



REVISTA CUATRIMESTRAL | FOUR-MONTHLY JOURNAL | REVISTA CUATRIMESTRAL

Vol. 10 Num. 1

ENERO-ABRIL 2016

ISSN: 1988-7116

<http://gcg.universia.net>



Sistemas de Informações de Custos no Setor Público no Brasil: Uma Análise da Percepção dos Usuários Sob o Enfoque da Gestão Governamental

Ederson Luiz Lovato, Antonio Gonçalves de Oliveira, Inácio Andruski Guimarães e Anderson Catapan

Precificação de Títulos de Dívida Emitidos em Dólares por Empresas Brasileiras

Débora Confortini, Luiz Paulo Lopes Fávero e Robson Braga

Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa en el sector financiero de países en desarrollo

Edmundo Lizazaburu y Jesús del Brio

El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos

Ana M. Romero-Martínez y Mónica Milone

Exploring Information Capability and its Role in Innovation

Carmen Jaca, Marta Zárraga-Rodríguez, Elisabeth Viles & M. Jesús Álvarez

Análisis del Efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en los Resultados Empresariales de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes)

Felipe Hernández-Perlines y Juan Pablo Sánchez-Infantes

CARTA DEL EDITOR IN CHIEF

EDITOR IN CHIEF

Con este número la Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad inicia el décimo volumen cumpliendo fielmente la periodicidad para con nuestros lectores y con los criterios de calidad, internacionalmente aceptados auditados por LATINDEX (garante en América Latina y Caribe de los criterios científicos de calidad). GCG continúa indexada SCOPUS (*Elsevier Bibliographic Databases. Scimago Journal Rank 2014 (SJR) : 0,101 Q4 Category: Business, Management and Accounting (219 de 236); en EconLit (American Economic Association), ABI / INFORM Complete (Proquest), Ulrich's Periodicals Directory; Ebsco Publishing's Databases (Business Source Complete); DICE (ANECA-CSIC), RESH, etc.* Esta apuesta por la calidad ha permitido que GCG esté categorizada como revista A y ocupe la posición 56 de las 233 (7/26 de las revistas de Economía y Empresa) de todas las [revistas españolas de ciencias humanas y sociales en Web of Science y/o SCOPUS](#) (ISOC-CSIC); y que actualmente ocupe la posición 22 de 65 revistas españolas del área de "economía y empresa" y la posición 7 de las 38 revistas en el área de "Ciencia política y de la administración" según el [Índice H de las Revistas Científicas Españolas según Google Scholar Metrics, 2010-2014](#). Animamos a los autores a enviar artículos, que cumpliendo los requisitos exigidos, permitan que los directivos y empresarios encuentren respuesta a sus reflexiones, inquietudes y problemas.

En el primer artículo se analiza una de las normas de contabilidad brasileñas aplicadas al sector público, la NBC T 16:11, que se ocupa de la aplicación y el uso del Sistema de Información de Costes en el Sector Público (SICSP). Ederson Luiz Lovato, Antonio Gonçalves de Oliveira, Inácio Andruski Guimarães, y Anderson Catapan (Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil) tratan de responder a la siguiente pregunta: ¿Cuál es la percepción de los usuarios sobre la importancia de la SICSP como herramientas de gestión y de acción gerencial? Con el objetivo de investigar la percepción de los responsables de la aplicación y el uso de SICSP, los autores utilizan una metodología de investigación exploratoria y explicativa, concluyendo que la SICSP contribuye significativamente tanto como instrumento de gestión y planificación como facilitando las acciones de gestión de los usuarios, entre otros hallazgos adyacentes.

Edmundo R Lizarzaburu (Universidad ESAN, Perú) y Jesus Del Brio (Universidad de Oviedo, España) proponen un modelo teórico que relaciona la responsabilidad social corporativa y reputación corporativa para, a partir de él, plantear como hipótesis la influencia en la confianza del inversor mediante el estudio de casos de empresas financieras ubicadas en Perú. Utilizan el método del estudio de casos para analizar cuatro bancos peruanos que representan el 25% de todos los participantes del sistema bancario en Perú y el 80% en la participación de tres indicadores financieros: % créditos, % depósitos y % patrimonio. Para los autores las empresas bancarias peruanas han mejorado su reputación debido a sus acciones responsabilidad social. Esta mejora de reputación ha estado correlacionada con un fortalecimiento del valor de la empresa.

En el siguiente artículo Carmen Jaca, Marta de Zárraga Rodríguez, Elisabeth Viles, M. Jesús Álvarez (Universidad de Navarra, España) tratan de analizar cómo puede lograrse la gestión y uso eficiente de la información en la empresa y cómo esto se integra en el proceso de innovación. En particular, el presente

estudio analiza el papel que desempeña la gestión y uso eficiente de la información en la innovación a partir de experiencias de directivos de empresas españolas reconocidas como innovadoras aplicando la teoría fundamentada (*grounded theory*). Los resultados obtenidos sugieren que la estrategia de la empresa promueve los valores y la cultura organizacional alineados con la innovación y presentan un marco de referencia que explica los elementos que soportan la gestión de la innovación en las organizaciones; de esta forma contribuye a entender en qué medida la gestión y el uso eficiente de la información y la gestión del conocimiento son fuentes potenciales de innovación.

La fijación de precios de los activos es uno de los mayores retos en el mercado de renta fija, en particular para los activos emitidos en los mercados extranjeros. Débora Confortini, Luiz Paulo Lopes Fávero (Universidade de São Paulo, Brasil) y Robson Braga (Universidade do Estado da Bahia, Brasil) se centran en el análisis de la probable influencia de algunas variables en la valoración de las emisiones de deuda de las empresas brasileñas en el mercado americano. Para realizar una investigación más diversificada, los autores seleccionaron seis diferentes emisiones durante el período entre enero de 2008 y diciembre de 2015, con plazos similares y notas de crédito diferentes. A través de modelos de regresión, los autores concluyen que las principales variables que influyen en los precios de los valores se identifican, sin embargo, con un enfoque diferente entre los valores a corto plazo y largo plazo. El modelo sugerido por la investigación puede ayudar a los inversores y analistas de renta fija en su toma de decisiones sobre la fijación de precios de los títulos.

Los emprendedores son los principales creadores de empleo facilitando la regeneración económica y social de los países. La situación de crisis económica-financiera y social acontecida en los últimos años ha dado lugar a un nuevo escenario que suscita especialmente la necesidad de profundizar en los determinantes del emprendimiento. El objetivo de este artículo es analizar la actitud o intención que se tiene hacia el emprendimiento, así como las principales motivaciones y dificultades a la hora de emprender un proyecto empresarial en la sociedad actual. Para sus autores, Ana María Romero Martínez (Universidad Complutense de Madrid) y Mónica Milone (Amway) los resultados muestran que la gran mayoría de los encuestados tienen una actitud positiva hacia el emprendimiento. Conseguir autonomía en el trabajo, autorrealizarse y encontrar una alternativa al desempleo son las principales motivaciones pero el miedo al fracaso y el entorno social poco favorable les limita a la hora de emprender.

Los profesores Felipe Hernández Perlins y Juan Pablo Sánchez-Infante (Universidad de Castilla La Mancha, España) pretenden analizar la influencia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los Resultados Económicos (RE) en las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). Para ello se propone un modelo utilizando datos de los informes de sostenibilidad de 278 Mipymes españolas confeccionados bajo los estándares de GRI. Para los autores los resultados permiten afirmar que las Mipymes también desarrollan actividades de RSE y que aquellas Mipymes que las llevan a cabo mejoran sus resultados, siendo coincidente con estudios previos desarrollados para empresas de mayor dimensión, concluyendo que la influencia de la RSE en los RE es directamente observable, sin necesidad de variables mediadoras o moderadoras.

De nuevo queremos agradecer a todos aquellos que hacen posible el buen funcionamiento de la revista: miembros del Consejo Consultivo, Consejo Editorial, Editores y Editores Asociados de área, evaluadores, autores, y sobre todo de los lectores.

EDITOR IN
CHIEF

SUMARIO | SUMMARY | SUMÁRIO

1	<p>Sistemas de Informações de Custos no Setor Público no Brasil: Uma Análise da Percepção dos Usuários Sob o Enfoque da Gestão Governamental</p> <p><i>Cost Information Systems in the Public Sector in Brazil: An Analysis of User Perception Under the focus of Government Management</i> <i>Sistemas de Informação de Custos en el Sector Público en Brasil: Un Análisis de la Percepción del Usuarios Acerca de el Enfoque de Gestión de Gobierno</i></p> <p>Ederson Luiz Lovato, Antonio Gonçalves de Oliveira, Inácio Andruski Guimarães e Anderson Catapan</p>	16-41
2	<p>Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa en el sector financiero de países en desarrollo</p> <p><i>Corporate Social Responsibility and Corporate Reputation in the financial sector of developing countries</i> <i>Responsabilidade Social Corporativa e Reputação Corporativa no setor financeiro dos países em desenvolvimento</i></p> <p>Edmundo Lizarzaburu y Jesús del Brio</p>	42-65
3	<p>Exploring Information Capability and its Role in Innovation</p> <p><i>Papel en la innovación de la gestión y uso eficiente de la información</i> <i>Análise exploratória da capacidade de informação e do seu papel na inovação</i></p> <p>Carmen Jaca, Marta Zárraga-Rodríguez, Elisabeth Viles & M. Jesús Álvarez</p>	66-81
4	<p>Precificação de Títulos de Dívida Emitidos em Dólares por Empresas Brasileiras</p> <p><i>Formación de Precios de Títulos de Deuda Emitidos en Dólares por las Empresas Brasileñas</i> <i>Pricing of Debt Securities Issued by Brazilian Companies in U.S. Dollars</i></p> <p>Débora Confortini, Luiz Paulo Lopes Fávero e Robson Braga</p>	82-94
5	<p>El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos</p> <p><i>Entrepreneurship in Spain: Entrepreneurial Intention, Motivations and Obstacles</i> <i>Empreendedorismo em Espanha: Intenção Empreendedora, Motivações e Obstáculos</i></p> <p>Ana M. Romero-Martínez y Mónica Milone</p>	95-109
6	<p>Análisis del Efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en los Resultados Empresariales de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes)</p> <p><i>Analysis of Effect of Corporate Social Responsibility in the Business Results of Micro, Small and Medium-Sized Enterprises (MSMEs)</i> <i>Análise do Efeito da Responsabilidade Social das Resultados do Negócio nas Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPMEs)</i></p> <p>Harrison Bachion Ceribeli, Ana Luiza Ribeiros da Silva, Camila Alves Guillarducci e Larissa Gabriela Rodrigues Garcia</p>	110-123

STAFF

CONSEJO CONSULTIVO / ADVISORY BOARD / CONSELHO CONSULTIVO

S.M. el Rey Don Felipe VI de España, Presidente de Honor del Consejo Consultivo, España.
John J. DeGioia, Presidente de Georgetown University, EEUU.
Juan Manuel Cendoya, Director General del Banco Santander.

José María Aznar, Ex Presidente de España y Miembro del Georgetown University Latin American Board.
Fernando Henrique Cardoso, Ex Presidente de Brasil.
Vicente Fox, Ex Presidente de México.
Ricardo Lagos, Ex Presidente de Chile.
Andrés Pastrana, Ex Presidente de Colombia.

Cesar Alierta Izuel, Presidente del Consejo de Administración de Telefónica, España.
Belmiro de Azevedo, Presidente de SONA E, Portugal.
Gustavo Cisneros, Presidente de la Organización Cisneros, Venezuela.
Roberto Civita, Presidente del Grupo Abril, Brasil.
Enrique Iglesias, Secretario General Iberoamericano (Secretaría General Iberoamericana, SEGIB), España.
Luis Alberto Moreno, Presidente del Banco Interamericano de Desarrollo (BID), EEUU.

CONSEJO EDITORIAL / EDITORIAL BOARD / CONSELHO EDITORIAL

Alonso, José Antonio, Catedrático de Economía Aplicada de la Universidad Complutense de Madrid, España.
Bresser-Pereira, Luiz Carlos, Profesor de Economía de la Escuela de Administración de Empresas de la Fundación Getulio Vargas, Sao Paulo, Brasil.
Calvo, Guillermo, Distinguished University Professor and the Director of the Center for International Economics at the University of Maryland, EEUU.
Campa, José Manuel, Professor of Finance IESE Business School, Universidad de Navarra. España.
Carrillo-Flórez, Fernando, Senior Advisor in the IDB's State, Governance, and Civil Society Division, EEUU.
Cavarozzi, Marcelo, Decano de la Escuela de Política y Gobierno Universidad Nacional de San Martín, Buenos Aires, Argentina.
Cheyre E., Juan Emilio, Director Centro de Estudios Internacionales, Pontificia Universidad Católica de Chile.
De la Torre, Augusto, Senior Regional Financial Sector Advisor, Latin America, & the Caribbean, World Bank, EEUU.
De la Torre, José, Dean, Chapman Graduate School of Business Florida International University, EEUU.
Edwards, Sebastian, Henry Ford II Professor of International Business Economics at the Anderson Graduate School of Management at the University of California, Los Angeles (UCLA), EEUU.

Fariñas, José Carlos, Catedrático de Economía Aplicada, Director del Departamento de Estructura Económica y Economía Industrial de la Universidad Complutense de Madrid, España.

Fernández, Ana Isabel (Universidad de Oviedo), Catedrática de Economía Financiera y Contabilidad, Universidad de Oviedo, España.

Fernández Rodríguez, Zulima, Catedrática de Organización de Empresas de la Universidad Carlos III, España.

Garicano, Luis, Professor of Economic and Strategy (Graduate Schools of Business, University of Chicago), EEUU.

Garretón, Manuel Antonio, Departamento de Sociología, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Chile.

Grosse, Robert, Thunderbird School of Global Management, USA Professor of International Business; Director of Research Contigroup Companies Chair, EEUU.

Guillén, Mauro, Professor The Wharton School, University of Pennsylvania, Director Joseph H. Lauder Institute for Management & International Studies, EEUU.

Hausman, Ricardo. Professor, Kennedy School of Government and Center for International Development, Harvard University, EEUU.

Kaufmann, Daniel, Director of Global Programs at the World Bank Institute, EEUU.

Kliksberg, Bernardo, Profesor Honorario de la Universidad Nacional de Buenos Aires; Instituto Interamericano para el desarrollo social (BID), Argentina.

Lozoya, Emilio, Director para América Latina del World Economic Forum.

O'Donnell, Guillermo, Catedrático Hellen Kellog de Ciencia Política, Universidad de Notre Dame, EEUU.

Pedreño, Andrés, Catedrático de Economía Aplicada y Director del Instituto de Economía Internacional de la Universidad de Alicante, España.

Ramamurti, Ravi, Northeastern University, Professor, International Business, EEUU.

Rojas-Suarez, Liliana, Investigador Principal en el "Center for Global Development".

Santiso, Javier, Director Adjunto y Economista Jefe del Centro de Desarrollo de la OCDE, Francia.

Spiller, Pablo T. Professor, University of California, Berkeley, Haas School of Business, EEUU.

Tansini, Ruben, Catedrático en organización industrial, DECON-FCS, Universidad de la República, Uruguay.

Tomassini, Luciano, Director del Programa, Estudios en Gobierno y Asuntos Públicos, Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales, Sede Chile.

Vargas-Llosa, Alvaro, Senior Fellow and Director of the Center on Global Prosperity, EEUU.

Valenzuela, Arturo, Director, Center for Latin American Studies, Georgetown University, EEUU.

Warner, Andrew, Millennium Challenge Corporation (MCC), EEUU.

COMITÉ EJECUTIVO / EXECUTIVE BOARD / COMITÊ EXECUTIVO

Director (Editor in Chief): Profesor Ricardo Ernst, Georgetown University, EEUU.

Director Asociado (Associate Editor): Profesor José Ignacio López-Sánchez, Universidad Complutense de Madrid, España.

Editorial Assistant:
José López-Rua, España.

EDITORES Y EDITORES DE ÁREA / EDITORS AND AREA EDITORS / EDITORES E EDITORES DE ÁREA

Editor in Chief (Director): Prof. Dr Ricardo Ernst, Profesor y Co-Director, Global Logistics Research Program (McDonough School of Business, Georgetown University), EEUU.

Associate Editor (Director Asociado): Prof. Dr. José Ignacio López-Sánchez, Profesor de Organización de Empresas, Universidad Complutense de Madrid, España.

EDITORES DE ÁREA / AREA EDITORS / EDITORES DE ÁREA

1. COMPETITIVIDAD LOCAL Y GLOBAL, Y PRODUCTIVIDAD E INNOVACIÓN TECNOLÓGICA / LOCAL AND GLOBAL COMPETITIVENESS; PRODUCTIVITY AND TECHNOLOGICAL INNOVATION / COMPETITIVIDADE LOCAL E GLOBAL, E PRODUTIVIDADE E INOVAÇÃO TECNOLÓGICA

Prof. Dr. Carl Dahlman, School of Foreign Service, Universidad de Georgetown, EEUU.

Associate Editors:

Enrique Zepeda, Professor at Instituto Tecnológico de Monterrey, México.

Jorge Katz, Argentina.

Carlos Brito Cruz, Professor from UNICAMP, head of Sao Paulo's Foundation for the Promotion of Technology, Brazil.

Mario Cimoli, Technology and industry division of ECLAC in Santiago, Chile.

Luis Guash, Senior Advisor World Bank, EEUU.

2. MULTINACIONALES, INVERSIÓN Y FINANZAS / MULTINATIONALS, INVESTMENT AND FINANCE / MULTINACIONAIS, INVESTIMENTO E FINANÇAS

Prof. Dr. Álvaro Cuervo-Cazurra, Moore School of Business, University of South Carolina, EEUU.

Associate Editors:

José Manuel Campa, IESE, España.

Julio de Castro, Instituto de Empresa, España.

Zulima Fernández, Universidad Carlos III, España.

Bernardo Kosakoff, ECLAC y Universidad Buenos Aires, Argentina.

Carlos Rufin, Universidad Babson, EE.UU.
Ana Teresa Tavares, Universidad de Oporto, Portugal.

3. EMPRESA, DERECHO E INSTITUCIONES / BUSINESS, LAW AND INSTITUTIONS / EMPRESA, DIREITO E INSTITUIÇÕES

Prof. Dr. Benito Arruñada, Universidad Pompeu Fabra, España.

Associate Editors:

Lorena Alcázar, Investigadora Principal, Grupo de Análisis para el Desarrollo (GRADE), Lima, Perú.
Veneta Andonova Zuleta, Associate Professor, Universidad de los Andes, Bogotá, Colombia.
Demian Castillo Camacho, Director del Departamento de Administración de Empresas, Universidad de las Américas, Puebla, México.
Luis Estanislao Echebarría, Representante del Banco Interamericano de Desarrollo, Santiago de Chile, Chile.
Philip Keefer, Lead Economist, Development Research Group, The World Bank.
Richard E. Messick, Co-Director, Law and Justice Thematic Group, The World Bank.
Aldo Musacchio, Assistant Professor, Harvard Business School.

4. SISTEMAS DE GOBIERNO Y GOVERNABILIDAD / GOVERNMENTAL SYSTEMS AND GOVERNABILITY / SISTEMAS DE GOVERNO E GOVERNABILIDADE

Prof. Dr. Eusebio Mujal-León, Departamento de Gobierno de la Universidad de Georgetown, EEUU.

Associate Editors:

John Bailey, Georgetown University, EEUU.
Sergio Berensztein, Universidad Torcuato di Tella, Buenos Aires, Argentina.
Josep Colomer, Consejo Superior de Investigaciones Científicas and Universidad Pompeu Fabra, Barcelona, España.
Cynthia Sanborn, Universidad del Pacífico, Lima, Perú.
Andreas Schedler, Centro de Investigación y Docencia Económicas (CIDE), México.

5. BENCHMARKING Y CALIDAD; ELEMENTOS MICRO Y PROCESOS INDUSTRIALES, ELEMENTOS MACRO E INFRAESTRUCTURA / BENCHMARKING AND QUALITY; MICRO-ELEMENTS AND INDUSTRIAL PROCESSES, MACRO-ELEMENTS AND INFRASTRUCTURE / BENCHMARKING E QUALIDADE; ELEMENTOS MICRO E PROCESSOS INDUSTRIAIS, ELEMENTOS MACRO E INFRA-ESTRUTURA

Prof. Dr. José Luís Guerrero Cusumano, McDonough School of Business, Universidad de Georgetown, EEUU.

Associate Editors:

Humberto Cantu, ITESM, Monterrey, México.
Miguel A. Heras Forcada, ESADE, Barcelona, España.
Juan Ramis Pujol, ESADE, Barcelona, España.
Alexis Goncalves, American Society for Quality Fellow, EEUU.

Philippe Hermel, Universidad de Versalles, Francia.

Annie Bartoli, Universidad de Versalles, Francia.

Sandra Milberg, Universidad Adolfo Ibanez, Santiago, Chile.

6. RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA: INNOVACIÓN SOCIAL Y CREACIÓN DE EMPRESAS /
CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY: RESPONSIBLE ENTREPRENEURSHIP AND SOCIAL INNOVATION
/ RESPONSABILIDADE SOCIAL CORPORATIVA: INOVAÇÃO SOCIAL E CRIAÇÃO DE EMPRESAS

Prof. Dr. Mariano Nieto, Universidad de León, España.

Associate Editors:

Gabriel Berger, Professor, Departamento de Administración, Universidad de San Andrés, Buenos Aires, Argentina.

Roberto Gutiérrez, Associate profesor, Facultad de Administración, Universidad de los Andes, Bogota, Colombia.

Bryan Husted Corregan, Professor, Escuela de Graduados en Administración y Dirección de Empresas (EGADE), Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey (ITESM), México.

Roberto Fernández-Gago, Associate professor, Departamento de Dirección y Economía de la Empresa Universidad de León, España.

Luis Ángel Guerras-Martín, Professor, Departamento de Economía de la Empresa, Universidad Rey Juan Carlos, España.

SELECCIÓN | PROCEDURE | PROCEDIMIENTO

INSTRUCCIONES PARA AUTORES Y PROCEDIMIENTO DE SELECCIÓN

La revista esta dirigida a quienes tienen la responsabilidad de gobernar empresas o dirigir organismos e instituciones públicas o privadas para proporcionarles ideas originales y propuestas innovadoras que contribuyan a la mejora de la competitividad y gobernabilidad de las empresas y los países iberoamericanos en un mundo globalizado. La revista también aspira a servir a la comunidad universitaria y científica de la región como publicación de referencia sobre nuevas ideas. Para ello facilitará la comunicación entre las distintas comunidades universitarias iberoamericanas, las acercará y las articulará alrededor del estudio de áreas concretas, debidamente analizadas mediante aportaciones teóricas, aplicaciones prácticas y estudio de casos reales.

Miembros del mundo universitario, empresarial e institucional podrán remitir sus trabajos originales, no postulados simultáneamente en otras publicaciones, para que sean evaluados y eventualmente publicados en la revista. Los autores que aspiren a la publicación de sus artículos deberán someterse a las siguientes normas:

- Los artículos deben ser inéditos.
- Los trabajos podrán escribirse en español, portugués o inglés. Su extensión será entre 4500 y 5000 palabras. Sin embargo, se admitirá cierta flexibilidad atendiendo a la naturaleza del tema abordado.
- Cada artículo deberá ir precedido de un resumen ejecutivo de no más de cien palabras en el idioma en que ha sido escrito originalmente. Adicionalmente se incluirá la categoría en las que se sitúa el artículo: una de las seis áreas (6) y perspectiva desde la cual se aborda el tema (Teoría, Aplicación y Casos). Además, se incorporará la clasificación del trabajo conforme a los descriptores utilizados por el Journal of Economic Literature.
- El nombre del autor/es no podrá aparecer en ninguna de las hojas del artículo. Ello facilita el proceso de evaluación, pues los datos se incorporarán en el formulario digital.
- Los originales deben incorporar el título del trabajo. Dichos originales estarán editados electrónicamente en formato "Word" o compatible, y se enviarán por vía electrónica (gcg.universia.net). Los autores rellenarán sus datos en la ficha electrónica, especificando el área de estudio. Tan pronto como los autores introduzcan la información completa en el formulario de gestión de artículos, se les enviará acuse de recibo de la recepción de su trabajo.
- Las referencias bibliográficas se incluirán en el texto indicando el nombre del autor, fecha de publicación, letra y página. La letra, a continuación del año, sólo se utilizará en caso de que se citen obras de un autor pertenecientes a un mismo año. Se incluirán, al final del trabajo, las obras citadas en el texto atendiendo a la información requerida en las normas ISO 690/1987 y su equivalente UNE 50-104-94 que establecen los criterios a seguir para la elaboración de referencias bibliográficas:

Libros: Dornier, P.P.; Ernst, R.; Fendel, M.; Kouvelis, P; (1998), "Global Operations and Logistics: Text and Cases", John Wiley & Son, New Jersey.

Artículos: Campa, J.M.; Guillen, M. (1999), "The Internalization of Exports: Ownership and

Location-Specific Factors in a Middle-Income Country", Management Science, Vol. 45, Num. 11, pp. 1463-1478

Artículos con DOI's: Cuervo-Cazurra, A.; Un, C. A. (2007).- "Regional economic integration and R&D investment", Research Policy, Vol. 36, Num. 2, pp. 227-246. doi:10.1016/j.respol.2006.11.003

- La revista se reserva la facultad de editar formalmente los artículos, y de separar y recuadrar determinadas porciones del texto particularmente relevantes, aunque respetando siempre el espíritu del original. Los autores tendrán oportunidad de autorizar el formato final de los artículos antes de su publicación.
- Los autores deberán estar en disposición de ceder los beneficios derivados de sus derechos de autor a la revista.
- Corresponde al Editor en Jefe determinar si el artículo es admisible para su publicación. En caso de que así sea, lo enviará al director de área correspondiente, quien iniciará a su vez el proceso de evaluación.
- Cada artículo será sometido a consideración anónima de al menos 2 evaluadores, expertos externos a la entidad editora de la revista y a su consejo de editorial.
- La revista se compromete a responder a los autores con una decisión editorial en un plazo aproximado de tres meses (primera evaluación).
- La lista de evaluadores se hará pública anualmente.

INSTRUCTIONS FOR AUTHORS AND PROCEDURE

The journal is aimed at the people with responsibility for governing companies or managing public or private sectors and institutions. Its goal is to provide such people with original ideas and innovative proposals to help improve the competitiveness and governability of companies and the Ibero-American countries in a globalized world. The journal also aims to serve the region's academic and scientific communities by becoming the publication of reference for new ideas. It will do this by facilitating communication among the various Ibero-American academic communities, bringing them closer together and structuring them around the study of specific areas, duly analyzed by means of theoretical contributions, practical applications, and real case studies.

