



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Máster

Responsabilidad Social y Buen Gobierno de las
Empresas Públicas Españolas: factores
explicativos.

Autor/es

Sandra Sáenz Martínez

Director/es

Isabel Brusca Alijarde

Facultad de Economía y Empresa

Máster en Contabilidad y Finanzas

2015

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	4
2. RELEVANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y BUEN GOBIERNO EN LAS EMPRESAS PÚBLICAS	5
2.1. La responsabilidad social en el contexto económico actual.....	5
2.2. La transparencia de las empresas públicas y el marco jurídico.....	7
3. ESTUDIOS PREVIOS.....	9
4. APLICACIÓN EMPÍRICA EN LAS EMPRESAS PÚBLICAS ESPAÑOLAS.....	12
4.1. Objetivos e hipótesis.....	12
4.2. Muestra y datos.....	15
4.3. Metodología.....	20
5. ANÁLISIS DE RESULTADOS.....	21
5.1. Análisis descriptivo de la responsabilidad social.....	21
5.1.1. Divulgación de información económico-financiera.....	21
5.1.2. Cumplimiento de la ley de transparencia.....	22
5.1.3. Gestión y buen gobierno.....	23
5.1.4. Sostenibilidad.....	24
5.2. Factores explicativos de la responsabilidad social.....	25
5.2.1. Análisis global.....	25
5.2.2. Ámbito económico-financiero.....	27
5.2.3. Área de transparencia.....	29
5.2.4. Ámbito de gestión y buen gobierno.....	30
5.2.5. Área de sostenibilidad.....	30
5.3. Análisis comparativo de las empresas públicas con resultado positivo versus resultado negativo.....	31
5.3.1. Información económico-financiera.....	32
5.3.2. Cumplimiento de la ley de transparencia.....	32
5.3.3. Información de gestión y buen gobierno.....	34
5.3.4. Información relativa a la sostenibilidad.....	35
5.4. Análisis multivariante de la responsabilidad social de las empresas públicas.....	37
6. CONCLUSIONES.....	38
BIBLIOGRAFÍA.....	42
ANEXO I.....	46

RESUMEN

La responsabilidad social es un término cada vez más utilizado en el contexto empresarial, y adquiere especial relevancia para las empresas públicas, en tanto que éstas gestionan los recursos de los ciudadanos, que son sus accionistas en última instancia. De hecho, los últimos escándalos públicos han provocado un creciente interés de los ciudadanos por saber cada vez más de las instituciones y empresas a las que confían su dinero.

El objetivo del presente trabajo es analizar cuál es la situación en el ámbito de las empresas públicas estatales españolas, tanto desde un punto de vista normativo como desde un punto de vista empírico, así como los factores que pueden explicar las diferencias entre empresas. Para ello, analizamos la información que publican 80 empresas públicas en sus páginas web corporativas y las variables que influyen en las empresas para publicar mayor o menor información online. Realizamos el estudio en base a cuatro áreas: divulgación de información económico-financiera, ley de transparencia, gestión y buen gobierno y sostenibilidad, las cuales son incluidas en un índice de responsabilidad social empresarial. Los resultados muestran que en términos medios dicho índice no supera el 50 %, siendo el tamaño y la existencia de un comité de auditoría los dos factores significativos que contribuyen a explicar la responsabilidad social en este sector. Sin embargo, la situación económico-financiera de las empresas, y en concreto el resultado obtenido, no parece influir en la responsabilidad social empresarial.

Palabras clave: Empresas públicas, responsabilidad social, transparencia, factores explicativos, información financiera.

1. INTRODUCCIÓN

La crisis actual obliga a los países a ser más competitivos y desarrollar una responsabilidad social empresarial (RSE) de vanguardia es una fuente de competitividad a largo plazo. Los objetivos de una empresa no deben limitarse al ámbito económico sino también al social y ambiental. En el caso de las empresas públicas, la sociedad espera de ellas que sean un ejemplo de transparencia, sostenibilidad y eficiencia.

La responsabilidad social obliga a la empresa a ser transparente ante los ciudadanos. Éstos se van concienciando de la obligación que tienen de exigir verdaderos mecanismos que castiguen a los malos gestores del dinero público. Las instituciones públicas están obligadas a facilitar todo tipo de información a la sociedad de una manera clara y sencilla, con el fin de mejorar los niveles de transparencia.

El acceso a la información, la transparencia y el buen gobierno están íntimamente relacionados y son cada vez más necesarios para preservar el sistema democrático. Es por ello que el objetivo de este trabajo se centra en analizar el nivel de responsabilidad social de las empresas públicas mediante la valoración del grado de divulgación de información existente en sus páginas web corporativas. Como una empresa abarca no sólo el ámbito económico sino también el social y el medioambiental, se analizará la información publicada tanto económica y financiera como la relativa a la gestión y buen gobierno corporativo y la relacionada con la sostenibilidad.

En este trabajo se distinguen dos partes. En la primera, se presenta el marco teórico a partir del marco normativo y la literatura previa consultada. Se ha realizado una investigación documental para poder conocer la importancia de la responsabilidad social, transparencia y buen gobierno en el sector público, definir distintos conceptos y analizar el marco legal que lo sustenta. Se analizan también los resultados obtenidos en trabajos previos contenidos en la literatura.

La segunda parte consiste en un estudio empírico realizado a partir del análisis de las páginas web de una muestra de 80 empresas públicas españolas para conocer la información presentada por las mismas en el ámbito económico-financiero, transparencia, de buen gobierno y de sostenibilidad. Además se intenta conocer cuáles son los factores que influyen en las empresas a la hora de publicar mayor o menor

información online. El trabajo termina con las principales conclusiones obtenidas, en las que recogemos algunas recomendaciones para las empresas públicas en base a los resultados obtenidos y una referencia a posibles líneas de investigación futuras.

2. RELEVANCIA DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL Y BUEN GOBIERNO EN LAS EMPRESAS PÚBLICAS

2.1. La responsabilidad social en el contexto económico actual

La responsabilidad social puede definirse como la responsabilidad de una organización ante los impactos que sus decisiones y hechos pueden producir en la sociedad y el medio ambiente (Argandoña e Isea, 2011). Está estrechamente relacionada con conceptos como gobierno corporativo, desarrollo sostenible, comportamiento ético o impacto de una organización, entre otros. Los principios de la responsabilidad social son: la rendición de cuentas, transparencia, comportamiento ético, respeto a los intereses de las partes interesadas, al principio de legalidad, a la normativa internacional de comportamiento y finalmente, a los derechos humanos.

El concepto de gobierno corporativo (GC) resulta de gran interés a nivel mundial y surge como consecuencia de una mayor demanda de transparencia corporativa en el mercado. Briano (2012, p. 7) asegura que este concepto es un tema prioritario en muchos organismos internacionales (como la Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico (OCDE en adelante) o el Fondo Monetario Internacional), que hay diferencias significativas entre los países desde un punto de vista legal y esto influye en el desarrollo y transparencia de los mercados financieros.

Unas buenas prácticas de gobierno corporativo en las empresas pueden aumentar su competitividad así como la confianza de los inversores. En el caso de las empresas públicas, que en muchos países de la OCDE representan una parte importante del PIB, este tipo de prácticas resultan primordiales para que contribuyan positivamente a la eficiencia económica y a la competitividad global del país (OCDE, 2011).

Muchas son las definiciones que se han dado sobre este concepto ya que no existe ninguna estándar. Mateu de Ros (2010, p. 5), vicepresidente del Centro de Gobierno Corporativo, define el buen gobierno corporativo como “los principios y reglas de

conducta para la organización eficaz, transparente y justa de las sociedades, con la finalidad de garantizar el interés social, concebido como interés común de los socios en la estabilidad, continuidad y creación de valor”.

Como puede verse, ambos conceptos están relacionados. El buen gobierno de una empresa debe generar necesariamente responsabilidad social si su objetivo persigue el interés de la sociedad, y recíprocamente, la responsabilidad social genera un buen gobierno, en cuanto a su capacidad para asumir las consecuencias de sus actos y responder por ellas ante la sociedad y otras partes interesadas. El gobierno corporativo socialmente responsable busca asociar la creación de valor económico con el compromiso social (Lizcano, 2006).

Conforme a los Principios de la OCDE sobre gobierno corporativo, las empresas públicas deben desarrollar procedimientos eficientes de auditoría tanto interna como externa (OCDE, 2011). Un comité de este tipo supervisa la veracidad de la información emitida por ellas, permitiendo una información veraz a todos los grupos de interés. Es por ello que en este trabajo, se ha tenido en cuenta si las empresas españolas analizadas poseen o no un comité de auditoría y si éste puede ser un factor influyente en su nivel de transparencia.

En el caso de las empresas públicas, el tema de la responsabilidad social es incluso más importante que en el caso de las privadas, considerando que gestionan recursos del conjunto de la sociedad y que por tanto deben rendir cuentas a la misma. En este sentido, la ley 2/2011, de 4 de marzo, de Economía Sostenible señala que las empresas públicas deben adaptar sus planes estratégicos para presentar anualmente informes de gobierno corporativo, así como memorias de sostenibilidad de acuerdo con estándares comúnmente aceptados, con especial atención a la igualdad efectiva entre hombres y mujeres y a la plena integración de las personas discapacitadas.

Una memoria de sostenibilidad expone información acerca del desempeño económico, ambiental, social y de gobierno de una organización. La entidad, sin ánimo de lucro, encargada de impulsar la realización de estas memorias es el Global Reporting Initiative (GRI). Ésta establece un Marco para la elaboración de dichos informes a

través de unos principios e indicadores que las organizaciones pueden utilizar para medir y dar a conocer su desempeño económico, ambiental y social.

La transparencia es uno de los componentes principales de los principios de buen gobierno y de la responsabilidad corporativa de cualquier empresa, tanto pública como privada. Pero en el caso de las públicas, este concepto adquiere aún mayor relevancia por la gran sensibilidad ciudadana que ha generado, y sigue generando, este tema.

2.2 La transparencia de las empresas públicas y el marco jurídico

El término *transparencia* está de moda últimamente en España debido principalmente a los casos de corrupción político-económica que se están destapando y que salpican de lleno a nuestras administraciones públicas. Estos casos han creado una alarma social y la ciudadanía va siendo cada vez más consciente de que su participación en la vida pública debe aumentar así como su nivel de exigencia a los gestores públicos.

