

# Información del Capital Humano: la generación de intangibles y la responsabilidad social

## Human Capital information: generating intangibles and social responsibility

FRANCISCA TEJEDO-ROMERO<sup>1</sup>

JOAQUIM FILIPE FERRAZ ESTEVES DE ARAÚJO<sup>2</sup>

*Universidad de Castilla-La Mancha (España)*

*Universidade do Minho (Portugal)*

*Recibido el 10 de septiembre de 2014, aceptado el 13 de febrero de 2015*

Nº de clasificación JEL: M19, M49

DOI: 10.5295/cdg.140498ft

### Resumen:

*Los recursos de naturaleza intangible se han convertido en los bienes más importantes que poseen las empresas para generar riqueza de manera sostenible, en concreto el Capital Humano. Sin embargo, el éxito y supervivencia de la empresa se encuentra sometida a la aprobación de sus grupos de interés (stakeholders). Por ello, las empresas deben adoptar medidas para garantizar que sus actuaciones sean percibidas por sus stakeholders como legítimas; una manera para legitimarse es mediante el suministro de información voluntaria.*

*Por tanto, bajo el marco de la Teoría de la Legitimidad y de los Stakeholders, nuestro objetivo es analizar cómo las empresas españolas están informando de manera voluntaria sobre su Capital Humano en los informes anuales, desde una doble perspectiva informativa: la generación de intangibles (conocimiento) y la responsabilidad social.*

*Así, usando la metodología del análisis de contenido, la evidencia empírica muestra que las empresas españolas suministran escasa información acerca de su Capital Humano, siendo los temas relacionados con la formación y el desarrollo de los empleados los más divulgados. No obstante, y con respecto a la responsabilidad social, hay que destacar la tendencia alcista por parte de las empresas a suministrar información relativa a la política de igualdad y diversidad, la prevención de riesgos laborales y las relaciones entre empleadores y empleados.*

### Palabras claves:

*Capital Humano, conocimiento, responsabilidad social, divulgación de información, informes anuales, análisis de contenido.*

---

<sup>1</sup> Departamento de Administración de Empresas. Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales de Albacete, Plaza de la Universidad, 1, 02071 Albacete (España). francisca.tejedo@uclm.es

<sup>2</sup> Departamento de Relações Internacionais e Administração Pública. Escola de Economia e Gestão, Campus de Gualtar, 4715-343 Braga (Portugal). jfilipe@eeg.uminho.pt

**Abstract:**

*Intangible resources have become the most important in the process of generating business' wealth in a sustainable way, namely the Human Capital. However, the success and survival of the companies is subject to the approval of its stakeholders. This means that companies take steps to ensure that their actions are perceived as legitimate, and one way is by providing voluntary information. Therefore, under the framework of the Theory of Legitimacy and Stakeholders, our goal is to analyze how Spanish companies are voluntarily reporting on its Human Capital in annual reports, information about the generation of intangibles (knowledge) and social responsibility. Thus, using the methodology of content analysis, the empirical evidence shows that companies are reporting relatively little information on topics related to Human Capital being the topics related to training and development of employees the most disclosure. However, with regard to social responsibility, there is a rising trend to provide information concerning the policy of equality and diversity, risk prevention and the relationship between employers and employees.*

**Keywords:**

*Human Capital, knowledge, social responsibility, disclosure, annual reports, content analysis.*

## 1. INTRODUCCIÓN

La evolución sufrida en la economía con motivo de la globalización de las actividades económicas de los negocios y la internacionalización de los mercados han dado origen a una nueva realidad (Hagemeister y Lertxundi 2007; Aguilera-Caracuel et al. 2014). El auge de las nuevas tecnologías, la deslocalización industrial hacia países de bajo coste, los escándalos contables de la última década del siglo XX y el papel de los nuevos agentes como interlocutores empresariales, también contribuyen a este nuevo escenario (Herrera et al. 2013; Tejedo 2013).

Esta situación se ha caracterizado: *a)* por *economías basadas en el conocimiento*, con mano de obra competente y altamente cualificada, con fuertes inversiones en I+D (Hagemeister y Lertxundi 2007; Rodríguez y Hagemeister 2007; Saldarriaga 2013), *b)* por la creciente *importancia de los recursos intangibles*, aspectos como la imagen, el prestigio, la reputación, el capital humano (Villafañe 2005; Abhayawansa y Abeysekera 2008) y, *c)* por el gran interés suscitado por la *responsabilidad social y el gobierno de las empresas* unido al desarrollo sostenible en el desempeño de la actividad productiva empresarial (Kolk y Pinkse 2010; Herrera et al. 2013).

Bajo este escenario, se está produciendo un cambio en los modelos de gestión de las empresas, pasando de un enfoque a corto plazo y preocupado por la gestión de sus recursos tangibles, hacia un enfoque a largo plazo orientado a los recursos intangibles.

Así, los recursos de naturaleza intangible son reconocidos como los más importantes en el logro de los objetivos empresariales (Villafañe 2005) y en el proceso de creación de valor de manera sostenible en las empresas, en concreto, el Capital Humano (Abhayawansa y Abeysekera 2008; Khan y Kha 2010; Jindal y Kuma 2012; Gamerschlag 2013). Estos recursos han sido reconocidos en la literatura como *capital intelectual*, integrado por las siguientes dimensiones *capital humano, estructural y relacional* (Brooking 1996; Sveiby 1997; Edvinsson y Malone 1999; Guthrie et al. 2006).

Además, la sostenibilidad va encaminada a que la empresa adopte un “*triple objetivo*” que incluya no sólo los aspectos económicos de la misma, sino también los sociales y medioambientales (Saldarriaga 2013). Esto se traduce en, entre otros objetivos, atender, captar, retener y gestionar el talento y la diversidad de las personas que forman parte de la empresa, impulsando la generación de conocimiento (capital humano). Por ello, las actuaciones que realizan las empresas, dentro del marco de la responsabilidad social, generan valor, un valor de naturaleza intangible que facilitan a las empresas la capacidad de crear, compartir y gestionar los conocimientos que fundamentan la generación de ventajas competitivas sostenibles (Gelb y Strawser 2001; Tejedo 2013).

En este sentido, ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá en su cumplimiento, invirtiendo más en el capital humano, en el entorno y en las relaciones con los interlocutores (Engle 2007; Saldarriaga 2013). Asimismo, se les está animando a las empresas a comportarse de manera socialmente responsable con las personas y grupos sociales con quienes interactúa en relación con su forma de hacer negocios (Aguilera-Caracuel et al. 2014).

