



El consejo de administración y las memorias de sostenibilidad

Lázaro Rodríguez-Ariza^{a,*}, José V. Frías Aceituno^a y Raquel García Rubio^b

^a Departamento de Economía Financiera y Contabilidad, Universidad de Granada, Granada, España

^b Departamento de Administración y Economía de la Empresa, Universidad de Salamanca, Salamanca, España

INFORMACIÓN DEL ARTÍCULO

Historia del artículo:

Recibido el 15 de julio de 2012

Aceptado el 5 de enero de 2013

On-line el 5 de agosto de 2013

Códigos JEL:

M14

Palabras clave:

Consejo de administración

Información voluntaria

Información social corporativa

R E S U M E N

Aun cuando la elaboración de memorias de sostenibilidad no es obligatoria, el papel del consejo de administración puede ser importante en la emisión de información relevante para la toma de decisiones. En la actualidad, y debido al creciente interés por el comportamiento medioambiental y social de los negocios y su impacto en la supervivencia empresarial a largo plazo, la función del consejo de monitorizar la información económico-financiera se ha ampliado a las memorias de sostenibilidad.

El presente trabajo tiene como objetivo analizar el papel que determinadas características del consejo de administración, tales como su tamaño, el nivel de actividad, la independencia y la diversidad de sus miembros, tienen en la elaboración y en la divulgación de un informe de responsabilidad social corporativa.

La evidencia empírica previa en relación con las nuevas responsabilidades de este órgano de control es limitada y sujeta a análisis transversales a nivel país y periodo temporal, lo que limita las conclusiones que pueden derivarse de los mismos. En ese artículo, el análisis se realiza para una muestra de 690 empresas cotizadas pertenecientes a 10 países europeos para los ejercicios 2004 a 2009.

Los resultados obtenidos muestran que las grandes compañías que disponen de consejos de administración de mayor tamaño y diversidad en su composición son las más activas en relación con la emisión de información sostenible relevante y comparable. Afirmación que puede extenderse a la frecuencia con que se reúne su consejo de administración.

© 2012 ASEPUC. Publicado por Elsevier España, S.L. Todos los derechos reservados.

The board of directors and the sustainability report

A B S T R A C T

Although the disclosure of sustainability report is not compulsory, the role of the board of directors could be quite important in the publishing relevant information for decision making. Nowadays, and as a result of growing interest in environmental and social aspects of business performance and their impact on the company's long-term survival, the board's monitoring function over the economic and financial information has been extended to include sustainability reporting.

This paper analyses the role played by certain features of the board, such as its size, level of activity and independence, as well as the diversity of its members, in the production and disclosure of a corporate social responsibility report.

Previous empirical evidence regarding these new responsibilities undertaken by the board is mainly limited to cross-sectional analyses within single countries for a relatively short time period, and so the conclusions to be derived are necessarily restricted. In contrast, the present study involves the analysis of a sample of 690 listed companies from 10 European countries for the years 2004 to 2009.

The results obtained show that large companies with correspondingly large and diverse boards are the most active in publishing significant, comparable sustainable information. This is also true with respect to the frequency of board meetings.

© 2012 ASEPUC. Published by Elsevier España, S.L. All rights reserved.

JEL classification:

M14

Keywords:

Board of directors

Voluntary information

Corporate social responsibility reporting

Introducción

La transparencia corporativa se ha convertido en una dimensión relevante del buen gobierno corporativo de una sociedad, y

* Autor para correspondencia.

Correo electrónico: lazaro@ugr.es (L. Rodríguez-Ariza).

repercute de forma positiva en la evaluación que hace el mercado hacia las empresas (Mercer, 2004; Hodge, Hopkins y Pratt, 2006). Una información más transparente ayuda a los inversores a entender las decisiones de la gerencia, reduce la asimetría de la información, incrementa la confianza en el mercado de capitales y alienta a una mayor inversión extranjera directa (Bushman, Piotroski y Smith, 2004). La transparencia corporativa ha sido adoptada como uno de los principios rectores del buen gobierno por organismos internacionales como la OCDE, la IFAC y el IFC (Choi, Hilton y Millar, 2004).

