

ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL DIVULGADA POR ENTIDADES FINANCIERAS EN ARGENTINA

Nombre/s del/os autor/es: Pastor, S; Perez, V.; Raffaelli, P.; Jugón, M.

Universidad/es a la/s que pertenece/n: Universidad Nacional del Centro de Buenos Aires;
Universidad Nacional del Litoral

Tipo de Trabajo: Investigación

Modalidad de presentación: Ponencia

Palabras clave: Información RS, Divulgación, Entidades Financieras, Determinantes

Resumen

Este trabajo expone el avance de resultados del proyecto de investigación (2017/2019) respecto a la naturaleza y el alcance de la relación entre la Responsabilidad Social (RS) y la información RS divulgada por entidades financieras en Argentina.

Las diversas teorías que estudian la divulgación de información corporativa asumen que, en determinadas circunstancias, las empresas divulgan más información cuando las expectativas de la relación costo-beneficio resultan favorables. Sin embargo, existen particularidades de cada organización que influyen en la estrategia de revelación.

Investigaciones preexistentes, (Haro del Rosario et al., 2012; González Fernández, 2012; Pérez-Ruiz y Rodríguez del Bosque, 2012), analizaron sobre los determinantes para la divulgación de información RS en entidades financiera en España.

La metodología aplicada es de carácter descriptivo y, a partir de un enfoque teórico metodológico cuali-cuantitativo, se analizan reportes de sostenibilidad (cualitativo) y se estudian los determinantes de la divulgación voluntaria de información RS con modelos de regresión lineal.

A partir del análisis de la cantidad de información revelada en relación a los determinantes de la divulgación más significativos, podrá observarse el perfil de las organizaciones emisoras de información de RS. Para ello, y, en virtud de las hipótesis planteadas, se utilizó un índice de revelación global (IRG) que se desagrega en los tres aspectos integrantes de la RS: índice de revelación económica (IRE), índice de revelación ambiental (IRA) e índice de revelación social (IRS).

Los resultados obtenidos concuerdan con estudios anteriores (Gamerschlag et al., 2011), mostrando una asociación positiva entre la cantidad de información de RSE divulgada con una mayor visibilidad de la empresa, una estructura de propiedad de los accionistas más dispersa y la auditoría de los informes de RSE, resultando inversa su relación con la rentabilidad.