Original papers may be submitted for evaluation and potential publication in the journal by members of the academic, business and institutional spheres. Authors hoping to publish their articles must adhere to the following rules:

- The articles must be previously unpublished.
- The papers may be written in Spanish, English or Portuguese and must be between 4,500 and 5,000 words long, although this may be subject to a certain degree of flexibility depending on the

nature of the subject.

- Each article must be preceded by an abstract of no more than one hundred words in the original language of the article. The category in which the article is included must also be specified: area of knowledge (6) and perspective from which the subject is being addressed (theory, application, case study). You must also state how the work is classified according to the Journal of Economic Literature's descriptors.

- The author's or authors' name(s) may not appear anywhere in the article. This facilitates the evaluation process since the data will be included in the digital form.

- The title of the work must be included in the original. Originals must be presented in digital format – either in Word or in a Word-compatible format – and be sent electronically (gcg.universia.net). Authors must fill out their details on the electronic record, specifying the area under study. Authors will receive an acknowledgement of receipt of their work as soon as they have entered all the information in the article management form.

- Bibliographic references must be included in the text, indicating the author's name, date of publication, letter and page. Years must be followed by a letter only when citing works by the same author and from the same year. Works mentioned in the text must be cited at the end of the article as stipulated in the ISO 690/1987 standard and its equivalent Spanish standard UNE 50-104-94, which lay down the criteria for presenting bibliographic references:

Books: Dornier, P.P.; Ernst, R.; Fendel, M.; Kouvelis, P; (1998), "Global Operations and Logistics: Text and Cases", John Wiley & Son, New Jersey.

Papers: Campa, J.M.; Guillen, M. (1999), "The Internalization of Exports: Ownership and Location-Specific Factors in a Middle-Income Country", Management Science, Vol. 45, Num. 11, pp. 1463-1478

Papers with DOI's: Cuervo-Cazurra, A.; Un, C. A. (2007).- "Regional economic integration and R&D investment", Research Policy, Vol. 36, Num. 2, pp. 227-246. doi:10.1016/j.respol.2006.11.003

- The journal reserves the right to formally edit the articles and to separate particularly relevant parts thereof and put them in boxes, always in accordance with the spirit of the original. Authors will be given the chance to authorize the final format of their articles prior to publication.

- Authors must be willing to assign all the benefits of their copyright to the journal.

- Responsibility for deciding whether the article is fit for publication lies with the Editor-in-Chief. If this is the case, the Editor-in-Chief will send it to the relevant area director.

- Each article shall be subject to consideration on an anonymous basis by at least 2 expert assessors not belonging to the magazine's publisher or to its editorial board.

- The journal undertakes to notify authors of an editorial decision within approximately three months (first evaluation).

- The list of referees will be published on an annual basis.

INSTRUÇÕES PARA AUTORES E PROCEDIMENTO DE SELECÇÃO

A revista é dirigida a quem tem a responsabilidade de administrar empresas ou dirigir organismos e instituições públicas ou privadas para lhes proporcionar ideias originais e propostas inovadoras que contribuam para a melhoria da competitividade e governabilidade das empresas e dos países ibero-americanos num mundo globalizado. A revista aspira igualmente a servir a comunidade universitária e científica da região, como publicação de referência sobre novas ideias. Para isso irá facilitar a comunicação entre as diferentes comunidades universitárias ibero-americanas, irá aproximá-las e articulá-las à volta do estudo de áreas concretas, devidamente analisadas através de contribuições teóricas, aplicações práticas e estudo de casos reais.

Membros do mundo universitário, empresarial e institucional poderão enviar trabalhos originais para serem avaliados e eventualmente publicados na revista. Os autores que desejem publicar os seus artigos deverão submeter-se às seguintes normas:

- Os artigos devem ser inéditos.
- Os trabalhos podem ser escritos em espanhol, português ou inglês. A sua extensão deverá ser entre 4500 e 5000 palavras. No entanto, será admitida uma certa flexibilidade, atendendo à natureza do tema abordado.
- Cada artigo deverá ser precedido de um resumo com o máximo de cem palavras na língua em que tenha sido escrito originalmente. Adicionalmente será incluída a categoria na qual se situa o artigo: uma das seis (6) áreas e perspectiva a partir da qual o tema é abordado (Teoria, Aplicação e Casos). Será, além disso, incorporada a classificação do trabalho de acordo com as descrições utilizadas pelo Journal of Economic Literature.
- O nome do(s) autor(es) não poderá aparecer em nenhuma das páginas do artigo. Isso facilita o processo de avaliação, pois os dados serão introduzidos no formulário digital.
- Os originais devem conter o título do trabalho. Estes originais serão editados electronicamente em formato «Word» ou compatível, e serão enviados por via electrónica (gcg.universia.net). Os autores preencherão os seus dados na ficha electrónica, especificando a área do estudo. Logo que os autores introduzem a informação completa no formulário de gestão de artigos, é-lhes enviado um aviso de recepção do seu trabalho.
- As referências bibliográficas serão incluídas no texto, indicando o nome do autor, a data da publicação, título e página. A letra, a seguir ao ano, só será utilizada caso sejam citadas obras de um autor pertencentes a um mesmo ano. Serão incluídas, no final do trabalho, as obras citadas no texto, considerando a informação requerida nas normas ISO 690/1987 e equivalente UNE 50-104-94, que estabelecem os critérios a seguir para a elaboração de referências bibliográficas:

Livros: Dornier, P.P.; Ernst, R.; Fendel, M.; Kouvelis, P; (1998), "Global Operations and Logistics: Text and Cases", John Wiley & Son, New Jersey.

Artigos: Campa, J.M.; Guillen, M. (1999), "The Internalization of Exports: Ownership and Location-Specific Factors in a Middle-Income Country", Management Science, Vol. 45, Num. 11, pp. 1463-1478

Artigos com DOI (Identificador de Objecto Digital): Cuervo-Cazurra, A.; Un, C. A. (2007).- "Regional economic integration and R&D investment", Research Policy, Vol. 36, Num. 2, pp. 227-246. doi:10.1016/j.respol.2006.11.003

- A revista reserva-se a faculdade de editar formalmente os artigos, e de separar e reenquadrar determinadas porções do texto particularmente relevantes, embora respeitando sempre o espírito do original. Os autores terão oportunidade de autorizar o formato final dos artigos antes da respectiva publicação.
- Os autores deverão estar disponíveis para ceder os benefícios derivados dos seus direitos de autor à revista.
- Incumbe ao Editor Chefe determinar se o artigo é admissível para publicação. Caso assim seja, irá enviá-lo ao director da área correspondente que, por sua vez, iniciará o processo de avaliação.
- Cada artigo será submetido a consideração anónima de pelo menos 2 avaliadores, especialistas exteriores à entidade editora da revista e ao seu conselho editorial.
- A revista compromete-se a responder aos autores com uma decisão editorial num prazo aproximado de três meses (primeira avaliação).
- A lista de avaliadores será tornada pública anualmente.

ENVIAR LOS ARTÍCULOS
/ SUBMIT ARTICLES / ENVIAR OS ARTIGOS:
gcg.universia.net

CONSULTAS
/ SUGGESTIONS / CONSULTAS:
gcg@universia.net

INDEXACIÓN | INDEXING | INDEXAÇÃO

INDICIOS DE CALIDAD DE LA REVISTA DE GLOBALIZACIÓN, COMPETITIVIDAD Y GOBERNABILIDAD (GCG)

GCG: Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad está indexada y presente en los siguientes catálogos y bases de datos:

- EconLit (American Economic Association)
- SCOPUS (Elsevier Bibliographic Databases). Scimago Journal Rank 2014 (SJR) : 0,101 Q4); Category: Business, Management and Accounting. Posición 219 de 236. Category: Social Science Posición 377 de 400
- DICE (Difusión y Calidad Editorial de las Revistas Españolas de Humanidades, Ciencias Sociales y Jurídicas, CSIC-ANECA). Area Economía. Cumpliendo el 100% de los criterios de calidad auditados
- Directorio, CATÁLOGO e Índice LATINDEX (cumpliendo el 100% de los 33 criterios de calidad)
- RESH (Revistas Españolas de Ciencias Sociales y Humanidades)
- Google Scholar Metric (2010-2014). **Índice H de las Revistas Científicas Españolas: 7**; Categoría: Economía y Empresa 22/65; Categoría: Ciencia Política y de la Administración 7/38 (Julio 2015)
- IN-RECS (Índice de impacto de revistas españolas de ciencias sociales)
- EBSCO Publishing's databases
- ABI/Inform ProQuest
- Ulrich's Periodicals Directory
- ISOC-Ciencias Sociales y Humanidades (CSIC)
- DIALNET
- DOAJ (Directory of Open Access Journals)
- REDIB



© PORTAL UNIVERSIA, S.A., Madrid 2015. Todos los derechos reservados. Esta publicación no puede ser reproducida, distribuida, comunicada públicamente o utilizada con fines comerciales, ni en todo ni en parte, modificada, alterada o almacenada en ninguna forma ni por ningún medio, sin la previa autorización por escrito de la sociedad Portal Universia S.A. Ciudad Grupo Santander. Avda. de Cantabria, s/n. Edif. Arrecife, planta 00. 28660. Boadilla del Monte. Madrid, España. Telf: (+34) 91 289 59 23. Fax: (+34) 91 257 15 06.

ISSN: 1988-7116



Sistemas de Informações de Custos no Setor Público no Brasil: Uma Análise da Percepção dos Usuários Sob o Enfoque da Gestão Governamental

AREA: 4
TYPE: Aplicação

Cost Information Systems in the Public Sector in Brazil: An Analysis of User Perception Under the focus of Government Management
Sistemas de Información de Costos en el Sector Público en Brasil: Un Análisis de la Percepción del Usuarios Acerca de el Enfoque de Gestión de Gobierno

AUTHORS

Ederson Luiz Lovato

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil
ederson.lovato@sjp.pr.gov.br

Antonio Gonçalves de Oliveira

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil
agoliveira@utfpr.edu.br

Inácio Andruski Guimarães

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil
andruski@utfpr.edu.br

Anderson Catapan¹

Universidade Tecnológica Federal do Paraná, Brasil
andecatapan@yahoo.com.br

1. Autor de contato:
Rua Isaías Régis de Miranda, 680;
CEP 81630-050;
Curitiba, Paraná, Brasil

Entre as Normas Brasileiras de Contabilidade Aplicadas ao Setor Público encontra-se a NBC T 16.11, que trata da implantação e utilização do Sistema de Informações de Custos no Setor Público (SICSP). Logo, discute-se: Qual a percepção dos usuários sobre a importância do SICSP para os instrumentos de gestão e ações gerenciais? Tendo como objetivo, investigar a percepção dos responsáveis pela implantação e utilização do SICSP, utilizando-se de uma metodologia de pesquisa exploratória e explicativa, por meio de dados bibliográficos, documentais e de campo, onde como resultado constatou-se que o SICSP contribui significativamente tanto para os instrumentos de gestão e planejamento quanto para as ações gerenciais, entre outras constatações adjacentes.

Among the Brazilian Accounting Standards Applied to the Public Sector is NBC T 16:11, which deals with the implementation and use of the Cost Information System in the Public Sector (SICSP). Therefore, we discuss: What is the users' perception of the importance of SICSP to the management tools and management actions? Aiming to investigate the perception of those responsible for the implementation and use of SICSP, using an exploratory and explanatory research methodology through bibliographic, documentary and field data, where as a result it was found that the SICSP contributes significantly both management tools and planning and for the management actions, among other adjacent findings.

Entre las normas de contabilidad brasileñas aplicadas al sector público NBC T 16:11, que se ocupa de la aplicación y el uso del Sistema de Información de Costos en el Sector Público (SICSP). Por lo tanto, se discute: ¿Cuál es la percepción de la importancia de SICSP a las herramientas de gestión y medidas de gestión de los usuarios? Con el objetivo de investigar la percepción de los responsables de la aplicación y el uso de SICSP, utilizando una metodología de investigación exploratorio y explicativo a través bibliográfico, documental y de campo de datos, donde como resultado se encontró que la SICSP contribuye significativamente ambas herramientas de gestión y planificación y de las acciones de gestión, entre otros hallazgos adyacentes.

DOI
10.3232/GCG.2016.V10.N1.01

RECEIVED
13.08.2015

ACCEPTED
18.01.2016

1. Introdução

Ao planejar suas ações e estabelecer critérios para o desenvolvimento de soluções voltadas às demandas da sociedade, o Estado, com vistas à eficiência, eficácia e otimização dos recursos despendidos pelo cidadão, com o intuito de maximizar as possibilidades de sucesso, utiliza-se de ferramentas sofisticadas de gestão e de controle.

Sob este prisma, a partir da Constituição de 1988, um sistema de planejamento integrado formado pelo Plano Plurianual, pela Lei de Diretrizes Orçamentárias e pela Lei Orçamentária Anual, tornou-se obrigatório às esferas do governo, visando, principalmente, analisar a situação atual, diagnosticando e identificando as ações ou alterações a serem desenvolvidas para atingir a situação desejada (Kohama, 2003).

Assim, o orçamento torna-se primordial em qualquer planejamento do governo, principalmente no desenvolvimento de políticas públicas. Neste rumo, o aprimoramento e eficiência da gestão pública brasileira, assim como a harmonia fiscal nas contas públicas, em 1993 ganhou um novo impulso com o programa de estabilização econômica, que ascendeu ao Plano Real, e sob este lumiar, a Lei 101/2000 trouxe avanços importantes para o País em termos econômicos e sociais. Alinhado as tendências dos países mais desenvolvidos, o Brasil começou a repensar suas práticas contábeis aplicadas no setor público, adotando as Normas Internacionais de Contabilidade Pública. Diante desse desafio, o Ministério da Fazenda, por meio da Portaria 184/2008, incumbiu o Conselho Federal de Contabilidade (CFC) da tarefa de emitir as Normas Brasileiras de Contabilidade Aplicadas ao Setor Público (NBCASP ou NBC T SP), visando à convergência para os padrões internacionais (IPSAS), com o acompanhamento da Secretaria do Tesouro Nacional, deste modo, até o ano de 2011 foram emitidas as NBC T 16.1 a 16.11, que tratam de vários pontos da denominada "nova contabilidade pública".

O cerne deste estudo é a NBC T 16.11, que trata exclusivamente do SICSP como uma ferramenta que pode fornecer informações tempestivas e confiáveis e contribuir com o desenvolvimento das políticas públicas. Logo, o objetivo da pesquisa é investigar a percepção dos responsáveis pela implantação do SICSP, quanto à sua contribuição como ferramenta de Gestão e Planejamento para o os respectivos municípios, tendo como base, que a boa administração pública exige eficiência e economicidade e que está diretamente ligado à efetividade das formas existentes de gestão e de governança pública, questiona-se: Qual a percepção dos usuários sobre as contribuições e influências do Sistema de Informações de Custos no Setor Público Municipal com outros instrumentos de gestão e ações gerenciais?

O trabalho justifica-se tanto prática quando teoricamente. Sob o ponto de vista teórico, atualmente, diversas pesquisas (Oliveira, Catapan & Vicentin, 2015; Leinig et al., 2014; Giacomini et al., 2013; Catapan et al., 2012) vem sendo desenvolvidas envolvendo estudos da administração pública brasileira. O aumento destas publicações nos últimos anos deve-se muito ao fato do alto nível de corrupção na qual o país encontra-se. Ainda, sob o ponto de vista prático, o avanço de pesquisas deste cunho pode auxiliar no combate à ações de corrupção e a conseqüente minimização do desvio do dinheiro público.

PALAVRAS-CHAVE

Sistema de Informações de Custos. Setor Público. Gestão Municipal. Planejamento. Desenvolvimento

.....
KEY WORDS

Cost Information System. Public Sector. Municipal Management. Planning. Development

.....
PALABRAS CLAVE

Sistema de Información de Costos. Sector Público. Gestión Municipal. Planificación. Desarrollo

JEL CODE:

H83, H61, H11

2. Referencial Teórico

Para atender os anseios da população, é imprescindível a ampliação dos serviços públicos, todavia, conforme o entendimento de Angélico (1994), são necessários cada vez mais recursos materiais, humanos e financeiros. Nesse sentido, "os órgãos de planejamento elaboram esses estudos, definem os novos investimentos, estabelecem seus graus de prioridade; fazem os projetos, orçam os custos, traçam os cronogramas físicos e financeiros e preveem as épocas de início de cada programa", esse plano de ampliação é conhecido como Plano Plurianual, que é norteado pela Lei de Diretrizes Orçamentárias e pela Lei Orçamentária Anual, os quais são instrumentos de planejamento que possuem finalidades específicas, como Planejar, Orientar e Executar as políticas públicas e os programas de governo.

É saldável lembrar que existem os percentuais legais, demonstrados no [quadro 1](#), que devem ser observados na elaboração do orçamento, ou seja, de acordo com a Constituição Federal/88 os municípios têm de aplicar 25% das receitas resultantes de impostos em educação (art. 212) e 15% do mesmo valor em saúde (art. 198, §2.º, combinado com o art. 77 da ADCT). Da mesma forma, a LRF n.º 101/2000 em seus artigos 19 e 20 definem para os Municípios, os percentuais da receita corrente líquida com despesas de pessoal.

Quadro 1 - Limites Constitucionais e Legais para os Municípios

<i>Descrição</i>	<i>Limite</i>	<i>Percentual</i>
Despesas com Pessoal	Máximo	54%
Despesas com Educação	Mínimo	25%
Despesas com Saúde	Mínimo	15%
Despesas com manutenção e investimentos	Saldo	6%

Fonte: Adaptado de Constituição Federal (1988) e Lei de Responsabilidade Fiscal.

Após a elaboração e aprovação do orçamento, inicia-se a fase da execução orçamentária, a qual tem seu ponto mais crítico na realização das despesas, que devem estar em consonância com os programas de governo, e sua liquidação, deve ocorrer de acordo com a Lei 4.320/64, artigo 63, verificando in loco o cumprimento da obrigação do contratado.

Em face da responsabilidade de proporcionar o desenvolvimento municipal, aplicando os recursos com excelência sem onerar o cidadão, faz-se necessário a utilização de ferramentas inteligentes que subsidiem os gestores nas tomadas de decisão, como é o caso do SICSP.

2.1. Sistemas de Informações

A priori, pensa-se que um sistema de informação seja unicamente um sistema informatizado, o que não é uma verdade absoluta, uma vez que, um sistema pode ser constituído de diversas formas para o alcance de inúmeros objetivos, informatizado ou não. Branco (1996) explica que os sistemas de informações têm o objetivo de adquirir, organizar e analisar dados necessários à definição de problemas e riscos.

Conforme os ensinamentos de Rezende (2013, p. 1-2), há diversos conceitos sobre sistema, a saber:

[...] conjunto de partes que interagem entre si, integrando-se para atingir um objetivo ou resultado; partes interagentes e interdependentes que formam um todo unitário com determinados objetivos e efetuam determinadas funções; em informática, é um conjunto de software, hardware e recursos humanos; componentes da tecnologia da informação e seus recursos integrados; empresa ou organização e seus vários subsistemas.

Guimarães e Évora (2004) explicam que os sistemas de informações são constituídos de gerenciamentos de informações, realizadas a partir do levantamento das necessidades informacionais dos decisores, da coleta e da obtenção dos dados para transformá-los em informação. Esta informação gerada, segundo Moresi (2000) deve atender às necessidades dos diversos níveis administrativos das organizações.

A lume destes conceitos verifica-se, que os sistemas podem ser partes independentes que formam um sistema maior, normalmente desenvolvido para o alcance de determinados objetivos, os quais segundo o mesmo Rezende (2013, p. 2), “[...] objetivam auxiliar os respectivos processos decisórios”.

No tocante ao conceito de Sistema de Informação, que sob o prisma dos ensinamentos de Rezende (2013, p. 14), é “todo sistema, usando ou não recursos de tecnologia da informação, que manipulam dados e gera informação”. Ainda nesta mesma linha, Turban, Rainer e Potter, 2005:40, destacam que um sistema de informação “é um processo que coleta, processa, armazena, analisa e dissemina informações para a finalidade específica”.

Logo, depreende-se que um sistema de informação, podendo ou não ser informatizado, coleta dados, processa-os e transforma-os em informações que serão disponibilizadas para as tomadas de decisão.

2.2 Sistema de Informações de Custos - NBC T 16.11

Pesquisas contemporâneas vêm estudando os sistemas de informações em diversos contextos (Frank et al., 2012; Tanga & Thakuriahb, 2012; Lee & Yu, 2012; Klukas, Chen & Pape, 2014). Na área pública, os sistemas de informações, segundo Medeiros et al. (2014) possuem dados orçamentários sobre receitas e despesas. A NBC T n.º 16.11, que trata especificamente do SICSP, o qual deve registrar, processar e evidenciar os custos de bens e serviços e outros objetos de custos, produzidos e oferecidos à sociedade pública, foi aprovada pela Resolução do Conselho Federal de Contabilidade n.º 1.366/2011, a qual tem como objetivos:

- a) mensurar, registrar e evidenciar os custos dos produtos, serviços, programas, projetos, atividades, ações, órgãos e outros objetos de custos da entidade;
- b) apoiar a avaliação de resultados e desempenhos, permitindo a comparação entre os custos da entidade com os custos de outras entidades públicas, estimulando a melhoria do desempenho dessas entidades;
- c) apoiar a tomada de decisão em processos, tais como comprar ou alugar, produzir internamente ou terceirizar determinado bem ou serviço;
- d) apoiar as funções de planejamento e orçamento, fornecendo informações que permitam projeções mais aderentes à realidade com base em custos incorridos e projetados; e
- e) apoiar programas de controle de custos e de melhoria da qualidade do gasto.

As informações relativas a custos priorizam exatamente esses objetivos supracitados, tendo sido identificado qual será o objeto de custos da entidade, o sistema de informações de custos fará a captação dos dados e os transformará em informações.

O SICSP poderá evidenciar os objetos de custos sob diferentes olhares, como institucional, funcional e programático, com o apoio dos órgãos centrais de planejamento, orçamento, contabilidade e finanças. No entanto, para isso será necessário que o SICSP seja implantado adequadamente, utilizando-se de conceitos apropriados, e que sejam empregadas tecnologias que lhe proporcionem trabalhar em diversas dimensões, permitindo, de forma rápida, o cruzamento de múltiplas variáveis e, conseqüentemente, uma enorme gama de análises de dados, da qual se poderão subtrair informações úteis e tempestivas à administração.

Um sistema de informação integrado na área de custos, segundo Rodrigues Filho, Xavier e Adriano (2001), como em qualquer outro de uma área distinta, consiste em dois componentes: hardware e software.

Segundo Silva e Laprega (2005), estes sistemas de informações asseguram, no contexto público, a avaliação permanente da situação da população e dos resultados das ações executadas, fundamental para o acompanhamento, controle e repasse de recursos.

Reforça-se, que os controles sobre os custos e a geração dessas informações proporciona uma potencial ferramenta para as três formas de controle (interno, externo e social), propiciando ainda uma maior transparência dos gastos públicos e subsidiando as esferas públicas de uma ferramenta de gestão, como pode ser destacado da norma:

Vários dispositivos legais determinam a apuração de custos no setor público como requisito de transparência e prestação de contas, seja para controle interno, externo ou controle social. Além dos aspectos legais, esta Norma também destaca o valor da informação de custos para fins gerenciais. Sua relevância para o interesse público pode ser entendida pelo seu impacto sobre a gestão pública, seja do ponto de vista legal ou de sua utilidade. (Resolução CFC N.º 1.366/11 - NBC T 16.11)

Além de outros fins, é possível concluir que a Norma, visa também demonstrar que as informações de custos podem e devem ser utilizadas com objetivos gerenciais e ainda, para atender ao princípio da transparência, a NBC T 16.11 estabelece que a entidade pública deverá evidenciar, por meio de notas explicativas, os objetos de custos.

Conforme explicam Guedes e Silvério (2003), a Lei Complementar 101/2000 deixou claro que o Planejamento constitui o meio fundamental para uma boa execução orçamentária, uma vez que é por meio do PPA que serão apresentados os Programas de governo, e, com base nestes, serão realizados o controle de custos e a avaliação de desempenho.

Ainda de acordo com Guedes e Silvério (2003, p. 19), os projetos e as atividades podem estar diretamente ligados a "Programas desenvolvidos por órgãos públicos para trazer à população resultados, sendo esses identificados como Atividades-Fim, ou fazerem parte do suporte para que essas Atividades-Fim aconteçam, sendo, nesse caso, denominadas como Atividades-Meio".

Conforme a Norma, o SICSP capturara os dados dos demais sistemas da entidade, integrando-se aos processos de planejamento e orçamento, permitindo um maior controle sobre as despesas orçadas e realizadas, concomitantemente mensurando e evidenciando os custos de forma a desenvolver um ciclo de aperfeiçoamento do planejamento e orçamento. Embora os custos devam ser evidenciados por programas, é importante alinhar a implantação do SICSP com as necessidades e objetivos organizacionais, de forma sistemática e gradual, considerando a estrutura física e organizacional da entidade, buscando atender aos critérios de transparência e controle social, dentro de uma perspectiva positiva de custo/benefício.

Quanto às responsabilidades pelas informações de custos, a Norma prevê três personalidades, em que a análise, a avaliação e a verificação da consistência das informações de custos são de responsabilidade da "entidade do setor público"; quanto à fidedignidade das informações originadas de outros sistemas, a responsabilidade é do "gestor da entidade onde a informação é gerada"; e, por fim, relativamente à consistência conceitual e apresentação das informações contábeis do subsistema de custos, a responsabilidade recai sobre o "profissional contábil", o que justifica a escolha do ator na pesquisa de campo realizada.

Destaca-se que se o DRE evidencia o resultado econômico de ações do ente público, logo, as informações de custos podem subsidiar a elaboração de diversos relatórios, gerenciais ou não, inclusive o DRE. Percebe-se então, como a Norma já estabeleceu em seu bojo, a faculdade de utilizar o SICSP onde as informações geradas poderão ser empregadas como fonte de tomadas de decisão, assim, também como um instrumento de gestão. É com esta perspectiva que se inicia o próximo tópico, discutindo a inter-relação do sistema de informações de custos com outros instrumentos de gestão.