En este entorno, el informe de responsabilidad social corporativa (RSC) o memoria de sostenibilidad puede ser conceptualizado como un documento destinado a dar a conocer a todos los interesados el impacto económico, social y medioambiental de la actuación empresarial en un periodo de tiempo determinado. Más concretamente, estos documentos representan la gestión de la comunicación con sus *stakeholders* sobre temas que van más allá de los beneficios de la empresa (Gray, Kouhy y Lavers, 1995; Brady y Honey, 2007), proporcionando información adicional a los estados financieros acerca de cómo se generan los beneficios (Editorial, 2002; Dragomir y Cristina, 2009). En este sentido, las memorias de sostenibilidad contienen una amplia y diversa información relativa a las prácticas y relaciones laborales, interacciones con proveedores y clientes, actividades comunitarias, contribuciones sociales y el efecto de los productos de la empresa en la salud y seguridad del consumidor, entre otros (Williams y Wern Pei, 1999; Lefort y González, 2008).

A pesar de la voluntariedad de su divulgación, puede ser de interés identificar los incentivos que pueden promover la publicación de estas memorias. Al respecto, cabe indicar la existencia de diversos estudios centrados en analizar las prácticas informativas de las compañías de países específicos (p. ej., Gray, Javad, Power y Sinclair, 2001; Apostolos y Konstantinos, 2009; McKinnon y Dalimunthe, 2009; Prado-Lorenzo, Gallego-Álvarez y García-Sánchez, 2009a), evidenciándose una orientación hacia la legitimización de las compañías (Rouf, 2011), la gestión de su riesgo reputacional (Bebbington, Larrinaga y Moneva, 2008) y la satisfacción de las demandas de los *stakeholders* (Hirshleifer, 2008); y observándose, en general, que existen empresas con una amplia trayectoria en la elaboración de memorias de sostenibilidad, mientras que otras proporcionan una información limitada o incluso no reportan.

En esta nueva visión de los negocios, el consejo de administración debe centrarse en lograr un equilibrio en la satisfacción de los intereses de los distintos *stakeholders* (Ingle y van der Walt, 2004; Ho, Tower y Barako, 2008; Frías-Aceituno, Rodríguez-Ariza y García-Sánchez, 2013) y rendir cuentas ante ellos (Solomon, 2007), lo que supone una expansión de sus obligaciones fiduciarias (Ingle y 2008). Adicionalmente, autores como Healy (2003) y Perrini (2006) defienden una participación activa de los consejeros en el proceso de comunicación con los *stakeholders*.

En esta línea, Hill y Jones (1992) definen la teoría de la agencia de los *stakeholders*, que incorpora aspectos de la teoría de la agencia, la teoría *stewardship* y la teoría basada en los recursos y capacidades. En ella se considera a las empresas como un nexo de contratos, pero a diferencia de la teoría de la agencia, estos recogen, explícita e implícitamente, las relaciones con todos los *stakeholders*, a la vez que reconoce diferencias de poder entre ellos.

En la teoría de la agencia se contempla una divergencia entre las funciones de utilidad del principal y el agente, mientras que en la teoría de la agencia de los *stakeholders* los directivos, único grupo de interés que mantiene relaciones contractuales con el resto de *stakeholders* y que tiene control directo sobre el aparato de toma de decisiones empresariales, puede presentar divergencias en la función de utilidad respecto al resto de *stakeholders*, que asumirían la función de principal.