De acuerdo con la OCDE (OCDE, 2004) la transparencia es un concepto que se refiere a la posibilidad de que toda la información relativa a una empresa, gobierno u organización pueda ser consultada por los distintos sujetos relacionados con ella. Ayuda a reducir la incertidumbre en la toma de decisiones y resulta determinante en los procesos democráticos (Perramón, 2013).

El acceso a la información pública y las normas de buen gobierno deben ser los ejes fundamentales de una buena acción política. Aquellos países con mayores niveles en materia de transparencia y normas de buen gobierno cuentan con unas instituciones más fuertes, que favorecen el desarrollo social y el crecimiento económico.

La transparencia en la gestión pública es definida por Giménez-Chornet (2012) como la posibilidad de acceso que tienen los ciudadanos a cualquier tipo de información y los límites que se pongan a éste son los que permiten medir el nivel democrático de un país. Las empresas públicas surgen para poder resolver posibles fallos de mercado en el suministro de bienes públicos, los efectos externos y las estructuras de monopolio. Sin embargo, este tipo de empresas presentan problemas de gobierno mayores que los de las privadas (Vives, 2007).

En España se aprobó la *ley* 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno para dar respuesta a esta necesidad y demanda de la ciudadanía. Ha sido uno de los últimos países europeos en aprobar una ley de este tipo y Lizcano (2013), presidente de Transparencia Internacional España, señala que esta ley impulsa un gobierno abierto y que por tanto, se propicia la información y la participación ciudadana en los asuntos habituales de las instituciones públicas.

Según esta ley, la Administración General del Estado debe desarrollar un portal de transparencia para facilitar el acceso de los ciudadanos a todo tipo de información pública salvo la que pudiera afectar a la seguridad nacional, defensa, relaciones exteriores y seguridad pública. Incluirá la información cuyo acceso se solicite con mayor frecuencia, y además la información que contenga deberá basarse en los principios de accesibilidad, interoperabilidad y reutilización. En los artículos 6, 7 y 8 se señala la información que las entidades públicas, y todas aquellas sociedades mercantiles en cuyo capital social participen dichas entidades en más de un 50%, deben tener disponible en el citado portal a partir del 10 de diciembre de 2014. En concreto, deben ser accesibles a los ciudadanos:

- a) Las cuentas anuales que deban rendirse y los informes de auditorías de cuentas por parte de los órganos de control externo que sobre ellos se emitan.
- b) Organigrama actualizado que pueda identificar a los responsables de sus diferentes órganos, así como su perfil, trayectoria profesional y remuneraciones percibidas.
- c) Toda la información relativa a contratos, convenios y subvenciones otorgadas y recibidas por la entidad.
- d) Información estadística necesaria para valorar el grado de cumplimiento y calidad de los servicios públicos.

La ley de transparencia de 2013 ha sido aplaudida por algunos por ser la primera vez que se realizaba una regulación general sobre el acceso de la ciudadanía a la información pública. Sin embargo algunos juristas la consideran demasiado limitada, como Pérez Velasco (2014) o Ridaó (2014), argumentando que es necesario que los

ciudadanos se impliquen y conozcan bien las posibilidades que les ofrece esta ley para que ésta resulte fructífera.

El informe de Transparencia Internacional (TI) de 2012 alentaba a las administraciones públicas a aumentar sus niveles de transparencia. En las dos últimas décadas, España había bajado en el ranking nueve puestos de transparencia—del 21 al 30- y Antonio Garrigues –Walker, miembro del comité ejecutivo de TI, advertía que nuestro país era por entonces de los pocos países europeos que aún no contaba con una ley de esta clase (González González, 2013).

Ibarloza y Malles (2011) señalan que los ciudadanos han cambiado su percepción de la actividad empresarial valorando casi en mayor medida la reputación corporativa, la transparencia y la confianza de la empresa, que el propio producto o servicio ofrecido.

Algunos autores piensan que el llamado e-Gobierno puede ayudar a aumentar la transparencia en la información e incluso a una participación más activa de los ciudadanos en la gestión pública. Por ejemplo, Alcaide, Rodríguez y Garde (2014) señalan la relevancia de analizar la administración electrónica como un método para mejorar la transparencia informativa, y la prestación de los servicios públicos, a la vez que favorece la participación de los ciudadanos en la gestión pública.

Brusca y Montesinos (2012) consideran que la información online debe cumplir las características cualitativas del marco conceptual de la contabilidad (accesible, fiable, relevante para las decisiones, clara y oportuna).

Pero las nuevas tecnologías, por sí mismas, no consiguen aumentar los niveles de transparencia en la “rendición de cuentas”. El e-government necesita ir acompañado de reformas de gestión pública para ser realmente un motor de cambio (Pina y Torres, 2008).

3. ESTUDIOS PREVIOS

Son muchos los autores que han estudiado la transparencia online en el sector empresarial, es decir, a la información que publican las empresas en sus páginas web, si

bien no nos constan trabajos centrados en el ámbito de las empresas públicas. Algunas de estas investigaciones son simplemente descriptivas, averiguando el tipo de información revelada en dichas páginas, y otras son explicativas, tratando de dar los motivos de la cantidad y calidad de dicha información mediante la aplicación de diferentes análisis estadísticos.

En el caso español, la publicación de este tipo de información por parte de las empresas ha ido aumentando en los últimos años (tanto de tipo financiero como de otra clase). Sobre esta información en internet, Haro, Caba y Sánchez (2012, p. 48) señalan que los factores clave para su divulgación son el tamaño empresarial y el sector industrial, aunque en los estudios empíricos suelen incluirse además otras variables explicativas como el endeudamiento, la localización y la rentabilidad financiera de las empresas.

En este trabajo en concreto se pretenden analizar qué factores pueden influir en las empresas públicas a la hora de divulgar más o menos información en sus páginas web. En otras investigaciones se han hecho estudios similares considerando entidades tales como las de Capital de riesgo, las no lucrativas (Fundaciones), las empresas cotizadas, las empresas del Ibex 35 o las Sociedades de garantía recíproca.

Entre los factores explicativos más frecuentes encontrados para explicar la transparencia online pueden citarse el tamaño de la empresa, el resultado del ejercicio, el sector al que pertenece, la antigüedad o la rentabilidad (Talalweh, 2010; Haro, Caba y Sánchez, 2012; Zurita, 2013; Testera y Cabeza, 2013; García-Borbolla, Larrán, y López, 2009; Briano y Rodríguez, 2013).

El tamaño de la entidad parece repetirse como una variable significativa en el sector empresarial. Las empresas grandes tienen una mayor necesidad de financiación, y por tanto son más visibles, en los mercados de capital que las pequeñas y con un mayor nivel de divulgación de información puede aumentar la confianza de los inversores. En la mayor parte de los estudios realizados, tamaño y transparencia corporativa guardan una relación positiva.

En el caso de la rentabilidad no está tan claro que influya significativamente pues existen estudios con conclusiones poco claras (Larrán y Giner, 2002; Talalweh, 2010). Por ejemplo Larrán y Giner (2002) demuestran que no hay relación estadística significativa entre ambas y Talalweh (2010); que no hay resultados concluyentes.

En su estudio sobre las entidades de capital de riesgo, Haro, Caba y Sánchez (2012) toman como posibles factores explicativos de la transparencia online la reputación, el tamaño, el resultado del ejercicio, el endeudamiento, el crecimiento, la ubicación, la estructura de propiedad y control, el tipo de operador, el sector de inversión preferente y por último, la fase de inversión preferente. Concluyen que el tamaño y el resultado del ejercicio son, entre otros, factores significativos a la hora de explicar la transparencia online en este tipo de entidades.

Haro, Caba y Sánchez (2013) demuestran también empíricamente que las sociedades de garantía recíproca españolas aumentan su transparencia informativa online a medida que disminuye el nivel de riesgo y aumentan las oportunidades de crecimiento y el endeudamiento.

Si se consideran las empresas del Ibex 35, Briano y Rodríguez (2013) prueban que la independencia del consejo y el tamaño de la empresa incrementan la transparencia corporativa en internet aunque no ocurre lo mismo con el tamaño del consejo, a pesar de que una mayor diversidad y número de miembros podría hacer mejorar el funcionamiento de la empresa.

En el caso de las fundaciones españolas, Zurita (2013) llega a la conclusión de que tanto el tamaño como la antigüedad son variables determinantes estadísticamente significativas a la hora de explicar el nivel de divulgación en este tipo de entidades. Sin embargo no lo son variables como la cotización, el sector o la comunidad autónoma en la que están ubicadas.

4. APLICACIÓN EMPÍRICA EN LAS EMPRESAS PÚBLICAS ESPAÑOLAS

4.1. Objetivos e hipótesis

El objetivo de este trabajo empírico es evidenciar la responsabilidad social de las empresas públicas españolas a través del grado de divulgación de información sobre gestión, buen gobierno y sostenibilidad, utilizando para ello la información divulgada en sus páginas web. Para ello, hemos analizado dicha información desde cuatro perspectivas: el área financiera, la relativa al cumplimiento de la ley de transparencia, el área de gestión y buen gobierno y el área de sostenibilidad.

Asimismo, se pretende realizar un análisis para evidenciar qué factores influyen en la transparencia y responsabilidad social y en concreto cómo afectan las siguientes variables en el grado de divulgación de información online de las empresas públicas.

- ✚ El tamaño, el cual va a ser medido de tres formas distintas: el número de empleados con los que cuenta, el activo total de que dispone y el importe neto de la cifra de negocios.
- ✚ Su situación económico-financiera, analizada desde distintos puntos de vista: liquidez, solvencia y rentabilidad, tanto económica como financiera.
- ✚ Ministerio del que dependen: Las empresas públicas analizadas pertenecen a diferentes ministerios, como son el Ministerio de Economía y Hacienda, el Ministerio de Fomento, el de Industria, Turismo y Comercio, el de Medio Ambiente, Rural y Marino, el Ministerio de Defensa, el de Ciencia e Innovación y finalmente el Ministerio de Cultura.
- ✚ Comité de Auditoría: Se ha tenido en cuenta si las empresas poseen o no este tipo de Comisión.
- ✚ Resultado del ejercicio: el objetivo es analizar si existen diferencias en función del resultado obtenido.