Bajo las premisas de la *Teoría de la Legitimidad*, una manera de legitimar sus actuaciones socialmente responsable es mediante la divulgación voluntaria de información relativa a sus actuaciones y actividades empresariales (Patten 1991; Gray et al. 1995; Dee-

gan 2002). Además, en base a la *Teoría de los Stakeholders* (Freeman 1984), el éxito y supervivencia a largo plazo de la empresa se encuentra sometida a la aprobación de los *stakeholders* (Gray et al. 1995). La aprobación y obtención de este apoyo requiere un diálogo entre la empresa y sus *stakeholders* (Van der Laan et al. 2005), siendo la divulgación de información voluntaria la forma más factible de comunicarse. De tal manera, las empresas socialmente responsables son las que mayor cantidad y mejor calidad de información divulgan (Gelb y Strawser 2001).

En este contexto es donde se enmarca nuestro estudio, y cuyo objetivo se ha centrado en analizar la información voluntaria que suministran las empresas sobre su Capital Humano desde una doble perspectiva: la generación de intangibles (conocimiento) y la responsabilidad social. Así, se consideran aquellos aspectos relacionados con el conocimiento, tales como: educación, formación profesional, la experiencia, habilidades y competencias en el puesto de trabajo, los valores y actitudes de los trabajadores. Igualmente, aquella información de carácter social relacionada con las relaciones entre trabajadores y empresa, salud y seguridad en el puesto de trabajo y la diversidad e igualdad de oportunidades.

Para la consecución de tal objetivo, se han planteado las siguientes preguntas de investigación: ¿cuál es la cantidad de información suministrada por las empresas?, ¿cuál es la evolución experimentada en la cantidad de información suministrada por las empresas a lo largo de los años objeto de estudio? y ¿qué patrones de comportamiento existen entre las empresas de los distintos sectores industriales?.

Así, y utilizando la metodología del análisis de contenido, se ha creado un índice de divulgación del Capital Humano y cinco subíndices correspondientes a las subcategorías del mismo, que nos ha permitido analizar la información suministrada por las empresas. La decisión de centrarnos, exclusivamente, en información relacionada con el Capital Humano ha estado motivada por el hecho de que es uno de los recursos intangibles que poseen las empresas para obtener ventajas competitivas de manera sostenible (Brooking 1996; Sveiby 1997; Edvinsson y Malone 1999).

El estudio que se presenta amplía otros trabajos realizados dentro de la línea de investigación del Capital Humano, al considerar la información de carácter social (temas de igualdad de oportunidades y diversidad en el trabajo, seguridad y salud, relaciones laborales y actividad sindical e implicaciones de los trabajadores con la comunidad) y la información relacionada con el conocimiento (competencias, habilidades y otras características de los empleados).

Los resultados obtenidos permiten contribuir en el estudio de la política de información voluntaria de las empresas respecto a su Capital Humano. Además, pueden ayudar a organismos e instituciones a elaborar unas guías o directrices respecto a la presentación de información voluntaria del Capital Humano; e incluso, a desarrollar mejores normativas contables que permitan reducir la brecha existente entre el valor de mercado y el valor en libros de las empresas. Por otro lado, puede ser un referente para el resto del tejido empresarial con respecto a mejorar los niveles de información suministrada sobre su Capital Humano.

## 2. MARCO TEÓRICO

### 2.1. El Capital Humano desde la perspectiva de la generación de intangibles: Capital Intelectual

El concepto de capital intelectual es abordado, por primera vez, por el economista John Kenneth Galbraith, en 1969 cuando trataba el desajuste existente entre el valor contable y el valor de mercado de las empresas. Aunque no es hasta mediados de los años noventa del siglo XX cuando se intenta llegar a una definición estandarizada y aceptada sobre dicho concepto (Brooking 1996; Edvinsson y Malone 1999; Roos et al. 2001).

Brooking (1996) considera que el capital intelectual no es nada nuevo, sino que ha estado presente desde el momento en que el primer vendedor estableció una buena relación con un cliente. Es considerado como la posesión de conocimiento, experiencia, tecnología organizacional, relaciones con clientes y proveedores, y destrezas profesionales que ofrecen a la empresa una ventaja competitiva en el mercado (Edvinsson y Malone 1999, p. 64). Es, por tanto, la combinación de los recursos humanos, organizativos y relacionales.

De acuerdo con Sveiby (1997), uno de los pioneros en este campo, el capital intelectual (*capital conocimiento*<sup>3</sup>) está formado por la capacidad individual (las personas, *capital humano*), la estructura interna (la organización, *capital estructural*) y la externa (clientes, *capital relacional*). La capacidad individual se refiere a la educación, experiencia, conocimiento, habilidades, valores y actitudes de las personas que trabajan en la empresa. La estructura interna es la capacidad de la organización que incluye los métodos y procedimientos de trabajo, el software, las bases de datos, a los sistemas de I+D, la cultura de la empresa, etc. Por último, la estructura externa está compuesta de la cartera de clientes, relaciones con los proveedores, bancos y accionistas, acuerdos de cooperación y alianzas estratégicas, tecnológicas, de producción y comerciales, las marcas comerciales y la imagen de la empresa.

Desde la perspectiva del capital intelectual, el capital humano es el activo pensante que reside en los miembros de la empresa (Roos et al. 2001), y representa el conocimiento, capacidades y habilidades (Edvinsson y Malone 1999) que se incorporan al individuo o al grupo de individuos durante su vida y se utilizan para la producción de bienes y servicios, representando el stock de conocimiento individual de una empresa (Bontis 2001).

Este capital destaca como fuente de innovación y de renovación estratégica (Bontis 2001), además de ser el principal recurso para la empresa en el actual mundo globalizado (Sveiby 1997; Edvinsson y Malone 1999; Bontis 2001). Por ello, las empresas procuran retener a sus empleados más válidos (Roos et al. 2001), recompensando a aquéllos que poseen dicho conocimiento (Sveiby 1997).

Así, en base a la *Teoría de la legitimidad* (Suchman 1995), las empresas con altos niveles de capital intelectual están más inclinadas a revelar voluntariamente dicha infor-

---

<sup>3</sup> Existen una gran variedad de términos que reflejan la importancia de los activos del conocimiento en las empresas, tales como: capital intelectual, capital conocimiento, activos intangibles, activos ocultos, etc. (Bontis 2001, p. 41). Sin embargo, ante la diversidad de términos empleados de manera indistinta para referirse al mismo fenómeno, es necesario la utilización de un lenguaje común para referirse a los mismos (Dragonetti y Roos 1998, p. 268). Normalmente, intangibles es empleado en la literatura contable, conocimiento es utilizado por parte de los economistas y capital intelectual en el área de la gestión de empresas (Lev 2003, p. 19).

mación. Las empresas necesitan comunicar la forma en que utilizan su capital intelectual para generar valor, en concreto su Capital Humano (Gamerschlag 2013). Ellas informan voluntariamente, si la dirección percibe que esas actividades concretas son las esperadas por las comunidades en las cuales opera (Guthrie et al. 2006). Además, de acuerdo con la *Teoría de los Stakeholders*, la empresa informará a fin de aumentar el valor percibido de la empresa por parte de los *stakeholders* (Guthrie et al. 2006).