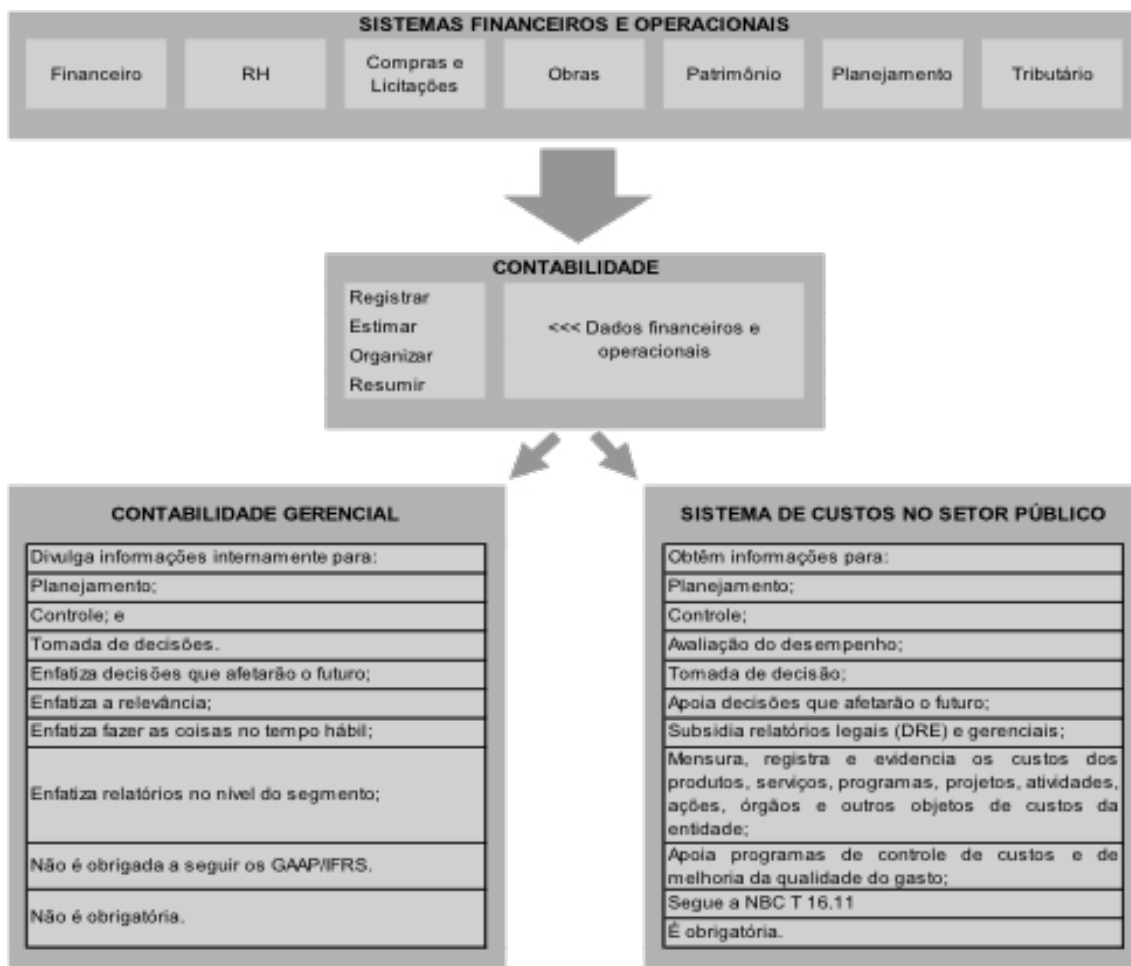
2.3 Relações do Sistema de Informações de Custos e Outros Instrumentos de Gestão

Embora a NBC T 16.11 apresente a intenção de que as informações de custos poderão ser utilizadas para auxiliar na gestão pública, a implantação do SICSP poderá ocorrer apenas para atender a determinação da Secretaria do Tesouro Nacional (STN).

Ao comparar os objetivos e propostas da contabilidade gerencial com os do SICSP, verifica-se uma equivalência. Dessa forma, observa-se (figura 1) a sinergia do SICSP com outros instrumentos de gestão, no caso a contabilidade gerencial. Percebe-se que, tanto na contabilidade gerencial quanto no SICSP, as informações buscam subsidiar o planejamento, o controle e a tomada de decisão, por meio de uma gama de relatórios tanto legais quanto gerenciais. O SICSP, no entanto, *pari passu* com as demais informações, permite uma maior transparência dos gastos públicos ao informar de forma mais clara para a sociedade os custos dos produtos e serviços ofertados.

Nesse mesmo limiar, Garrison, Noreen e Brewer (2013, p. 24), explicam que a contabilidade gerencial tipifica o termo custos de várias formas, uma vez que os gestores podem requerer dados relativos a custos para preparar "relatórios externos, preparar orçamentos de planejamento ou tomar decisões", em que, para cada uma dessas aplicações, exigem-se classificações e definições diferentes de custos. Portanto, o SICSP é um instrumento que se inter-relaciona com a contabilidade gerencial, subsidiando-a de informações tempestivas, fidedignas e relevantes, necessárias para o alcance dos fins a que se destina como ferramenta gerencial.

Figura 1 - Comparativo entre a Contabilidade Gerencial e o Sistema de Informações de Custos no Setor Público



Fonte: Adaptado de NBC T 16.2, Garrison, Noreen e Brewer (2013) e Nogueira (2009).

No setor público, além da contabilidade, as peças orçamentárias são utilizadas como uma importante ferramenta de controle gerencial. Neste matiz, Machado Júnior e Reis (2003), explicam que a contabilidade é um sistema que fornece informações para a tomada de decisões, assim como proporciona o controle e a avaliação de desempenho. Já o orçamento deverá assegurar informações relativas às políticas e aos programas de governo, viabilizando o controle gerencial.

Neste contexto, mediante as informações geradas pelo SICSP, é possível realizar também um ciclo de avaliações dos custos, melhorando a qualidade dos gastos e reduzindo-os, tendo por base os princípios da economicidade e da eficiência, que, somados, buscam a excelência dos processos, subentendido como, maior qualidade, em menor tempo e menor custo possível.

2.4 Sistemas de Custos e Ações Gerenciais

O SICSP permite a administração pública avaliar com mais precisão os recursos empreendidos e os resultados alcançados, e, com isso, realizar e aperfeiçoar os investimentos, aprimorar os planos e as ações do governo de forma que a gestão possa se apresentar com maior eficiência e eficácia, sem se abster da economicidade.

Com a mensuração, registro e evidenciação dos objetos de custos, por meio do SICSP, as entidades poderão aperfeiçoar o gerenciamento dos seus processos, estabelecendo padrões de desempenho, permitindo a comparação entre os custos entre as entidades da mesma esfera, estimulando o aperfeiçoamento dessas atividades comparadas.

O Banco Central do Brasil projetou e executou um plano de implantação do sistema com base principalmente no dispositivo da Lei de Responsabilidade Fiscal. O método implantado foi o de Custeio Baseado em Atividades, uma vez que "possibilita a alocação de despesas administrativas aos produtos e serviços e permite a mensuração dos custos que não agregam valor, contribuindo para a melhor análise dos processos de trabalho, eliminando desperdícios e otimizando o uso dos recursos orçamentários" (Faria, 2010). De acordo com Faria (2010, p. 7), no Banco Central do Brasil as informações de custos são:

Capturadas, por meio de interfaces, pelo Módulo de Captura e Consolidação de informações (MCCI). Esse módulo, por sua vez, possui, além das interfaces, o módulo de apontamentos, no qual os servidores, regularmente, apontam seus percentuais de horas trabalhadas nas diversas ações (atividades ou projetos). Após o cálculo dos custos, as informações são exportadas para o Módulo de Informações Gerenciais (MIG), [...] e disponibiliza um conjunto de relatórios que se prestam para distintas ações gerenciais.

No quadro 2 são apresentados alguns tipos de relatórios existentes nesse ambiente e algumas ações gerenciais possibilitadas pelo sistema:

Quadro 2 - Informações de Custos x Ações Gerenciais

<i>Sistema de Custos</i>	<i>Ações Gerenciais</i>
Custo dos Recursos: Exibe os custos e os recursos alocados por Secretarias, Departamentos e Divisões.	Ações gerenciais: Analisar e avaliar se a distribuição desses recursos está adequada e proporcional à necessidade de cada setor.
Custo das Atividades: Informa os custos e quantidade de horas apropriadas a cada atividade, por Secretarias, Departamento e Divisões.	Ações gerenciais: O gestor, com base nesses dados, poderá remanejar melhor seus recursos humanos de modo a priorizar e cumprir com eficiência a missão das Secretarias, Departamentos e Divisões.
Custo dos Objetos de Custos: Mostra os custos finais dos programas/projetos/atividades da gestão.	Ações gerenciais: Cada secretaria poderá verificar sua contribuição para tais custos por intermédio das atividades e projetos que a compõem.
Custo Médio das Atividades de Apoio: Exibe o custo das atividades de apoio administrativo, como "Gerenciamento dos assuntos relativos a pessoal", "Gestão orçamentária, financeira e contábil" ou "Planejamento e Gestão", por Secretaria, Departamento ou Divisão.	Ações gerenciais: Com base no custo das atividades de apoio e em uma análise dos custos das atividades finalísticas das unidades, o gestor pode avaliar se a distribuição dos serviços está adequada às necessidades do componente.
Custo dos Projetos: Exibe os custos diretos e indiretos dos projetos que estão sendo conduzidos na entidade.	Ações gerenciais: Conhecer o custo real de cada projeto, bem como da contratação da empresa de consultoria ou de desenvolvimento deste projeto. Em muitos casos, o custo com mão de obra, encargos etc. são maiores do que os demais custos do projeto.

Fonte: Adaptado de Faria (2010)

Verifica-se então, que há um leque de informações fornecidas pelo SICSP, que podem ser agregadas a outros sistemas gerenciais, tornando-os mais consistentes e sólidos para as tomadas de decisão. Oportunamente destaca-se uma contribuição dada por Souza e Clemente (2007), ao citar que "a adoção de uma estratégia baseada na liderança em custos, por si mesma, não garante a prática de Gestão Estratégica de Custos. É necessário que se tenha um sistema de informação de custos que auxilie o processo de formulação e avaliação de estratégias".

Desse modo, ao alcançar esse nível de integração e os custos passarem a ser consequência das decisões de investimentos justificadas por estratégias bem definidas, há Gestão Estratégica de Custos (Souza & Clemente, 2007).

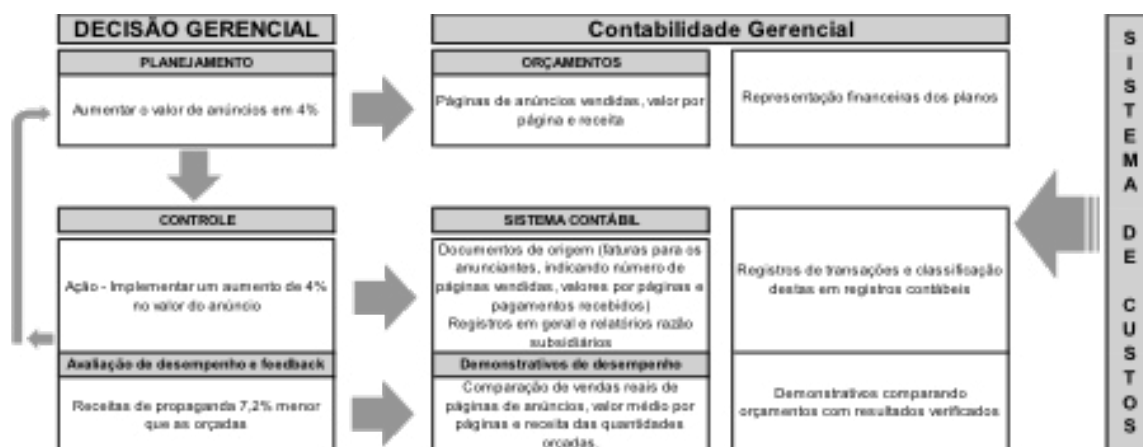
No setor privado, são diversas as ações beneficiadas com as informações do sistema de custos, algumas como a redução ou eliminação do desperdício e consciência plena de onde investi-los, para sua maior rentabilidade, só são possíveis, conhecendo os custos de cada operação. Todas as organizações com plena consciência de sua fragilidade diante da concorrência, não executa qualquer ação sem antes examinar todos os dados pertinentes, planejando e analisando cuidadosamente os custos de cada processo envolvido, pois sabe que, num mundo globalizado, qualquer diferença pode fazer a diferença entre o sucesso e o fracasso de uma organização.

A exemplo de aplicabilidade do sistema de custos que subsidia as ações gerenciais, vê-se o do jornal Daily News, destacado por Nogueira (2009, p. 8), que consiste em:

[...] análises das notícias [...], utilizando cor a fim de aumentar a atratividade para os leitores e anunciadores e desenvolvendo seu site Web para fornecer notícias atualizadas, entrevistas e análises. Possui substancial capacidade de entrega com essa estratégia. Possui instalações de impressão automatizada e informatizada, de ponta, e desenvolve uma infra-estrutura de tecnologia de informação baseada na Web.

A figura 2 mostra como o jornal utiliza as informações do sistema de contabilidade gerencial subsidiado pelo sistema de custos, auxiliando-o nas ações gerenciais.

Figura 2 - Influência do Sistema de Custos na Ação Gerencial



Fonte: Adaptado de Nogueira (2009)

Slomski (2013, p. 197) explica que o sistema de informações de custos é "um dos sistemas de gestão pública ou de controle analítico que têm como função mensurar e reportar os custos dos serviços públicos". Esclarece ainda que, para a sua viabilização, é necessária sua integração com outros sistemas, como: "contábil, gestão de pessoas, gestão de estoques, gestão de patrimônio e do sistema de gestão do cadastro geral de cidadãos".

Diante da evolução da sociedade, as entidades públicas precisam utilizar ferramentas que maximizem os produtos de seus programas de governo, levando à população serviços de alta qualidade e baixo custo, melhorando seus processos, reorganizando sua administração e redesenhando seus sistemas operacionais, para que os serviços ofertados à população atendam as suas expectativas e lhes conceda bem-estar social.

Nesta mesma linha de raciocínio, Slomski (2013, p. 197), comenta o que segue:

Com a evolução da sociedade e com o evento da terceirização e/ou privatização das coisas públicas, faz-se necessário que os gestores das entidades públicas conheçam os custos em suas entidades, a fim de tomarem as melhores decisões entre alternativas de produzir ou de comprar produtos e serviços, de produzir ou privatizar serviços públicos.

É necessária uma análise de adequabilidade do método de custeio às características do setor público, para que se tenha uma ferramenta eficiente na avaliação dos gastos. Talvez um método híbrido possa ser a solução para o setor, embora haja vários estudos apontando para o método de Custeio Baseado em Atividades, devido ao refinamento metodológico do tratamento dos custos indiretos, entretanto, para Slomski (2013), os métodos de custeio mais relevantes para a administração pública são: Custeio por Absorção, Custeio Baseado em Atividades e Custeio Direto, sendo que este último, no entender do autor, é o que melhor se aplica à administração pública.

.....

3. Metodologia

LO presente trabalho baseia-se na abordagem teórico-empírica, que, em consonância com a taxionomia empregada por Vergara (2004), fundamenta-se em dois critérios: quanto aos fins e quanto aos meios. Relativamente aos fins, caracteriza-se em pesquisa exploratória e explicativa, ressaltando-se, que a investigação exploratória é realizada em pesquisas envolvendo áreas de evolução constante, frente às modificações e evoluções da sociedade, e que, por sua natureza de sondagem, não comporta hipóteses que, todavia, poderão surgir durante ou ao final da pesquisa. A investigação explicativa, segundo Vergara (2004, p. 47), tem como principal objetivo "tornar algo inteligível justificando-lhe os motivos. Visa, portanto, esclarecer quais fatores contribuem, de alguma forma, para a ocorrência de determinado fenômeno".

Quanto aos meios de investigação a presente pesquisa pode ser classificada como bibliográfica, documental e de campo, devendo-se registrar que a pesquisa de cunho bibliográfico "é representada pelo estudo sistematizado desenvolvido com base no material publicado em livros, revistas, jornais, redes eletrônicas, isto é, acessível ao público em geral" (Vergara, 2004, p. 48).

A respeito da análise documental, a pesquisa compreende análise de leis, normas e instruções normativas vigentes que normatizam o setor público. Nesse compasso, ao apreciar as prováveis limitações imputadas pela pesquisa bibliográfica e documental, este trabalho é assentado e respaldado em pesquisa de campo, a qual, segundo Marconi e Lakatos (2010, p. 169), "é aquela utilizada com o objetivo de conseguir informações e/ou conhecimento acerca de um problema para o qual se procura uma resposta, ou de uma hipótese que se queria comprovar, ou, ainda, de descobrir novos fenômenos ou as relações entre eles".

A pesquisa em campo foi realizada por meio da formulação de questionário, o qual foi elaborado permitindo conclusões de caráter quali-quantitativo. Diversas outras pesquisas relacionadas ao tema gestão pública (Venturini *et al.*, 2010; Kamer & Nunes, 2007; Galas & Forte, 2005) vêm utilizando questionários para coletar os dados. Neste sentido, Vergara (2012, p. 39), esclarece que "o questionário é um método de coletar dados no campo, de interagir com o campo composto por uma série ordenada de questões a respeito de variáveis e situações que o pesquisador deseja investigar".

A população utilizada para se obter dados para análise em uma pesquisa consiste em um coletivo de variáveis que retornam uma resposta a uma argumentação feita. Desta forma, considerando que o objeto do presente estudo se soma ao interesse do pesquisador em conhecer as reais contribuições que podem ser aplicadas à sociedade, com a necessidade de aplicação do SICSP nas esferas públicas, determinaram-se como universo da pesquisa os contadores responsáveis das prefeituras dos municípios do Paraná, no Brasil, os quais totalizam 399.

Justifica-se a escolha de municípios como unidade de análise, pois diversos outros estudos vêm analisando a gestão pública de municípios (Abrucio, 2007; Rezende, Slomski & Corrar, 2005). A opção pelo estudo de caso do município do Paraná deu-se por dos motivos: o primeiro, teórico, baseia-se no fato de que estudos anteriores sobre a gestão pública já vêm pesquisando o estado do Paraná (Gerick, Clemente & Taffarel, 2010; Scarpin & Slomski, 2007); o segundo, prático, baseia-se na relevância e representatividade econômica e territorial deste estado, que possui, segundo o Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social – IPARDES (2015) um Produto Interno Bruto (PIB) de R\$ 358, 54 bilhões, o que representa 6,3% do PIB total do Brasil. Também, segundo o mesmo instituto, possui 10,44 milhões de habitantes e uma área de 199.880 km², o que representa mais do que o dobro da área, por exemplo, de Portugal. Assim, em conjunto, estes aspectos justificam a escolha deste estado.

4. 4. Resultados e Discussões

Com intuito de responder a questão primordial deste trabalho, analisou-se os dados sob dois aspectos; primeiro de forma simples e direta, e segundo de forma cruzada, para aferir se há correlação entre o perfil dos atores e da instituição pesquisada. A primeira análise está amparada sob a construção da distribuição da frequência das variáveis em estudo. A segunda se baseia no teste qui-quadrado com a utilização do sistema estatístico R.

4.1. Aspectos Gerais Situacionais da Análise

O conhecimento da receita estimada dos municípios visa descobrir se há alguma relação entre essa receita e o seu percentual de implantação do sistema. Neste sentido, percebe-se que a maioria dos Municípios respondentes (86%) concentram-se em duas faixas, a primeira de até R\$ 20 milhões, e a segunda, entre R\$ 20 a 100 milhões, os outros 14% estão pulverizados entre R\$ 100 milhões à mais de R\$ 1bilhão, conforme tabela 1.

Tabela 1 - Distribuição por Receita Estimada para o exercício de 2014

<i>Receita Estimada (R\$ milhão)</i>	<i>Frequência</i>	<i>%</i>
Até 20	59	43
De 20,01 a 100	59	43
De 100,01 a 300	12	10
De 300,01 a 500	0	0
De 500,01 a 700	2	1
De 700,01 a 1.000	1	1
Acima de 1.000,01	3	2
TOTAL	136	100

Fonte: Pesquisa de Campo

Embora as informações em sua maioria refiram-se a municípios com receita estimada de até cem milhões, isso não significa que estejam centralizados, ao contrário, estão pulverizados por todo o território do estado do Paraná. Na [tabela 2](#) pode ser observado como os 136 (34% do total dos municípios) municípios respondentes estão distribuídos em todas as regiões geográficas do Estado do Paraná. Na região Centro-Oriental, apenas 4 municípios responderam a pesquisa, todavia, não significando que o seu percentual em relação a região tenha sido muito inferior as demais regiões, ao contrário, encontra-se muito próximo da linha da média. A região que mais se destacou em relação ao percentual de respondentes foi a região Sudeste onde houve 13 respondentes para 21 municípios da região, correspondendo a 62%.

4.2 Análise Profissiográfica

A pesquisa procurou traçar o perfil dos Profissionais responsáveis pelo Departamento de Contabilidade dos respectivos municípios que responderam ao questionário, visando saber se este perfil tem algum relacionamento com o percentual de implantação do SICSP, e também se outras tendências, da quais poderão surgir novos estudos correlacionados, para isto, considerou-se importante conhecer o gênero ([Tabela 3](#)), o tempo de serviço na área pública ([Tabela 4](#)) e o nível de escolaridade ([Tabela 5](#)).

Tabela 2 - Distribuição dos Respondentes em relação a Região Geográfica do Estado do Paraná

<i>Região Geográfica</i>	<i>Municípios</i>	<i>Respondentes</i>	<i>% em relação à região geográfica</i>	<i>% em relação ao total dos respondentes</i>
Centro-Occidental	25	7	28	5
Centro-Oriental	14	4	29	3
Centro-Sul	24	11	46	8
Metropolitana	37	9	24	7
Noroeste	61	20	33	15
Norte Central	79	17	22	13
Norte Pioneiro	46	17	37	13
Oeste	50	18	36	13
Sudeste	21	13	62	10
Sudoeste	42	20	48	15
TOTAL	399	136	34	100

Fonte: Pesquisa de Campo

Tabela 3 - Distribuição por Gênero

<i>Gênero</i>	<i>Frequência</i>	<i>%</i>
Masculino	87	64
Feminino	49	36
TOTAL	136	100

Fonte: Pesquisa de Campo

Tabela 4 - Distribuição por tempo de Serviço na Área Pública

<i>Tempo de Serviço</i>	<i>Frequência</i>	<i>%</i>
De 0 a 1 Ano.	6	4
Mais de 1 até 5 Anos	21	15
Mais de 5 até 10 Anos	19	14
Mais de 10 até 15 Anos	28	21
Mais de 15 Anos	62	46
TOTAL	136	100

Fonte: Pesquisa de Campo

Tabela 5 - Distribuição por Nível de Escolaridade

<i>Maior Nível de Escolaridade</i>	<i>Frequência</i>	<i>%</i>
Pós-Graduação - Doutorado	0	0
Pós-Graduação - Mestrado	3	2
Pós-Graduação - Especialização	91	67
Graduação	42	31
TOTAL	136	100

Fonte: Pesquisa de Campo

Considerando os dados da pesquisa que demonstram o tempo de trabalho na área e o nível de escolaridade dos respondentes, presume-se, em princípio, que esses profissionais possuem um grau elevado de conhecimento sobre o assunto questionado, que permite uma maior confiabilidade nos resultados concluídos.

4.3 Análise descritiva univariada

A análise descritiva visa evidenciar a realidade observada (população ou amostra) na pesquisa de campo de forma quantitativa (composição, exposição, ordenação), sintetizando essa realidade em dados, que por sua vez permitem uma análise univariada, ou seja, que se estudem as variáveis separadamente, observando simplesmente a sua frequência.

4.3.1 Implantação e Capacitação Profissional

Quanto ao aspecto de implantação do SICSP, verifica-se na [tabela 6](#), que apenas 10% dos municípios estão em fase de conclusão da implantação, uma vez que os seus procedimentos estão entre 76 a 100%, contrapondo os 40% que ainda estão na estaca zero e os 50% que estão entre 1% a 75% do processo de implantação.

Tabela 6 - Distribuição por Percentual de Implantação do SICSP

<i>Percentual de Implantação do SICSP</i>	<i>Frequência</i>	<i>%</i>
0%	54	40
De 1% a 25%	45	33
De 26% a 50%	10	7
De 51% a 75%	14	10
De 76 a 100%	13	10
TOTAL	136	100

Fonte: Pesquisa de Campo

Quanto ao nível de conhecimento sobre o Sistema de Custos e sobre os Métodos de Custeio aplicados ao Setor Público, na pesquisa, foi afirmado que o corpo técnico do município possuía o conhecimento suficiente para a implantação e utilização do SICSP.

Como pode ser observado na [tabela 7](#), do total dos respondentes, apenas 8% concordaram totalmente com essa afirmação e 18% discordaram apenas um pouco, o que, a priori, leva-se a acreditar que para 26% dos respondentes, o corpo técnico do seu município está capacitado para implantar e utilizar o sistema de forma adequada. Por outro lado, 28% discordam totalmente dessa afirmação e 36% concordam apenas um pouco, dessa forma, tem-se 64% dos respondentes que veem problemas em seu corpo técnico.

Tabela 7 - Distribuição por Capacidade de Implantação

<i>O corpo técnico do seu município possui o conhecimento suficiente para a implantação/utilização do SICSP!</i>	<i>Frequência</i>	<i>%</i>
Concordo Totalmente	11	8
Concordo Pouco	49	36
Não Concordo e Nem Discordo	14	10
Discordo Pouco	24	18
Discordo Totalmente	38	28
TOTAL	136	100

Fonte: Pesquisa de Campo

4.3.2 Dificuldades de Implantação e Aplicabilidade

Quanto as dificuldades de implantação do SICSP, foram levantadas as questões estruturais básicas necessárias para a implantação do sistema, visando estabelecer um padrão das dificuldades mais significantes, conforme [tabela 8](#).

Dos dados colhidos, depreende-se que os recursos “pessoal disponível” (24% extremo + 40% alto), e “qualificação pessoal” (24% extremo + 38% alto) são os recursos que mais oferecem dificuldades dos cinco elencados na pesquisa, podendo refletir no baixo percentual de implantação do sistema. Soma-se a este resultado, especificamente no tocante a “qualificação pessoal” os dados da [tabela 7](#), que culminam para a mesma ideia de que há uma necessidade de qualificação técnica.

Tabela 8 - Distribuição das Dificuldades de Implantação do SICSP

<i>Evento/ Motivação</i>	<i>Grau – Percentual</i>					<i>Total</i>
	<i>Extremo</i>	<i>Alto</i>	<i>Médio</i>	<i>Baixo</i>	<i>Nenhum</i>	
Pessoal disponível	32 – 24%	54 – 40%	36 – 26%	9 – 6%	5 – 4%	136 – 100%
Qualificação pessoal	33 – 24%	51 – 38%	33 – 24%	14 – 10%	5 – 4%	136 – 100%
Hardware	13 – 10%	23 – 17%	44 – 32%	33 – 24%	23 – 17%	136 – 100%
Software	17 – 13%	31 – 23%	40 – 29%	31 – 23%	17 – 13%	136 – 100%
Financeiros	20 – 15%	35 – 26%	40 – 29%	33 – 24%	8 – 6%	136 – 100%

Fonte: Pesquisa de Campo.