Para dar cumplimiento a los objetivos enumerados previamente, y teniendo en cuenta la literatura previa que ha sido analizada en el apartado previo, hemos definido las siguientes hipótesis a contrastar mediante este trabajo empírico:

H₁: La responsabilidad social de las empresas públicas está influenciada por el tamaño.

H_{1a}): La divulgación de información económico-financiera por parte de las empresas públicas, está influenciada por el tamaño.

H_{1b}): Las empresas públicas de mayor tamaño son las que cumplen en mayor medida la Ley de Transparencia.

H_{1c}): La divulgación de información sobre gestión y buen gobierno por parte de las empresas públicas está influenciada por el tamaño.

H_{1d}): La divulgación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas públicas está influenciada por el tamaño.

H₂: La responsabilidad social de las empresas públicas está influenciada por su situación económico-financiera.

H_{2a}): La divulgación de información económico-financiera por parte de las empresas públicas, está influenciada por su situación económico-financiera.

H_{2b}): Las empresas públicas con una situación económico financiera mejor, son las que cumplen en mayor medida la Ley de Transparencia.

H_{2c}): La divulgación de información sobre gestión y buen gobierno por parte de las empresas públicas, está influenciada por su situación económico-financiera.

H_{2d}): La divulgación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas públicas, está influenciada por su situación económico-financiera.

H₃: La responsabilidad social de las empresas públicas está influenciada por el Ministerio del que dependen.

H_{3a}): La divulgación de información económico-financiera por parte de las empresas públicas está influenciada por el Ministerio del que dependen.

H_{3b}): El grado de cumplimiento de la Ley de Transparencia está influenciado por el Ministerio del que dependen las empresas públicas.

H_{3c}): La divulgación de información sobre gestión y buen gobierno por parte de las empresas públicas, está influenciada por el Ministerio del que dependen.

H_{3d}): La divulgación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas públicas, está influenciada por el Ministerio del que dependen.

H4: Las empresas públicas con un comité de auditoría son las que muestran mayor nivel de transparencia.

H_{4a}): Las empresas públicas con un comité de auditoría son las que divulgan mayor información económico-financiera.

H_{4b}): Las empresas públicas que cuentan con una comisión de auditoría son las que cumplen en mayor medida la Ley de Transparencia.

H_{4c}): Las empresas públicas con un comité de auditoría son las que divulgan mayor información de gestión y buen gobierno.

H_{4d}): Las empresas públicas con un comité de auditoría son las que divulgan mayor información sobre sostenibilidad.

H5: Las empresas públicas con un resultado positivo son las que muestran mayor nivel de transparencia.

H_{5a}): Las empresas públicas con un resultado positivo son las que divulgan mayor información económico-financiera.

H_{5b}): Las empresas públicas que cuentan con un resultado positivo son las que cumplen en mayor medida la Ley de Transparencia.

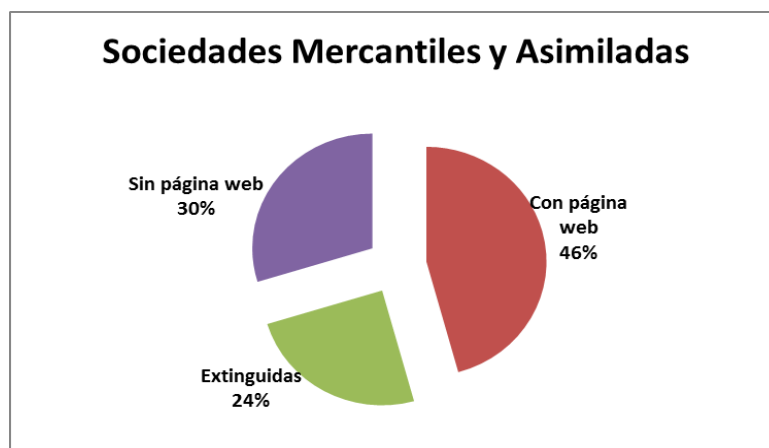
H_{5c}: Las empresas públicas con un resultado positivo son las que divulgan mayor información de gestión y buen gobierno.

H_{5d}: Las empresas públicas con un resultado positivo son las que divulgan mayor información sobre sostenibilidad.

4.2. Muestra y Datos.

La muestra está formada por 80 empresas estatales extraídas de un listado ofrecido en la página web del Ministerio de Hacienda y Administraciones Públicas de España del año 2014. La lista la conformaban 451 entes estatales y los había de diferentes tipos: sociedades mercantiles y asimiladas, entidades públicas empresariales, organismos autónomos, agencias estatales y mutuas de accidentes. El objeto de estudio han sido las sociedades mercantiles y asimiladas, formadas por 175 empresas. Muchas de ellas no disponían de página web, y otras muchas se encontraban hoy en día extinguidas. Por ello, finalmente la muestra está compuesta por 80 sociedades mercantiles, que son las que disponían de página web. A continuación se muestra un gráfico explicativo de las 175 empresas inicialmente seleccionadas.

Gráfico 1: Análisis de Sociedades Mercantiles y Asimiladas



Con el objeto de analizar la información divulgada, hemos visitado las páginas web de cada una de las 80 empresas que conforman la muestra. Con los datos extraídos se ha elaborado una base de datos con las variables más significativas para el estudio de este trabajo en el ámbito financiero, gestión y buen gobierno, y sostenibilidad. El objetivo final es, en primer lugar, conocer la información divulgada por las empresas

públicas españolas, hasta qué punto se cumple la ley de transparencia y el grado de aplicación de la ley de economía sostenible en cuanto a divulgación de información. Asimismo, pretendemos ver qué factores pueden explicar estas diferencias entre las empresas.

El listado de variables se divide en cuatro áreas principales: a) área de información económico-financiera; b) información contenida en la ley de transparencia; c) información relativa al área de gestión y buen gobierno; y d) información relativa a la sostenibilidad de las empresas públicas. Los 39 ítems de información que conforman las cuatro áreas de estudio están compuestos en su mayoría por variables cuantitativas dicotómicas que toman el valor de 1 o 0 dependiendo de si la empresa pública suministra o no la información especificada. La tabla 1 muestra la relación de ítems en cada una de las áreas.

Tabla 1: Áreas analizadas en las páginas web de las empresas

1. ÁREA ECONÓMICO-FINANCIERA
1.1 Balance
1.2 Cuenta de Pérdidas y Ganancias
1.3 Memoria
1.4 Estado de Flujos de Efectivo
1.5 Estado de Cambios en el Patrimonio Neto
1.6 Informe de Gestión
1.7 Informe de Auditoría
1.8 Plan de Inversión y Financiación
2. CUMPLIMIENTO LEY DE TRANSPARENCIA
2.1 Portal específico de Transparencia
2.2 Organigrama
2.3 Remuneración altos cargos
2.4 Información sobre contratos
2.5 Información sobre convenios
2.6 Información acerca de subvenciones
2.7 Relación de Inmuebles
2.8 Servicios públicos prestados
2.9 Calidad de los servicios
2.10 Indicadores de Gestión
3. ÁREA DE GESTIÓN Y BUEN GOBIERNO
3.1 Misión del Consejo de Administración
3.2 Dualidad

3.3 Estructura del Consejo
3.4 Tamaño del Consejo
3.5 Funciones especificadas del Consejo
3.6 Currículum de los miembros del Consejo
3.7 Comisión de Nombramientos
3.8 Comisión de Remuneraciones
3.9 Comisión de Auditoría
3.10 Comisión de Apoyo
3.11 Funciones de las comisiones
3.12 Proceso de voto de los accionistas de la empresa
3.13 Información sobre la convocatoria de la Junta de accionistas
3.14 Información de la orden del día
4. ÁREA DE SOSTENIBILIDAD
4.1 Apartado específico de RS
4.2 Memoria de Sostenibilidad
4.3 Memoria de RS
4.4 Elaboración de la memoria respecto al GRI
4.5 Información medioambiental en la memoria de sus cuentas anuales
4.6 Información sobre la igualdad de género
4.7 Importancia de la integración de discapacitados

A partir de la información obtenida, se ha elaborado un índice de divulgación para cada una de las áreas descritas en la tabla anterior.

- Índice de divulgación de información económico-financiera: Se ha obtenido teniendo en cuenta la información de tipo económica y financiera que las empresas públicas elaboran.
- Índice de cumplimiento de la Ley de Transparencia: Se han establecido las variables que se citan en la ley anteriormente citada 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno.
- Índice de divulgación de información sobre gestión y buen gobierno: Constituido por ítems relacionados con la información sobre gestión y gobierno de las empresas públicas.
- Índice de divulgación de información sobre sostenibilidad: Constituido por ítems relacionados con la información sobre sostenibilidad y responsabilidad social de las empresas públicas.

Por otro lado, para poder conocer qué factores afectan al nivel de divulgación de información, hemos seleccionado las siguientes variables explicativas:

- La primera variable utilizada es el tamaño de las empresas públicas. Para ello, son tres las partidas en las que nos vamos a fijar: el número de empleados con los que cuenta, el activo total, y el importe neto de la cifra de negocios.
 - Para analizar el número de empleados, se ha seguido el criterio de clasificación recomendado por la Comisión de las Comunidades Europeas.

Tipo de Empresa	Número de Empresas
Microempresas	15
Empresa Pequeña	27
Empresa Mediana	21
Empresa Grande	17

- Para el volumen de activo, se han tomado los límites en España para la cuenta de PyG abreviada.

Activo	Número de Empresas
Superior a 11,4mill	57
Inferior a 11,4mill	23

- En el caso de los ingresos de explotación se han tomado los límites para la elaboración de balance, la memoria y el estado de cambios en el patrimonio neto abreviados. .

Ingresos de Explotación	Número de Empresas
Superior a 8 mill	38
Inferior a 8 mill	42

- El segundo tipo de variables explicativas trata de captar la situación económico-financiera de las empresas públicas analizadas. Para ello se han tenido en cuenta la liquidez, solvencia y rentabilidades económicas y financieras.
 - Para la variable liquidez se clasifica a las empresas en función de la liquidez media.

Liquidez	Número de Empresas
Por encima de la media	14
Por debajo de la media	66

- Para la solvencia se han formado los grupos según la mediana de la variable.