En este sentido, nos interesa analizar si las empresas suministran información voluntaria relacionada con los conocimientos, competencias, habilidades y otras características de los empleados. Es decir, información relativa a la educación (base de conocimientos y habilidades generales), formación profesional (capacidades necesarias para el puesto de trabajo), conocimientos específicos del trabajo (experiencia), habilidades (liderazgo, trabajo en equipo o resolución de problemas), y valores y actitudes de las personas que trabajan en la empresa.

## **2.2. El Capital Humano desde la perspectiva de la Responsabilidad Social**

Históricamente, la actividad empresarial siempre ha tenido consecuencias económicas, sociales y medioambientales muy diversas que han afectado al bienestar de la sociedad, por lo que la percepción del papel que desempeña la empresa ha ido variando a lo largo del tiempo. De hecho, muchas empresas con tal de conseguir su principal objetivo, el máximo valor para los accionistas (Friedman 1970), han abusado de las consecuencias negativas derivadas de su actividad: con despidos masivos en procesos de reestructuración empresarial, violación de los derechos laborales y humanos, destrucción de los recursos naturales en zonas del planeta sin ningún tipo de regulación medioambiental, dirigiéndose hacia países menos desarrollados por medio de la deslocalización de sus industrias.

Es en torno a 1980, cuando tienen lugar las primeras catástrofes o *crisis medioambientales*, Bophal en la India durante 1984 y Exxon en Alaska durante 1989. Posteriormente, en la década de los noventa del siglo XX se originan las *crisis sociales*, debido a la deslocalización de las industrias, destacando Nike con la utilización de mano infantil en Indonesia para la fabricación de balones, Shell con su complicidad en la ejecución de líderes indígenas en Nigeria (Nieto 2008; Spitzreck 2011). Por último, las *crisis económicas* por reestructuración de las empresas, como Danone, Mark&Spencer, y por escándalos financieros, como Enron y Parmalat (Kolk y Pinkse 2010).

Por todo ello, se realiza un llamamiento especial al sentido de responsabilidad social de las empresas que viene motivado, entre otras cuestiones, ante la necesidad de abordar la cuestión de la conducta empresarial en lo que se refiere a sus actividades e interacciones con otros actores, ya que se ha producido una falta de legitimidad de las empresas ante la sociedad (Spitzreck 2011). Lo que ha llevado a las empresas a aplicar la idea de responsabilidad social dirigida a satisfacer las demandas que sobre su comportamiento tienen los distintos agentes relacionados con ella (Herrera et al. 2013). Esto es como respuesta a esa imagen degradada de las corporaciones mediante la implantación voluntaria de la ética en la cultura y filosofía de las empresas, asumiendo unas pautas de comportamiento que generen confianza en la sociedad y dando respuesta a lo que la sociedad espera de ella. De hecho, todavía se continúa la búsqueda para mejorar los procesos y herramientas que

permitan generar referentes de comportamiento de gestión eficiente sobre el impacto de las empresas en las sociedades donde actúan (Vázquez Oteo 2014).

Así, la empresa, respecto al Capital Humano, procura abordar la: *a) la gestión de Recursos Humanos* a través de una política responsable que evite la discriminación y fomente la igualdad, la participación y aprendizaje de sus empleados, con lo que les ayudará a captar trabajadores cualificados, *b) la salud y seguridad en el lugar de trabajo* intentando adoptar criterios de seguridad y salud a la hora de seleccionar a sus proveedores y fijar así las condiciones de contratación, *c) la adaptación al cambio* ante los procesos de reestructuración procurando reducir el impacto negativo sobre su entorno próximo, sobre todo con sus trabajadores (CE 2001, pp. 9-11).

Un comportamiento socialmente responsable tendrá la finalidad de satisfacer las necesidades y expectativas manifestadas por los *stakeholders*, mediante la integración de estrategias de responsabilidad social corporativa. Así, bajo el marco de la *Teoría de la Legitimidad*, las empresas tratarán de garantizar que desarrollan y actúan dentro de los límites y las normas de la sociedad (Deegan 2002, p. 253). Para tal fin, suministrarán información voluntaria de carácter social como un mecanismo para reducir las presiones sociales y gubernamentales (Patten 1991; Gray et al. 1995). Por otro lado, de acuerdo con las premisas de la *Teoría de los Stakeholders*, la divulgación de información voluntaria es la vía más favorable para obtener el apoyo y aprobación de los *stakeholders* (Gray et al. 1995).

A este fin, en este trabajo interesará conocer si las empresas suministran información voluntaria de carácter social respecto temas de igualdad de oportunidades y diversidad en el trabajo, seguridad y salud, relaciones laborales y actividad sindical e implicaciones de los trabajadores con la comunidad.

### **2.3. El Informe Anual como medio para el suministro de información**

La gran mayoría de estudios seleccionan los informes anuales para el estudio de la información voluntaria (Goh y Lim 2004; Abeysekera y Guthrie 2005; Khan y Khan 2010), puesto que es el medio más eficaz de comunicación debido a su fácil accesibilidad. Ello se debe a dos razones principalmente: en primer lugar, la empresa tiene el control editorial sobre el documento, excepto para los estados contables auditados, y, en segundo lugar, es el documento más ampliamente distribuido por la empresa. Además, los niveles de información voluntaria recogidos en los informes anuales están directamente relacionados con la cantidad de información que se publica a través de otros medios, bien en informes medioambientales, informes de sostenibilidad o memorias de responsabilidad social, informes de capital intelectual, página web de la propia empresa, informes de analistas financieros, etc..

Aunque un importante cuerpo de la literatura se ha centrado en el estudio de las revelaciones corporativas de información relativa a la responsabilidad social corporativa (Van der Laan et al. 2005; Vuontisjärvi 2006; Holder et al. 2009) y al capital intelectual (Goh y Lim 2004; Abeysekera y Guthrie 2005; Guthrie et al. 2006), son escasos los estudios que han analizado la revelación de información del Capital Humano desde ambas perspectivas.

