desempeño mediante análisis cualitativos de contenidos; y además, estudios comparativos con países de economías emergentes de la región.

Referencias

- Adams, C. A. y Frost, G. R. (2006). Accessibility and functionality of the corporate Web site: implications for sustainability reporting. *Business Strategy and the Environment*, 15(4), 275-287. <https://doi.org/10.1002/bse.531>
- Alonso-Almeida, M., Marimon, F. y Llach, J. (2015). Difusión de las memorias de sostenibilidad en Latinoamérica: análisis territorial y sectorial. *Estudios Gerenciales*, 31(135), 139-149. <https://doi.org/10.1016/j.estger.2015.01.002>
- Bachmann, P. y Ingenhoff, D. (2016). Legitimacy through CSR disclosures? The advantage outweighs the disadvantages. *Public Relations Review*, 42(3), 386-394. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2016.02.008>
- Bonsón, E. y Escobar, T. (2004). La difusión voluntaria de información financiera en WebWebt. Un análisis comparativo entre Estados Unidos, Europa del Este y la Unión Europea. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 33(123), 1063-1101. <https://doi.org/10.1080/02102412.2004.10779539>
- Branco, M. C. y Rodrigues, L. L. (2006). Communication of Corporate Social Responsibility by Portuguese Banks: A Legitimacy Theory Perspective. *Corporate Communications: An International Journal* 11(3), 232-248. <https://doi.org/10.1108/13563280610680821>
- Branco, M. C., Delgado, C., Sá, M. y Sousa, C. (2014). Comparing CSR communication on corporate web sites in Sweden and Spain. *Baltic Journal of Management*, 9(2), 231-250. <https://doi.org/10.1108/BJM-10-2013-0151>
- Calixto, L. (2013). A divulgação de relatórios de sustentabilidade na América Latina: um estudo comparativo. *Revista de Administração*, 48(4), 828-842. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0080210716303119>
- Capriotti, P. y Moreno, A. (2007). Corporate citizenship and public relations: The importance and interactivity of social responsibility issues on corporate Websites. *Public relations review*, 33(1), 84-91. <https://doi.org/10.1016/j.pubrev.2006.11.012>
- Chapple, W. y Moon, J. (2005). Corporate social responsibility (CSR) in Asia: A seven-country study of CSR web site reporting. *Business & Society*, 44(4), 415-441. <https://doi.org/10.1177/0007650305281658>
- Chaudhri, V. y Wang, J. (2007). Communicating corporate social responsibility on the internet: A case study of the top 100 information technology companies in India. *Management Communication Quarterly*, 21(2), 232-247. <https://doi.org/10.1177/0893318907308746>