Solvencia	Número de Empresas
Por encima de la mediana	40
Por debajo de la mediana	40

- En el caso de la rentabilidad económica se ha elegido la rentabilidad económica media.

Rentabilidad Económica	Número de Empresas
Por encima de la media	45
Por debajo de la media	35

- Para clasificar a las empresas en función de los valores de la rentabilidad financiera se ha tomado la mediana.

Rentabilidad Financiera	Número de Empresas
Por encima de la mediana	40
Por debajo de la mediana	40

- La tercera variable es el Ministerio al que pertenecen las empresas públicas analizadas.

Ministerio	Número de Empresas
Economía y Hacienda	45
Fomento	21
Industria, Turismo y Comercio	7
Otras	7

- La cuarta es “Comisión de auditoría”, que tiene en cuenta si la empresa analizada dispone o no de este tipo de Comité.

Comisión de Auditoría	Número de Empresas
Sí tienen comisión	16
No tienen comisión	64

- Por último, se ha considerado el “Resultado del ejercicio”, que indica si el que obtuvieron las empresas analizadas en el año 2013 fue positivo o negativo.

Resultado del Ejercicio	Número de Empresas
Resultado Positivo	38
Resultado Negativo	42

4.3. Metodología

En la primera parte del estudio, se realiza un análisis descriptivo que nos permita conocer cuál es el nivel de responsabilidad de las empresas medido en función de la información que divulgan las empresas públicas en sus páginas web. Para conseguir este objetivo, nos ayudaremos de gráficos, tablas y un índice medio de divulgación. Este último sintetiza la información divulgada para cada una de las cuatro áreas mencionadas anteriormente (información económico-financiera, cumplimiento de la ley de transparencia, información sobre gestión y buen gobierno así como la sostenibilidad). Se ha calculado como cociente entre la suma de los ítems publicados por cada empresa y el número total de ítems considerados en cada área de estudio.

Para poder dar respuesta a las hipótesis planteadas, se realizarán diversas pruebas con la ayuda de las herramientas que proporciona el programa estadístico SPSS. De esta forma, se harán contrastes de medias con la prueba T de Student cuando las variables toman dos valores al objeto de observar si existen diferencias entre ambos grupos y regresión ANOVA cuando las variables tengan más de dos valores distintos (no dicotómicas).

Finalmente, realizaremos un análisis de regresión multivariante que pretende evaluar la capacidad del conjunto de variables independientes y explicativas del estudio y así determinar el índice de responsabilidad social o de divulgación de información. Estudiaremos el coeficiente de determinación (R^2) y los p-valores obtenidos.

La regresión responde a la ecuación $Y = a + b_1X_1 + b_2X_2 + b_3X_3 + \dots + b_nX_n$, de manera que la variable dependiente será el índice de responsabilidad social y las independientes el resto (número de empleados, activo, ingresos de explotación, liquidez, solvencia, rentabilidad económica y financiera, ministerio al que pertenecen las empresas, si disponen o no de comité de auditoría y resultado del ejercicio). No obstante, de forma previa a introducir las variables, se han calculado los coeficientes de correlación parcial entre las variables al objeto de comprobar que las variables introducidas en el modelo no presentan problemas de auto-correlación.

5. ANÁLISIS DE LOS RESULTADOS

5.1. Análisis descriptivo de la responsabilidad social

En este apartado se hace un análisis de la información divulgada en las páginas web por estas 80 empresas públicas en las cuatro áreas contempladas.

5.1.1 Divulgación de información económico-financiera

En la siguiente tabla se muestra el porcentaje de las empresas que publican cada uno de los ítems relativos a la información financiera, así como el índice medio de divulgación calculado de acuerdo al total de ítems considerados para esta área.

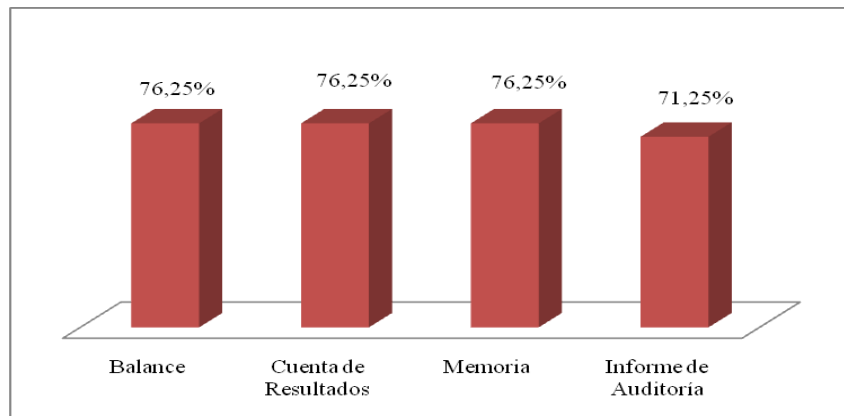
Tabla 2: Información financiera publicada por las empresas

Balance	76,25%
Cuenta de Resultados	76,25%
Memoria	76,25%
Estado de Flujos de Efectivo	75,00%
ECPN	76,25%
Informe de Gestión	73,75%
Informe de Auditoría	71,25%
Plan de Inversión y Financiación	16,25%
Índice medio de divulgación	67,66%

Como se puede observar, el índice medio de divulgación de los informes financieros es bastante elevado. Las empresas muestran su Balance, Cuenta de Resultados, ECPN y Memoria en un porcentaje elevado. El informe de gestión y el de auditoría son documentos no presentados en algunas de ellas, pero el porcentaje aun así continúa siendo elevado.

A continuación, en el Gráfico 2, se muestra el porcentaje de publicación del balance, cuenta de resultados, memoria e informe de auditoría. La memoria es donde se recoge y amplía la información contenida en el balance y cuenta de resultados. Por eso estos tres documentos aparecen de forma unida y tiene sentido que en el mismo porcentaje.

Gráfico 2: Balance, Cuenta de Resultados, Memoria e Informe de Auditoría



5.1.2 Cumplimiento de la ley de transparencia

A continuación, se presentan los porcentajes de publicación de las variables recogidas en la ley de transparencia 19/2013, de 9 de diciembre.

Tabla 3: Ítems relacionados con el cumplimiento de la Ley de Transparencia

Portal específico de Transparencia	60,00%
Organigrama	76,25%
Remuneración altos cargos	53,75%
Contratos	55,00%
Convenios	47,50%
Subvenciones	36,25%
Relación de Inmuebles	21,25%
Servicios Públicos prestados	88,75%
Calidad de los servicios	20,00%
Indicadores de Gestión	11,25%
Índice medio de divulgación	47,00%

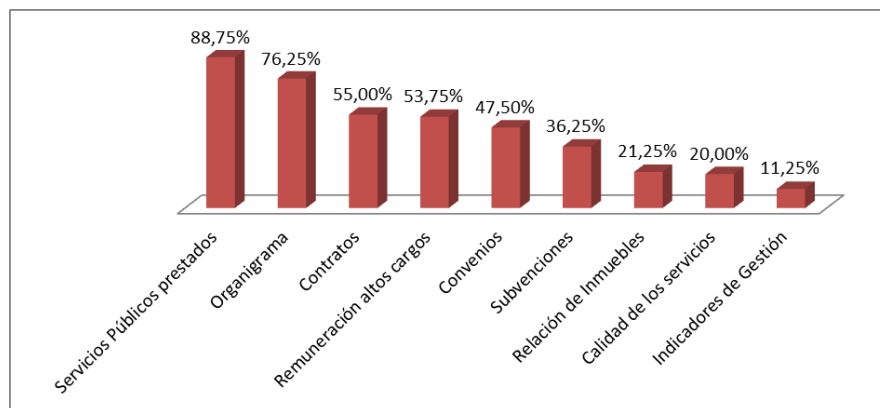
Como puede verse en la Tabla 3, las empresas públicas seleccionadas cumplen en término medio con un 47% de la ley de transparencia. Destaca el hecho de que sólo el 60% posee un portal específico de transparencia en su página web.

La información que más se publica es la relacionada con los servicios prestados (casi un 89%), seguida del organigrama (76,25%), quedando en último lugar la calidad de sus servicios (20%) y los indicadores de gestión (11,25%). Destacar este último dato

como una debilidad a corregir en las empresas públicas españolas, puesto que los indicadores de gestión pueden ser un instrumento eficaz para evaluar las actuaciones de la empresa y poder detectar las áreas o departamentos en las que es necesario introducir mejoras.

De cara a los ciudadanos, debido a los escándalos económico-financieros que están saliendo a la luz, las variables que pueden resultar de mayor interés son los contratos, convenios y subvenciones, así como las retribuciones obtenidas por los cargos más representativos de cada empresa. En torno a un 50% de la muestra ofrece información en estas materias, ocupando el último lugar las subvenciones recibidas y otorgadas.

Gráfico 3: Ítems publicados por las empresas públicas en relación a la Ley de Transparencia



5.1.3. Gestión y buen gobierno.

En la siguiente tabla se sintetiza, en términos porcentuales, la información sobre gestión y buen gobierno explicada por las empresas en sus páginas web y el índice medio de divulgación obtenido en este caso.

Tabla 4: Ítems relacionados con la información sobre gestión y buen gobierno

Misión del Consejo de Administración	47,50%
Dualidad del Presidente	3,75%
Estructura del Consejo	65,00%
Tamaño del Consejo	72,50%

Funciones especificadas del Consejo	42,50%
Currículum de los Miembros	36,25%
Comité de Nombramientos	1,25%
Comité de Remuneraciones	2,50%
Comité de Auditoría	20,00%
Comité de Apoyo	3,75%
Funciones explicadas de dichas comisiones	15,00%
Índice medio de divulgación	28,18%

El índice medio de divulgación de información en esta materia es bajo. Aunque se informa mucho acerca de la estructura y tamaño del consejo de administración, no ocurre lo mismo con lo relativo a las comisiones. La evidencia muestra que internet es un medio utilizado por las empresas para proporcionar información relativa a los componentes de sus órganos de gobierno, dando a conocer sus nombres, el cargo que ostentan (42,5%) y su trayectoria profesional (currículum vitae) (36,25%).