Por outro lado, os recursos de hardwares e softwares não representam tanta dificuldade para a implantação do SICSP, como pode ser observado a partir dos dados apresentados. Já no caso dos recursos financeiros, embora os dados não reflitam necessariamente uma dificuldade tão gritante quando os dois primeiros recursos analisados, é prudente analisá-los com cuidado, uma vez que 15% consideram de extremo grau de dificuldade, 26% de alto grau e 29% de médio grau, totalizando assim um percentual de 70%.

O resultado da análise destes dados demonstra que é necessária uma atenção especial por parte dos gestores municipais no sentido de qualificar os seus funcionários e mapear onde os recursos humanos são mais exigidos e onde há um excesso de pessoal.

Outro dado significativo foi que 44% dos respondentes, considera que a implantação do SICSP ocorrerá tanto para o cumprimento da lei quanto para fins gerenciais, todavia, 41% entendem que a implantação ocorrerá apenas para cumprimento da lei. Na análise destes dados, considerando que a maioria destes entende que o sistema contribuirá para diversos outros instrumentos que auxiliam na gestão pública, (tabelas 9 e 10), vislumbra-se que, a implantação e utilização do SICSP dependem também de vontade política, o que justifica a divergência dos respondentes, uma vez que o sistema poderá tornar muito mais evidente os custos de cada programa do governo, podendo ser positivo ou não para a situação atual.

4.3.3 Níveis de Influência e Contribuições do SICSP

Foi questionado aos respondentes, considerando que a NBC T 16.11 destaca que as informações geradas pelo SICSP podem contribuir no gerenciamento, planejamento e tomada de decisões, evidenciando os custos, contribuindo com os Controles Interno, Externo e Social, e com a transparência dos gastos públicos, se concordavam que o SICSP pode ser utilizado como instrumentos gerenciais, conforme pode ser observado na [tabela 9](#).

Tabela 9 - Distribuição quanto aos Instrumentos Gerenciais

<i>Instrumentos</i>	<i>Distribuição/Percentual</i>					<i>Total</i>
	<i>Concordo totalmente</i>	<i>Concordo pouco</i>	<i>Não concordo e nem discordo</i>	<i>Discordo pouco</i>	<i>Discordo totalmente</i>	
Gestão e Planejamento	101/74%	28/21%	4/3%	1/1%	2/1%	136/100%
Desenvolvimento de Políticas Públicas	89/65%	32/24%	8/6%	5/4%	2/1%	136/100%
Análise dos Valores dos Editais Licitatórios	72/53%	51/38%	7/5%	2/1%	4/3%	136/100%
Aperfeiçoamento da Gestão Pública	101/74%	25/18%	5/4%	3/2%	2/1%	136/100%
Tomada de Decisões	89/65%	35/26%	8/6%	2/1%	2/1%	136/100%

Fonte: Pesquisa de Campo.

Em resposta, a maioria dos respondentes concorda que o SICSP pode ser utilizado como instrumentos gerenciais, e apenas a média de 1,4% discorda totalmente dessa afirmação.

Tabela 10 - Distribuição por Grau de Contribuição

<i>Atividades/ Metodologias</i>	<i>Distribuição/Percentual</i>					<i>Total</i>
	<i>Extremo</i>	<i>Alto</i>	<i>Médio</i>	<i>Baixo</i>	<i>Nenhum</i>	
Execução de políticas publicas	26/19%	69/51%	26/19%	10/7%	5/4%	136/100%
Ferramenta de avaliação dos resultados	40/29%	65/48%	20/15%	8/6%	3/2%	136/100%
Mecanismos de gestão e de desempenho	38/28%	60/44%	31/23%	4/3%	3/2%	136/100%
Metodologia de avaliação de programas	43/32%	53/39%	30/22%	7/5%	3/2%	136/100%
Análise de custos/ benefícios das dec. do adm.	55/40%	50/37%	21/15%	7/5%	3/2%	136/100%
Mudança cultural na gestão dos recursos	49/36%	48/35%	23/17%	12/9%	4/3%	136/100%

Fonte: Pesquisa de Campo.

A tabela 10 demonstra que o SICSP pode contribuir de forma significativa para os instrumentos, mecanismos e processos gerenciais, segundo a percepção de mais 70% dos respondentes, variando entre Alta e Extremamente alta contribuição. Assim, infere-se, pelo apresentado nas tabelas 9 e 10, que se obteve sucesso no alcance do objetivo geral, torna-se relativamente claro a relação existente entre o SICSP com os instrumentos de Gestão e de Ações Gerenciais, demonstrando a necessidade de sua implantação e de sua utilização para apoio a estes instrumentos gerenciais e não somente para atender ao dispositivo legal.

Faz-se necessário, entretanto, continua qualificação do corpo técnico dos municípios para que possam desenvolver políticas, processos e métodos que venham a melhorar a qualidade dos serviços ofertados ao cidadão. Esta ênfase é bem definida por Cortella, 2009:33-34, ao escrever que “[...] o fato de a empresa investir em cursos não significa necessariamente que ela vai estar mais bem preparada. Teria de ter aplicabilidade. Eu digo que a relação não é direta. Mas o inverso é direto.” Consequentemente, o fato de não haver pessoas qualificadas tecnicamente implica em despreparo para a implantação e utilização de um SICSP.

4.4 Análise descritiva bivariada

Na análise descritiva bivariada utilizam-se métodos de análise de cruzamento entre duas ou mais variáveis, podendo ou não ser verificada uma possível relação significativa de causa/efeito entre elas. Para a realização dessa análise, foi utilizado o teste do qui-quadrado de Pearson (X^2), que identifica as possíveis associações existentes entre as variáveis que foram utilizadas no questionário da pesquisa de campo. O teste de hipóteses qui-quadrado permite uma comparação entre o nível de associação entre duas ou mais variáveis, o que ocorre quando em geral esta associação é menor ou igual a 5%, ou $p\text{-value} = 0,05$. O $p\text{-value}$, ou $p\text{-valor}$, indica qual deve ser o nível de significância para rejeitar a hipótese nula.

Conforme os dados do [Quadro 3](#), não há associação significativa entre o percentual de execução de implantação do SICSP e a receita estimada do Município, evidenciado que a implantação do SICSP não depende do volume de arrecadação do município, fato constatado também na análise univariada ([tabela 8](#)), onde 59% responderam que os recursos financeiros não influenciam na implantação do SICSP.

O conhecimento do corpo técnico também não possui associação significativa com a implantação o SICSP, demonstrando que a falta de conhecimento, não justifica por si só o percentual de implantação verificado, uma vez que a administração possui outros meios de viabilizar o processo. A recíproca não é verdadeira quando se analisa o quantitativo de pessoal, pois neste caso, há associação significativa. Isso demonstra que o quantitativo de pessoal é um dos fatores essenciais para a implantação do sistema e obviamente será necessário qualificá-los para tal situação. Este achado mostra que, no contexto desta pesquisa, o percentual de implantação do SICSP depende mais da quantidade de pessoas envolvidas com o projeto do que dos recursos financeiros reservados para o mesmo.

Outros recursos que são necessários para a implantação do SICSP, como hardware e software também demonstraram por meio do teste qui-quadrado que não possuem relação significativa entre o percentual dessas variáveis e a implantação do SICSP.

Muito embora não haja relação entre os recursos financeiros e o percentual de implantação do SICSP, percebe-se que neste caso o p-value foi muito próximo do valor para o qual se atribui relação entre as variáveis, revelando uma necessidade de desprender um cuidado especial a este recurso, haja vista o percentual do teste do Qui-quadrado bem como os dados da *tabela 8*, que evidenciam uma linha tênue entre dois extremos, alto grau de dificuldade (26%) e baixo grau de dificuldade (24%).

Quadro 3 - Recursos x Percentual de Implantação do SICSP

Recurso Humano/Material	X-Squared/P-value	Resultado da análise
	Percentual de Implantação do SICSP	
Receita Estimada	X-squared = 20.9548, p-value = 0.3998	Não há relação.
Conhecimento Técnico	X-squared = 23.8198, p-value = 0.09351	Não há relação.
Quantidade de Pessoal	X-squared = 28.4735, p-value = 0.02774	Há relação entre as variáveis.
Qualificação Pessoal	X-squared = 18.9114, p-value = 0.2733	Não há relação.
Hardware	X-squared = 19.0259, p-value = 0.2673	Não há relação.
Software	X-squared = 24.954, p-value = 0.07064	Não há relação.
Recursos Financeiros	X-squared = 25.9849, p-value = 0.05863	Não há relação.

Fonte: Pesquisa de Campo.

Nas análises seguintes, o objetivo foi pesquisar as relações entre a qualificação dos municípios e respondentes com a utilidade do SICSP para outros instrumentos/ferramentas/ações gerenciais, onde inicialmente foram cruzadas as informações referentes ao tempo de atuação na área pública dos respondentes com as variáveis das questões do questionário aplicado na pesquisa de campo. A análise desses dados demonstrou que nenhuma das variáveis das questões possuem relação significativa com o tempo de atuação na área pública, o que pode ser observado no *quadro 4*.

Quadro 4 - Instrumentos/Ferramentas/Ações x Tempo de Atuação na Área Pública

Instrumentos/Ferramentas/Ações	X-Squared/p-value	Resultado da análise
	Tempo de Atuação na Área Pública	
Instrumento de gestão e planejamento	X-squared = 22.2365 p-value = 0.1357	Não há relação.
Instrumento desenvolvimento de políticas públicas	X-squared = 18.2665 p-value = 0.3085	Não há relação.
Instrumento de análise dos editais de licitação	X-squared = 13.521 p-value = 0.6343	Não há relação.
Instrumento auxiliar de aperfeiçoamento da gestão pública	X-squared = 17.2478 p-value = 0.3697	Não há relação.
Instrumento de tomada de decisões	X-squared = 19.6145 p-value = 0.2381	Não há relação.
Execução de políticas públicas de des. local	X-squared = 11.6346 p-value = 0.7687	Não há relação.
Ferramenta de contr. p/ avaliação dos resultados	X-squared = 13.7748 p-value = 0.6155	Não há relação.

Aperfeiçoamento dos mecanismos de gestão e de desempenho	$X\text{-squared} = 14.9142$ $p\text{-value} = 0.5309$	Não há relação.
Aperfeiçoamento da metodologia de avaliação de programas governamentais do PPA	$X\text{-squared} = 11.8718$ $p\text{-value} = 0.7528$	Não há relação.
Análise de custo/benefício das decisões	$X\text{-squared} = 10.5714$ $p\text{-value} = 0.8351$	Não há relação.
Mudança cultura na gestão dos recursos públicos	$X\text{-squared} = 24.4721$ $p\text{-value} = 0.07969$	Não há relação.

Fonte: Pesquisa de Campo

Destaca-se que, embora não havendo relação significativa entre estas variáveis na análise bivariada, o mesmo não ocorre na análise univariada, onde tanto os instrumentos como as ferramentas de gestão, possuem contribuições do SICSP, outro fato observado é que não há relação entre a qualificação acadêmica dos respondentes e os instrumentos/ferramentas/ações de gestão e planejamento, ou seja, a percepção do respondente não se altera pelo grau de qualificação acadêmica, fato que não altera a importância das contribuições que o SICSP proporciona ao Setor e aos seus gestores.

Quadro 5 - Instrumentos/Ferramentas/Ações x Qualificação Acadêmica

Instrumentos/Ferramentas/Ações	$X\text{-Squared}/p\text{-value}$	Resultado da análise
	Qualificação Acadêmica	
Instrumento de gestão e planejamento	$X\text{-squared} = 4.6452$ $p\text{-value} = 0.7947$	Não há relação.
Instrumento desenvolvimento de políticas públicas	$X\text{-squared} = 5.7876$ $p\text{-value} = 0.671$	Não há relação.
Instrumento análise dos editais de licitações	$X\text{-squared} = 4.2172$ $p\text{-value} = 0.837$	Não há relação.
Instr. auxiliar de aperfeiçoamento da gestão pública	$X\text{-squared} = 3.0562$ $p\text{-value} = 0.9308$	Não há relação.
Instrumento de tomada de decisões	$X\text{-squared} = 4.1858$ $p\text{-value} = 0.84$	Não há relação.
Exec. de políticas públicas de des. local	$X\text{-squared} = 4.4553$ $p\text{-value} = 0.8139$	Não há relação.
Ferramenta de contr. para avaliação dos resultados	$X\text{-squared} = 3.1576$ $p\text{-value} = 0.9241$	Não há relação.
Aperfeiçoamento dos mecanismos de gestão e de desempenho	$X\text{-squared} = 6.7809$ $p\text{-value} = 0.5604$	Não há relação.
Aperfeiçoamento na metodologia de avaliação de programas governamentais do PPA	$X\text{-squared} = 2.8801$ $p\text{-value} = 0.9417$	Não há relação.
Análise de custo/benefício das decisões	$X\text{-squared} = 5.9214$ $p\text{-value} = 0.656$	Não há relação.
Mudança cultural na gestão dos recursos públicos	$X\text{-squared} = 5.428$ $p\text{-value} = 0.711$	Não há relação.

Fonte: Pesquisa de Campo.

No tocante a mudança cultural, é interessante observar que houve um resultado muito próximo de relação entre a “mudança de cultura na gestão dos recursos públicos” e o “tempo de atuação na área pública”, embora não constata-se efetivamente a relação, pode-se inferir, a priori, que o fator tempo de serviço na área, possa desenvolver uma pré-disposição para a percepção de que o SICSP contribua com esse fator de mudança cultural.

Dando sequência, conforme observa-se no quadro 6, o gênero do respondente não afeta a sua percepção quanto aos instrumentos, pois segundo a análise bivariada, não há relação entre o sexo do respondente e os instrumentos, ferramentas e ações.

Quadro 6 - Instrumentos/Ferramentas/Ações x Gênero

Instrumentos/Ferramentas/Ações	X-squared/p-value	Resultado da análise
	Gênero	
Instrumento de gestão e planejamento	X-squared = 4.0815 p-value = 0.3951	Não há relação.
Instrumento desenvolvimento de políticas públicas	X-squared = 2.5637 p-value = 0.6333	Não há relação.
Instrumento análise dos editais de licitações	X-squared = 4.1468 p-value = 0.3865	Não há relação.
Instrumento auxiliar de aperfeiçoamento da gestão pública	X-squared = 4.688 p-value = 0.3208	Não há relação.
Instrumento de tomada de decisões	X-squared = 3.6832 p-value = 0.4506	Não há relação.

Fonte: Pesquisa de Campo.

O mesmo acontece na análise dos recursos humanos e materiais que podem exercer algum grau de dificuldade para a implantação e na utilização do SICSP, tendo como diferencial a qualificação acadêmica do respondente.

Quadro 7 - Recursos Humanos/Material x Qualificação Acadêmica

Recurso Humano/Material	X-squared/p-value	Resultado da análise
	Qualificação Acadêmica	
Quantidade de Pessoal	X-squared = 11.026 p-value = 0.2002	Não há relação.
Qualificação Pessoal	X-squared = 3.6161 p-value = 0.89	Não há relação.
Hardware	X-squared = 2.9528 p-value = 0.9373	Não há relação.
Software	X-squared = 4.7955 p-value = 0.7792	Não há relação.
Recursos Financeiros	X-squared = 6.7371 p-value = 0.5652	Não há relação.

Fonte: Pesquisa de Campo.

Logo, é visível que a percepção registrada por meio da pesquisa de campo, não se configure em apenas uma opinião movida por fatores como conhecimento acadêmico (quadro 7) ou gênero (quadro 8) e sim de uma constatação concreta.

Quadro 8 - Recursos Humanos/Material x Gênero

<i>Recurso Humano/Material</i>	<i>X-squared/p-value</i>	<i>Resultado da análise</i>
	<i>Gênero</i>	
Quantidade de Pessoal	<i>X-squared</i> = 8.7748 <i>p-value</i> = 0.06698	Não há relação.
Qualificação Pessoal	<i>X-squared</i> = 4.1489 <i>p-value</i> = 0.3862	Não há relação.
Hardware	<i>X-squared</i> = 4.1267 <i>p-value</i> = 0.3891	Não há relação.
Software	<i>X-squared</i> = 3.062 <i>p-value</i> = 0.5475	Não há relação.
Recursos Financeiros	<i>X-squared</i> = 1.1576 <i>p-value</i> = 0.885	Não há relação.

Fonte: Pesquisa de Campo.

Findada a presente análise bivariada e feitas as devidas observações que couberam para cada resultado do relacionamento entre as variáveis, passa-se a conclusão do estudo, o qual apresenta de forma sintetizada, a resposta ao problema discutido neste estudo.

5. Conclusão

O tema do estudo emergiu da necessidade de implantação do SICSP até o final de 2014, em todas as esferas públicas. Para compreensão do assunto, fez-se necessário uma análise bibliográfica sobre sistemas de informação, sobre a NBC T 16.11, pesquisando as inter-relações do SICSP com outros instrumentos de gestão, apresentando a metodologia e a análise dos resultados da pesquisa. Para alcance do objetivo proposto, enviou-se a pesquisa aos 399 municípios do Estado do Paraná, obtendo um retorno de 136 respondentes, que distribuídos por região geográfica, apresentaram uma média de 36,5%, onde a menor participação foi na região Norte Central, com 22%, e a maior na região Sudeste, com 62%.

Quanto a Receita dos Municípios respondentes, na análise univariada, 41% consideraram este recurso como uma dificuldade de alto a extremo grau, 64% considerou à quantidade de pessoal como um recurso de alto e extremo grau de dificuldade, da mesma forma, a qualificação do pessoal também reflete em um problema para os municípios. Na análise bivariada, o cruzamento entre as variáveis do percentual de implantação do sistema e a quantidade de pessoal resultou numa relação significativa, demonstrando que este recurso impacta na implantação do SICSP, nos demais casos analisados, não houve associação significativa.

Quanto à implantação do SICSP, apenas 10% concluíram o processo, 40% está na fase zero, e os outros 50% encontra-se na faixa de 1% a 75%, fato que pode transparecer uma negligência por parte dos órgãos responsáveis por acompanhar e fiscalizar a implantação do Sistema.

Pressupõe uma relação entre o SICSP com os instrumentos de Gestão e de Ações Gerenciais pelos percentuais encontrados na pesquisa (66,2%), demonstrando a importância da implantação e da utilização do SICSP para a administração pública, que poderá se utilizar as informações geradas para os fins gerenciais.

Por fim, o grande achado da pesquisa foi a relação positiva obtida entre o percentual de implantação do SICSP e a quantidade de pessoas envolvidas com o projeto. Isso ilustra a importância da ampla adesão das pessoas envolvidas para o sucesso em projetos públicos no contexto brasileiro. Neste estudo, a quantidade de pessoas mostrou-se mais significativa do que os recursos empregados no projeto, em relação ao percentual de implantação do SICSP.

É necessário ênfase na qualificação pessoal não somente do corpo técnico específico que tratará da implantação do SICSP, mas sim como um todo, pois a qualificação do servidor público reflete em melhorias constantes nos processos e métodos utilizados para o desenvolvimento dos trabalhos e das políticas públicas. As investigações realizadas demonstraram que o SICSP contribuíra em diversos aspectos, tanto para o fornecimento de subsídios para a melhor tomada de decisão, quanto para a elaboração de políticas públicas de desenvolvimento local, pois com a utilização do SICSP, segundo a percepção dos respondentes, contribui-se e influencia-se direta e/ou indiretamente todos os atos e fatos públicos, e, por conseguinte, no próprio patrimônio público.

References

- Abrucio, F. L. (2007), "Recent trajectory of the Brazilian public management: a critical assessment and the renewal of the reform agenda", *Revista de Administração Pública*, Vol. 41, n. 1, pp. 67-86.
- Angélico, J. (1994), "Contabilidade pública". 8.ed. São Paulo: Atlas.
- Arvidssona, V.; Holmströma, J.; Lyytinen, K. (2014), "Information systems use as strategy practice: A multi-dimensional view of strategic information system implementation and use", *The Journal of Strategic Information Systems*, Vol. 23, Num. 1, pp. 45-61.
- Branco, M. A. F. (1996), "Sistemas de informação em saúde no nível local", *Cadernos de Saúde Pública*, Vol. 12, Num. 2, pp. 267-270.
- Brasil. (1998), "Emenda Constitucional n.º 19/1998". Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/constituicao/Emendas/Emc/emc19.htm>. Acesso em mai/2015.
- Brasil. (2000), "Lei Complementar n.º 101/2000". Disponível em: <http://www.planalto.gov.br/ccivil_03/leis/lcp/lcp101.htm>. Acesso em mai/2015.
- Brasil. (2008), "Constituição da República Federativa do Brasil (1988)". 13.ed. São Paulo: RT, 2008.
- Brasil. (2013), Secretaria do Tesouro Nacional. "Manual de contabilidade aplicada ao setor público: aplicado à união e aos estados, distrito federal e municípios". 5.ed. Brasília: STN, Subsecretaria de Contabilidade Pública; Coordenação-Geral de Normas de Contabilidade Aplicadas à Federação.
- Catapan, A.; Domakoski, A.; Rezende, D. A.; Santos, D. F.; Catapan, E. A. (2012), "A Utilização do Pregão Eletrônico Como Mecanismo de Compra em Almirante Tamandaré/PR". *Gestão Pública: Práticas e Desafios*, Vol. 3, Num. 6, pp. 156-172.
- Conselho Federal de Contabilidade (2008), "Curso de contabilidade aplicada ao setor público". STN. Disponível em: <http://www.sigma.tce.ac.gov.br/wp-content/files/Apostila_-_Curso_de_Contabilidade_Aplicada_ao_Setor_Pblico.pdf>. Acesso em mai/2015.
- Cortella, M. S. (2009), "Qual é a tua obra? inquietações propositivas sobre gestão, liderança e ética". 8.ed. Petrópolis. Rio de Janeiro: Vozes.
- Faria, A. M. B. (2010), "Sistema de custos como ferramenta de gestão para o setor público". Brasília, DF. Disponível em: <<http://consad.org.br/evento/iii-congresso/>>. Acesso em mar/2015.
- Frank, L. D.; Saelens, B. E.; Chapman, J.; Sallis, J. F.; Kerr, J.; Glanz, K.; Couch, S. C.; Learnihan, V.; Zhou, C.; Colburn, T.; Cain, K. L. (2012), "Objective Assessment of Obesogenic Environments in Youth: Geographic Information System Methods and Spatial Findings from the Neighborhood Impact on Kids Study", *American Journal of Preventive Medicine*, Vol. 42, Num. 5, pp. 47-55.
- Galas, E. S.; Forte, S. H. A. C. (2005), "Fatores que interferem na implantação de um modelo de gestão estratégica baseado no Balanced Scorecard: estudo de caso em uma instituição pública", *Revista de Administração Mackenzie*, Vol. 6, Num. 2, pp. 87-111.
- Garrison, R. H.; Noreen, P. C. B. (2013), "Contabilidade gerencial". 14.ed. Porto Alegre: AMGH.
- Gerigk, W.; Clemente, A.; Taffarel, M. (2010), "O impacto da lei de responsabilidade fiscal sobre a gestão financeira dos pequenos municípios: o caso do Paraná", *Revista de Educação e Pesquisa em Contabilidade*, Vol. 4, Num. 3, pp. 44-69.
- Giacomini, M. M.; Catapan, A.; Santos, R. C.; Santos, D. F. (2013), "O Balanced Scorecard Aplicado na Gestão Pública de Uma Empresa de Saneamento do Sul do Brasil: Análise da Percepção dos Usuários", *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*, Vol. 11, Num. 22, pp. 1-15.

- Guedes, A. M.; Silvêrio, J. P. (2003), "Metodologia de controle de custos aplica à área pública". 1.ed. Ribeirão Preto-SP: IBRAP.
- Guimarães, E. M. P.; Évora, Y. D. M. (2004), "Sistema de informação: instrumento para tomada de decisão no exercício da gerência", *Ciência da Informação*, Vol. 33, Num. 1, pp. 72-80.
- Instituto Paranaense de Desenvolvimento Econômico e Social – IPARDES (2015), "Paraná em números". Disponível em: http://www.ipardes.gov.br/index.php?pg_conteudo=1&cod_conteudo=1. Acesso em jan/2016.
- Klukas, C.; Chen, D.; Pape, J. M. (2014), "Integrated Analysis Platform: An Open-Source Information System for High-Throughput Plant Phenotyping", *Plant Physiology*, Vol. 165, Num. 2, pp. 506-518.
- Kohama, H. (2003), "Contabilidade pública: teoria e prática". 9.ed. São Paulo: Atlas.
- Kramer, S.; Nunes, M. F. (2007), "Gestão pública, formação e identidade de profissionais de educação infantil", *Cadernos de Pesquisa*, Vol. 37, Num. 131, pp. 423-454.
- Lee, S. K.; Yu, J. H. (2012), "Success model of project management information system in construction", *Automation in Construction*, Vol. 25, Num. 1, pp. 82-93.
- Leinig, A.; Pinto, J. S. P.; Catapan, A.; Catapan, E. A.; Veiga, C. P.; Panucci-Filho, L.; Verona, L. A.; Bueno, P. V.; Costa Junior, E. V.; Castro, A.; Deretti, S. (2014), "Electronic Reverse Auction: An Analysis of Its Use in Public Administrations of Cities in Brazil", *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, Vol. 8, Num. 13, pp. 274-281.
- Machado Júnior, J. T.; Reis, H. C. (2003), "A lei 4.320 comentada por Teixeira Machado Jr. e Heraldo da Costa Reis". 31.ed. Rio de Janeiro: IBAM.
- Marconi, M. A.; Lakatos, E. M. (2007), "Técnicas de pesquisa". 6.ed. São Paulo: Atlas.
- Medeiros, K. R.; Albuquerque, P. C.; Diniz, G. T. N.; Alencar, F. L.; Tavares, R. A. W. (2014), "Bases de dados orçamentários e qualidade da informação: uma avaliação do Finanças do Brasil (Finbra) e do Sistema de Informações sobre Orçamentos Públicos em Saúde (Siops)", *Revista de Administração Pública*, Vol. 48, Num. 5, pp. 1113-1133.
- Moresi, E. A. D. (2000), "Delineando o valor do sistema de informação de uma organização", *Ciência da Informação*, Vol. 29, Num. 1, pp. 14-24.
- Nogueira, D. R. (2009), "Contabilidade de custos: ciências contábeis". 1.ed. São Paulo: Pearson Education do Brasil.
- Oliveira, A. G.; Catapan, A.; Vicentin, I. C. (2015), "A Contabilidade Como Instrumento de Governança Pública e Controle Social: Accountability e Disclosure nas Contas do Município de Curitiba", *Espacios (Caracas)*, Vol. 36, Num. 10, pp. 14.
- Rezende, A. J.; Slomski, V.; Corrar, L. J. (2005), "A gestão pública municipal e a eficiência dos gastos públicos: Uma investigação empírica entre as políticas públicas e o índice de desenvolvimento humano (IDH) dos municípios do estado de São Paulo", *Revista Universo Contábil*, Vol. 1, Num. 1, pp. 24-40.
- Rezende, D. A. (2013), "Sistemas de informações organizacionais: guia prático para projetos em cursos de administração, contabilidade e informática". 5. ed. São Paulo. Atlas.
- Rodrigues Filho, J.; Xavier, J. C. B.; Adriano, A. L. (2001), "A tecnologia da informação na área hospitalar: um caso de implementação de um sistema de registro de pacientes", *Revista de Administração Contemporânea*, Vol. 5, Num. 1, pp. 105-120.
- Scarpin, J. E.; Slomski, V. (2007), "Estudo dos fatores condicionantes do índice de desenvolvimento humano nos municípios do estado do Paraná: instrumento de controladoria para a tomada de decisões na gestão governamental", *Revista de Administração Pública*, Vol. 41, n. 5, pp. 909-933.
- Silva, A. S.; Laprega, M. R. (2005), "Avaliação crítica do Sistema de Informação da Atenção Básica (SLAB) e de sua implantação na região de Ribeirão Preto, São Paulo, Brasil", *Cadernos de Saúde Pública*, Vol. 21, Num. 6, pp.1821-1828.