- Chen, S. y Bouvain, P. (2009). Is corporate responsibility converging? A comparison of corporate responsibility reporting in the USA, UK, Australia, and Germany. *Journal of Business Ethics*, 87(1), 299-317. <https://doi.org/10.1007/s10551-008-9794-0>
- Cheng, S., Lin, K. y Wong, W. (2016). Corporate social responsibility reporting and firm performance: evidence from China. *Journal of Management & Governance*, 20(3), 503-523. <https://doi.org/10.1007/s10997-015-9309-1>
- Correa-Garcia, J. A., Garcia-Benau, M. A. y Garcia-Meca, E. (2018). CSR communication strategies of Colombian business groups: An analysis of corporate reports. *Sustainability*, 10(5), 1602. <https://doi.org/10.3390/su10051602>
- Coupland, C. (2006). Corporate social and environmental responsibility in web-based reports: Currency in the banking sector? *Critical perspectives on accounting*, 17(7), 865-881. <https://doi.org/10.1016/j.cpa.2005.01.001>
- Darus, F., Hamzah, E. y Yusoff, H. (2013). CSR web reporting: The influence of ownership structure and mimetic isomorphism. *Procedia Economics and Finance*, 7, 236-242. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(13\)00240-2](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(13)00240-2)
- Djajadikerta, G. y Trireksani, T. (2012). Corporate social and environmental disclosure by Indonesian listed companies on their corporate web sites. *Journal of Applied Accounting Research*, 13(1), 21-36. <https://doi.org/10.1108/09675421211231899>
- Ettredge, M., Richardson V. y Scholz, S. (2002). Dissemination of information for investors at corporate Web sites. *Journal of Accounting and Public Policy* 21, 357-369. [https://doi.org/10.1016/S0278-4254\(02\)00066-2](https://doi.org/10.1016/S0278-4254(02)00066-2)
- Esrock, S. L. y Leichty, G. B. (1998). Social responsibility and corporate Web pages: self-presentation or agenda-setting? *Public relations review*, 24(3), 305-319. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(99\)80142-8](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(99)80142-8)
- Esrock, S. L. y Leichty, G. B. (2000). Organization of corporate web pages: Publics and functions. *Public Relations Review*, 26(3), 327-344. [https://doi.org/10.1016/S0363-8111\(00\)00051-5](https://doi.org/10.1016/S0363-8111(00)00051-5)
- Gandía, J. L. (2002). La divulgación de información sobre intangibles en Internet: evidencia internacional. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 31(113), 767-802. <https://doi.org/10.1080/02102412.2002.10779461>
- Gallego, I., García, I. M. y Rodríguez, L. (2009). La eficacia del gobierno corporativo y la divulgación de información en Internet. *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la Empresa*, 15(1), 109-135. [https://doi.org/10.1016/S1135-2523\(12\)60081-1](https://doi.org/10.1016/S1135-2523(12)60081-1)
- García-Borbolla, A. y López, R. (2009). *La divulgación de información financiera en la web corporativa de empresas cotizadas: un estudio evolutivo*. En XV Congreso AECA,

- Valladolid, España. http://www.aeca1.org/pub/on_line/comunicaciones_xvcongresoaecca/cd/98g.pdf
- García-Sánchez, I. M., Cuadrado-Ballesteros, B. y Frias-Aceituno, J. V. (2016). Impact of the institutional macro context on the voluntary disclosure of CSR information. *Long Range Planning*, 49(1), 15-35. <https://doi.org/10.1016/j.lrp.2015.02.004>
- Gifford, B. y Kestler, A. (2008). Toward a theory of local legitimacy by MNEs in developing nations: Newmont mining and health sustainable development in Peru. *Journal of International Management* 14, 340-352. <https://doi.org/10.1016/j.intman.2007.09.005>
- Gómez, L. M. y Borges-Tavárez, R. W. (2017). CSR Online Communication in Latin America: An Analysis of Social Media Platforms. *Developments in Corporate Governance and Responsibility*, 11, 113-132. <https://doi.org/10.1108/S2043-052320170000011006>
- Gómez-Villegas, M. y Quintanilla, D. (2012). Los informes de responsabilidad social empresarial: su evolución y tendencias en el contexto internacional y colombiano. *Cuadernos de Contabilidad*, 13(32), 121-158. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuacont/article/view/3894>
- Hernández-Pajares, J. (2018). Influencia de la naturaleza internacional de empresas peruanas en su información de sostenibilidad. *Revista de Comunicación*, 17(1), 74-92. <https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-A4>
- Hernández-Pajares, J., Venegas, C. y Alvarado, L. (2016). Factores de información medioambiental de las empresas mineras peruanas. *CAPIC REVIEW*, 14, 29-38. <https://doi.org/10.35928/cr.vol14.2016.30>
- Jenkins, H. y Yakovleva, N. (2006). Corporate social responsibility in the mining industry: Exploring trends in social and environmental disclosure. *Journal of cleaner production*, 14(3-4), 271-284. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2004.10.004>
- Jones, K., Alabaster, T. y Hetherington, K. (1999). Internet-Based Environmental Reporting. *Greener Management International*, 26, 69-90. <https://www.jstor.org/stable/45259454>
- Juliá, J., García, G. y Polo, F. (2004). La información divulgada a través de Internet por las cooperativas. *CIRIEC-España, Revista de economía pública, social y cooperativa*, 49, 167-192. http://ciriec-revistaeconomia.es/wp-content/uploads/07_Julia_et_al_49.pdf
- Landrum, N. y Ohsowski, B. (2018). Identifying worldviews on corporate sustainability: a content analysis of corporate sustainability reports. *Business Strategy and the Environment*, 27(1), 128-151. <https://doi.org/10.1002/bse.1989>
- Larrán, M. y Giner, B. (2002). The use of the Internet for corporate reporting by Spanish companies. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 2(1), 53-82. <http://hdl.handle.net/10272/1492>