Los porcentajes obtenidos en los distintos comités son tan bajos porque algunos como el de nombramientos o el de retribuciones son más comunes en empresas de gran tamaño. Como ejemplo de comisiones de apoyo está el Comité técnico interno, el Comité comercial o el Comité de igualdad.

Viendo la escasa información que se publica en esta materia, se debería realizar un esfuerzo mayor para aprovechar el potencial que tiene internet e incrementar los porcentajes de estas variables en un futuro próximo.

5.1.4. Sostenibilidad

A continuación, en la tabla 5, se puede ver la información que se publica sobre sostenibilidad en las páginas web de las empresas públicas y el índice medio de divulgación alcanzado.

Tabla 5: Ítems relacionados con la información de sostenibilidad

Apartado específico de RS	25,00%
Memoria de Responsabilidad Social y Sostenibilidad	13,75%
Elaboración de la Memoria conforme al GRI	13,75%
Información medioambiental en sus cuentas anuales	100,00%
Igualdad Hombres y Mujeres	37,50%
Integración Discapacitados	1,25%
Índice medio de divulgación	31,88%

Tan sólo el 25% de las empresas cuenta con un apartado específico en esta materia. Además el 13,75% publican sus memorias de responsabilidad social y sostenibilidad, elaboradas todas ellas conforme al Global Reporting Initiative (GRI).

Así mismo se ha analizado si se ofrece información social o medioambiental y se ha constatado que en las cuentas anuales de las empresas, hay un apartado específico sobre Medio Ambiente. Pese a ello, en todas ellas se indica que los gastos o contingencias ocasionadas en esta materia no son significativos.

El 37,5% hacen pública su preocupación por erradicar las diferencias en igualdad de género. En algún caso nos ha llamado la atención que, a pesar de declarar que no se hacía discriminación por género en la selección de personal para altos cargos, había una gran desproporción entre hombres y mujeres en la composición del Consejo.

Aunque en la ley de economía sostenible 2/2011, de 4 de marzo se indica que las empresas deben incluir en sus informes anuales de gobierno corporativo un plan de integración de las personas discapacitadas, tan sólo un 1,25% cumplen este requisito.

5.2. Factores explicativos del nivel de responsabilidad social

A continuación se intenta dar respuesta a las hipótesis anteriormente planteadas. Para ello se utilizarán diferentes criterios dependiendo de la variable explicativa elegida.

5.2.1. Análisis global

En este apartado se ha intentado conocer en qué medida las variables seleccionadas y citadas anteriormente pueden explicar el nivel global de divulgación o

de responsabilidad social, considerando de forma conjunta los cuatro índices medios anteriores, tal y como se indica en la siguiente tabla.

Tabla 6: Cálculo índice medio global de responsabilidad social

Áreas analizadas	Índice medio
Información económico-financiera	67,66%
Cumplimiento Ley de Transparencia	47,00%
Información gestión y buen gobierno	28,18%
Información sobre Sostenibilidad	28,21%
Índice medio global de RS	42,76%

Tabla 7: Resultados obtenidos en las pruebas T de Student y ANOVA

Hipótesis	Variable	Valor del estadístico	Significatividad
H1	Tamaño		
	Número de empleados	2,984	0,036
	Activo	4,461	0,000
	Ingresos de explotación	2,528	0,013
H2	Situación Económico-financiera		
	Liquidez	-0,381	0,707
	Solvencia	1,678	0,096
	Rentabilidad económica	0,030	0,976
	Rentabilidad financiera	-0,987	0,327
H3	Ministerio	1,638	0,188
H4	Comité de Auditoría	6,820	0,000
H5	Resultado del Ejercicio	-0,936	0,352

Como se puede observar, de las variables explicativas utilizadas para comprobar la responsabilidad social medida por la divulgación de información por parte de las empresas públicas en sus páginas web, tan sólo dos de ellas ayudan a responder esta cuestión. El tamaño, con independencia de la variable tomada como referencia para medir el mismo (número de empleados, activo e ingresos de explotación) y el comité de auditoría son las que presentan valores significativos al 5%.

En este estudio, el tamaño vuelve a ser un factor explicativo del nivel de transparencia online en las empresas públicas en España. Este factor es significativo en la mayoría de los trabajos anteriores, como el de Haro, Caba y Sánchez (2012), en el

caso de las entidades de capital de riesgo, el de Briano y Rodríguez (2013) en su análisis de las empresas del Ibex 35 o las fundaciones de Zurita (2013).

En su estudio de las empresas cotizadas de Latinoamérica, Briano (2012) obtiene que tanto el tamaño como el disponer de un comité de auditoría, influyen de manera positiva en la transparencia del gobierno corporativo. Estos resultados son análogos a los obtenidos por Allegrini y Greco (2011), en el caso de la divulgación de información voluntaria por parte de las empresas en Italia, y de Dahawy y Samaha (2010), con las empresas cotizadas en Egipto.

La existencia de un comité de auditoría en una empresa, le otorga un sello de calidad y transparencia de cara al resto de empresas, clientes y sociedad en general. Los auditores, en general, desempeñan un papel primordial a la hora de garantizar un proceso de divulgación eficiente.

Para el resto de variables utilizadas (situación económico-financiera, ministerio y resultado del ejercicio) no hay evidencias de que existan diferencias significativas entre los grupos analizados. Sin embargo en el trabajo de Haro, Caba y Sánchez (2012), el resultado del ejercicio sí que es una variable influyente en el nivel de transparencia online, afirmando que cuanto mayor es el resultado de las entidades de capital de riesgo, mayor es la documentación publicada.

5.2.2. Ámbito económico-financiero.

En la siguiente tabla se recogen los resultados que permitirán conocer qué factores, de los analizados, influyen a la hora de presentar la información económico-financiera de las empresas.

Tabla 8: Resultados obtenidos en las pruebas T de Student y ANOVA.

Hipótesis	Variable	Valor del estadístico	Significatividad
H1a	Tamaño		
	Número de empleados	1,330	0,271
	Activo	2,055	0,048
	Ingresos de explotación	1,504	0,137
H2a	Situación Económico-financiera		
	Liquidez	-0,333	0,743
	Solvencia	0,979	0,331
	Rentabilidad económica	-0,187	0,852
	Rentabilidad financiera	-1,200	0,234
H3a	Ministerio	0,875	0,458
H4a	Comité de Auditoría	5,281	0,000
H5a	Resultado del Ejercicio	-1,200	0,234

Como puede observarse, podemos confirmar que se aceptan las hipótesis H_{1a} y H_{4a} . En relación a la primera, sólo se observan diferencias estadísticamente significativas en cuanto al nivel de divulgación de información económico-financiera si se toma su activo como medida de su tamaño. Borrás y Belda (2015) señalan que las empresas de mayor tamaño podrían tener mayor necesidad de obtener fondos del exterior, por lo que intentarían señalar al mercado su calidad ofreciendo mayor información.

En cuanto a la segunda, también se aprecia que el disponer de un comité de auditoría influye en la divulgación de este tipo de informes económico-financieros. Contar con un comité de este tipo garantiza una seguridad y una confianza para los grupos de interés, puesto que la información que se publica está supervisada por un equipo de expertos que se encargan de comprobar el cumplimiento de la normativa contable.

Las hipótesis H_{2a} , H_{3a} y H_{5a} debemos rechazarlas (todos los p-valores son mayores a 0,05), puesto que no se observan diferencias significativas a partir de nuestra muestra. Sorprende que ninguna variable financiera (liquidez, solvencia y rentabilidades) así como el resultado obtenido en el ejercicio influyan, puesto que una empresa que tenga mayor liquidez o mayores rentabilidades, estará más interesada en hacer pública esa información para sus usuarios.

5.2.3. Área de transparencia

A continuación se intentará conocer qué factores pueden influir en las empresas a la hora de divulgar la información requerida por la ley de transparencia.

Tabla 9: Resultados obtenidos de las pruebas T de Student y ANOVA.

Hipótesis	Variable	Valor del estadístico	Significatividad
H1b	Tamaño		
	Número de empleados	3,015	0,035
	Activo	4,653	0,000
	Ingresos de explotación	2,149	0,035
H2b	Situación Económico-financiera		
	Liquidez	-0,883	0,388
	Solvencia	2,021	0,047
	Rentabilidad económica	-0,292	0,771
	Rentabilidad financiera	-1,159	0,250
H3b	Ministerio	0,744	0,529
H4b	Comité de Auditoría	5,137	0,000
H5b	Resultado del Ejercicio	0,991	0,325

A la vista de estos datos, se pueden aceptar las hipótesis H_{1b} y H_{4b} . El tamaño de las empresas influye a la hora de divulgar información conforme a lo establecido en la ley de transparencia así como el disponer o no de un comité de auditoría (p-valor inferior a 0,05). Del mismo modo, se observan diferencias estadísticamente significativas en la divulgación de este tipo de información según la solvencia.

Las empresas de mayor tamaño son a las que se les exige mayor información y por tanto intentarán cumplir en mayor medida con los requisitos que establece la ley de transparencia. Del mismo modo que ocurría con la presentación de informes económico-financieros, el disponer de una comisión de auditoría, implica tener un equipo de personas al corriente de las modificaciones que pueda haber en cuanto a los requisitos de presentación online de contratos, subvenciones o convenios.

Por el contrario, se deben rechazar las hipótesis H_{3b} y H_{5b} , puesto que el ministerio al que pertenece la empresa y el resultado del ejercicio de las mismas no son factores influyentes a la hora de presentar esta información. Sorprende de nuevo que el

resultado del ejercicio no influya de forma significativa, puesto que cuanto mayor sea éste, mayor será el interés en publicarlo.

5.2.4 Ámbito de gestión y buen gobierno.

En la siguiente tabla se exponen los datos obtenidos tras los distintos contrastes de hipótesis realizados.

Tabla 10: Resultados obtenidos de las pruebas T de Student y ANOVA.