Así, los estudios de responsabilidad social han analizado aspectos de carácter social relacionados con las prácticas laborales y cuestiones éticas (se refiere a aspectos relacionados con las relaciones entre trabajadores y empresa, la salud y seguridad en el puesto de

trabajo y la diversidad e igualdad de oportunidades). Por su parte, los estudios de capital intelectual han examinado aspectos del Capital Humano bajo el marco de la generación de conocimiento, y están relacionados con el conocimiento que poseen las empresas y que procede de sus empleados (se refiere a aspectos relacionados con la educación, formación profesional, la experiencia, habilidades y competencias en el puesto de trabajo, los valores y actitudes de los trabajadores).

Este estudio amplía las investigaciones realizadas hasta el momento, al estudiar el Capital Humano considerando aspectos de carácter social y aquellos relacionados con el conocimiento de los empleados.

### **3. DISEÑO METODOLÓGICO**

El análisis de la información del Capital Humano suministrada por las empresas españolas fue realizado a través de la elaboración de índices de divulgación (Abeysekera y Guthrie 2005; Vuontisjärvi 2006) empleando la metodología del análisis de contenido, que es adecuada al pretender realizar un descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido de documentos (Costa 2012, p. 158). Para garantizar la fiabilidad del análisis de contenido se han seguido las indicaciones de Krippendorff (2004) en el proceso de codificación de los datos. Así, aunque sólo un autor completó la codificación de todos los informes anuales, inicialmente, los dos autores codificaron una muestra de diez informes anuales en una muestra piloto, obteniendo un valor para el alfa de Krippendorff de 0,851, que sugiere un nivel aceptable de acuerdo entre los codificadores (Krippendorff 2004; Beattie y Thomson 2007). Además, para suplir la falta de transparencia en la codificación de los datos (Beattie y Thomson 2007), se han llevado a cabo las etapas que se desarrollan a continuación.

#### **3.1. Periodo de estudio**

El periodo elegido comprende 5 años, desde el 2004 al 2008 (ambos inclusive). Esta elección viene motivada tras la aprobación en España de la ley 26/2003, de 17 de julio, de transparencia informativa, que regula a todas las sociedades emisoras de valores e instrumentos financieros admitidos a cotización. Se recoge, en el apartado 2 del artículo 117, que dichas sociedades deben disponer de una página *web* para difundir información, lo que facilita el acceso, a partir de 2004, a los documentos analizados de forma más fácil y accesible. Dejándose para posteriores trabajos el periodo 2009-2013, a raíz de una serie de fusiones de empresas que hubieran distorsionado la serie de datos.

#### **3.2. Definición de la población y elección de la muestra**

Las empresas cotizadas en el mercado continuo español que estuviesen incluidas en el índice bursátil del IBEX35 durante el periodo 2004-2008 constituyen la población de partida, al ser estas más susceptibles de una mayor transparencia informativa. Se opta por un diseño de la muestra dirigido o no probabilístico, considerando las empresas incluidas en el índice en el 2008 (puesto que en años posteriores han tenido lugar operaciones de fusiones y algunas empresas han salido de dicho índice) y manteniéndolas fijas durante el resto de



años, hasta el 2004. La muestra queda configurada por 23 empresas, lo que representa un 65,7% de la población de partida. Además, se encuentran caracterizados todos los sectores industriales.

### 3.3. Selección y definición de las unidades de análisis

La selección de las unidades de análisis más adecuadas es una cuestión importante en la recopilación de datos (Camões 2012), ya que se pretende codificar información en distintas categorías. Debe quedar claro qué datos se analizan, de qué manera se definen y de qué documentos se extraen. Así, las *unidades de muestreo* han sido los informes anuales<sup>4</sup>, las *de registro* son la presencia o ausencia de información y las *unidades contexto* se ha analizado la información a nivel de frase.

### 3.4. Adopción de un marco para clasificar la información

Para la codificación de los datos se ha seguido el marco conceptual establecido por Sveiby (1997), aunque ha sido brevemente adaptado y modificado en función del objetivo de nuestro trabajo (ver Tabla 1). Así, la categoría del Capital Humano se ha dividido en 5 subcategorías y 20 elementos específicos relacionados con el mismo.

Tabla 1

#### Marco de clasificación de la información relacionada con el Capital Humano

---

##### **EMPLEADOS:**

1. Perfil del empleado
2. Temas de igualdad de oportunidades y diversidad
3. Seguridad y salud de los empleados
4. Relaciones laborales y actividad sindical
5. Implicación de los trabajadores con la comunidad
6. Reconocimiento de los empleados
7. Empleados destacados
8. Compromiso de los empleados
9. Motivación de los empleados
10. Comportamiento de los empleados
11. Datos económicos

##### **EDUCACIÓN:**

12. Educación reglada
13. Cualificación profesional

##### **FORMACIÓN Y DESARROLLO:**

14. Formación de empleados
15. Desarrollo de empleado

---

<sup>4</sup> A pesar de la variedad de informes utilizados por las empresas para divulgar información (informes de responsabilidad social, informes de capital intelectual, informes ambientales, entre otros), en este estudio se han analizado exclusivamente los informes anuales.

**CONOCIMIENTOS RELACIONADOS CON EL TRABAJO:**

16. Know-how (saber hacer)
17. Antigüedad de los expertos
18. Experiencia profesional
19. Rendimiento y resultado de los altos directivos

**ESPÍRITU EMPRENDEDOR**

20. Espíritu Emprendedor

*Fuente:* Elaboración propia

### **3.5. Establecimiento del sistema de cuantificación mediante las reglas de recuento**

El sistema de cuantificación permite medir las unidades de registro en función de unas reglas de enumeración (la manera de contar) mediante el empleo de distintas escalas de medida. La cuantificación se ha realizado mediante el análisis de la *presencia/ausencia* de los distintos elementos, que consiste en la atribución de una puntuación a cada elemento (Krippendorff 2004). Esta medida detecta y registra la presencia de un ítem particular, de tal manera que la presencia del ítem en los informes anuales se la asigna una puntuación de 1 y la ausencia del mismo una puntuación de 0.

Para el estudio de las 5 subcategorías del Capital Humano se han utilizado índices no ponderados con la finalidad de agrupar los elementos en sus subcategorías para poder analizar el nivel de información suministrado. Además, se ha obtenido el índice de divulgación del Capital Humano, que es la agregación de todos los elementos, conforme a la Tabla 2. Los índices no ponderados sólo pueden medir la cantidad de información, y las partidas informativas son variables que toman el valor de 0 o 1 para determinar la presencia o ausencia de las partidas (Beretta y Bozzolan 2008). Además, se ha realizado un ajuste dividiendo por el número máximo de elementos intangibles que se podrían divulgar dentro de cada una de las subcategorías del capital humano. Este ajuste, tal y como manifiestan Botosan (1997) y Marston y Shrivies (1991), se realiza para no penalizar a aquellas empresas que por algún motivo no puedan divulgar alguno de los ítems o partidas consideradas. No se han utilizado índices ponderados por el grado de subjetividad que llevan aparejados las ponderaciones realizadas, al no existir una tabla de ponderaciones universalmente aceptada (Giner 1995), sino que a cada una de las partidas informativas se les asigna una puntuación diferente dependiendo de la importancia que establezca el propio investigador.