Slomski, V. (2013), *Manual de contabilidade pública: de acordo com as normas internacionais de contabilidade aplicadas ao setor público (IPSASB/IFAC/CFC)*. 3.ed. São Paulo: Atlas.

Souza, A.; Clemente, A. (2007), *Gestão de custos: aplicações operacionais e estratégicas: exercícios resolvidos e propostos com utilização do Excel*. 1.ed. São Paulo: Atlas.

Sveiby, K. E. (1998), *A Nova riqueza das organizações: gerenciando e avaliando patrimônios do conhecimento*. Rio de Janeiro: Campus.

Tanga, L.; Thakuriabb, P. (2012), "Ridership effects of real-time bus information system: A case study in the City of Chicago", *Transportation Research Part C: Emerging Technologies*, Vol. 22, Num. 1, pp. 146-161.

Turban, E.; Rainer, R. K.; Potter, R. E. (2005), *Administração de tecnologia da informação: teoria e prática*. Rio de Janeiro: Elsevier.

Venturini, J. C.; Pereira, B. A. D.; Morales, R.; Fleck, C. F.; Batistella Junior, Z.; Nagel, M. B. (2010), "Percepção da avaliação: um retrato da gestão pública em uma instituição de ensino superior (IES)", *Revista de Administração Pública*, Vol. 44, Num. 1, pp. 31-53.

Vergara, S. C. (2004), *Projetos e relatórios de pesquisa em administração*. São Paulo: Atlas.

Vergara, S. C. (2012), *Métodos de coleta de dados no campo*. 2.ed. São Paulo: Atlas.



Responsabilidad Social Corporativa y Reputación Corporativa en el sector financiero de países en desarrollo

ÁREA: 6
TIPO: Teoría

Corporate Social Responsibility and Corporate Reputation in the financial sector of developing countries
Responsabilidade Social Corporativa e Reputação Corporativa no setor financeiro dos países em desenvolvimento

AUTORES

Edmundo Lizarzaburu¹
Universidad ESAN,
Perú
elizarzaburu@esan.edu.pe

Jesús del Brio
Universidad de Oviedo, España
delbrio@uniovi.es

1. Autor de contacto:
Avenida Velasco Astete
1249; Surco; Lima; Perú.

El artículo propone un modelo teórico que relaciona la responsabilidad social corporativa y reputación corporativa para, a partir de él, plantear hipótesis de la influencia en la confianza del inversor mediante el estudio de casos de empresas financieras ubicadas en Perú. Se utiliza el método del estudio de casos para analizar cuatro bancos peruanos que representan el 25% de todos los participantes del sistema bancario en Perú y el 80% en la participación de tres indicadores financieros: % créditos, % depósitos y % patrimonio. Las empresas bancarias peruanas han mejorado su reputación debido a sus acciones de responsabilidad social. Esta mejora de reputación ha estado correlacionada con un fortalecimiento del valor de la empresa. Asimismo, del análisis de cada uno de los casos, enmarcados en los planes de RSC, se desprendieron siete proposiciones clasificadas en tres relaciones (RSC y confianza del inversionista, RSC y reputación corporativa, y reputación corporativa y confianza del inversionista). En futuros estudios pretendemos extender este análisis con grandes muestras de empresas peruanas que hayan desarrollado prácticas de RSC. La novedad de este trabajo es doble. La literatura ha analizado los conceptos de RSC y RC de manera aislada. Tras una revisión exhaustiva se propone un modelo que relaciona ambos conceptos. En segundo lugar, se utiliza el modelo para plantear hipótesis de la relación RSC y RC en empresas del sector financiero en países en desarrollo. La investigación en este tema se ha realizado mayoritariamente en empresas de producción y en países desarrollados.

The article proposes a theoretical model that relates corporate social responsibility and corporate reputation in order to hypothesizing influence on investor confidence by studying and using cases of financial firms in Peru. The case study method is used to analyze four Peruvian banks accounting for 25% of all participants of the banking system in Peru and 80% in the participation of three financial indicators: % credits, % deposits and % Patrimony. Peruvian banking companies have improved their reputation for social responsibility actions. This improved reputation has been correlated with a strengthening of the value of the company. Furthermore, analysis of each case, framed in CSR plans generates seven propositions classified in three relationships (CSR and investor confidence, CSR and corporate reputation and corporate reputation and investor confidence). In future studies, we intend to extend this analysis with large samples of Peruvian companies that have developed CSR practices. The novelty of this work is twofold. The literature has analyzed the concepts of CSR and RC isolation. After a thorough review a model that relates the two concepts is proposed. Second, the model is used to hypothesize CSR and CR relationship in financial sector companies in developing countries. The research on this topic has been conducted mainly in production companies and developed countries.

O artigo propõe um modelo teórico que relaciona responsabilidade social corporativa e reputação corporativa para, em seguida, a hipótese de influência sobre a confiança dos investidores através do estudo de casos de empresas financeiras no Peru. O método de estudo de caso é usado para analisar quatro bancos peruanos que representam 25% de todos os participantes do sistema bancário no Peru e 80% na participação de três indicadores financeiros: % créditos, % depósitos e % Capital Social. Empresas bancárias peruanas têm melhorado a sua reputação de ações de responsabilidade social. Esta melhoria da reputação tem sido correlacionada com um reforço do valor da empresa. Além disso, a análise de cada caso, enquadrada nos planos de RSC sete proposições classificadas em três relacionamentos (RSC ea confiança dos investidores, a RSC e reputação corporativa e reputação corporativa ea confiança dos investidores) foram destacadas. Em estudos futuros, pretendemos estender esta análise com grandes amostras de empresas peruanas desenvolveram práticas de RSC. A novidade deste trabalho é duplo. A literatura tem analisados os conceitos de RSC e RC isolamento. Depois de uma revisão completa de um modelo que relaciona os dois conceitos é proposto. Em segundo lugar, o modelo é usado para a hipótese de relação de RSC e CR em empresas do setor financeiro nos países em desenvolvimento. A pesquisa sobre este tema tem sido conduzida principalmente em empresas de produção e países desenvolvidos.

DOI
10.3232/GCG.2016.V10.N1.02

RECIBIDO
15.02.2016

ACEPTADO
22.03.2016

1. Introducción

La investigación sobre responsabilidad social corporativa (RSC a partir de ahora) ha evolucionado en el tiempo y actualmente se ha situado como uno de los pilares de análisis en el ámbito de la organización de empresas. En los últimos años, la responsabilidad social corporativa (RSC) ha recibido creciente atención por parte de las empresas, la comunidad financiera (Bouslah *et al.*, 2016), los reguladores y los responsables políticos (Bouslah *et al.*, 2013). Desde el punto de vista académico, diversas investigaciones han abordado su importancia en los beneficios económicos de la empresa y en el desarrollo de la comunidad. Además, como muestra la evidencia empírica, las acciones de RSC tienen un impacto sobre la reputación de la empresa (Knox y Maklan, 2004). Por ello es importante que los grupos de interés o stakeholders de la empresa no solo consideren la responsabilidad social corporativa dentro de sus planes estratégicos sino también consideren la reputación corporativa (RC a partir de ahora) como variable que puede ser influenciada por las decisiones de la RSC.

Al revisar la literatura, se han hallado diferentes líneas de investigación que abordan por separado el estudio de la RSC y de la RC. Asimismo, se ha constatado la existencia de un conjunto limitado de investigaciones que relacionan ambas teorías. Pocas teorías bancarias están relacionadas con la RSC. Una forma de incorporar la RSC con la banca es relacionarlo con el papel de la reputación del banco (Wu y Shen, 2013). En el modelo teórico de Chemmanur y Fulghieri (1994), por ejemplo los bancos de gran reputación se demuestra que tienen incentivos para llevar a cabo las evaluaciones pre-préstamo más rigurosas de las perspectivas no observables de los prestatarios en comparación con los bancos bajo de reputación. Asimismo, Bushman y Wittenberg-Moerman (2012) documentan que los bancos de alta reputación están asociados con variables como la rentabilidad, el crédito y la calidad de los datos contables reportados de los prestatarios. El sector bancario está trabajando proactivamente en las iniciativas de (Fatma y Rahman, 2014). Mucho menos aún son los estudios empíricos que analizan RSC y RC en conjunto y las relaciones entre ellas. Esta escasez representa una brecha de investigación en este tópico.

El objetivo de este documento es superar la brecha de investigación tanto teórica como empírica existente en la RSC y RC aplicándolo en el sector bancario peruano. Para ello, en primer lugar se muestra el estado del arte respecto a la investigación existente sobre la RSC y la RC centrándose en aquellos papers que abordan dichas teorías por separado. En la sección tres se realiza una revisión exhaustiva de las investigaciones que analizan RSC y RC conjuntamente para proponer el modelo teórico que relaciona ambos conceptos. Las investigaciones en este campo, sobre todo aquellas de índole empírico, están orientadas a países desarrollados y a sectores productivos. La novedad de este trabajo es aplicar el modelo teórico propuesto que relaciona RSC y RC a empresas del sector financiero en países en desarrollo mediante un análisis de casos. No se tiene conocimiento, hasta donde ha llegado la revisión de los autores, que se haya realizado este análisis previamente. Por ello, esperamos que los resultados de esta investigación contribuyan a un mejor entendimiento de los efectos de la RSC sobre la RC en otros contextos distintos al propio de los países desarrollados.

PALABRAS CLAVE

Confianza del inversionista, responsabilidad social corporativa, reputación corporativa, sector bancario, estudio de caso, Perú

KEY WORDS

investor confidence, corporate social responsibility, corporate reputation, banking sector, case study, Peru

PALAVRAS-CHAVE

confiança dos investidores, responsabilidade social corporativa, reputação corporativa, estudo de caso do setor bancário, Peru

CÓDIGOS JEL:

M14, M32, G21

2. Revisión teórica sobre responsabilidad social corporativa y reputación corporativa

En la literatura, las teorías de RSC presentan cuatro dimensiones en común (Garriga y Melé, 2004): beneficios de la RSC en las empresas, la actuación política de la empresa en la sociedad, las demandas sociales sobre la RSC y los valores éticos. Bajo esta premisa, se puede clasificar las teorías de RSC en cuatro bloques según el énfasis que hace cada una de ellas en alguna de las cuatro dimensiones: teorías instrumentales, teorías políticas, teorías integradoras y teorías éticas.

La investigación dentro de las teorías instrumentales incluye a aquellos autores que consideran a la empresa como un instrumento para la creación de riqueza y sus actividades sociales como un medio para alcanzar resultados económicos. Las empresas apuestan por un comportamiento ético y responsable en la medida en que dicho comportamiento aporte ventajas competitivas al negocio. Se distinguen tres subgrupos dentro de estas teorías que se diferencian por el objetivo económico propuesto. El primero considera que el objetivo de la RSC es maximizar el valor del shareholder, medido por el precio de la acción (Friedman, 1970; Jensen y Meckling, 1976; Jensen, 2000; Harjoto, 2015). El segundo considera que el objetivo de la RSC debe ser alcanzar diversas fuentes de ventajas competitivas (Teece et. al., 1997; Husted y Allen, 2000; Hillman y Keim, 2001; Petrick y Quinn, 2001; Muñoz-Martín, 2013) o tener incidencia en los resultados de la empresa (Priego *et al.*, 2014) o como al menos un grupo de interés puede diferenciar entre las iniciativas que se alinean con los intereses de empresas y la sociedad (Goss y Roberts 2011). El tercero propone que el objetivo de la RSC es ampliar los efectos del marketing (Varadarajan y Menon, 1988; Smith y Higgins, 2000).

El segundo bloque de investigación lo conforman los autores que desarrollan la teoría política. Esta teoría hace referencia a los efectos del poder excesivo de la empresa en la sociedad y los beneficios de un ejercicio responsable de dicho poder en el escenario político. Dentro de la variedad de enfoques, sobresalen tres: el constitucionalismo corporativo, la teoría del contrato social integral y ciudadanía corporativa. El constitucionalismo corporativo (Davis, 1960 y 1967) considera que la empresa es una institución social y que tiene poder (poder social), el cual debe usar responsablemente. La teoría del contrato social integral (Donaldson, 1982; Donaldson y Dunfee, 1994, 1999) toma en cuenta el contexto sociocultural y también aspectos normativos y empíricos de gestión de manera integral. Bajo esta teoría, la responsabilidad social proviene del consentimiento de la sociedad. Finalmente la ciudadanía corporativa analiza las actividades de la empresa para que sean consideradas legitimadoras frente a la sociedad (Davis, 1973; Altman y Vidaver-Cohen, 2000; Matten *et al.*, 2003).

Otro bloque de investigación es el de las teorías integradoras que estudian la identificación, canalización, capacitación y respuesta de las empresas ante las demandas sociales de los grupos de interés o stakeholders. Se diferencian cuatro líneas de investigación. La primera aborda la responsabilidad social desde un punto de vista de gestión (Sethi, 1975; Wartick y Rude, 1986; Greening y Gray, 1994) sugiriendo que la brecha entre las expectativas de la sociedad sobre el comportamiento de la empresa y el comportamiento real de la empresa es crucial para la gestión de la RSC de la empresa. La segunda teoría, propuesta por Preston y Post (1975, 1981), definen al principio de responsabilidad pública como políticas de la empresa que no solo está basada en la ley y regulación, sino también en un patrón amplio de dirección social reflejada en la opinión pública, requerimientos legales formales y prácticas de implementación, asimismo Bouslach *et al.*, 2013 establece la relación entre el performance de las empresas y los riesgos de las mismas y la importancia del gobierno corporativo de cara al uso de los reportes de RSC (Jizi *et al.*, 2014). La tercer teoría se enfoca en los posibles efectos que las decisiones

de la empresa pueden tener sobre otros grupos de interés de la sociedad (Rowley, 1997; Agle *et al.*, 1999; Berman *et al.*, 1999). Finalmente, la cuarta teoría es la performance social corporativa que trata de integrar ciertos aspectos de las teorías previas y, además, incluye investigaciones sobre la legitimidad social (Carroll, 1977; Wood, 1991).

Finalmente, el cuarto enfoque de teorías de RSC son las teorías éticas que estudian la responsabilidad ética de las empresas para con la sociedad y se agrupan en cuatro enfoques: la teoría normativa de los stakeholders, los derechos universales, desarrollo sostenible y el enfoque del bien común. La teoría normativa de los stakeholder empieza con Freeman (1984) y se fundamenta en que los intereses de todos los stakeholders son de un valor intrínseco, es decir, cada grupo de stakeholders merece un reconocimiento por su propio bien y no necesariamente por su habilidad de promover los intereses de algún otro grupo. La teoría de los derechos universales considera que los derechos humanos es el fundamento de la RSC (Cassel, 2001; Giuliani, 2016) surgiendo a partir de aquí enfoques como el Pacto Global. Las teorías de desarrollo sostenible originalmente estuvieron orientadas a temas ambientales (Russo y Fouts, 1997). No obstante, este concepto se ha ido desarrollando a través del tiempo y ha ido incluyendo otros factores como el social (World Business Council for Sustainable Development, 2000). Finalmente, el enfoque del bien común sostiene que la empresa, como cualquier otro grupo social o individual en la sociedad, tiene que contribuir al bien común, debido a que esta es parte de la sociedad (Carroll y Sabana, 2010). En ese sentido este enfoque argumenta que la empresa es una institución mediadora.

Respecto a la responsabilidad corporativa (RC), en la literatura existe una gama de definiciones, y todas ellas comparten un elemento en común: que las expectativas y percepciones de los grupos de interés o stakeholders involucrados con la empresa determinan su grado de reputación (Ferguson *et al.*, 2000; Fombrun y Van Riel, 2002; Chun, 2005; Fombrun *et al.*, 2015). Es de esperar que los distintos stakeholders tengan distintos intereses y distintas expectativas, por lo que la reputación corporativa dependerá del cruce de esas expectativas con las experiencias reales derivadas del cumplimiento o incumplimiento de los compromisos asumidos por la empresa.

En línea con lo anterior, la RC será el resultado de confrontar lo que la empresa se compromete a hacer, con lo que realmente hace y con la opinión de los stakeholders al respecto. Esto significa que la empresa debe de alinear la RSC con sus objetivos, sus valores declarados, con su conducta y con las expectativas de los stakeholders. Siguiendo a Chun (2005) es posible identificar tres tipos de escuelas de pensamiento acerca de la RC: evaluativa, impresional y relacional. La principal diferencia entre estas escuelas radica en los stakeholders que son tomados en cuenta como punto focal a la hora de evaluar la RC.

La escuela evaluativa considera a la reputación como ventaja competitiva por su injerencia en el valor financiero o por la performance financiera de corto plazo de la empresa (Williamson, 1985; Barney, 1991; Grant, 1995; Deephouse, 2000; Kotha *et al.*, 2001; Bromley, 2002; Williamson, 2002; Eberl y Schwaiger, 2005). En este escenario, los stakeholders relevantes son los accionistas, el director gerente y el jefe de inversiones (Srisvastava *et. al.*, 1997).

La escuela impresional se enfoca en la asociación emocional de los stakeholders con la firma, la cual influenciará sobre la performance financiera en el largo plazo. Bajo la perspectiva de esta escuela, tres factores explican la RC, la imagen, la identidad y la legitimidad (Dowling, 1993; Brown *et al.*, 2005;). Asimismo, esta escuela considera que la reputación se evalúa como la percepción de los empleados

(Alt et. al., 2015) y de los consumidores en lugar de algún indicador financiero, como es en la escuela evaluativa. La escuela relacional sostiene que la reputación corporativa incluye las perspectivas de los stakeholders internos (identidad e identidad deseada) y externos (imagen). Estos tres elementos representan el núcleo de la escuela relacional (Hatch and Schultz, 2001; Davies and Chun, 2002; Chun and Davies, 2006; Arkan et. al., 2016).

La [tabla 1](#) resume las aportaciones de la literatura sobre responsabilidad social corporativa y reputación corporativa, mostrando la ausencia de investigaciones puente entre ambas, lo que supone una brecha en la investigación.

Tabla 1: Aportaciones en la literatura sobre RSC y RC

<i>Investigación RSC</i>	
1. Teorías instrumentales (RSC como instrumento de riqueza)	
1.1 Maximizar valor del accionista	Friedman, 1970; Jensen y Meckling, 1976; Ross, 1973; Jensen, 2000; Harjoto, 2015
1.2 Otras ventajas competitivas	Husted y Allen, 2000, Goss y Roberts 2011
1.3 Ampliar efectos marketing	Varadarajan y Menon, 1988; Smith y Higgins, 2000
2. Teorías políticas (poder de la empresa en la sociedad)	
2.1 Constitucionalismo corporativo	Davis, 1960 y 1967
2.2 Contrato social integral	Donaldson, 1982; Donaldson y Dunfee, 1994, 1999 y 2000
2.3 Ciudadanía corporativa	Davis, 1973; Altman y Vidaver-Cohen, 2000; Matten <i>et al.</i> , 2003
3. Teorías integradoras (respuesta ante demanda de stakeholder)	
3.1 Enfoque de gestión	Sethi, 1975; Greening y Gray, 1994; Wartick y Rude, 1986
3.2 Políticas de empresa hacia la dirección social	Preston y Post (1975, 1981), Bouslah <i>et al.</i> , 2013; Jizi <i>et al.</i> , 2014; Bouslah <i>et al.</i> , 2016
3.3 Efectos de decisiones sobre grupos de interés	Rowley, 1997; Berman <i>et al.</i> , 1999; Agle <i>et al.</i> , 1999
3.4 Performance social corporativa	Carroll, 1977; Wood, 1991
4. Teorías éticas (responsabilidad ética con la sociedad)	
4.1 Teoría normativa de los stakeholder	Freeman (1984)
4.2 Teoría de los derechos universales	Cassel (2001); Giuliani, 2016
4.3 Teorías desarrollo sostenible	TheWorld Business Council for Sustainable Development (2000)
4.4 Enfoque bien común	

BRECHA DE INVESTIGACIÓN RELACIONAL	
<i>Investigación RC</i>	
1. Escuela evaluativa	
	La reputación como ventaja competitiva con injerencia en la performance financiera de corto plazo de la empresa (Barney, 1991; Grant, 1995; Eberl y Schwaiger, 2005). Los stakeholders relevantes son accionistas, el director gerente y el jefe de inversiones (Srivastava et. al., 1997).
2. Escuela Impresional	
	Asociación emocional de los stakeholders con la firma (Balmer y Stotvig, 1997; Brown <i>et al.</i> , 2005; Dowling, 1993). Tres factores explican la reputación corporativa: imagen, identidad y legitimidad
3. Escuela Relacional	
	La reputación corporativa incluye las perspectivas de los stakeholders internos (identidad) y externos (imagen) (Davies y Miles, 1998; Hatch y Schultz, 2001).

Fuente: Elaboración propia

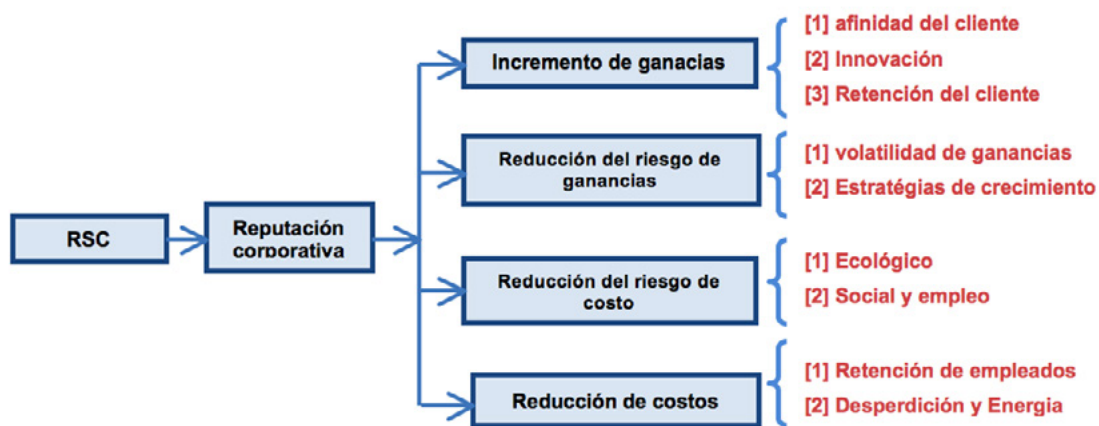
3. Investigaciones puente sobre RSC Y RC y modelo propuesto

El riesgo reputacional se puede definir como la posibilidad de pérdida o merma en la reputación de una organización. Esta pérdida en la reputación afecta la percepción que el entorno social tiene sobre la empresa produciendo una pérdida directa o indirecta en el valor de la empresa (Rayner, 2003; March y Shapira, 1987; Bebbington, 2007; Fombrun *et al.*, 2015). El riesgo reputacional puede ser situacional o previsto. El situacional se caracteriza por ser inmediato, es decir, es imposible de anticipar acciones de RSC sobre él para controlar la situación. En el riesgo de reputación previsto la empresa puede anticipar acciones de RSC con la finalidad de minimizar las consecuencias. Por ejemplo, una empresa que planea el cierre de una planta llevará a cabo campañas comunicativas con la suficiente antelación para explicar los motivos y tratar de minimizar las reacciones adversas.

Según lo anterior, la responsabilidad social corporativa tiene incidencia sobre el riesgo de reputación previsto. Dado que la reputación de la empresa depende de las percepciones de los stakeholders, entonces cada uno de ellos es una fuente de riesgo que ha de gestionar la empresa por medio de planes de RSC. Además, la empresa debe administrar sus relaciones respecto de estos grupos de interés (Pfeffer y Salancik, 1978; Turban y Greening, 1997; Wagner et. al., 2009).

La RSC forma parte de un ciclo a través del cual las empresas generan capital de reputación, gestionan riesgo de reputación y mejoran su actuación. Las empresas invierten en responsabilidad social corporativa, lo que genera un stock de capital de reputación que se utiliza para un doble propósito: por una parte, constituye una plataforma de lanzamiento para oportunidades futuras y, por otra parte, salvaguarda los activos actuales, actuando como amortiguador contra las pérdidas. A través de los programas de RSC se otorga consistencia al ciclo y se gestiona el riesgo de reputación. Según Knox y Maklan (2004), los efectos finales de la RSC sobre la reputación corporativa se pueden dividir en cuatro categorías: ganancias, riesgo asociado a la pérdida de las ganancias, riesgo de costo y reducción de costos (figura 1).

Figura 1: Efectos de la relación entre la RSC y la reputación corporativa



Fuente: Knox y Maklan (2004)

De la revisión de la literatura sobre la investigación puente entre RSC y RC se desprende tres conclusiones importantes. La primera es que la responsabilidad social corporativa podría tener efectos positivos sobre la reputación de la empresa (Newgren *et al.*, 1985; Bromiley y Marcus, 1989; Brown y Perry, 1994; Klassen y McLaughlin, 1996; Graves y Waddock, 1997; Wright y Ferris, 1997; Moore, 2001; Hill *et al.*, 2003). Este hallazgo no solo es teórico (entre las distintos enfoques conceptuales), sino también empírico. No obstante, se ha encontrado que las investigaciones en este campo están orientadas principalmente a países desarrollados. Esto es importante porque abre una línea de investigación que consiste en la aplicación del marco teórico de la RSC y RC en países en desarrollo.