Hipótesis	Variable	Valor del estadístico	Significatividad
H1c	Tamaño		
	Número de empleados	1,903	0,136
	Activo	5,138	0,000
	Ingresos de explotación	3,245	0,002
H2c	Situación Económico-financiera		
	Liquidez	-0,160	0,874
	Solvencia	2,067	0,042
	Rentabilidad económica	0,386	0,700
	Rentabilidad financiera	-0,673	0,503
H3c	Ministerio	2,135	0,103
H4c	Comité de Auditoría	7,805	0,000
H5c	Resultado del Ejercicio	-0,673	0,503

Tanto el tamaño como el comité de auditoría son factores que influyen en la divulgación de información sobre gestión y buen gobierno. Por tanto se aceptan las hipótesis H_{1c} y H_{4c}. De la primera de ellas, puede señalarse que sólo existen estas diferencias estadísticamente significativas cuando tomamos el activo o los ingresos de explotación como variables para medir el tamaño de las empresas. La solvencia, al igual que ocurría con el área anterior, también influye.

De nuevo se deben rechazar las hipótesis H_{3c}, H_{5c} y la H_{2c} si se tienen en cuenta la liquidez y las rentabilidades económica y financiera.

5.2.5 Área de sostenibilidad.

Finalmente, se intentan conocer los factores que influyen en las empresas a la hora de divulgar en sus páginas web información relativa a la sostenibilidad.

Tabla 11: Resultados obtenidos de las pruebas T de Student y ANOVA.

Hipótesis	Variable	Valor del estadístico	Significatividad
H1a	Tamaño		
	Número de empleados	2,537	0,063
	Activo	4,805	0,000
	Ingresos de explotación	1,967	0,053
H2a	Situación Económico-financiera		
	Liquidez	0,236	0,817
	Solvencia	0,743	0,460
	Rentabilidad económica	0,467	0,642
	Rentabilidad financiera	0,148	0,883
H3a	Ministerio	3,089	0,032
H4a	Comité de Auditoría	2,421	0,026
H5a	Resultado del Ejercicio	0,148	0,883

Se aprecian diferencias significativas en el nivel de divulgación de información sobre sostenibilidad según el activo, el ministerio del que dependen, y la posesión de una comisión de auditoría. Es decir, se deben aceptar las hipótesis H_{1d} (si se toma el activo como tamaño), H_{3d} y H_{4d}, puesto que los p-valores son inferiores a 0,05.

Las empresas de mayor tamaño en términos de activo y que tienen comisión de auditoría se ven obligadas a publicar determinadas informaciones adicionales, ante las demandas de los grupos de interés, como pueden ser las memorias de sostenibilidad.

El número de empleados, el volumen de ingresos de explotación, la situación económico-financiera y el resultado del ejercicio no son factores que influyan a la hora de presentar información relativa a la sostenibilidad por lo que se deben rechazar las hipótesis correspondientes. No existen diferencias estadísticamente significativas entre los grupos contemplados (p-valor superior a 0,05).

Sin embargo, si se considera un nivel de significación del 10%, también se aceptaría la hipótesis H_{1d} tanto con el número de empleados como con los ingresos de explotación (p-valores menores de 0,10).

5.3 Análisis comparativo de las empresas públicas con resultado positivo versus resultado negativo

En este apartado, se realizará un análisis comparativo entre las empresas que en el año 2013 obtuvieron un resultado negativo y las que lo obtuvieron positivo, con el fin de conocer cuál de los dos grupos presenta mayor nivel de transparencia en sus páginas web.

5.3.1 Información económico-financiera

En la tabla 12 se muestran los porcentajes de información en los ítems de tipo económico tanto para empresas con resultado positivo como negativo, comprobando con contrastes de medias si existen diferencias significativas en los distintos ítems analizados. También se presenta el índice medio de divulgación de ambos grupos en esta materia.

Tabla 12: Comparativa de la información económico-financiera presentada

Ítem	Empresas Resultado Positivo	Empresas Resultado Negativo	p-valor
	Publican o Explican	Publican o Explican	
Balance	71,43%	81,58%	,194
PyG	71,43%	81,58%	,194
Memoria	71,43%	81,58%	,194
EFE	69,05%	81,58%	,125
ECPN	71,43%	81,58%	,194
Informe de Gestión	71,43%	76,32%	,452
Informe de Auditoría	64,29%	78,95%	,086
Plan de Inversión y Financiación	19,05%	13,16%	,370
índice medio de divulgación	63,69%	72,04%	

No se aprecian diferencias estadísticamente significativas en ninguno de los ítems al 5% de significación. Si el nivel fuera del 10%, se podría decir que el signo de resultado del ejercicio influye a la hora de la publicación del informe de auditoría (p-valor = 0,086 < 0,10).

5.3.2. Cumplimiento de la ley de transparencia

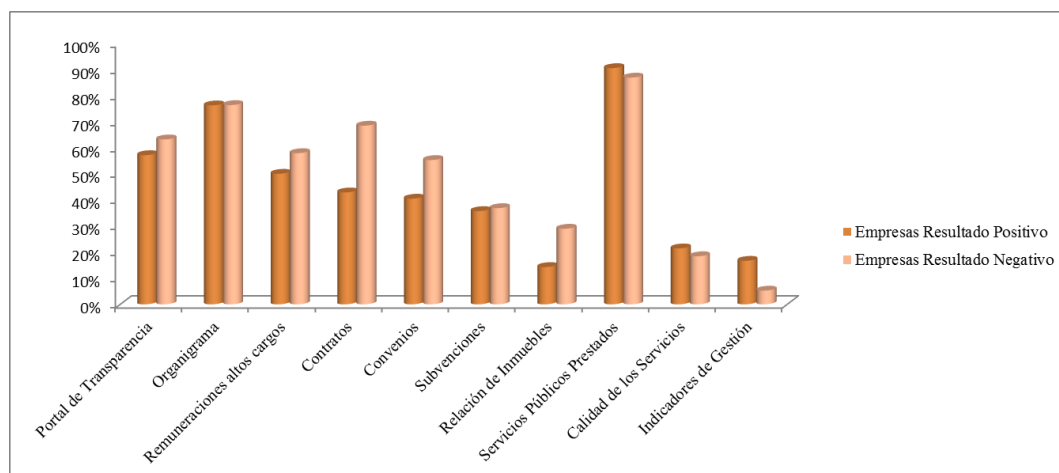
En la tabla 13 se presentan los resultados relativos a los distintos ítems relacionados con la ley de transparencia.

Tabla 13: Análisis comparativo cumplimiento ley de transparencia

Ítem	Empresas Resultado Positivo	Empresas Resultado Negativo	p-valor
	Publican o Explican	Publican o Explican	
Portal de Transparencia	57,14%	63,16%	,368
Organigrama	76,19%	76,32%	,796
Remuneraciones altos cargos	50,00%	57,89%	,268
Contratos	42,86%	68,42%	,025
Convenios	40,48%	55,26%	,184
Subvenciones	35,71%	36,84%	,819
Relación de Inmuebles	14,29%	28,95%	,176
Servicios Públicos Prestados	90,48%	86,84%	,728
Calidad de los Servicios	21,43%	18,42%	,582
Indicadores de Gestión	16,67%	5,26%	,080
Índice medio de divulgación	44,52%	49,74%	

Son las empresas con resultado negativo las que cumplen en mayor medida con los requisitos de publicación de información de la ley de transparencia (49,74% frente a un 44,52%). Pese a ello, ninguno de los dos grupos supera el 50% de transparencia, por lo que deberán mejorar en este aspecto.

Gráfico 4: Análisis de Ley de Transparencia en las empresas públicas



Son las empresas con resultado negativo las que cuentan en mayor medida con un portal específico de transparencia en sus páginas. Éstas divulgan en mayor medida información sobre aquéllos aspectos que quizás más importan a la sociedad hoy en día, como las retribuciones de los altos cargos, contratos y convenios. Sin embargo, en los indicadores de gestión, ocurre al revés, son las empresas con resultado positivo las que más los hacen públicos, aunque ambos grupos de empresas deben mejorar en este aspecto.

La información presentada sobre las contrataciones realizadas está influida por si la empresa tiene o no un resultado positivo (p -valor $< 0,05$). Además, a un nivel de significación del 10%, también se aprecian diferencias en cuanto a la divulgación de la información relativa a los indicadores de gestión.

5.3.3. Información de gestión y buen gobierno

A continuación se exponen los resultados relativos a la información pública sobre gestión y buen gobierno y el índice medio de divulgación alcanzado por ambos grupos.

Tabla 14: Porcentajes comparativos de la información publicada sobre gestión y buen gobierno

Ítem	Empresas Resultado Positivo	Empresas Resultado Negativo	p-valor
	Publican o Explican	Publican o Explican	
Misión consejo de Admón.	52,38%	42,11%	,377
Dualidad	4,76%	2,63%	,562
Estructura	61,90%	68,42%	,355
Tamaño	69,05%	76,32%	,323
Funciones Consejo	40,48%	44,74%	,656
Currículum Miembros	35,71%	36,84%	,492
Comisión de Nombramientos	2,38%	0,00%	,323
Comisión de Remuneraciones	2,38%	2,63%	1,000
Comisión de Auditoría	14,29%	26,32%	,096
Comisión de Apoyo	4,76%	2,63%	,562
Funciones especificadas comisiones	14,29%	15,79%	,537
Índice medio de divulgación	27,49%	28,95%	

El índice de divulgación de las empresas con resultado negativo no dista mucho del de las de resultado positivo (28,95% versus 27,49%), aunque es muy bajo en ambos casos. En lo relativo al Consejo de administración, los resultados son favorables, puesto que más de la mitad de las empresas hacen pública su estructura y su tamaño (aproximadamente un 65% en las de resultado positivo frente a un 72% en las de resultado negativo). No ocurre lo mismo en cuanto a presentar el currículum de los miembros que forman el órgano de dirección, puesto que no superan el 50% ninguno de los dos grupos (alrededor de un 36% en ambos).

Es el comité de auditoría el más común en la muestra, y son las empresas con resultados negativos las que más explican las funciones que tienen estos órganos dentro de la organización (15,79% versus 14,29%). A un nivel de significación del 5%, este ítem no presenta diferencias significativas en ambos grupos, aunque sí a un 10% (p-valor = 0,096).

5.3.4. Información relativa a la sostenibilidad

En la tabla 15 se aprecian los porcentajes obtenidos en las 7 variables relativas a la información sobre sostenibilidad, así como el índice medio de divulgación relativo a ambos grupos de empresas.