Tabla 2

**Índices de divulgación de las distintas subcategorías y categoría del Capital Humano**

$$I_{\text{Empleados}}_j = \frac{1}{11} \sum_{i=1}^{11} X_{ij}$$

$$I_{\text{Educación}}_j = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^2 X_{ij}$$

$$I_{\text{Formación y Desarrollo}}_j = \frac{1}{2} \sum_{i=1}^2 X_{ij}$$

$$I_{\text{Conocimientos relacionados trabajo}}_j = \frac{1}{4} \sum_{i=1}^4 X_{ij}$$

$$I_{\text{Espíritu emprendedor}}_j = \frac{1}{1} \sum_{i=1}^1 X_{ij}$$

$$I_{\text{Capital Humano}}_j = \frac{1}{20} \sum_{i=1}^{20} X_{ij}$$

Fuente: Elaboración propia

Donde  $I_j$  es el índice de divulgación no ponderado de la empresa  $j$ ,  $i$  es el elemento,  $X_{ij}$  es la puntuación obtenida por la empresa  $j$  del elemento  $i$ . Consecuentemente,  $X_{ij}$  tomará el valor de 1 si la empresa  $j$  ha divulgado el elemento  $i$  y, en caso contrario tomará el valor de 0 si no ha sido divulgado.

#### 4. ANÁLISIS DE LOS DATOS Y RESULTADOS

Para cumplir con el objetivo y poder responder a las preguntas de investigación planteadas para tal fin, se ha llevado a cabo, en primer lugar, un análisis descriptivo de cada uno de los elementos que conforman el Capital Humano, para ver si los mismos son comunicados o divulgados por las empresas. Además y, para conocer el comportamiento de todas las variables, se han obtenido las principales medidas de tendencia, dispersión y distribución de frecuencias. Mediante esta técnica se obtiene un conocimiento básico de los datos, así como la importancia de cada categoría de las variables evaluadas.

En la Tabla 3 se observa que para los años de estudio, el *Perfil del empleado* ha sido el elemento más divulgado. Entre 2004 y 2008, se incrementa en 4,76% el número de empresas que suministran información sobre el mismo, hasta alcanzar un total de 22 empresas. Sin embargo, la información relativa a los *empleados destacados* no ha sido divulgada en el año 2004 y sólo han sido 2 empresas las que han suministran esta información en 2008.

Tabla 3

**Distribución de empresas/año que comunican elementos relativos al Capital Humano**

| Elementos  | Frecuencias |        |      |      |      |      |      |      |      |      |
|--|-------------|--------|------|------|------|------|------|------|------|------|
|  | 2004        |        | 2005 |      | 2006 |      | 2007 |      | 2008 |      |
|  | Abs*.       | Rel**. | Abs. | Rel. | Abs. | Rel. | Abs. | Rel. | Abs. | Rel. |
| Perfil del empleado  | 21          | 91,3   | 20   | 87,0 | 20   | 87,0 | 21   | 91,3 | 22   | 95,7 |
| Igualdad de oportunidades y diversidad                                 | 12          | 52,2   | 12   | 52,2 | 16   | 69,6 | 17   | 73,9 | 18   | 78,3 |
| Seguridad y salud de los empleados                                     | 11          | 47,8   | 12   | 52,2 | 13   | 56,5 | 13   | 56,5 | 15   | 65,2 |
| Relaciones laborales y actividad sindical                              | 9           | 39,1   | 11   | 47,8 | 12   | 52,2 | 14   | 60,9 | 14   | 60,9 |
| Implicación de los trabajadores con la comunidad                       | 8           | 34,8   | 4    | 17,4 | 6    | 26,1 | 6    | 26,1 | 7    | 30,4 |
| Reconocimiento de los empleados  | 10          | 43,5   | 9    | 39,1 | 14   | 60,9 | 11   | 47,8 | 13   | 56,5 |
| Empleados destacados   | 0           | 0,0    | 1    | 4,3  | 1    | 4,3  | 1    | 4,3  | 2    | 8,7  |
| Compromisos de empleados   | 9           | 39,1   | 12   | 52,2 | 11   | 47,8 | 11   | 47,8 | 12   | 52,2 |
| Motivación de los empleados  | 8           | 34,8   | 8    | 34,8 | 12   | 52,2 | 10   | 43,5 | 13   | 56,5 |
| Comportamiento de empleados  | 2           | 8,7    | 1    | 4,3  | 1    | 4,3  | 3    | 13,0 | 2    | 8,7  |
| Datos económicos   | 7           | 30,4   | 6    | 26,1 | 3    | 13,0 | 4    | 17,4 | 4    | 17,4 |
| Educación reglada  | 7           | 30,4   | 4    | 17,4 | 6    | 26,1 | 7    | 30,4 | 6    | 26,1 |
| Cualificación profesional  | 9           | 39,1   | 8    | 34,8 | 11   | 47,8 | 9    | 39,1 | 9    | 39,1 |
| Formación de empleados   | 17          | 73,9   | 17   | 73,9 | 18   | 78,3 | 18   | 78,3 | 19   | 82,6 |
| Desarrollo de empleados  | 14          | 60,9   | 16   | 69,6 | 13   | 56,5 | 16   | 69,6 | 17   | 73,9 |
| Know-how (saber hacer)   | 7           | 30,4   | 6    | 26,1 | 8    | 34,8 | 9    | 39,1 | 7    | 30,4 |
| Antigüedad de los expertos   | 3           | 13,0   | 7    | 30,4 | 9    | 39,1 | 10   | 43,5 | 10   | 43,5 |
| Experiencia profesional  | 2           | 8,7    | 2    | 8,7  | 3    | 13,0 | 1    | 4,3  | 1    | 4,3  |
| Rendimiento y resultado de los altos directivos                        | 1           | 4,3    | 2    | 8,7  | 1    | 4,3  | 3    | 13,0 | 1    | 4,3  |
| Espíritu emprendedor   | 3           | 13,0   | 4    | 17,4 | 4    | 17,4 | 4    | 17,4 | 4    | 17,4 |
| <b>Abs*.: Frecuencia Absoluta      Rel**.: Frecuencia Relativa (%)</b> |             |        |      |      |      |      |      |      |      |      |

Fuente: Elaboración propia

Más de la mitad de las empresas informan acerca de la *formación y desarrollo* de sus empleados (ver Tabla 4), siendo ésta la subcategoría del Capital Humano que más se ha divulgado, con una media para todo el periodo del 0,72. No obstante, los datos indican que a las empresas les cuesta informar sobre el *espíritu emprendedor* de sus trabajadores, obteniéndose un valor medio para el periodo 2004-2008 de 0,17.