- Loza, C. R. (2020). Sustainability reporting quality of peruvian listed companies and the impact of regulatory requirements of sustainability disclosures. *Sustainability*, 12(3), 1135. <https://doi.org/10.3390/su12031135>
- Maldonado-García, S., Escobar-Váquiro, N. y Marín-Gaviria, M. P. (2012). Divulgación de información contable-financiera en el sitio web de empresas cotizadas de Chile y México: un estudio exploratorio. *Cuadernos de Contabilidad*, 13(33), 395-341. <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/cuacont/article/view/4260>
- Marimon, F., Alonso-Almeida, M., Rodríguez, M. y Alejandro, K. (2012). The worldwide diffusion of the global reporting initiative: what is the point? *Journal of Cleaner Production*, 33, 132-144. <https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2012.04.017>
- Marston, C. y Polei, A. (2004). Corporate reporting on the Internet by German companies. *International Journal of Accounting Information Systems*, 5(3), 285-311. <https://doi.org/10.1016/j.accinf.2004.02.009>
- Matuszak, L. y Rózanska, E. (2017). CSR disclosure in Polish-listed companies in the light of Directive 2014/95/EU requirements: Empirical evidence. *Sustainability*, 9(12), 2304. <https://doi.org/10.3390/su9122304>
- Momin, M. A. y Parker, L. D. (2013). Motivations for corporate social responsibility reporting by MNC subsidiaries in an emerging country: The case of Bangladesh. *The British Accounting Review*, 45(3), 215-228. <https://doi.org/10.1016/j.bar.2013.06.007>
- Moneva, J. M., Rivera-Lirio, J. M. y Muñoz-Torres, M. J. (2007). The corporate stakeholder commitment and social and financial performance. *Industrial Management & Data Systems*, 107(1), 84-102. <https://doi.org/10.1108/02635570710719070>
- Moneva, J. M., Jara-Sarrúa, L., Hernández-Pajares, J. y Del Barco, J. P. (2019). Chapter six. The disclosure of social issues in Latin American sustainability reports: an exploration of their disclosure in Argentina, Chile, and Peru. *The Disclosure and Assurance of Corporate Social Responsibility: A Growing Market*, (135-174). Cambridge Scholars Publishing.
- Morales-Parada, F., Höllander-Sanhueza, R. y Varela-Castro, C. (2019). Análisis comparativo de la divulgación corporativa en sitios web en una muestra de empresas cotizadas del mercado peruano y chileno. *Contabilidad y Negocios*, 14(27), 6-21. <https://doi.org/10.18800/contabilidad.201901.001>
- Moreno, A. y Capriotti, P. (2006). La comunicación de las empresas españolas en sus Webs corporativas. Análisis de la información de responsabilidad social, ciudadanía corporativa y desarrollo sostenible. *ZER: Revista de Estudios de Comunicación*, 21, 47-62. <https://ojs.ehu.es/index.php/Zer/article/view/3718>