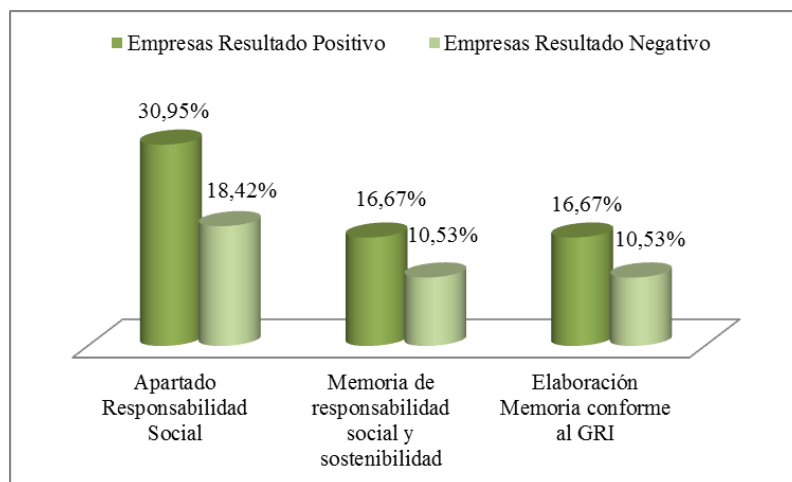
Tabla 15: Comparación de empresas en materia de sostenibilidad

Ítem	Empresas Resultado Positivo	Empresas Resultado Negativo	p-valor
	Publican o Explican	Publican o Explican	
Apartado Responsabilidad Social	30,95%	18,42%	,308
Memoria RS y sostenibilidad	16,67%	10,53%	,428
Elaboración Memoria conforme al GRI	16,67%	10,53%	,428
Inf. Medioambiental en las cuentas anuales	100,00%	100,00%	1,000
Igualdad Hombres y Mujeres	35,71%	39,47%	,362
Integración Discapacitados	0,00%	2,63%	,323
Índice medio de divulgación	33,33%	30,26%	

En esta materia, es donde más diferencias pueden apreciarse entre los dos grupos considerados, puesto que en la presentación de sus memorias de sostenibilidad y de RS,

se aprecian unos resultados distantes entre ellos. Sin embargo estas diferencias no son estadísticamente significativas.

Gráfico 5: Análisis comparativo de la publicación de información de memorias o apartados dedicados a la Sostenibilidad

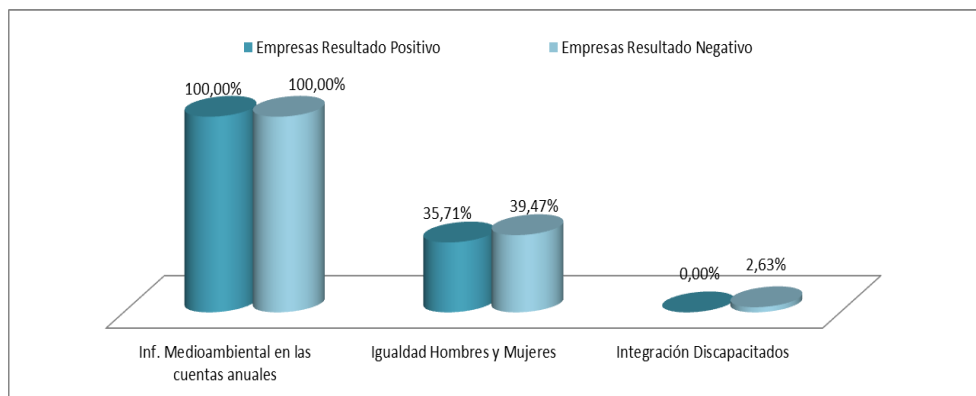


Se puede ver que son las empresas con resultado positivo las que cuentan en mayor medida con un apartado de responsabilidad social específico (30,95% frente a un 18,42%), donde incluyen todo lo que ellos consideran importante o necesario en este tema. En cuanto a las memorias de sostenibilidad y de RS, ambos grupos cuentan con unos porcentajes muy bajos, y son considerablemente más pequeños en las empresas con resultado negativo.

Finalmente son las organizaciones con resultado positivo las que elaboran en mayor medida sus memorias con respecto al GRI (16,67% frente a 10,53%).

A continuación vamos a analizar la preocupación de estos grupos de empresas por la información medioambiental y social.

Gráfico 6: Comparativa de la información medioambiental y social



- En materia medioambiental, vemos como todas las empresas contienen en sus cuentas anuales información relativa al medio ambiente.
- Aunque la preocupación por la igualdad de género es muy baja en ambos grupos, son las de resultado negativo las que la muestran ligeramente en mayor medida (39,47% frente a un 35,71%).
- Finalmente, sorprenden los resultados obtenidos en cuanto a la integración de personas discapacitadas en la actividad laboral de las empresas de la muestra. Las empresas con resultado positivo ni siquiera hacen mención a este tema en sus páginas web, memorias de sostenibilidad o RS, ni en sus cuentas anuales, y apenas un 3% del otro grupo muestra preocupación al respecto, cosa que sorprende negativamente en la actualidad.

5.4. Análisis multivariante de la responsabilidad social de las empresas públicas.

A continuación se estudia la relación lineal existente entre el índice de responsabilidad social (que recordemos que es la media de divulgación de las cuatro áreas analizadas) con el conjunto de variables explicativas. En anexos se adjunta la tabla de correlaciones de las variables incluidas en el modelo final.

Los resultados que se muestran a continuación se han obtenido tras ir probando distintas combinaciones de variables explicativas y conseguir el mejor modelo lineal. Se han desechado aquellas que tenían problemas de multicolinealidad.

Tabla 16: Resultados obtenidos de la regresión múltiple

	Coeficientes no estandarizados		Coeficientes tipificados	t	Sig.
	B	Error típ.	Beta		
(Constante)	40,827	4,758		8,581	0,000
Total Activo mil EUR	15,128	4,859	0,310	3,114	0,003
Solvencia	-0,003	0,011	-0,031	-0,302	0,763
Rentabilidad económica	19,949	17,954	0,124	1,111	0,270
Rentabilidad financiera	-2,990	3,984	-0,082	-0,751	0,455
Ministerios	-2,800	2,466	-0,121	-1,135	0,260
Comité de Auditoría	26,232	5,988	0,475	4,381	0,000
R cuadrado	0,331				
R cuadrado corregido	0,275				

Como podemos observar, el coeficiente de determinación conjunto arroja un valor de 0,33, lo que significa que todas las variables introducidas permiten explicar en un 33% el índice de divulgación global.

Del conjunto de variables explicativas, el tamaño (si tomamos el activo para medirlo) y el comité de auditoría (al nivel del 95%) son las variables que contribuyen a explicar este índice. Sin embargo, no lo son la solvencia, la rentabilidad económica y financiera, ni el ministerio del que dependen, por lo que ninguna de ellas es, desde el punto de vista estadístico, una variable que explique el nivel de divulgación de la información de las empresas públicas analizadas.

6. CONCLUSIONES

Las empresas públicas, por su naturaleza y acción social, juegan un papel vital en la sociedad. Forman una parte primordial del mercado cuyos principales financiadores son los ciudadanos. Por ello, es importante que estas empresas lideren el proceso de desarrollo de la responsabilidad social, integrando e impulsando sus principios en las relaciones con sus stakeholders y en sus propias acciones. Pese a que este concepto tenía un carácter voluntario para las entidades, debido a la existencia de ciertos fallos de mercado o a cuestiones de carácter moral, ha sido necesaria una cierta intervención y regulación pública para incrementar la información y la transparencia en el mercado. El

objetivo principal de este trabajo ha sido analizar el nivel de responsabilidad social de las empresas públicas españolas.

Los resultados obtenidos muestran que el índice de divulgación de información relacionada con la ley de transparencia (47 %) y la relativa al ámbito económico financiero (67,66%), es superior al que presenta el ámbito sobre gestión y buen gobierno (28,18%) y sostenibilidad (28,21%).

En segundo lugar, se observa que el tamaño de las empresas públicas y la existencia de un comité de auditoría, son los factores que influyen significativamente a la hora de divulgar información económico-financiera, la relacionada con la ley de transparencia, el buen gobierno corporativo y la sostenibilidad. Asimismo, la solvencia influye a la hora de presentar información sobre la ley de transparencia y buen gobierno; y el ministerio al que pertenecen las empresas influye en la relacionada con la sostenibilidad.

Por otro lado, sorprende que no existan diferencias estadísticamente significativas a la hora de divulgar información económico-financiera ni la relacionada con el buen gobierno, entre las empresas que cuentan con un resultado del ejercicio positivo y negativo. Son las empresas con resultado negativo sin embargo, las que publican mayor documentación requerida por la ley de transparencia. Finalmente son las empresas con resultado positivo las que publican mayor información de carácter social.

Puede igualmente resaltarse el bajo porcentaje de información publicada por las entidades en relación a la igualdad de género en los puestos de empleo, tema controvertido en la actualidad. Lo mismo ocurre con lo relativo a la integración de personas discapacitadas, ya que apenas un 3% de las empresas hacen alusión a este tema en sus páginas web, memorias de sostenibilidad o RS y en sus cuentas anuales.

El análisis multivariante realizado permite observar que del conjunto de las variables explicativas seleccionadas para determinar el índice de responsabilidad social (activo, solvencia, rentabilidad económica y financiera, ministerio del que dependen y la existencia de un comité de auditoría), explican un 33 % del mismo, por lo que sería

interesante en futuras líneas de investigación introducir nuevas variables para intentar incrementar el coeficiente de determinación.

A modo de conclusión final, podemos decir que, pese a que la tendencia actual es pensar que las empresas son más transparentes, se demuestra que todavía queda mucho trabajo por hacer, y que el tamaño y el tener un comité de auditoría se posicionan como factores influyentes para la divulgación de información.

Recomendaciones empresariales

Ha quedado reflejado en este trabajo que las empresas públicas analizadas no disponen de mucha información en sus páginas web sobre gestión y buen gobierno y sobre sostenibilidad. Una buena recomendación para las empresas sería incrementarla, ya que una empresa la conforman muchas secciones y áreas, y no es sólo importante la documentación económico-financiera. Además, dado el porcentaje tan alto de empresas que no cuentan con página web, que bien utilizada puede ser la mejor herramienta de presentación de una entidad, les animaría a todas ellas a elaborarla para permitir a los usuarios conocerlas y captar potenciales clientes.