Tabla 4

**Media de los índices de las distintas subcategorías y categoría del Capital Humano**

|                             | <b>2004</b> | <b>2005</b> | <b>2006</b> | <b>2007</b> | <b>2008</b> | <b>2004-2008</b> |
|-----------------------------|-------------|-------------|-------------|-------------|-------------|------------------|
|                             | Media       | Media       | Media       | Media       | Media       | Media            |
| I Empleados                 | 0,38        | 0,38        | 0,43        | 0,44        | 0,44        | <b>0,42</b>      |
| I Educación                 | 0,35        | 0,26        | 0,37        | 0,35        | 0,35        | <b>0,33</b>      |
| I Formación y Desarrollo    | 0,67        | 0,72        | 0,67        | 0,74        | 0,74        | <b>0,72</b>      |
| I Conocimientos del Trabajo | 0,14        | 0,18        | 0,23        | 0,25        | 0,25        | <b>0,20</b>      |
| I Espíritu Emprendedor      | 0,13        | 0,17        | 0,17        | 0,17        | 0,17        | <b>0,17</b>      |
| I CAPITAL HUMANO            | 0,35        | 0,35        | 0,40        | 0,41        | 0,43        | <b>0,39</b>      |

Fuente: Elaboración propia

De acuerdo con el índice de divulgación del Capital Humano (ver Tabla 4), se refleja que para el periodo 2004-2008, menos de la mitad de las empresas suministran información sobre su Capital Humano. Más concretamente un 39%, aunque se ha ido incrementando a lo largo de los años.

En resumen, la divulgación de información de las empresas sobre su Capital Humano aún es escasa. Menos de la mitad de las empresas analizadas divulgan la información sobre su Capital Humano, siendo el *perfil del empleado* y la *formación y desarrollo de sus empleados* los elementos más divulgados. Estos resultados se encuentran en línea con los obtenidos en otros trabajos previos (Abhayawansa y Abeysekera 2008; Khan y Khan 2010; Jindal y Kumar 2012).

Al llegar a este punto, resulta de interés conocer si el cambio en el nivel de divulgación, ha sido significativo. Así, para detectar la existencia de comportamientos diferentes entre los años objeto de estudio, se aplican técnicas estadísticas no paramétricas<sup>5</sup> para contrastar si son significativas, en concreto, el *test de Friedman* (ver Tabla 5).

<sup>5</sup> Para conocer cuál será la prueba estadística empleada se debe conocer la distribución que siguen las variables. De tal manera que, si se cumple que las variables siguen una distribución normal se aplican pruebas paramétricas y, en caso contrario, pruebas no paramétricas. En concreto se realizó el Test de Kolmogorov-Smirnov y los resultados obtenidos fueron que las variables no son normales. No obstante, cabe justificación si se tiene en cuenta que, según el Teorema Central del Límite, una de las condiciones para el cumplimiento de normalidad de las variables es que el número de individuos (observaciones) de la muestra sea superior a 30 (Levin & Rubin 2004; Wooldridge 2006). Por tanto, esta ausencia de normalidad ha requerido la utilización de técnicas estadísticas no paramétricas.

Tabla 5

**Prueba de Friedman para el índice del Capital Humano**

| Prueba de Friedman |  |               |       |
|--------------------|--|---------------|-------|
| Rangos             | Estadísticos de contraste <sup>a</sup> |               |       |
| Rango promedio     |  |               |       |
| ICH 2004           | 2,50                                   | N             | 23    |
| ICH 2005           | 2,61                                   | Chi-cuadrado  | 8,802 |
| ICH 2006           | 3,09                                   | gl            | 4     |
| ICH 2007           | 3,20                                   | Sig. asintót. | 0,066 |
| ICH 2008           | 3,61                                   |               |       |

a. Prueba de Friedman

Fuente: Elaboración propia

Estos rangos indican que los ejercicios 2007 y 2008 presentan, por este orden, los mayores niveles de divulgación de información del Capital Humano. Si se observa el estadístico de contraste  $\chi^2(4)=8,802$ , de la prueba de *Friedman*, el p-valor es superior a 0,05. Por tanto, se puede afirmar que el nivel de divulgación del Capital Humano durante los distintos ejercicios económicos analizados no varía significativamente a lo largo de los años. Estos resultados no coinciden con los obtenidos por Gamerschlag (2013) en una muestra de empresas alemanas cotizadas, donde se produce un incremento significativo en los niveles de divulgación de información del Capital Humano en el periodo correspondiente a los años 2006 a 2009.

Finalmente, para resolver la cuestión de la diferencia entre empresas de varios sectores industriales, la variable *sector* se ha agrupado en función de los seis sectores de pertenencia de las empresas que forman parte del estudio. Se ha utilizado la prueba no paramétrica de *Kruskall-Wallis*.

Tabla 6

**Test de Kruskal-Wallis**

| SECTORES |   | N  | Rango promedio | Chi-cuadrado | Sig. asintót. |
|----------|---|----|----------------|--------------|---------------|
| ICH      | BIENES DE CONSUMO                           | 5  | 38,10          | 17,571       | 0,004         |
|          | MATERIALES BÁSICOS/INDUSTRIA Y CONSTRUCCIÓN | 30 | 71,80          |              |               |
|          | PETRÓLEO Y ENERGIA                          | 35 | 59,27          |              |               |
|          | SERVICIOS DE CONSUMO                        | 10 | 25,00          |              |               |
|          | SERVICIOS FINANCIEROS E INMOBILIARIOS       | 25 | 54,28          |              |               |
|          | TECNOLOGÍA Y TELECOMUNICACIONES             | 10 | 64,40          |              |               |

Fuente: Elaboración propia

En la Tabla 6 se observa que existen discrepancias entre los seis rangos, determinando que no son iguales. Además, si se estudia detalladamente el índice, los sectores más representativos en cuanto a un mayor nivel de divulgación del Capital Humano son los de *Industria y Construcción*, y el de *Tecnología y Telecomunicaciones*. Observando, además, que la  $\chi^2(5)$  toma un valor de 17,571, con un  $p=0,004$ , con lo que se puede corroborar que existen diferencias significativas entre los sectores analizados de acuerdo con su nivel de divulgación sobre su *Capital Humano*. El estudio realizado por Khan y Khan (2010) también identifican diferencias entre los distintos sectores industriales para una muestra de empresas de Bangladesh pertenecientes al Dhaka Stock Exchange. Sin embargo, el sector que más información divulga es el bancario, ocupando el segundo puesto el sector tecnológico. Resultados similares son los encontrados en el trabajo de Jindal y Kumar (2012) en una muestra de empresas de la India listadas en el Bombay Stock Exchange, siendo el sector tecnológico el que más información suministra. Estos datos sugieren la necesidad de profundar en el análisis utilizando otras variables explicativas, por ejemplo la naturaleza económica y social del país objeto de estudio. Por tanto, se puede afirmar que *existen diferencias significativas entre el nivel de divulgación de información del Capital Humano y la pertenencia a un determinado sector*.