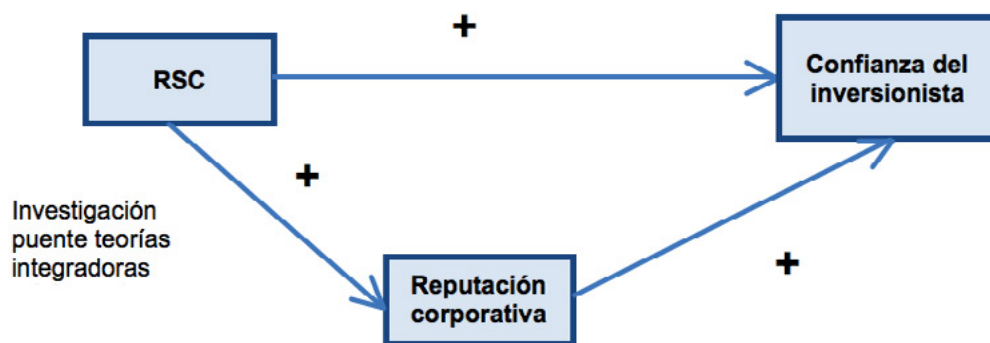
Una segunda conclusión es que entre los distintos enfoques de la reputación corporativa, el que emerge como aquel que considera las percepciones de todos los stakeholders es la escuela relacional (Hatch and Schultz, 2001; Davies y Chun, 2002; Chun y Davies, 2006; Arian *et al.*, 2016). Esto es importante porque permite relacionarlo con las teorías integradoras de la RSC. De la revisión de literatura se encontró que en este aspecto no se ha abordado la relación entre la RSC y la RC desde un punto de vista de stakeholders. Esto, por ejemplo, es importante para sectores productivos y financieros en países en desarrollo.

Una tercera conclusión es que de los estudios revisados se encuentra que la principal razón por la cual la empresa mantiene planes de RSC y mejora sus nivel de RC es por que ambas variables le rinden mayores beneficios económicos (Newgren *et al.*, 1985; Brown y Perry, 1994; Klassen y McLaughlin, 1996; Graves y Waddock, 1997). En línea con ello, no se ha encontrado estudios que cuantifiquen el impacto de la RSC y de la RC sobre los beneficios de la empresa ni de la relación entre las dos sobre los beneficios empresariales.

A raíz de estas conclusiones, en esta investigación se propone un modelo de investigación que relaciona la RSC, la reputación corporativa y la confianza del inversionista. En el gráfico siguiente se esboza las principales variables de estudio y sus relaciones entre ellas. En primer lugar, a priori, se espera que los planes de RSC emprendida por las empresas influyan de manera positiva sobre la confianza del

inversionista y sobre la reputación corporativa (Newgren *et al.*, 1985; Bromiley y Marcus, 1989; Brown y Perry, 1994; Klassen y McLaughlin, 1996; Graves y Waddock, 1997; Wright y Ferris, 1997; Moore, 2001; Hill *et al.*, 2003). En segundo lugar, se prevé que la reputación corporativa podría incrementar la confianza del inversionista (Orlitzky *et al.*, 2003; Margolis *et al.*, 2007; Wood, 2010). Además, se evaluará el rol de la reputación corporativa como variable moderadora de la relación entre RSC y la confianza del inversionista (Klassen and McLaughlin, 1996; Graves y Waddock, 1997; Knox y Maklan, 2004).

Figura 2: Modelo de investigación



Fuente: Elaboración propia

4. Metodología

Esta investigación emplea la metodología "Estudio de caso" (*case study*) para producir un razonamiento inductivo y a partir del estudio, la observación y recolección de datos establecer hipótesis o teorías que permitan contrastar el modelo propuesto en investigaciones con grandes muestras. En la literatura se distinguen diversas clasificaciones de los estudios de caso. No obstante, dos de ellas se consideran principales: la clasificación de Williams (1987) y la clasificación de Stake (1994, 1995). Williams (1987) considera que el estudio de caso tiene cuatro tipos: ilustrativo, exploratorio, acumulativo y crítico. Mientras que Stake (1994, 1995) considera tres tipos de estudio de caso: estudio intrínseco de caso (caso único), estudio instrumental de casos y estudio colectivo de casos (casos múltiples). En esta investigación se ha optado por seguir la clasificación de Williams (1987), y en particular se ha elegido el "*Estudio de caso acumulativo*". Esta elección está justificada por tres argumentos: la primera es que se desea analizar los planes de RSC de manera transversal entre los participantes de la muestra elegida, esto responde al interés de obtener similitudes como diferencias en cuanto a la RSC entre los casos estudiados. La segunda es que el tomar diversos casos fortalece la investigación por medio de mayor información sobre las variables estudiadas. Finalmente, la tercera razón es que no solo permite describir cada caso sino también hacer posibles inferencias de los casos analizados con mayor rigor. El estudio colectivo de casos (casos múltiples) propuesto por Stake (1995) presenta ciertas similitudes con el estudio de caso acumulativo de Williams (1987). No obstante, se eligió este último debido a que considera la información disponible no solo en un punto determinado del tiempo sino en un periodo de tiempo que el investigador considere para acotar la investigación, lo cual brindaría mayor información.

En ese sentido, para esta investigación se está considerando la información disponible desde 2005 al 2013.

4.1 Elección de la muestra

La novedad de este paper es aplicar el modelo de investigación relacional entre RSC y RC a países en vías de desarrollo y a sectores diferentes al de fabricación. Según Schumpeter (1912), el buen funcionamiento de las instituciones financieras, como los bancos, a través de la innovación tecnológica, permite a las empresas aumentar sus posibilidades de éxito producto de las servicios, productos y procesos. Por lo tanto, un sistema bancario sano es la clave de la prosperidad sostenida

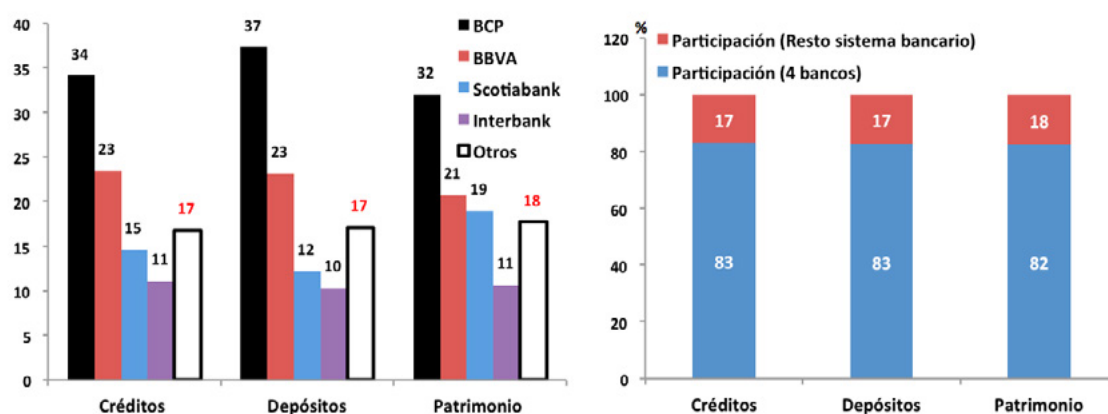
(King y Levine, 1993). Asimismo, los bancos también tuvieron un papel importante durante la última crisis de crédito (Wu y Shen, 2013). Es importante indicar en esta misma línea que el sistema bancario juega un papel importante en el desarrollo económico (Levine, 2005; Shen y Lee, 2005) debido a que su seguridad y solidez crean varios beneficios externos a la sociedad. Por eso, la investigación se enmarca al estudio de casos de las empresas pertenecientes al sistema bancario peruano, la cual está conformada, en 2012, por dieciséis bancos (Banco de Crédito del Perú (BCP), Banco Continental (BBVA), Scotiabank Perú, Interbank, Banco Interamericano de Finanzas, Mibanco, Banco Financiero, HSBC Bank Perú, Citibank, Banco Falabella Perú, Banco Santander Perú, Banco de Comercio, Banco Ripley, Banco Azteca Perú, Banco Cencosud, Deutsche Bank Perú). De este universo se selecciona una muestra representativa eligiendo un conjunto de indicadores financieros que brindarán el criterio necesario para discriminar los miembros de la muestra.

Entre los diferentes indicadores financieros disponibles se han escogido tres: participación de la empresa en el mercado de créditos, en el mercado de depósitos y en patrimonio. Su justificación reside en que los indicadores seleccionados reflejan los ingresos de la empresa bancaria, la fuente de los fondos y la salud financiera frente a crisis.

El primero (% créditos) indica el porcentaje de colocaciones del banco con respecto al total en el sistema bancario y refleja, en cierto grado, el poder de mercado de las empresas bancarias. El segundo (% depósitos) muestra la participación en el mercado de fondos y el tercero (% patrimonio) expresa el capital propio de cada banco en comparación con el total del sistema bancario. Este último es relevante porque explica la fortaleza financiera para hacer frente a pérdidas inesperadas. La muestra estará compuesta por aquellas empresas bancarias que, en conjunto, tengan una participación por encima del 80%. En la figura 3 se muestra dichos indicadores para el sistema bancario en el 2012.

Se observa que el Banco de Crédito del Perú (BCP) tiene la mayor participación en el mercado de créditos, depósitos y en el patrimonio neto con respecto al total del sistema bancario. En segundo lugar está el Banco Continental (BBVA), dejando en tercer y cuarto lugar al Scotiabank Perú e Interbank respectivamente. Asimismo, en el gráfico de la derecha se observa que estos cuatro bancos, en su conjunto, tienen una participación de más del 80% en los tres indicadores propuestos. Esto sugiere que la muestra estará conformada por estos cuatro bancos, los cuales representan el 25 por ciento de todos los participantes del sistema bancario.

Figura 3: Participación de las empresas bancarias en el mercado financiero



Fuente: Superintendencia de Banca, Seguros y AFP

La selección de casos bajo los tres indicadores financieros, donde dichos casos tienen una representatividad -en el sistema bancario- por encima del 80 por ciento; y que los casos seleccionados representan un 25 por ciento de la población responden al objetivo de generalizar los hallazgos en esta muestra al universo en su conjunto en línea con Eisenhardt (1989). En cada uno de los casos se analizan tres campos comparativos, objetivos estratégicos, grupos de interés y acciones emprendidas. Esto permite organizar la información contenida en cada caso para luego realizar proposiciones e inferencias.

5. Descripción de los casos

Banco de Crédito del Perú (BCP)

El BCP concibe la RSC como la forma de satisfacer las expectativas económicas, ambientales y sociales de los grupos de interés que están relacionados con los objetivos y funciones del Banco. Para otorgar contenido organizativo a esta filosofía, se crea el área de Responsabilidad Social (RS) en el año 2008 dentro de la División de Asuntos Corporativos, con el fin de gestionar las expectativas de sus grupos de interés a través de acciones éticas y responsables que promuevan la sostenibilidad económica del negocio, e incorporen aspectos sociales y ambientales a su gestión. El cuadro siguiente resume los principales elementos de la RSC en el BCP.

<i>Elementos de la RSC</i>	<i>Descripción</i>
[1] Objetivos estratégicos	<ul style="list-style-type: none"> • Comprender las expectativas de los grupos de interés. • Fortalecer el compromiso de los colaboradores con el negocio y con las actividades de RS. • Promover la inclusión financiera en las poblaciones menos favorecidas del Perú. • Fomentar el desarrollo de la niñez y la juventud a través de la educación y deporte. • Ser ambientalmente responsable. • Incentivar la educación y cultura financiera
[2] Grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> • Accionistas, Colaboradores, • Comunidad, Líderes de opinión y Clientes.
[3] Acciones emprendidas	
<i>3.1 Educación</i>	<ul style="list-style-type: none"> • El BCP es patrocinador líder nacional del proyecto Matemática para todos (MPT) para despertar en los escolares el interés por las matemáticas y fortalecer su aprendizaje. Beneficiarios: 59.460 escolares, 38.822 materiales educativos entregados, 1.148 docentes capacitados, 115 colegios beneficiados en 15 regiones del país • El BCP otorga al primer puesto de la promoción del Colegio Mayor Presidente del Perú una beca integral para estudios universitarios en el Perú, y apoyo económico durante todos sus años de estudios. • El BCP firmó el primer convenio de cooperación con la Facultad de Estadística de la Universidad Nacional de Ingeniería. Beneficiarios: 2 becas integrales otorgadas con 10.000 anuales para los estudiantes becados y 20 préstamos preferenciales colocados
<i>3.2 Obras de infraestructura</i>	<p>El BCP apoya al estado peruano en temas infraestructurales a través del mecanismo de "Obras por Impuestos". En el 2012, el BCP financió el proyecto de "Ampliación y Mejoramiento del Sistema de Agua Potable y Construcción del Sistema de Alcantarillado del Centro Poblado La Encantada" en Piura. Además ha realizado 12 millones en inversión pública con 4.000 beneficiados y 670 conexiones domiciliarias.</p>
<i>3.3 Voluntariado</i>	<p>Liderado por los colaboradores, a través de diez comités a nivel nacional. Beneficiarios: 857 voluntarios movilizados, 2.516 participaciones voluntarias, 5.164 beneficiarios, 28 actividades realizadas, 20 viviendas de emergencia construidas.</p>

Además de los tres tipos de planes de RSC que ha implementado el BCP (educación, infraestructura y voluntariado), el banco ha orientado esfuerzos para promover el desarrollo de las pequeñas y medianas empresas (Pymes) y el desarrollo del sector turismo. En cuanto al desarrollo de las Pymes, el BCP implementó planes de RSC orientados a incrementar la competitividad de las empresas que operan en el sector textil-confección (Lima). En estos planes de RSC se trabajó con 500 Pymes para reforzar procesos de producción y calidad, dirección y gestión de negocio, acceso a nuevos mercados, y diseño de prendas y accesorios de calidad. De otro lado, en el sector turismo, el BCP realizó capacitaciones y asistencia técnica para que 50 hospedajes y restaurantes, ubicados en la ruta Moche (Trujillo), obtengan el sello CALTUR del Ministerio de Comercio Exterior y Turismo.

Banco Continental (BBVA)

La política adoptada por BBVA Continental en materia de responsabilidad corporativa sigue la tendencia general de todas las entidades financieras que conforman el Grupo BBVA: definir decisiones y acciones

para impulsar aquellas que involucren a todos los grupos de interés en la generación de valor social y que involucren en forma directa al Grupo en la generación de valor económico y de reputación.

Desde el 2008, BBVA Continental cuenta con un Comité de Responsabilidad y Reputación Corporativas, el cual se reúne periódicamente para hacer seguimiento y evaluar los temas más relevantes que se proponen en esta materia. Las reuniones son dirigidas por el Director Gerente del banco y cuentan con la asistencia de los miembros del Comité de Dirección y del Gerente de Imagen y Comunicación, responsable de la ejecución de las acciones en cuanto RRC. El cuadro siguiente resume los principales elementos de RSC de BBVA.

<i>Elementos de la RSC</i>	<i>Descripción</i>
[1] Objetivos estratégicos	Inclusión financiera y educación y cultura financiera.
[2] Grupos de interés	-Accionistas, Colaboradores, -Comunidad, Líderes de opinión y Clientes.
[3] Acciones emprendidas	<ul style="list-style-type: none"> Programa: <i>"Leer es estar adelante"</i>. Este programa permite a un importante número de docentes y alumnos, en ocho regiones del país, lograr los objetivos de aumentar los índices de lectura y mejorar los niveles de comprensión de esta entre los estudiantes peruanos. Actualmente el banco está implementando este programa en 8 regiones del Perú: Ancash, Arequipa, Ayacucho, Ica, La Libertad, Lima, Loreto y Piura. El programa tiene cuatro líneas de acción: Materiales: El programa ha elaborado libros de texto para los alumnos y guías pedagógicas para los docentes de acuerdo con la zona de intervención. Capacitación: El programa fortalece en los maestros un conjunto de habilidades conceptuales, pedagógicas y metodológicas para la enseñanza de la lectura comprensiva. Medición de aprendizaje: El componente medición de aprendizajes busca analizar la efectividad de la intervención del Programa desde el punto de vista del cambio en el rendimiento de los estudiantes en el área de la comprensión lectora. Institucionalización: El componente transversal de institucionalización busca fortalecer los esfuerzos e iniciativas locales y de nivel macro relacionadas con la comprensión lectora. Para ello, se ha firmado desde el inicio un Convenio de Cooperación interinstitucional con el Ministerio de Educación a fin de aportar desde el diseño del programa a la política educativa nacional.

Scotiabank Perú

Scotiabank integra internacionalmente la Responsabilidad Social Corporativa en todas sus actividades diarias. Las prioridades de RSC establecidas por la Casa Matriz están alineadas en una estrategia de cinco puntos: (1) Crecimiento sostenible y rentable de los negocios, (2) Gestión del capital y el balance, (3) Liderazgo, (4) Manejo prudente del riesgo y apetito moderado por este, y (5) Eficiencia y administración de gastos. Asimismo, Scotiabank considera que la RSC es una visión de negocio comprometida con los valores éticos, las personas, el medio ambiente y las comunidades. Este comportamiento contribuye al desarrollo sostenible, considera a los stakeholders y cumple con las leyes.

Con el fin de gestionar la RSC, el banco ha desarrollado "El Plan Estratégico de Responsabilidad Social", el cual se formuló con un horizonte de cinco años, del 2009 al 2014. En el cuadro siguiente se mencionan los objetivos estratégicos, los grupos de interés y las principales acciones de RSC que el banco ha implementado en el Perú.

<i>Elementos de la RSC</i>	<i>Descripción</i>
[1] Objetivos estratégicos	(1) Unir la RSC transversalmente en todo el Banco. Incluye desarrollo de herramientas de gestión. (2) Integrar grupos de interés externos en las acciones de RSC (clientes y proveedores). (3) Ejercer liderazgo social y ambiental. (4) Difundir las acciones realizadas en la sociedad en materia de Responsabilidad Social. (5) Educación financiera.
[2] Grupos de interés	Accionistas, clientes, colaboradores, proveedores, medio ambiente y comunidad.
[3] Acciones emprendidas	
<i>Mejora de ingresos y seguridad alimentaria con mujeres en Santa Teresa - Cuzco Fase II</i>	Scotiabank Perú y Care ayudan a las familias, especialmente a las mujeres de las microcuencas, a mejorar sus ingresos económicos y seguridad alimentaria. Esto forma parte del proyecto Buen Gobierno Local y Responsabilidad Social Empresarial para Mejorar la Calidad de Vida de la Mujer y el Niño en las Cuencas Andinas.
<i>Creación de capacidades para la inclusión financiera y social de familias de bajos recursos en Piura, Ica y Huancavelica</i>	El objetivo es repetir las metodologías y estrategias desarrolladas en Santa Teresa, incluyendo las innovaciones y el resultado de las lecciones aprendidas. Resultados esperados: 2 mil familias de bajos recursos generen sus ingresos de manera sostenible. 1.800 menores de 3 años mejoren su estado de salud y nutrición. 27 instituciones educativas logren calidad de enseñanza.
<i>Oportunidades de acceso a educación superior y voluntariado en Callao (zonas urbano-marginales)</i>	Este proyecto se ejecuta en alianza estratégica con COPRODELI y tiene dos componentes: Componente 1: Fondo de Becas y de Crédito Educativo dirigido a escolares y egresados para el ingreso y estudios en centros superiores. Componente 2: Acciones de transferencia de capacidades por medio del voluntariado
<i>Programa EcoNegocios Escolares</i>	Apoyo al programa de educación ambiental y de emprendimiento creado por IPES (Instituto de Promoción de la Economía Social), dirigido a jóvenes escolares de entre 14 y 16 años. Se ha ampliado a 100 las instituciones educativas participantes, con formación a 100 docentes en las áreas de Ciencia, Tecnología y Ambiente (CTA) y Educación Para el Trabajo (EPT) y a 461 estudiantes en planes de negocio, presupuestos y trabajo en equipo.
<i>Implementación de sistemas de agua potable y saneamiento en zonas vulnerables</i>	La ONG Agualimpia facilita la coordinación entre los gobiernos locales, los gobiernos regionales, el sector privado y las comunidades para implementar sistemas autosostenibles de agua potable y saneamiento en zonas vulnerables del Perú. Entre los años 2007 y 2012, Scotiabank Perú ha realizado un trabajo participativo con doce gobiernos locales y 46 proyectos de saneamiento.

Tal como se observa en la tabla previa, Scotiabank ha implementado un conjunto de programas de RSC, los cuales responden a un plan estratégico. Esto sugiere que en el futuro este banco seguirá fortaleciendo sus programas de tal manera que sean sostenibles en el tiempo.

Interbank

Interbank se ha tratado de diferenciar de sus pares como un banco basado en personas y una organización basada en valores. En ese sentido, esta empresa ha emprendido diversos proyectos

que han buscado fomentar el desarrollo humano dentro y fuera del banco. En el cuadro siguiente se mencionan los objetivos estratégicos, los grupos de interés involucrados y las principales acciones emprendidas bajo el concepto de RSC.

<i>Elementos de la RSC</i>	<i>Descripción</i>
[1] Objetivos estratégicos	Educación, inclusión financiera y medio ambiente
[2] Grupos de interés	<ul style="list-style-type: none"> • Accionistas, Colaboradores, • Comunidad, Líderes de opinión y Clientes.
[3] Acciones emprendidas	
<i>Graceland</i>	Es el programa de Interbank destinado a transmitir a todos los colaboradores, la cultura del banco a través de una metodología vivencial de valores que busca formar mejores personas antes que mejores banqueros. En Graceland participan todos los colaboradores del banco independientemente de su cargo o jerarquía en grupos conformados por integrantes de todas las áreas de la institución.
Programa <i>"Todo Terreno"</i>	Este programa busca facilitar el acceso a servicios financieros a los trabajadores de empresas que operan en zonas rurales, agrícolas y/o de difícil acceso. Este programa consiste en la instalación de tiendas financieras, cajeros y monederos Global Net e incluso corresponsales como Interbank Agente dentro de las empresas para facilitar el pago de remuneraciones permitiendo a los trabajadores acceder de manera rápida y segura a sus haberes, así como darle la posibilidad a los trabajadores de pagar sus servicios. Además, este programa beneficia al empleador en la reducción de costos en el manejo de tesorería.
Programa <i>Maestro que Deja Huella</i>	Este programa es un concurso que reconoce el aporte de docentes en la mejora de la calidad educativa. "El Maestro que Deja Huella" es una iniciativa social que promueve y reconoce el esfuerzo y la innovación docente en favor de la educación nacional, esta iniciativa, empezó desde el año 2007, la cual viene siendo respaldada por el Ministerio de Educación.

6. Discusión

De los casos del apartado previo se desprenden algunas proposiciones, las cuales se agrupan bajo tres relaciones.

6.1 RSC y confianza del inversionista

En los casos bancarios analizados se muestran que uno de los stakeholders principales de los objetivos estratégicos son los inversores y/o accionistas. Esto responde naturalmente a que la empresa desea brindar señales de salud financiera con el fin de crear confianza en los inversores. Esta confianza es importante para evitar, por un lado, que los actuales inversores retiren sus fondos de la empresa y, por otro lado, para que futuros inversores decidan reorientar sus flujos de efectivo hacia la empresa bancaria.

Lo anterior está en línea con lo encontrado por Newgren *et al.* (1985), Brown y Perry (1994), Klassen y McLaughlin (1996), Graves y Waddock (1997). Estos autores sostienen que los planes de RSC influyen indirectamente en el valor de la empresa por medio del incremento del precio de los accionistas, los cuales mejoran a causa de la confianza de los inversionistas. Cabe mencionar que el estudio de estos autores está enmarcado a empresas del sector real más no financiero.

En consecuencia, con todo lo anterior, se plantea la siguiente proposición:

Proposición 1: La responsabilidad social corporativa podría tener influencia positiva sobre la confianza del inversionista.

Asimismo, se observa que parte de los planes de RSC involucran a los trabajadores de la empresa que implementa dicho plan. Por ejemplo el programa de "Voluntariado" del BCP, el cual es liderado y administrado por los colaboradores, a través de diez comités a nivel nacional. Este programa involucra a los colaboradores con la comunidad en jornadas de construcción de infraestructura, dictado de talleres de gestión empresarial, y diseño y ejecución de proyectos elaborados por el personal del BCP.

El objetivo de este programa es afianzar la presencia del banco en distintas zonas del Perú por medio de un acercamiento "personalizado" por parte de los trabajadores del BCP a los miembros de la comunidad. Se prevee que este tipo de programas no solo mejore las percepciones de los stakeholders de la comunidad sobre las acciones del banco, sino también incremente el compromiso de los trabajadores del BCP y por ende aumente su productividad laboral. Esto último es una buena señal para los inversionistas, ya que la mayor productividad laboral podría redundar en mayores beneficios económicos. Lo anterior se encuentra en línea con el enfoque instrumental de la RSC, en concreto el que sostiene que los planes de RSC deben de estar orientadas a crear ventajas competitivas, las cuales deberían estar basadas en recursos y capacidades dinámicas; siendo los trabajadores uno de los principales recursos de la empresa (Teece *et al.*, 1997; Husted y Allen, 2000; Hillman y Keim, 2001; Petrick; Quinn, 2001 y Muñoz-Martín, 2013). Con todo lo anterior se desprende la siguiente proposición:

Proposición 2: La responsabilidad social corporativa, cuando involucra a los trabajadores de la empresa, podría tener influencia positiva sobre la confianza del inversionista.

6.2 RSC y reputación corporativa

La reputación corporativa representa un conjunto de percepciones que tienen los stakeholders sobre el comportamiento de la empresa. En particular, de los cuatro casos analizados anteriormente (BCP, Interbank, BBVA y Scotiabank) se desprende que las empresas bancarias han buscado reforzar su "nombre"; es decir, un fortalecimiento continuo de su reputación. Para ello han implementado planes de RSC orientadas no solo a la comunidad sino también a clientes, inversionistas, proveedores, etc. Este esfuerzo se ha visto reflejado en algunos concursos locales sobre RSC, por ejemplo el BCP ganó el premio a la "Responsabilidad Social y Desarrollo Sostenible" en el 2007 organizada por Perú 2021. Cabe mencionar que este premio es un reconocimiento a las buenas prácticas empresariales que están dirigidas a siete grupos de interés clave: accionistas, colaboradores, clientes, proveedores, comunidad, gobierno y sociedad civil, y ambiente. Se hará un reconocimiento a aquellos programas de Responsabilidad Social de las empresas que trabajen en forma transversal con dos o más grupos de interés (multistakeholder).