Con respecto a la igualdad de género y la integración de personas discapacitadas en el ámbito laboral, resulta sorprendente que prácticamente ninguna de las entidades publique información al respecto, a pesar de la importancia que en la actualidad que tienen ambos temas.

Por otro lado, sabiendo que el disponer de un comité de auditoría es un factor explicativo para incrementar la información online publicada, sería interesante valorar la posibilidad de crear uno como una forma de introducir mecanismos que permitan evolucionar hacia unas empresas públicas más transparentes y más socialmente responsables.

Limitaciones y futuras líneas de investigación

Para finalizar el trabajo, queremos señalar las limitaciones y futuras líneas de investigación que se han evidenciado con el mismo. Una de las principales limitaciones de la investigación es la muestra. El hecho de que sólo contemos con 80 entidades hace que disminuyan la fiabilidad de los resultados obtenidos. Por ello sería conveniente

realizar este estudio con una muestra mucho más amplia y representativa del sector público empresarial.

Los datos económico financieros se han extraído de la base de datos SABI, y en algunas empresas, el hecho de no disponer de algunos datos financieros han supuesto también una limitación en el estudio.

Como futura línea de investigación, podría resultar interesante realizar esta misma investigación dentro de un tiempo a las mismas empresas con el fin de comprobar la evolución de la información online publicada.

Asimismo, podría realizarse el estudio incluyendo variables explicativas adicionales, dado que como hemos señalado, la capacidad explicativa del modelo multivariante era limitada, indicando la existencia de otras muchas variables no recogidas en el estudio que influyen en la transparencia y responsabilidad social de las empresas.

BIBLIOGRAFÍA

Alcaide Muñoz, L., Rodríguez Bolívar, M. P., Garde Sánchez, R. (2014) “Estudio cuantitativo de la investigación en transparencia informativa, participación ciudadana y prestación de servicios públicos mediante la implementación del e-Gobierno”. *Revista de Contabilidad*, 17 (2), pp. 130-142.

Allegrini, M., Greco, G. (2011) “Corporate boards, audit committees and voluntary disclosure: Evidence from Italian listed companies”. *Journal of Management Governance*, pp. 1-30.

Argandoña, A., Isea Silva, R. (2011) “ISO 26000, una guía para la responsabilidad social de las organizaciones”. *Cuadernos de la Cátedra “la Caixa” de Responsabilidad Social de la Empresa y Gobierno Corporativo*, nº 11.

Arrondo Esnaola, I. (2013) “Responsabilidad social empresarial: voluntariedad Vs Exigibilidad”. Máster en Gestión de los Recursos Humanos y del Empleo. Curso 2012/13. Universidad del País Vasco. http://www.ehu.es/documents/1393006/1446455/responsabilidad_social_empresarial_responsabilidad_social_empresarial.pdf

Borrás, B. C., Belda, P. R. (2015) “Determinantes de la estructura financiera de las empresas españolas”. *Estudios de economía aplicada*, 50, 33-2.

Briano Turrent, G. C. (2012) “Factores institucionales que inciden en la transparencia del gobierno corporativo: un estudio en empresas cotizadas latinoamericanas”. Tesis doctoral, Universidad de Cantabria.

Briano Turrent, G. C., Rodríguez Ariza, L. (2013) “Transparencia de la información corporativa en internet de las empresas del IBEX 35”. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 16, pp. 187-208

Brusca, I., Montesinos, V. (2012). La reforma del sector público y las normas internacionales de contabilidad: el caso de España. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 60, 179-207.

Dahawy, K., Samaha, K. (2010). “Factors influencing corporate disclosure transparency in the active share trading firms: An explanatory study”. *Research in Accounting in Emerging Economies*, 10(1), 87-118.

Giménez-Chornet, V. (2012) “Acceso de los ciudadanos a los documentos como transparencia de la gestión pública”. *El profesional de la información*, 21 (5), pp. 504-508.

González González, A. K. (2013) “La transparencia, una asignatura pendiente. Transparencia internacional pública. Una nueva edición del ranking de percepción de la corrupción”. *Más poder local*, 14, pp. 18-19.

Haro de Rosario, A., Caba Pérez, M. C., Sánchez Cañadas, M. (2012) “Determinantes de la transparencia online del sector del capital riesgo: el caso de España”. *Cuadernos de Contabilidad* 13 (32), pp. 43-64.

Haro de Rosario, A., Sánchez Cañadas, M., Caba Pérez, M. C. (2013) “Transparencia de las sociedades de garantía recíproca a través de su web corporativa: Análisis empírico del caso español”. *Contaduría y administración*, 58(1), pp. 199-223.

Ibarloza Arrizabalaga, A., Malles Fernández, E. (2011) “Evolución de las necesidades de los ciudadanos europeos y su reflejo en la información suministrada por las empresas”. *Revista de Dirección y Administración de Empresas*, 18, pp. 157-172.

Larrán Jorge, M. García-Borbolla Fernández, A., López García, R. (2009) “Evolución de la divulgación de información financiera en la web corporativa de empresas cotizadas”. VIII Workshop of Empirical Research in Financial Accounting, Cartagena.

Larrán, M., Giner, B. (2002) “The Use of the Internet for Corporate Reporting by Spanish Companies”. *The International Journal of Digital Accounting Research*, 2 (1), 55-85.

Lizcano Álvarez, J. L. (2006) “Buen gobierno y responsabilidad social corporativa”. *Partida Doble*, 182, pp. 20-35.

Lizcano Álvarez, J. (2013) “La nueva Ley de Transparencia: un importante desafío social”. <http://www.abogacia.es/2013/12/23/la-nueva-ley-de-transparencia-un-importante-desafio-social/> (Página visitada el 5 de junio de 2015)

Mateu de Rosa, R. y Costa, M. (2010) “Buen Gobierno Corporativo, Diálogo entre Accionistas y Reputación Corporativa”. Investigaciones y publicaciones del Centro de Gobierno Corporativo. [https://kc3.pwc.es/local/es/kc3/publicaciones.nsf/V1/A1A69B1C5002F74EC125782B00390557/\\$FILE/BuenGCDi%C3%A1logoEntreAccionistasYReputaci%C3%B3nC.pdf](https://kc3.pwc.es/local/es/kc3/publicaciones.nsf/V1/A1A69B1C5002F74EC125782B00390557/$FILE/BuenGCDi%C3%A1logoEntreAccionistasYReputaci%C3%B3nC.pdf) (Página visitada el 3 de junio de 2015)

OCDE (2004) “Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE”. <http://www.oecd.org/daf/ca/corporategovernanceprinciples/37191543.pdf>. (Página visitada el 5 de junio de 2015)

OCDE (2011) “OECD Guidelines on Corporate Governance of State-owned Enterprises”. Traducido por el Ministerio de Economía y Hacienda, España.

Pérez Velasco, M. (2014) “La Ley 19/2013, de 9 de diciembre, de transparencia, acceso a la información pública y buen gobierno: una ocasión perdida en la equiparación a los estándares europeos”, *Blog del Institut de Dret Públic*, 21 de enero de 2014.

Perramón, J. (2013) “La transparencia: concepto, evolución y retos actuales”. *Revista de Contabilidad y Dirección*, 16, pp. 11-27.

Pina, V., Torres, L. (2008) “¿Está promoviendo el e-government una administración pública más transparente? Una visión más global”. *Auditoría Pública*, 44, pp. 89-96.

Ridao Martín, J. (2014) “Las recientes medidas para la transparencia y la probidad del sistema político y administrativo español. Alcance y valoración”. *Estudios de Deusto* 62 (1), pp. 285-310.

Talalweh, M. (2010) “La divulgación de información financiera en Internet de las principales empresas españolas: variables económicas determinantes”. *Gestión Joven*, 5, pp. 1-18.

Testera Fuertes, A., Cabeza García, L. (2013) “Análisis de los factores determinantes de la transparencia en RSC en las empresas españolas cotizadas”. *Intangible Capital*, 9 (1), pp. 225-261.

Transparency International (2012, 2013, 2014) “Índice de Percepción de la Corrupción”.<http://transparencia.org.es/indice-de-percepcion-de-la-corrupcion/> (Páginas visitadas el 16 de junio de 2015).

Vives, X. (2007) “El buen gobierno de las empresas públicas”. IESE Occasional Paper nº 07/12. IESE Business School, Universidad de Navarra.

Zurita Tubón, A. P. (2013) “La transparencia de las Entidades No Lucrativas. Una aplicación para las fundaciones dependientes de empresas”. Trabajo Fin de Máster. Facultad de Economía y Empresa. Universidad de Zaragoza.

ANEXOS

ANEXO 1: Tabla de correlaciones entre las variables explicativas incluidas en el modelo final.

		Ministerios	Comisión de Auditoría	Solvencia	Rentabilidad Económica	Rentabilidad Financiera	Total activo mil EUR
Ministerios	Correlación de Pearson	1	,223*	-,089	,125	,136	,157
	Sig. (bilateral)		,047	,434	,271	,228	,165
	N	80	80	80	80	80	80
Comisión de Auditoría	Correlación de Pearson	,223*	1	-,082	-,103	,016	,282*
	Sig. (bilateral)	,047		,469	,364	,887	,011
	N	80	80	80	80	80	80
Solvencia	Correlación de Pearson	-,089	-,082	1	,155	,061	-,023
	Sig. (bilateral)	,434	,469		,169	,592	,842
	N	80	80	80	80	80	80
Rentabilidad Económica	Correlación de Pearson	,125	-,103	,155	1	0,378	,024
	Sig. (bilateral)	,271	,364	,169		,263	,831
	N	80	80	80	80	80	80
Rentabilidad Financiera	Correlación de Pearson	,136	,016	,061	0,378	1	,002
	Sig. (bilateral)	,228	,887	,592	,263		,989
	N	80	80	80	80	80	80
Total activo mil EUR	Correlación de Pearson	,157	,282*	-,023	,024	,002	1
	Sig. (bilateral)	,165	,011	,842	,831	,989	
	N	80	80	80	80	80	80

*. La correlación es significativa en el nivel 0,05 (2 colas).

**. La correlación es significativa en el nivel 0,01 (2 colas).