## 5. DISCUSIÓN DE LOS RESULTADOS

La evidencia ha demostrado que las empresas divulgan relativamente poco de su Capital Humano, a pesar de ser un incentivo para legitimarse ante sus *stakeholders*. A este respecto, la información relacionada con el *perfil del empleado* ha sido la más divulgada en cada uno de los años, pese a ser información relacionada con determinadas características de los trabajadores y ser considerada relevante para que la empresa pueda llevar a cabo su actividad. Además, como era de esperar, la información relacionada con los *empleados destacados* casi no se revela, ya que son éstos los que mejor contribuyen al éxito y crecimiento de la empresa.

Se desprende que las empresas están incorporando estrategias de responsabilidad social en sus modelos de gestión (Nieto 2008), ya que la información relacionada con la política de igualdad y diversidad, la prevención de riesgos laborales y la información acerca de las relaciones entre empleadores y empleados, así como actividad sindical, se ha ido incrementando a lo largo de los años como resultado de un mayor compromiso social, a pesar de no ser la más divulgada.

La integración de la responsabilidad social en la cultura y filosofía de la empresa ha llevado a éstas a gestionar el conocimiento (Saldarriaga 2013). Tal es así que, la mayoría de las empresas informan sobre sus programas destinados a fomentar la formación y desarrollo de sus empleados, posibilitándolas a crear, compartir y gestionar los conocimientos que fundamentan la generación de ventajas competitivas sostenibles.

Además, como patrones de comportamiento similares, es lógico pensar que el sector de actividad en el que opera la empresa afecta a la cantidad de información revelada. Sí bien, los resultados obtenidos, reflejan que los sectores de la *Industria y Construcción* y, *Tecnologías y Telecomunicaciones*, son los que más información suministran sobre su Capital Humano, al ser estos sectores intensivos en conocimiento, lo cual coincide con la clasificación de las actividades basadas en el conocimiento establecidas por la OECD

(2001, pp. 126-205 y 208). Estos resultados se encuentran en línea con los encontrados en Khan y Khan (2010) y Jindal y Kumar (2012).

## **6. CONCLUSIONES**

La relevancia que ha adquirido el Capital Humano, suscitada por la generación de conocimiento y la preocupación por un desarrollo sostenible en el marco de la responsabilidad social, al igual que la necesidad por una información más completa y transparente, en aras a que las empresas se comporten de una manera socialmente responsable, nos ha llevado a estudiar la política divulgativa de las empresas con relación al mismo.

Las conclusiones de este estudio sugieren que, es escasa la información que revelan las empresas del Ibex 35 en sus informes anuales. Quizás, uno de los motivos por los cuales no suministran información puede deberse a que son un recurso muy valioso y no quieren informar más allá de lo exigido legalmente por miedo a sus competidores. Ello se debe a que es un bien valioso pero no es propiedad de la empresa, puesto que sus empleados tienen poder de decisión propio y en cualquier momento pueden abandonar la empresa. Por otro lado, han sido pocos los esfuerzos realizados por estas empresas en intentar incrementar a lo largo del tiempo su nivel de divulgación sobre su Capital Humano, permaneciendo prácticamente invariable a lo largo de los años 2004 a 2008.

Si bien, cabe destacar que la información de carácter social relaciona con aspectos de responsabilidad social, tales como política de igualdad y la prevención de riesgos laborales, la información acerca de las relaciones entre empleadores y empleados y la actividad sindical ha tenido una tendencia alcista a lo largo de los años. Una de las causas de este aumento ha podido estar relacionada con mejorar la imagen y reputación de la empresa; puesto que, mediante la divulgación voluntaria de estas partidas informativas están enviando señales a sus grupos de interés de la implantación de políticas de responsabilidad social con sus empleados y de un mayor compromiso social. Así, se ha demostrado que son las empresas intensivas en conocimiento las que más información suministran. Son los sectores correspondientes a la industria y construcción, y tecnologías y telecomunicaciones los que presentan mayores diferencias a la hora de informar.

Nuestros resultados pretenden ser útiles y ayudar a organismos e instituciones a elaborar unas directrices respecto a la presentación de información del capital humano; e incluso, desarrollar mejores normativas reguladoras tendentes a informar sobre determinadas cuestiones de manera obligatoria en las empresas.

Por último, señalar que, ante los bajos niveles de información suministrados por las empresas, sería conveniente para futuros trabajos considerar otros medios o informes que puedan utilizar éstas para divulgar información; en concreto, nos referimos a las memorias de responsabilidad social. Además, sería interesante analizar la calidad de la información suministrada respecto a aspectos relacionados con la relevancia, fiabilidad y oportunidad de la misma, entre otros.