Asimismo, este reconocimiento, es una iniciativa de Perú 2021 - asociación civil sin fines de lucro liderada por empresarios, que tiene como misión lograr que la empresa actúe como agente de cambio para el desarrollo del país, incorporando la Responsabilidad Social Empresarial como una herramienta estratégica de gestión- la cual se realiza hace 10 años, desde el 2003. En la edición 2012, Interbank fue el banco que obtuvo dicho reconocimiento por medio de su programa "Todo terreno". De todo lo anterior se desprende que los principales stakeholders están interesados en saber la performance de la empresa en los aspectos de RSC y de ello formar percepciones sobre su reputación empresarial.

Asimismo, de la literatura revisada, siguiendo el enfoque de la teoría instrumental de la RSC como medio de mejora de marketing (Varadarajan y Menon, 1988; Smith y Higgins, 2000) se desprende que el objetivo de implementar planes de RSC debe ser fortalecer la relación entre el consumidor y la empresa, de tal manera que se fortalezca la marca, es decir, que se mejore la reputación corporativa. En consecuencia se plantea la siguiente proposición:

Proposición 3: La responsabilidad social corporativa podría tener influencia positiva sobre la reputación corporativa.

Además, de los cuatro casos estudiados se observa que los planes de RSC están orientados a regiones diferentes a la capital del Perú (Lima). Esto es importante debido a que dichas regiones son menos favorecidas en cuanto a dinámica económica en comparación con la capital. Por ejemplo el programa "Todo Terreno" implementado por Interbank se ha orientado a facilitar el acceso a servicios financieros a los trabajadores de empresas que operan en zonas rurales, agrícolas y/o de difícil acceso. Esta iniciativa, como se ha mencionado antes, ha sido premiada por Perú 2021. Este tipo de orientación geográfica de los planes de RSC, por parte de las empresas, podría deberse a que desean fortalecer su reputación a lo largo del país.

En este contexto en particular, los defensores de la escuela relacional de la reputación corporativa (Hatch and Schultz, 2001; Davies and Chun, 2002; Chun and Davies, 2006) sostienen que en la construcción de la reputación corporativa participan diversos **stakeholders**, y que aquellos que se encuentren más alejados geográficamente de la empresa o que perciban "menos beneficios" de los proyectos empresariales podrían construir una percepción negativa de la empresa afectando su reputación. De todo lo anterior se plantea la siguiente proposición:

Proposición 4: La responsabilidad social corporativa orientada zonas rurales fuera de la capital podría tener influencia positiva sobre la reputación corporativa.

De otro lado, se aprecia que entre las principales acciones de RSC destacan aquellos que son orientados a mejorar la calidad educativa. Un ejemplo de ello es el programa del BBVA: "Leer es estar adelante". Este programa ha permitido a un importante número de docentes y alumnos, en ocho regiones del país, incrementar los índices de lectura y mejorar los niveles de comprensión. Otro esfuerzo similar a este es el programa "Maestro que Deja Huella". Este programa, implementado por Interbank, es un concurso que reconoce el aporte de docentes en la mejora de la calidad educativa, el cual empezó en el 2007 y cuenta con el respaldo del Ministerio de Educación.

Estos esfuerzos reflejan la importancia que las empresas le dan a la educación dentro de sus planes de RSC. Esto responde a que dichas empresas esperan que la población objetivo, que es beneficiada por estos programas, construyan percepciones favorables acerca de la imagen de la empresa y por ende fortalezca su reputación en el tiempo.

Lo anterior está en línea con las teorías políticas del contrato social (Donaldson, 1982; Donaldson y Dunfee, 1994, 1999), quienes sugieren que la empresa podría entender la RSC como un contrato social integral, en el cual se compromete a brindar prioridad a temas estructurales de la sociedad como la educación. En ese sentido, muchas empresas orientan sus planes de RSC al sector educativo, lo cual según Dhir y Vinen (2005) podrían influenciar positivamente sobre la reputación de la empresa. De lo anterior se desprende la siguiente proposición:

Proposición 5: La responsabilidad social corporativa orientada a fortalecer la calidad educativa podría tener influencia positiva sobre la reputación corporativa.

6.3 Reputación corporativa y confianza del inversionista

De los casos analizados se observa que los programas de RSC están orientados a dos grandes grupos: educación e inclusión financiera. Ambos aspectos responden a necesidades consensuadas por todos los stakeholders relacionados a las empresas bancarias. En ese sentido, orientar esfuerzos para incrementar la calidad educativa e integrar más peruanos al sistema financiero redundaría en una percepción favorable de la comunidad y de los inversionistas sobre las acciones de la empresa.

En ese sentido, la reputación corporativa se fortalecería y por ende la confianza de inversores externos al banco se incrementaría. Esto está en línea con la escuela evaluativa de la RC (Williamson, 1985; Barney, 1991; Grant, 1995; Deephouse, 2000; Kotha *et al.*, 2001; Bromley, 2002; Williamson, 2002; Eberl y Schwaiger, 2005) quienes sostiene que la reputación corporativa podría reducir los costos de transacción y atraer mejores competidores e inversores y mejorar su confianza. En consecuencia se plantea la siguiente proposición:

Proposición 6: La reputación corporativa podría influir positivamente sobre la confianza del inversionista

Asimismo, debido a que en estos últimos años el aspecto medioambiental se ha fortalecido en la conciencia social por medio de diferentes canales de comunicación, las empresas han orientado mayores esfuerzos para catalogarse como empresas "ambientalmente responsables". Esto también se puede observar en las empresas del sector bancario peruano, las cuales han introducido planes de responsabilidad ambiental dentro de la RSC. Un ejemplo de ello es el programa "EcoNegocios Escolares" creado por IPES (Instituto de Promoción de la Economía Social), pero financiado por Scotiabank. Cabe subrayar que "EcoNegocios Escolares" es un programa de educación ambiental y de emprendimiento, que está dirigido a jóvenes escolares de entre 14 y 16 años.

La contribución de Scotiabank ha permitido, por un lado ampliar a cien el número de instituciones educativas participantes, y por otro lado, capacitar a cien docentes de las áreas de Ciencia, Tecnología y Ambiente (CTA) y Educación Para el Trabajo (EPT) y a 461 estudiantes en planes de negocio, presupuestos y trabajo en equipo.

Estos esfuerzos implementados por las empresas podría responder a dos factores: el primero es que en la actualidad toda empresa considerada como socialmente responsable debe de incluir un plan de mejora ambiental; el segundo es que dichos planes (ambientales) podrían contribuir a fortalecer la reputación de la empresa ya que mejora las percepciones no solo de los stakeholders asociados a la comunidad sino también a aquellos considerados como inversionistas, accionistas y stakeholders

externos a la empresa (gobierno local, regional y nacional).

Lo descrito anteriormente, de forma parcial, ha sido tratado por algunos autores encuadrados en la escuela evaluativa de la RC, Deephouse (2000) y Kotha *et al.* (2001), quienes sostienen que la reputación corporativa podría mejorar la confianza del inversionista por medio de una reducción de riesgos no solo financieros y operativos, sino también ambientales. De todo lo anterior se desprende la siguiente proposición:

Proposición 7: La reputación corporativa podría influir positivamente sobre la confianza del inversionista cuando la empresa demuestra que el cuidado del medio ambiente forma parte de su plan estratégico.

7. Conclusiones, limitaciones y agenda futura

Esta investigación busca estudiar la relación entre la RSC, la reputación corporativa y la confianza del inversionista en el sector bancario peruano. Para ello se ha revisado la literatura, de la cual se desprende el modelo de investigación. Este modelo sugiere que la responsabilidad social corporativa podría tener efectos positivos sobre la reputación de la empresa (Newgren *et al.*, 1985; Bromiley y Marcus, 1989; Brown y Perry, 1994; Klassen y McLaughlin, 1996; Graves y Waddock, 1997; Wright y Ferris, 1997; Moore, 2001; Hill *et al.*, 2003), que la reputación corporativa podría influenciar sobre la confianza de los inversionistas (Orlitzky *et al.*, 2003; Margolis *et al.*, 2007; Wood, 2010), y que esta última podría estar influenciada por la RSC (Klassen and McLaughlin, 1996; Graves y Waddock, 1997; Knox y Maklan, 2004).

La responsabilidad social corporativa en el Perú ha estado enmarcado generalmente al sector productivo; es decir, a empresas de extracción de materia primas como la minería y pesca. El desarrollo de la RSC ha ido mejorando al pasar el tiempo, y las empresas han ido incluyendo planes estratégicos que busquen el desarrollo de todos los stakeholders involucrados con la operación de la empresa. En esta línea, el sector financiero peruano desde inicios del 2000 ha empezado a incluir dentro de su plan estratégico diferentes planes de RSC. Tal es así que en estos últimos años diferentes empresas bancarias han fortalecido dichos planes debido a que los resultados de las primeras acciones han sido positivas.

Entre los principales resultados se puede mencionar que las empresas bancarias peruanas han mejorado su reputación debido a su responsabilidad social. Esta mejora de reputación ha estado correlacionada con un fortalecimiento del valor de la empresa, de tal manera que en el neto el beneficio económico que representa la RSC ha superado los costos de ejecutar dichos planes. Asimismo, del análisis de cada uno de los casos, enmarcados en los planes de RSC, se desprendieron siete proposiciones clasificadas en tres relaciones (RSC y confianza del inversionista, RSC y reputación corporativa, y reputación corporativa y confianza del inversionista), las cuales se buscará probar su veracidad o falsedad en futuras investigaciones con grandes muestras.

La principal limitación de esta investigación radica en la debilidad del método empleado; es decir, no se busca probar hipótesis sino solo describir cada caso y sugerir posibles relaciones (hipótesis). Asimismo, la falta de generalización a partir de los datos analizados representa otra limitación. No obstante, queda como agenda futura contrastar las proposiciones (hipótesis) propuestas en esta investigación. Con

respecto a esto último (contrastar las proposiciones), se prevé que en futuras investigaciones se utilicen encuestas, las cuales estarían enmarcadas a las diferentes líneas gerenciales de los cuatro bancos seleccionados. Además, dichas encuestas debería considerar los diferentes stakeholders directos con los cuales la empresa mantiene cierta relación no solo en la capital sino también en las zonas rurales a lo largo del país.

Otra fuente de información para contrastar las proposiciones es MERCO (Monitor Empresarial de Reputación Corporativa), empresa que dispone de un conjunto de información sobre la reputación empresarial en el Perú. A priori, la base de datos que dispone esta empresa podría servir para evaluar si los planes de RSC implementada por las empresas bancarias han tenido incidencia sobre la performance financiera de la empresa.

Bibliografía

Arikan, E., Kantur, D., Maden, C., and Telci, E. E. (2016). *Investigating the mediating role of corporate reputation on the relationship between corporate social responsibility and multiple stakeholder outcomes*. *Quality and Quantity*, 50(1), 129-149.

Alt, E., Díez-de-Castro, E. P., and Lloréns-Montes, F. J. (2015). *Linking employee stakeholders to environmental performance: the role of proactive environmental strategies and shared vision*. *Journal of Business Ethics*, 128(1), 167-181.

Agle B.R., Mitchell R.K., and Sonnenfeld J.A. (1999), "Who matters to CEOs? An investigation of Stakeholder attributes and salience, corporate finance, and CEO Values", *Academy of Management Journal*, Vol. 42, No. 5, pp. 507-525.

Altman, B. W. and Vidaver-Cohen, D. (2000), "Corporate Citizenship in the New Millennium: Foundation for an Architecture of Excellence", *Business and Society Review*, Vol. 105, No. 1, pp. 145-169.

Balmer, J. M., and Stotvig, S. (1997). *Corporate identity and private banking: a review and case study*. *International Journal of Bank Marketing*, 15(5), 169-184.

Barney, J. (1991), "Firm Resource and Sustained Competitive Advantage", *Journal of Management*, Vol. 17, pp. 99-120.

Bebbington, J. M. (2007), "Corporate Social Reporting and reputation risk management", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 21, No. 3, pp. 337-361.

Berman, S. L., Wicks, A. C., Kotba, S. and Jones, T. M. (1999), "Does Stakeholder Orientation Matter? The Relationship between Stakeholder Management Models and the Firm Financial Performance", *Academy of Management Journal*, Vol. 42, No 5, pp. 488-509.

Bouslab, K., Kryzanowski, L., and M'Zali, B. (2013). "The impact of the dimensions of social performance on firm risk". *Journal of Banking and Finance*, 37(4), 1258-1273.

Bouslab, K., Kryzanowski, L., and M'Zali, B. (2016). *Social Performance and Firm Risk: Impact of the Financial Crisis*. *Journal of Business Ethics*, 1-27.

Bromiley P. and Marcus A. (1989), "The deterrent to dubious corporate behavior: profitability, probability, and safety recalls", *Strategic Management Journal*, Vol. 10, No. 3, pp. 233-250.

Bromley D.B. (2002), "Comparing corporate reputation: League tables, quotients, benchmarks, or case studies?", *Corporate Reputation Review*, Vol. 5, pp. 35-50.

- Brown, B., and Perry, S. (1994), "Removing the financial performance halo from Fortune's 'Most Admired companies'", *Academy of Management Journal*, Vol. 37, No 5, pp. 1347-1359.
- Brown, T.J., Barry, T.E., Dacin, P.A. and Gunst, R.F. (2005), "Spreading the word: investigating antecedents of consumers' positive word-of-mouth intentions and behaviors in a retailing context", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 33, No. 2, pp. 123-38.
- Bushman, R.M., and Wittenberg-Moerman, R., 2012. "The Role of Bank Reputation in Certifying Future Performance Implications of Borrowers' Accounting Numbers". *Journal of Accounting Research* 50 (4), 883-930.
- Carroll, A. B. (Ed). (1977), *Managing corporate social responsibility*, Little Brown, Boston.
- Carroll, A. B., and Shabana, K. M. (2010), "The business case for corporate social responsibility: a review of concepts, research and practice", *International Journal of Management Reviews*, Vol. 12, No. 1, pp. 85-105.
- Cassel, D. (2001), "Human Rights Business Responsibilities in the Global Marketplace", *Business Ethics Quarterly*, Vol. 11, No. 2, pp. 261-274.
- Chemmanur, T., and Fulghieri, P., 1994. "Investment bank reputation, information production, and financial intermediation". *Journal of Finance* 49, 57-79.
- Chun, R. (2005), "Corporate reputation: meaning and measurement", *International Journal of Management Review*, Vol. 7, No. 2, pp. 91-109.
- Chun, R., and Davies, G. (2006), "The influence of corporate character on customers and employees: exploring similarities and differences", *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol. 34, No 2, pp. 138-146.
- Davies, G., and Miles, L. (1998). *Reputation management: theory versus practice*. *Corporate Reputation Review*, 2(1), 16-27.
- Davis, K. (1960), "Can Business Afford to Ignore Corporate Social Responsibilities?", *California Management Review*, Vol. 2, pp. 70-76.
- Davis, K. (1967), "Understanding The Social Responsibility Puzzle", *Business Horizons*, Vol. 10, No. 4, pp. 45-51.
- Davis, K. (1973), "The Case For and Against Business Assumption of Social Responsibilities", *Academy of Management Journal*, Vol. 16, pp. 312-322.
- Davies, G., and Chung, R. (2002), "Gaps between the internal and external perceptions of the corporate brand", *Corporate Reputation Review*, Vol. 5, No. 4, pp. 144-158.
- Deephouse, D. (2000), "Media Reputation as a Strategic Resource: An Integration of Mass Communication and Resource-Based Theories", *Journal of Management*, Vol. 26, No. 6, pp. 1091-1112.
- Dhir, K. S., and Vinen, D. (2005), "Managing corporate respectability: concept, issues, and policy formulation", *Corporate Communications: An International Journal*, Vol. 10, No. 1, pp. 5-23.
- Donaldson, T. (1982), *Corporations and Morality*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.
- Donaldson, T. and Dunfee, T. W. (1994), "Towards a Unified Conception of Business Ethics: Integrative Social Contracts Theory", *Academy of Management Review*, Vol. 19, pp. 252-284.
- Donaldson, T. and Dunfee, T. W. (1999), *Ties That Bind: A Social Contracts Approach to Business Ethics*, Harvard Business School Press, Boston.
- Dowling, G.R. (1993), "Developing your company image into a corporate asset", *Long Range Planning*, Vol. 26, No. 2, pp. 101-109.

Eberl, M. and Schwaiger, M. (2005), "Corporate reputation: disentangling the effects on financial performance", *European Journal of Marketing*, Vol.39, No. 7/8, pp. 838-854.

Eisenhardt K.M. (1989), "Building theories from case study research", *Academy of Management Review*, Vol. 14, No 4, pp. 532-550.

Fatma, M., and Rahman, Z. (2015). *Consumer perspective on CSR literature review and future research agenda*. *Management Research Review*, 38(2), 195-216.

Ferguson, T., Deephouse, D. and Ferguson, W. (2000), "Do strategic groups differ in reputation?", *Strategic Management Journal*, Vol. 21, pp. 1195-1214.

Fombrun, C. and Van Riel, C. (2002), *Fame and Fortune*, Upper Saddle River, Financial Times Prentice Hall, New Jersey.

Fombrun, C. J., Ponzzi, L. J., and Newburry, W. (2015). *Stakeholder tracking and analysis: The RepTrak® system for measuring corporate reputation*. *Corporate Reputation Review*, 18(1), 3-24.

Freeman, R. (1984), *Strategic Management: A Stakeholder's Approach*, Pitman, Boston.

Friedman, M. (1970), "A Friedman Doctrine" – *The social Responsibility of business is to increase its profits*, *The New York Times Magazine*, September, No. 13, pp. 32-33.

Garriga, E. and Mele, D. (2004), "Corporate Social Responsibility Theories: Mapping the Territory", *Journal of Business Ethics*, Vol. 53, pp. 51 – 71.

Grant, R.M. (1995), *Contemporary Strategy Analysis*, Basil Blackwell, Oxford.

Graves, S. B. and Waddock, S. A. (1997), "The corporate social performance", *Strategic management journal*, Vol. 8, No. 4, pp. 303-319.

Greening, D. W. and Gray, B. (1994), "Testing a Model of Organizational Response to Social and Political Issues", *Academy of Management Journal*, Vol. 37, pp. 467-498.

Giuliani, E. (2016). *Human rights and corporate social responsibility in developing countries' industrial clusters*. *Journal of Business Ethics*, 133(1), 39-54.

Goss, A., and Roberts, G. S. (2011). *The impact of corporate social responsibility on the cost of bank loans*. *Journal of Banking and Finance*, 35(7), 1794-1810.

Hatch, M.J. and Schultz, M. (2001), "Are the strategic stars aligned for your corporate brand", *Harvard Business Review*, February, pp. 128-34.

Harjoto, M., Laksmana, I., and Lee, R. (2015). *Board diversity and corporate social responsibility*. *Journal of Business Ethics*, 132(4), 641-660.

Hill, R. P., Stephens, D. L., and Smith, I. (2003), "Corporate Social Responsibility: An Examination of Individual Firm Behavior", *Business and Society Review*, Vol. 108, pp. 339-362.

Hillman, A.J. and Keim, G. D. (2001), "Shareholder Value. Stakeholder Management, and Social Issues: What's the Bottom Line", *Strategic Management Journal*, Vol. 22, No 2, pp. 125-140.

Husted, B. and Allen, D. (2000), "Is it ethical to use ethics as strategy?", *Journal of Business Ethics*, Vol. 27, No 1-2, pp.21 – 31.

Jizi, M. I., Salama, A., Dixon, R., and Stratling, R. (2014). *Corporate governance and corporate social responsibility disclosure: Evidence from the US banking sector*. *Journal of Business Ethics*, 125(4), 601-615.

Jensen, M., and Meckling, W. (1976), "Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure", *Journal of Financial Economics*, Vol. 3, No 4, pp. 305-360.

Jensen, M. (2000), *Theory of the Firm: Governance, Residual Claims, and Organizational Forms*. Harvard University Press, Cambridge.

Klassen, R. D. and McLaughlin, C. P. (1996), "The Impact of Environmental Management on Firm Performance", *Management Science*, Vol. 42 No. 8, pp. 1199-1214.

King, R. G., Levine, R., 1993. "Finance and growth: Schumpeter might be right". *The Quarterly Journal of Economics* 108 (3), 717-737.

Knox S. and Maklan s. (2004). *European Management Journal*, 22(5): 508-16.

Kotba, S., Rajgopal, S., and Rindova, V. (2001), "Reputation building and performance: An empirical analysis of the Top-50 pure Internet firms", *European Management Journal*, Vol. 19, pp. 571-586.

Levine, R., 2005. "Finance and growth: theory and evidence. In: Philippe Aghion, Steven Durlauf (Eds.), *Handbook of Economic Growth*", first ed., vol. 1, pp. 865-934 (Chapter 12).

Matten, D., Crane, A. and Chapple, W. (2003), "Behind the mask: Revealing the true face of corporate citizenship". *Journal of Business Ethics*, 45(1-2), 109-120.

Margolis, J., Elfenbein, H., and Walsh, J. (2007), "Does it pay to be good? a meta-analysis and redirection of research on the relationship between corporate social and financial performance" Working Paper, Ross School of Business - University of Michigan.

March, J. G. and Shapira, Z. (1987), "Managerial Perspectives on Risk and Risk Taking", *Management Science*, Vol. 33, pp. 1404-1418.

Moore, G. (2001): "Corporate Social and Financial Performance: an Investigation in the UK Supermarket Industry", *Journal of Business Ethics*, Vol. 34, No. 3/4, pp. 299-315.

Muñoz-Martín, J. (2013). "Ética empresarial, Responsabilidad Social Corporativa (RSC) y Creación de Valor Compartido (CVC)", *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 7(3), 76.

Newgren, K., Rasher, M. and Szabo, M. (1985), "Environmental Assessment and Corporate Performance: A Longitudinal Analysis Using Market-Determined Performance Measures", in L. E. Preston (Ed.), *Research in Corporate Social Performance and Policy*, vol. 7, pp. 153-164.

Orlitzky M., Schmidt F., and Rynes S., (2003), "Corporate Social and Financial Performance: A Meta-analysis", *Organization Studies*, Vol 24, No 3, pp. 403-441.

Petrick, J. and Quinn, J. (2001), "The Challenge of Leadership Accountability for Integrity Capacity as a Strategic Asset", *Journal of Business Ethics*, Vol. 34, pp. 331-343.

Pfeffer, J. and Salancik, G. R. (1978), *The External Control of Organizations: A Resource Dependence Perspective*, Harper and Row, New York.

Preston, L. and Post, J. (1975), *Private Management and Public Policy: The Principle of Public Responsibility*, Prentice-Hall, Englewood Cliffs, New Jersey.

Preston, L. E. and Post, J. E. (1981), "Private Management and Public Policy", *California Management Review*, Vol. 23, No 3, pp. 56-63.

Priego, A. M., Manzaneque, M. and Merino, E. (2014), "Business failure: incidence of stakeholders' behavior", *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, Vol. 27, No 1, pp. 75 - 91.

- Rayner, J. (2003). *Managing Reputational Risk: Curbing Threats, Leveraging Opportunities*, Chichester: Wiley,
- Rowley, T. J. (1997), "Moving Beyond Dyadic Ties: A Network Theory of Stakeholder Influences", *Academy of Management Review*, Vol. 22, No 4, pp. 887-911.
- Russo, M. V., and Fouts, P. A. (1997), "A resource-based perspective on corporate environmental performance and profitability", *Academy of management Journal*, Vol. 40, No 3, pp. 534-559.
- Schumpeter, J.A., 1912. *The Theory of Economic Development* (Redvers Opie, Trans., 1934). Harvard University Press, Cambridge, MA.
- Sethi, S. P. (1975), "Dimensions of Corporate Social Performance: An Analytical Framework", *California Management Review*, Vol. 17, No 3,
- Shen, C.H. and Lee, C.C., 2005. "Same financial development yet different economic growth—and why?" *Journal of Money, Credit, and Banking* 38, 1907-1944.
- Smith, W. and Higgins, M. (2000), "Cause-Related Marketing: Ethics and the Ecstatic", *Business and Society*, Vol. 39, No 3, pp. 304-322.
- Srisvastava, R. K.; Mcinish, T. H; Wood, R. A. and Capraro, A. J. (1997), "How Do Reputations Affect Corporate Performance?: The Value of Corporate Reputation: Evidence from the Equity Markets", *Corporate Reputation Review*, Vol. 1, No. 1, pp. 61-68.
- Stake, R. E. (1994), "Case Studies", in Denzin, N. K. and Lincoln, Y. S. (eds) *Handbook of Qualitative Research*, Sage, Thousand Oaks, CA, pp. 236-47.
- Stake, R. E. (1995), *The Art of Case Study Research*, Sage, London.
- Teece, D. J., Pisano, G. and Shuen, A. (1997), "Dynamic Capabilities and Strategic Management", *Strategic Management Journal*, Vol. 18, No 7, pp. 509-533.
- Turban, D. B., and Greening, D. W. (1997), "Corporate social performance and organizational attractiveness to prospective employees", *Academy of Management Journal*, Vol.40, No3, pp. 658-672.
- Varadarajan R. and Menon A. (1988), "Cause-Related Marketing: A Coalignment of Marketing Strategy and Corporate Philanthropy", *Journal of Marketing*, Vol. 52, No.3, pp. 58.
- Wagner, T., Lutz, R. J., and Weitz, B. A. (2009), "Corporate hypocrisy: Overcoming the threat of inconsistent corporate social responsibility perceptions", *Journal of Marketing*, Vol. 73, pp. 77-91.
- Wartick, S. L. and Rude, R. E. (1986), "Issues Management: Corporate Fad or Corporate Function?", *California Management Review*, Vol 29, No. 1, pp. 124-132.
- WBCSD (2000), *Corporate Social Responsibility: Making good business sense*, World Business Council for Sustainable Development, New York.
- Williams, E. (1987), "Classroom reading through activation of content-based schemata", *Reading in a Foreign Language*, 4,1, pp. 1-7.
- Williamson, O. E. (1985), *The economic institutions of capitalism: firms, markets, relational contracting*, The Free Press, New York.
- Williamson, D. (2002), "Forward from a Critique of Hofstede's Model of National Culture", *Human Relations*, Vol 55, No. 11, pp. 1373-1395.

Wright, P., and Ferris, S. P. (1997), "Agency conflict and corporate strategy: The effect of divestment on corporate value", *Strategic Management Journal*, Vol. 18, No 1, pp. 77-83.

Wood, D.J. (2010), "Measuring corporate social performance: A review", *International Journal of Management Reviews*, Vol. 12, pp. 50-84.

Wood, D.J. (1991), "Corporate Social Performance revisited", *Academy of Management Review*, Vol.16, pp. 691-718.