Para limitar tales divergencias, la teoría de la agencia de los *stakeholders* concibe al consejo de administración como un órgano inspector encargado de revisar y controlar las actuaciones de los directivos. Por ello, asimilándolo a la consideración que la teoría de la agencia tiene sobre el informe financiero como mecanismo de control orientado a alinear los intereses de directivos y accionistas (Healy, Hytton y Palepu, 1999; Hermanson, 2000; Bushman y Smith, 2001; Healy y Palepu, 2001; Brenan y Solomon, 2008), y por extensión, la información sobre RSC asumiría idéntica función para las relaciones de agencia entre directivos y *stakeholders* (Gray, Owen y Maunders, 1987; Gray et al., 1995; Rasche y Esser, 2006; Unerman, Bebbington y O'Dwyer, 2007; Prado-Lorenzo et al., 2009a; Prado-Lorenzo y García-Sánchez, 2010; Frías-Aceituno et al., 2013), logrando una rendición de cuentas global mediante el informe de RSC.

Por otra parte, teórica y empíricamente, existe un amplio debate sobre el efecto que el tamaño y la actividad del consejo tiene en la elaboración y en la divulgación de información como extensión de los procesos de monitorización. Según Cai, Keasey y Short (2006), los consejos de administración pequeños han ganado popularidad, dado que los de mayor tamaño generan mayores costes y burocracia, lo que lleva a disminuir la transparencia corporativa. Según Gandía (2008), el consejo de administración deberá estar integrado por un número razonable de consejeros. El tamaño óptimo del consejo incide en su buen funcionamiento y en su capacidad supervisora. La concentración de las posiciones del consejo puede inducir a una falta de transparencia, mientras que grandes consejos de administración pueden perjudicar a la empresa, obstaculizando el proceso de toma de decisiones y los procedimientos de comunicación (Jensen, 1993). Estudios como los realizados por Gandía (2008), Kent y Stewart (2008) y Willekens, Bauwhede, Gaeremynck y van de Gucht (2005), encuentran un efecto positivo entre el tamaño del consejo y la divulgación de información corporativa, mientras que Barako y Brown (2008) ponen en evidencia una relación negativa. Tampoco se ha observado una clara relación entre la independencia de este órgano y la divulgación de información (Donnelly y Mulcahy, 2008), pudiéndose hablar tanto de la existencia de una relación directa entre la presencia de consejeros no-ejecutivos y el volumen de información publicada (Cheng y Courtenay, 2006; Prado-Lorenzo, Gallego-Álvarez y García-Sánchez, 2009b), inversa (Haniffa y Cooke, 2005; Prado-Lorenzo y García-Sánchez, 2010) o nula (García-Sánchez, Rodríguez-Domínguez y Gallego-Álvarez, 2011).

El análisis de la diversidad se ha centrado en la presencia de extranjeros dentro del grupo de accionistas mayoritarios y ha permitido determinar su incidencia en el volumen de información social emitida (Ezat y el-Masry, 2008; Samaha, Dahawy, Hussainey y Stapleton, 2012). Sin embargo, no existe un volumen importante de trabajos que permitan establecer la influencia de la participación femenina en la divulgación de este tipo de información (Adams y Ferreira, 2009; Gul, Srinidhi y Ng, 2011).

En línea con los argumentos previos, el objetivo de este trabajo es analizar la relación existente entre ciertas características del consejo de administración y el nivel de relevancia y comparabilidad de la información sobre RSC. Con el fin de determinar el nivel de utilidad de la información sobre sostenibilidad empresarial se ha optado por considerar el nivel de adecuación de estas memorias a las recomendaciones contenidas en las guías de la *Global Reporting Initiative* (GRI), en línea con trabajos como los de Prado-Lorenzo et al. (2009b) o Legendre y Coderre (2012).

El análisis se realiza para una muestra de 690 empresas cotizadas de 10 países europeos para los ejercicios 2004 a 2009. Las características de gobierno corporativo analizadas son su tamaño, el nivel de actividad, la independencia y la diversidad del consejo de administración. Además, en el análisis se tienen en cuenta otras características de la empresa con capacidad potencial para

Download English Version:

<https://daneshyari.com/en/article/1006815>

Download Persian Version:

<https://daneshyari.com/article/1006815>

[Daneshyari.com](https://daneshyari.com)