## 7. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Abeysekera, I. and Guthrie, J., 2005. An empirical investigation of annual reporting trends of intellectual capital in Sri Lanka. *Critical Perspectives on Accounting*, 16 (3), 151-163.
- Abhayawansa, S. and Abeysekera, I., 2008. An explanation of human capital disclosure from the resource-based perspective. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 12 (1), 51-64.
- Aguilera-Caracuel, J., Delgado-Márquez, B. L., and Vidal-Salazar, M. D., 2014. Influencia de la internacionalización en el desempeño social de las empresas. *Cuadernos de Gestión*, 14 (2), 15-32.
- Beattie, V. and Thomson, S., 2007. Lifting the lid on the use of content analysis to investigate intellectual capital disclosures. *Accounting Forum*, 31 (2), 129-163.
- Beretta, S. and Bozzolan, S., 2008. Quality versus quantity: the case of forward-looking disclosure. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 23(3), 333-376.
- Bontis, N., 2001. Assessing knowledge assets: a review of the models used to measure intellectual capital. *International Journal of Management Reviews*, 3 (1), 41-60.
- Botosan, C. A., 1997. Disclosure level and the cost of equity capital. *Accounting review*, 323-349.
- Brooking, A., 1996. *Intellectual Capital*. London: International Thomson Business Press.
- Camões, P. J., 2012. O Design de Investigação. En: Silvestre, H. and Araújo, J., eds., *Metodologia para a investigação social*, Lisboa, Escolar Editora, 103-120.
- CE, Comisión Europea, 2001. *Libro verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Luxemburgo, Oficina de Publicaciones Oficiales de las Comunidades Europeas, Documentos COM(2001)366 final.
- Costa, D., 2012. A recolha de dados: técnicas utilizadas. En: Silvestre, H. and Araújo, J. eds., *Metodologia para a investigação social*. Lisboa: Escolar Editora, 141-170.
- Deegan, C., 2002. The legitimising effect of social and environmental disclosures-A theoretical foundation. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (3), 282-311.
- Dragonetti, N. C. and Roos, G., 1998. La evaluación de Ausindustry y el business network programme: una perspectiva desde el capital intelectual. *Boletín de estudios económicos*, 53(164), 265-280.
- Edvinsson, L. and Malone, M. S., 1999. *El capital intelectual: Cómo identificar y calcular el valor de los recursos intangibles de su empresa*. Barcelona: Gestión 2000.
- Engle, R. L., 2007. Corporate social responsibility in host countries: a perspective from American managers. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 14 (1), 16-27.
- Freeman, R. E., 1984. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: MA, Pitman Publishing.
- Friedman, M., 1970. The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, 32-33.
- Gamerschlag, R., 2013. Value relevance of human capital information. *Journal of Intellectual Capital*, 14 (2), 325-345.
- Gelb, D. S. and Strawser, J. A., 2001. Corporate Social Responsibility and Financial Disclosures: An Alternative Explanation for Increased Disclosure. *Journal of Business Ethics*, 33 (1), 1-13.

- Giner Inchausti, B., 1995. *La divulgación de información financiera: una investigación empírica*. Madrid: Ministerio de Economía y Competitividad.
- Goh, P. C. and Lim, K. P., 2004. Disclosing intellectual capital in company annual reports: Evidence from Malaysia. *Journal of Intellectual Capital*, 5 (3), 500-510.
- Gray, R.; Kouhy, R. and Lavers, S., 1995. Corporate social and environmental reporting: A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 8 (2), 47-77.
- Guthrie, J.; Petty, R. and Ricceri, F., 2006. The voluntary reporting of intellectual capital: Comparing evidence from Hong Kong and Australia. *Journal of Intellectual Capital*, 7 (2), 254-271.
- Hagemeister, M., and Lertxundi Lertxundi, A., 2007. Las estrategias de la gestión internacional: el conocimiento como componente clave para su clasificación. *Cuadernos de Gestión*, 7 (2), 29-37.
- Herrera Madueño, J., Larrán Jorge, M. and Martínez-Martínez, D., 2013. Relación entre responsabilidad social y performance en las pequeñas y medianas empresas: Revisión bibliográfica. *Cuadernos de Gestión*, 13 (2), 39-65.
- Holder, L.; Cohen, J. R.; Nath, L. and Wood, D., 2009. The supply of corporate social responsibility disclosures among U.S. firms. *Journal of Business Ethics*, 84 (4), 497-527.
- Jindal, S. and Kumar, M., 2012. The determinants of HC disclosures of Indian firms. *Journal of Intellectual Capital*, 13 (2), 221-247.
- Khan, H. and Khan, R., 2010. Human capital disclosure practices of top Bangladeshi companies. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 14 (4), 329-349.
- Kolk, A. and Pinkse, J., 2010. The integration of corporate governance in corporate social responsibility disclosures. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 17 (1), 15-26.
- Krippendorff, K., 2004. *Content analysis: An introduction to its methodology*. California: Sage Publications, Inc.
- Lev, B., 2003. *Intangibles: Medición, gestión e información*. Bilbao: Ediciones Deusto.
- Levin, R. I. and Rubin, D. S., 2004. *Estadística para administración y economía*. México: Pearson Educación.
- Marston, C. L. and Shrivres, P. J., 1991. The use of disclosure indices in accounting research: a review article. *The British Accounting Review*, 23(3), 195-210.
- Nieto, M., 2008. La difusión de las prácticas de responsabilidad social en las empresas multinacionales. *Pecunia*, Monográfico, 33-64.
- OECD, Organisation for Economic Co-operation and Development, 2001) *OECD Science, Technology and Industry Scoreboard 2001: Towards a Knowledge-based Economy*. Paris, OECD Publishing.
- Patten, D. M., 1991. Exposure, legitimacy, and social disclosure. *Journal of Accounting and Public Policy*, 10 (4), 297-308.
- Rodríguez, A. and Hagemeister, M., 2007. Un marco para la evaluación de los factores críticos en el proceso de adopción de I+ D externa. *Revista Cuadernos de Gestión*, 7 (1), 65-81.
- Roos, J.; Dragonetti, N. C.; Roos, G. and Edvinsson, L., 2001. *Capital intelectual: el valor intangible de la empresa*. Barcelona: Paídos Ibérica, SA.
- Saldarriaga, J. G., 2013. responsabilidad social y gestión del conocimiento como estrategias de gestión humana. *Estudios gerenciales*, 29, 110-117.

- Spitzeck, H., 2011. An integrated model of humanistic management. *Journal of Business Ethics*, 99 (1), 51-62.
- Suchman, M. C., 1995. Managing legitimacy: Strategic and institutional approaches. *Academy of Management Review*, 20 (3), 571-610.
- Sveiby, K. E., 1997. *The New Organizational Wealth: Managing & Measuring Knowledge-based Assets*. San Francisco: Berrett-Koehler Publishers.
- Tejedo, F., 2013. Estrategia de comunicación corporativa de las empresas socialmente responsables: análisis del Capital Relacional como base de las relaciones empresa-stakeholders. *Zer-Revista de Estudios de Comunicación*, 18 (35), 191-213.
- Van der Laan, J.; Adhikari, A. and Tondkar, R. H., 2005. Exploring differences in social disclosures internationally: A stakeholder perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, 24 (2), 123-151.
- Vázquez Oteo, O., 2014. La responsabilidad Social Corporativa en las memorias anuales de las empresas del IBEX 35. Análisis del ejercicio 2012. *Observatorio de la Responsabilidad Social Corporativa*. Madrid.
- Villafañe, J., 2005. La gestión de los intangibles empresariales. *Comunicação e Sociedade*, 8, 101-113.
- Vuontisjärvi, T., 2006. Corporate social reporting in the European context and human resource disclosures: An analysis of finnish companies. *Journal of Business Ethics*, 69 (4), 331-354.
- Wooldridge, J. M., 2006. *Introducción a la econometría: un enfoque moderno*. Madrid: Paraninfo.