- Moreno, A. y Capriotti, P. (2009). Communicating CSR, citizenship and sustainability on the web. *Journal of Communication Management*, 13(2), 157-175. <https://doi.org/10.1108/13632540910951768>
- Moure, R. C. (2019). CSR communication in Spanish quoted firms. *European Research on Management and Business Economics*, 25(2), 93-98. <https://doi.org/10.1016/j.iedeen.2019.02.002>
- Nakasone, G. (2015). Environmental accounting in Peru: A proposal based on the sustainability Reporting in the mining, oil and gas industries. *Contabilidad y Negocios*, 10(19), 5-26. <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/contabilidadyNegocios/article/view/14085>
- Neu, D., Warsame, H. y Pedwell, K. (1998). Managing public impressions: environmental disclosures in annual reports. *Accounting, organizations and society*, 23(3), 265-282. [https://doi.org/10.1016/S0361-3682\(97\)00008-1](https://doi.org/10.1016/S0361-3682(97)00008-1)
- Oyelere, P., Laswad, F. y Fisher, R. (2003). Determinants of Internet financial reporting by New Zealand companies. *Journal of International Financial Management and Accounting*, 14(1), 26-63. <https://doi.org/10.1111/1467-646X.00089>
- Orazalin, N. y Mahmood, M. (2019). Determinants of GRI-based sustainability reporting: evidence from an emerging economy. *Journal of Accounting in Emerging Economies*, 10(1), 140-164. <https://doi.org/10.1108/JAEE-12-2018-0137>
- Patten, D. M. y Crampton, W. (2003). Legitimacy and the Internet: an examination of corporate Web page environmental disclosures. *Advances in environmental accounting & management*, (31-57). Emerald Group Publishing Limited.
- Perez-Batres, L., Miller, V. V. y Pisani, M. (2010). CSR, sustainability and the meaning of global reporting for Latin American corporations. *Journal of Business Ethics*, 91(2), 193-209. <https://doi.org/10.1007/s10551-010-0614-y>
- Rabasedas, M. L., Del Barco, M. D. L. A. y Jara, L. A. (2016). Análisis intersectorial de las memorias de sostenibilidad publicadas por empresas cotizadas en Argentina. *SaberEs*, 8(2), 133-160. <http://dx.doi.org/10.35305/s.v8i2.123>
- Rodríguez-Domínguez, L., Gallego Álvarez, I. y García Sánchez, 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. <http://agora.edu.es/servlet/articulo?codigo=3118354>
- Sanz, C. J. y Hernández-Pajares, J. (2007). Presentación de información financiera en Internet: análisis de las empresas del IBEX-35. *Técnica Contable*, 59(702), 9-23. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2379306>

- Sial, M., Zheng, C., Khuong, N., Khan, T. y Usman, M. (2018). Does Firm Performance Influence Corporate Social Responsibility Reporting of Chinese Listed Companies? *Sustainability*, 10(7), 2217. <https://doi.org/10.3390/su10072217>
- Slack, K. (2012). Mission impossible?: Adopting a CSR-based business model for extractive industries in developing countries. *Resources Policy*, 37(2), 179-184. <https://doi.org/10.1016/j.resourpol.2011.02.003>
- Tagesson, T., Blank, V., Broberg, P. y Collin, S. (2009). What explains the extent and content of social and environmental disclosures on corporate websites: a study of social and environmental reporting in Swedish listed corporations. *Corporate social responsibility and environmental management*, 16(6), 352-364. <https://doi.org/10.1002/csr.194>
- Tubay, J. y De Leon, M. (2020). Website Sustainability Disclosure Analysis: A Case of Publicly-Listed Mining Companies in the Philippines. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(1), 23-30. <https://doi.org/10.32479/ijeeep.8347>
- Unerman, J. y Bennett, M. (2004). Increased stakeholder dialogue and the Internet: towards greater corporate accountability or reinforcing capitalist hegemony? *Accounting, Organizations and Society* 29, 685-707. <https://doi.org/10.1016/j.aos.2003.10.009>
- Venturelli, A., Caputo, F., Cosma, S., Leopizzi, R. y Pizzi, S. (2017). Directive 2014/95/EU: are Italian companies already compliant? *Sustainability*, 9(8), 1385. <https://doi.org/10.3390/su9081385>
- Wanderley, L. S., Lucian, R., Farache, F. y Sousa Filho, J. M. (2008). CSR information disclosure on the Web: A context-based approach analysing the influence of origin and industry sector. *Journal of Business Ethics*, 82, 369-378.
- Wang, T. y Bansal, P. (2012). Social responsibility in new ventures: profiting from a long term orientation. *Strategic Management Journal*, 33(10), 1135-1153. <https://doi.org/10.1002/smj.1962>