Wu, M. W., and Shen, C. H. (2013). "Corporate social responsibility in the banking industry: Motives and financial performance". *Journal of Banking and Finance*, 37(9), 3529-3547.



Exploring Information Capability and its Role in Innovation

AREA: 5
TYPE: Case

Papel en la innovación de la gestión y uso eficiente de la información
Análise exploratória da capacidade de informação e do seu papel na inovação

AUTORES

Carmen Jaca¹
Tecnun-Universidad de Navarra, Spain
cjaca@tecnun.es

Marta Zárraga-Rodríguez
Tecnun-Universidad de Navarra, Spain
mzarraga@tecnun.es

Elisabeth Viles
Tecnun-Universidad de Navarra, Spain
eviles@tecnun.es

M. Jesús Álvarez
Tecnun-Universidad de Navarra, Spain
mjalvarez@tecnun.es

1. Contact author: Tecnun; Escuela de Ingenieros; Universidad de Navarra; Pº Manuel Lardizabal 13; 20018 Donostia-San Sebastián; Gipuzkoa; SPAIN

This study focuses on how innovation capability can be developed within a company and how information capability is integrated into the innovation process. Innovation, helped by elements that generate and share knowledge, is generated through different practices. Thus, the present study develops an analysis of the role of information capability in innovation through the assessment of the direct experiences of managers from innovative companies located in Spain through grounded theory methodology. Our findings suggest that strategy promotes the appropriate culture and values that are aligned with innovation in the company. Strategy also establishes and acquires the resources, both internal and external, that an organization needs in order to achieve competitiveness through innovation. Moreover, the organizational culture and resources support the information capability, and this information capability in turn supports the knowledge management which supports and develops innovation. The contribution of this research is the proposal of a framework that explains the elements that underlie innovation management in companies. The paper contributes to a deeper understanding of how to use information capability and knowledge management as potential sources of innovation.

Este estudio se centra en analizar cómo puede lograrse la gestión y uso eficiente de la información en la empresa y cómo esto se integra en el proceso de innovación. En particular, el presente estudio analiza el papel que desempeña la gestión y uso eficiente de la información en la innovación a partir de experiencias de directivos de empresas españolas reconocidas como innovadoras aplicando la teoría fundamentada (grounded theory). Los resultados obtenidos sugieren que la estrategia de la empresa promueve los valores y la cultura organizacional alineados con la innovación. Así mismo, la estrategia también establece y proporciona los recursos, tanto internos como externos, que una organización necesita para ser competitiva apoyándose en la innovación. Es más, la cultura organizacional y los recursos sirven de apoyo para la gestión y el uso eficiente de la información que a su vez contribuye a la gestión del conocimiento necesaria para la innovación. Este estudio presenta un marco de referencia que explica los elementos que soportan la gestión de la innovación en las organizaciones; de esta forma contribuye a entender en qué medida la gestión y el uso eficiente de la información y la gestión del conocimiento son fuentes potenciales de innovación.

O presente estudo foca-se na forma através da qual a capacidade de inovação pode ser desenvolvida no interior da organização, assim como na forma através da qual a capacidade de informação se integra no processo de inovação. A inovação, potenciada pelos elementos que geram e fomentam o conhecimento, é criada a partir de diferentes práticas. Desta forma, utilizando uma metodologia de base teórica, o presente estudo desenvolve e analisa o papel da capacidade de informação na inovação, através da avaliação de diferentes experiências de gestores de companhias inovadoras localizadas em Espanha. Os nossos resultados sugerem que a estratégia promove os valores e cultura apropriados, no sentido do seu alinhamento com a inovação no seio da organização. A estratégia também estabelece e assegura os recursos, quer internos quer externos, que uma organização necessita para atingir a competitividade através da inovação. Adicionalmente, os recursos e a cultura organizacional apoiam a capacidade de informação, a qual, por sua vez, apoia a gestão do conhecimento, que patrocina e desenvolve a inovação. O contributo desta investigação é a proposta de um enquadramento que explica os elementos subjacentes à gestão da inovação nas organizações. O artigo contribui para uma compreensão mais profunda da forma através da qual se pode utilizar a capacidade de informação e a gestão do conhecimento como potenciais fontes de inovação.

DOI
10.3232/GCG.2016.V10.N1.03

RECEIVED
27.01.2016

ACCEPTED
13.03.2016

1. Introduction

Innovation is determining the way business is being conducted overall the world, indeed it has become an entrepreneurial imperative for the 21st century (Kuratko, Covin, & Hornsby, 2014). Companies that operate on a global scale are continuously competing and adapting to their customers' new needs and requirements in order to survive. Moreover, their competitiveness cannot only rely on productivity and cost improvements. In this context, innovation has been a key source of competitive advantage. In the case of more mature and established markets, competitive sales growth comes not simply from being able to offer low prices but also from a variety of non-price factors, such as design and customization, as part of product innovation (Prajogo & Ahmed, 2006). Companies need to be able to develop new products and different ways to satisfy their costumers' demands. As a consequence, organizations should not only be focused on product innovation but also on how to provide those products and how to adapt their organization's capabilities in order to satisfy demand.

Some authors have defined business innovation as the generation, acceptance, and implementation of new ideas, processes, products or services (Tarafdar & Gordon, 2007; Thompson, 1965). Other authors define it as the creation of substantial new value for customers and the firm by changing one or more dimensions of the business system (Cui, Shong-Lee, & Hertz, 2009; Sawhney, Wolcott, & Arroniz, 2011). In this paper we focus on innovation capability, defined as an organizational capability that refers to a firm's ability to develop new products and/or markets through aligning a strategic innovative orientation with innovative behaviours and processes (Wang & Ahmed, 2004). Innovation capability is also defined as the successful implementation of creative ideas within an organization (Hurley & Hult, 1998), the acquisition of new skills and new ways of managing and organizing the company (Robey and Sales, 1986; Tarafdar and Gordon, 2007). Innovation involves both technical innovations, which are related to new technologies, products and services, and administrative innovations, which involve processes and organizational forms (Davenport, 1992; Kimberly & Evanisko, 1981).

The question is not about the relevance and necessity of being innovative but rather how innovation capability can be developed within a company and how information capability and knowledge management are integrated into the innovation process (McEvily & Chakravarthy, 2002; Prajogo & Ahmed, 2006). In fact, the use and efficient management of information, can become a critical success factor that enables organisations to improve their results, and consequently may be a source of competitive advantage (Zárraga-Rodríguez & Alvarez, 2013).

Innovation, aided by elements that generate and share knowledge, is generated through different practices. Interestingly, there is little research on how organizational capabilities for innovation are developed in practice (Börjesson & Elmquist, 2011), and there is also scant research on how information capability is developed in organizations from the perspective of managers. Thus, the present study analyses innovation capability and information orientation through the assessment of the direct experiences of managers from innovative companies, grounded in the data (Glaser & Strauss, 1967; Glaser, 2002). Hence, the present paper aims to answer two specific research questions:

- Q1:** What are the strategic drivers for innovation?
- Q2:** What is the relationship between information capability and innovation?

KEY WORDS
Innovation, information capability, knowledge management, organizational culture

PALABRAS CLAVE
Innovación, capacidad de información, gestión del conocimiento, cultura organizacional

PALAVRAS-CHAVE
Inovação, capacidade de informação, gestão do conhecimento, cultura organizacional

JEL CODES:
D83, M00 y O30

The findings suggest that a company's business strategy promotes and develops the appropriate culture and values that are oriented to innovation. Such a business strategy also establishes and acquires the resources, both internal and external, that an organization needs in order to become competitive through innovation. Moreover, organizational culture and resources support and develop information capability, and through the information capability it acquires the knowledge management which guides and supports innovation.

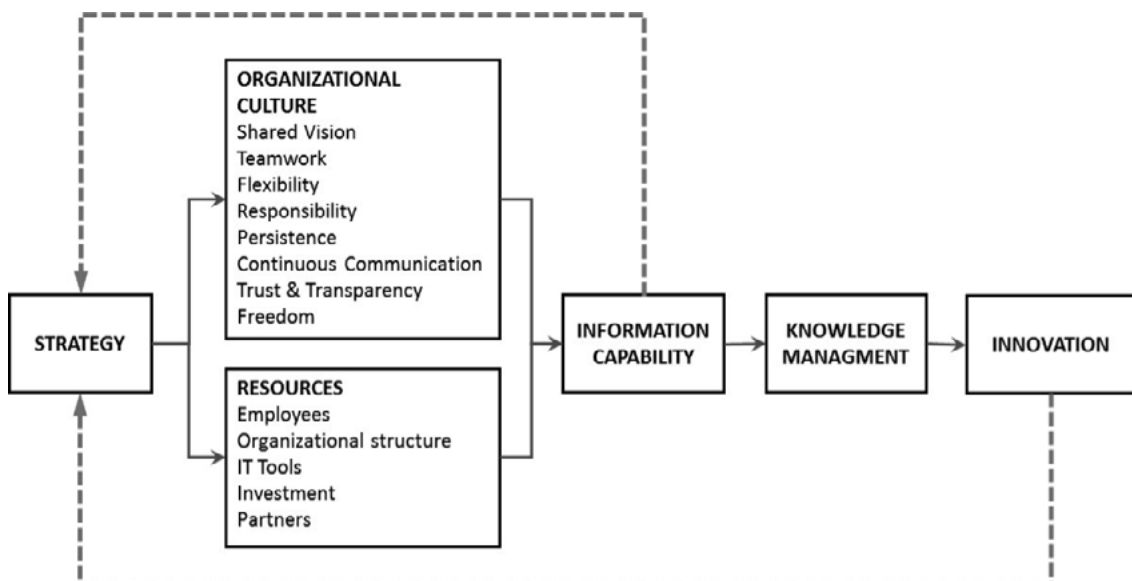
The next section explores the concept of innovation in relation to information capability, knowledge management, organizational culture and resources, as they are concepts that have been proposed as the basis for innovation processes. This is followed by an explanation of the methodology and the results of the study. Finally, the paper ends with conclusions and future research.

2. Conceptual framework

Despite the many problems that come with managing innovation, innovation has nonetheless become indispensable for many companies in sustaining long-term competitiveness. Therefore, our interest is in determining how information capability allows or develops innovation capability. Based on the research conducted, Figure 1 illustrates the framework developed from the study's research questions.

Information capability related practices promote and facilitate innovation within companies, providing the necessary flow of information for the generation of ideas that can be transformed into knowledge. Finally, feedback loops represent the fact that strategy is supported by both information capability and innovation. Information is necessary to share and develop the strategy within the organization, so strategy should be known, assumed and accepted among employees. The following sub sections introduce the concepts related to innovation according to the presented framework.

Figure 1. Conceptual framework of the relationship between Strategy, Information Capability and Innovation



2.1 Information capability

An organisational capability refers to the strategic application of competences and to the generation of value and differentiation by the combined use of a series of competencies (Peppard & Ward, 2004; Zárraga-Rodríguez & Alvarez, 2013). Information capability might influence firm performance (Cotteleer & Bendoly, 2006; Mithas, Ramasubbu, & Sambamurthy, 2011) and attaining competence and synergy on information capability use are preconditions to a company achieving superior business performance (Marchand, Kettinger, & Rollins, 2000).

Information capability is defined as the ability to provide data and information to users with the appropriate levels of accuracy, timeliness, reliability, security, and confidentiality; provide universal connectivity and access with adequate reach and range; and tailor the infrastructure to emerging business needs and directions (Marchand et al., 2000). This ability to provide accurate, timely, and reliable data and information to relevant entities and stakeholders can make it possible for firms to configure and tailor other organizational capabilities that might influence their performance (Mithas et al., 2011).

2.2 Knowledge management

The link between knowledge management and information is interpretation: an organization receives data and information from its environment and through interpretation the data and information become knowledge (Smith et al., 2006). Knowledge is more complex than information management; information results from organizing data into meaningful forms. Knowledge is the result of interpreting information based on personal understanding and it is influenced by the personality of its holder since knowledge is based on judgment and intuition; knowledge incorporates beliefs, attitude and behaviour (Chyi Lee and Yang, 2000). Several authors have studied the relationship between knowledge sharing and innovation, and they have found that knowledge-sharing processes are related to a firm's innovation capability (Calantone, Cavusgil, & Zhao, 2002; Garcias, Dalmaso & Sardas, 2015; Lin, 2007). Knowledge management provides management with a framework as they attempt to develop and enhance their organizational capability to innovate (Cohen & Levinthal, 1990). Those authors define this capability as the ability of an organization to recognize the value of new external information and knowledge, assimilate it and apply it, and this ability is critical in determining innovative output.

2.3 Organizational culture

Authors who have studied innovation emphasize the importance of culture as a major determinant in innovation performance, in different cases and contexts (Brannen, 1991; Deshpandé, Farley, & Webster Jr, 1993; Prajogo & McDermott, 2011).

Organizational culture is defined as the deeply seated (often subconscious) values and beliefs shared by personnel in an organization, expressed as a set of basic assumptions that worked so well in the past that they are accepted as valid assumptions within the organization. These assumptions are maintained in the on-going process of human interaction that is manifested in attitudes and behaviour. The components of routine behaviour, norms, values, philosophy, rules of the game and feelings all form part of organizational culture (Hellriegel & Slocum, 2005; Martins & Terblanche, 2003). Organizational

culture offers a shared system of meanings, which forms the basis of communication and mutual understanding, creating a supportive organizational environment for innovation. This environment is often built through several practices relating to managing people and information.

2.4 Resources

An organisation's capability to innovate is closely tied to its resources and its ability to utilise these resources. In this respect, there is a need for a better understanding of how resources create a competitive advantage and how these resources are utilised to achieve that advantage (Sanchez-Famoso, Maseda, & Iturralde, 2014; Sirmon & Hitt, 2003). Those resources include both internal resources, such as social capital, employees or technical resources, and external resources, such as alliances with partners or technological acquisitions. Some researchers have noticed that SMEs use external resources to shorten innovation time, reduce risk and cost and increase the flexibility of their operation (Hagedoorn, 1993), but cooperation must be carefully considered in strategic terms to ensure it is inscribed in a shared innovation strategy focused on creating value over time (Iturrioz, Aragón, & Narvaiza, 2015). For innovations to succeed in an organization, they require the commitment of key and strategic resources that are controlled by organizations' top managers (Oke, Munshi, & Walumbwa, 2009).

3. Methodology

This study analyses experiences from different companies considered to be innovative, to identify good practices and elements, and to synthesize a model of innovation in companies. We use a qualitative methodology called grounded theory, originally developed by Glaser and Strauss (1967). Grounded theory is widely known in social research (Allan, 2003; Charmaz, 2006; Strauss & Corbin, 1990), although little research related to management has applied it. However, there are some interesting studies in this field based on grounded theory, such as the analysis of ERP implementation success (Zhang, Lee, Huang, Zhang, & Huang, 2005), the sustainable global value chain (Cruz & Boehe, 2008), the delivery value of ICT tools (Grise & Zuniga Huertas, 2013) or the coping strategies of business leaders during an economic downturn (Van Zyl & Du Plessis, 2012), among others.

The study started with an open sample, which consisted of innovative companies operating in Spain. The target innovative companies were selected based on the researchers' knowledge of the population, its characteristics and the purpose of the study (Babbie, 2007). Companies were selected based on the following criteria: a) they have received recognition for their innovative products, processes or organizational innovations, and b) they operate in different activity sectors.

The main body of the information was obtained through interactive interviews, which were complemented with some reports provided by companies and in some cases we had press releases; all these sources of data allowed us to conduct an in-depth exploration of the topic of innovation. Interviews were conducted with the innovation managers and/or CEOs of eight innovative companies from different sectors to provide a global view, which is very convenient since this is an exploratory study (Bierly & Daly, 2007). The aim of this type of interview is to obtain 'rich data' or 'thick descriptions' which are

focused and detailed, fully revealing participants' views, feelings, intentions and actions, as well as the context and structures of their lives (Charmaz, 2006). Table 1 shows the main characteristics of the selected companies, whose names have been changed to A, B, C, D, E, F, G and H.

Table 1. Description of companies' activity and characteristics

<i>Company</i>	<i>Activity</i>	<i>Employees (Revenue \$M)</i>	<i>Revenue (\$M)</i>	<i>Innovation Type</i>
A	Machinery manufacturing	105	33,500	Product Organizational
B	Metal fittings	230	5,300	Product Organizational
C	Food processing	280	9,200	Product Process
D	Electronic components	40	20,000	Product Process Organizational
E	Vehicle manufacturing	200	95,000	Product Process
F	IT consulting	30	2,000	Product Organizational
G	Appliances	502	11,800	Product Organizational
H	Automotive	2,606	557,230	Product Organizational

A structured guide was used during the interviews. The standardized approach helps to attain internal validity by ensuring that responses are comparably measured across multiple informants and firms (Creswell & Miller, 2000). Validity was also achieved through a test of the survey instrument, performed through previous pilot tests with several managers, in a previous study conducted in a different region. In addition, site visits were made to all firms in the study to better assess organizational culture and innovation type adopted.

To ensure the reliability of the information in the study, several points were established: first, interviews were conducted by two researchers in each company, and in all cases they were audio recorded and later transcribed; second, the interview transcripts were reviewed; third, text was independently coded by two researchers and then the codes were agreed upon and the final framework was established. In reviewing interviewees' responses, new dimensions were found and added to the framework. After the coding process, we arrived at the preliminary tables on elements of innovation in the companies studied. Data collection was carried out during the months of December 2013 to June 2014.

Data analysis in this study was performed using a grounded procedure, developing codes that represent the data. Data from the interviews was transcribed and the data were analysed using the software ATLAS/ti. Codification permitted us to identify a list of core categories related to innovation and the

links among them, as presented in the conceptual framework in Figure 1. The next section discusses the results of this analysis and presents the findings in the form of propositions that are grounded in the data.

4. Findings

4.1. Drivers for innovation

Companies identify innovation as part of the company strategy, caused by the need to adapt their products and services to market changes and to meet customer requirements. In other words, companies innovate because they are motivated by aspects related to their strategy. A business strategy can be described as a company's behaviour in the market, including policies, plans and procedures (Porter, 1996). During the interviews, leaders pointed out different reasons for addressing innovation: the need for growth, survival in the market, aspiration to be the market leader. Their strategy is developed through innovation, fostered by several actions: product diversification, differentiation in added value for customer, reduced costs, brand internationalization, technological development, etc... From its business strategy a company decides which resources are going to be necessary, but also what kind of structure is needed to meet its objectives. Moreover, from the strategy leaders should develop a shared vision for aligning the entire organization with its objectives. This is formulated by company H, as the necessity of investing time in formulating and explaining the strategy, so employees have a shared vision of it:

"People share a sense of innovation, and then, when everyone is aligned with the strategy, it is very easy to pull them forward. Therefore, a long time is required until the strategy is understood, shared and accepted and thus everyone is oriented and pulled toward that objective"

As other authors have stated, communication channels and personal relationships among the members of the organization might facilitate strategic processes on a collective level, and so managers engage in communication and interaction processes related to their organizational strategies (de Salas & Huxley, 2014; Wrona, Ladwig, & O'Regan, 2015). The companies analysed explain and share their strategy in different ways, but most importantly, they ensure that their strategy is embraced by their people. Therefore, the following proposition is introduced:

P1: A good flow of information about strategy and objectives enables employees to have a shared vision and this in turn facilitates innovation.

Moreover, in terms of organizational innovation, companies identify it as an important part of the strategy to gain a competitive advantage and to also achieve product and/or process innovation. For example, when important customers ask them to reduce prices, the company has to improve the way it is organized.

"Some customers are large retailers that guarantee us a constant order flow. These customers require us to innovate organizationally because we have to achieve lower costs. So, we must change our organizational structure to be able to work with these kinds of companies. Others customers are large industrial customers, which forces us to innovate in product." (Company B)

As this company also reports, organizational innovation is perceived as an important part of the organizational culture. By developing an organizational culture with an innovative and entrepreneurial orientation, a higher level of innovation would result (Claver, Llopis, Garcia, & Molina, 1998; Lau & Ngo, 2004). Nevertheless, as noted, business strategy is not directly related to innovation success. Strategy supports the development of important competencies, which then enable a company to achieve innovation success (Ritter & Gemünden, 2004). Based on the analysis, the following proposition is introduced:

P2: To perform competitively, strategy guides resources and organization towards innovation.

Strategy leads to innovation as a result of achieving a competitive advantage or added value for the customer. This means that the objective is not to become innovative, but rather innovation comes as a result of doing things differently or making different things to satisfy customers and increase market share. Companies address innovation from their strategy; innovation itself is not a strategy, but rather innovation as tool to help companies achieve their strategic objectives.

4.2 Organizational culture and information capability

In organizations, culture emerges from shared values that are part of the culture of the company. Organizational culture influences and supports creativity and innovation, through values like flexibility, freedom and cooperative teamwork (Martins & Terblanche, 2003). It has been argued that culture influences creativity and innovation in two ways: (1) through socialisation processes in organisations, individuals learn and accept behaviours and norms, and make assumptions about whether creative and innovative behaviour forms part of the way in which the organisation operates, (2) the basic values, assumptions and beliefs become enacted in established forms of behaviours and activity and are reflected as structures, policy, practices, management practices and procedures (Tesluk, Farr, & Klein, 1997).

According to our study, the organizations analysed develop innovation capability through their employees, through different values and attitudes in their work and daily routines. Those companies pointed out that values such as teamwork, a critical spirit, flexibility, responsibility and persistence are part of their organizational culture and identity. They assume that those values enable and improve the information capability of the firm, as they facilitate sharing and exploiting information, both internally (within the company) and externally (between the company and its environment).

Respondents also indicated that continuous communication, a climate of trust and transparency and freedom are values that companies promote to facilitate a good flow of information, which, when it is well managed, generates knowledge and thus might generate innovation. Marchand et al. (2000), Choo et al. (2006) and Hwang (2011) point out very similar values as those that form a company's capability to instil and promote behaviours and values in its people for effective use of information. A manager from Company B linked innovation to information and trust:

"Managers and designers must listen to people and be receptive in order to facilitate innovation. Many times, when they are developing products, or developing processes, they talk to the people who are making similar products to try to understand how they do it, so they can design in more efficient way. The only way to innovate is to listen and get a climate of trust."

The Innovation manager of company E stated a similar concept:

"We think that innovation is something that should be promoted at all levels and in the whole company. Innovation is more a matter of attitude and how to give value to that attitude. For us it is more important to promote ideas that arise spontaneously than to have an organized system for innovation. Here people feel free to ask and propose ideas."

Moreover, respondents related information capability to the formulation and deployment of business strategy, since having well managed information improves internal communication, problem solving, employee motivation and teamwork.

These findings lead to the following propositions:

P3: The organizational values of innovative companies facilitate their information capability, and thus can improve their knowledge management and innovation.

P4: Companies that foster continuous communication, a climate of trust and transparency and freedom improve information capability and thus, innovation.

4.3 Resources and information capability

Respondents specified several resources, both internal and external, which their organizations identified as sources for processes and practices for innovation. The internal resources identified mainly refer to people (the human capital of the organization), especially sales staff and those who capture information from customers and the market. Moreover, professionals with exceptional skills and qualities are valued by those companies, regardless of their function or job area. All the firms claim to have good professionals when they explain how they get innovative results:

"In our R&D department there is personnel with exceptional personal qualities, people who are amazing; little formal training but what they do is awesome." (Company D)

"We are very demanding about sensory quality (....) This starch (food component) is from a new provider that claims that it is identical to the previous one, the data sheet indicates it's the same as the previous one, but I do not like this aroma, so, we have to look for other one elsewhere, but we do not like this. There are so many things that affect product formulation and sensory quality that it is very complicated to control it." (Company C)

For this reason the companies believe that they have to invest in their employees and their development, in order to achieve a competitive advantage. One of the best ways of developing an open innovative culture is to respect and invest in people, hiring the best quality researchers, experts and inventors, and then empowering them (Brooks & Muyia Nafukho, 2006; Lawson & Samson, 2001). This principle is described by managers:

"From our vision, we know that this (our survival) will not depend so much on investing in ovens, or manufacturing technology, or this stuff. We know that investment must be made in people." (Company E)

"When we detect an idea that we think that deserves to be developed, the best suitable person to develop it is contacted from within or even outside the organization." (Company G)

Besides having good professionals, managers advocate for the need to have an organizational structure that enables their good professionals to work efficiently. The type of structure adopted varies in each company: some establish a common R&D department, others adopt decentralized services, or share people and resources between multiple departments. But part of their ability to innovate is through dedicating specific organizational resources to innovation. Organizational structure can be defined as the way in which the set of relationships (jobs, tasks, authority and decision flows) are ordered in a company by taking into account an appropriate level of communication and coordination among people (Canós-Darós et al., 2013). Organizational structure supports the development of innovation management processes, particularly in companies where these processes form part of their strategy. The success of an organization does not depend on the mere existence of a structure, but the adjustment between the structure and business strategy (Oke et al., 2009).

R&D units and economic investment are key resources for companies so they are able to launch innovation in their business. Often the concepts of R&D, investment and innovation are mixed up. One of the respondents has clearly defined this relationship:

"If R&D is turning money into knowledge, and knowledge is needed, innovation is turning knowledge into money. That is, innovation makes money come back to the company." (Company E)

Investment in IT tools and information projects is a way to manage and capture organizational knowledge; common examples are when a company used the intranet to share information among its employees or even when it develops management systems to capitalize on knowledge. A manager of one of the companies explained by way of example:

"One of our strategic projects, launched in 2009, is called "Knowledge Extraction", which is still running. We even hired a technological company to help us do interviews with our expert employees so their knowledge could be captured and transferred to documents...with the aim of somehow democratizing it."

Furthermore, the external resources that companies need for innovation are based on their relationships with their partners (customers, suppliers, external agents) and on external sources of information that allow them to know what's happening in the market and what technologies can be incorporated into their products and processes. The interviews detected that external information management is a key to innovation, as all the interviewees have agreed on this point. To enhance innovation and value creation, firms must create feedback systems that allow them to both receive and provide such feedback, thereby enabling them to create an instant connection between the firm and their customers' needs (Johannessen & Olsen, 2010). Both internal R&D and external knowledge acquisition are complementary resources for innovation development (Cassiman & Veugelers, 2006). Basic R&D from universities and research centres is an information source for the innovation process, as well as collaboration with other technological partners, supplier and costumers.

"... and the best ones are generally outside the organization. Then, a network of contacts with universities, technology centres, with other companies, freelance (those that work on innovation) should be built." (Company G)

All the interviewees linked knowledge management and information capability as the aspect that enables the capture and management of information. Respondents consider knowledge management to be the result of information capability, and both are considered as a key aspect of innovation processes. The information for innovation and the development of products is captured by their commercial agents from their clients, and new trends are detected from external sources such as journals, professional

forums and trade fairs. All this information from outside sources is managed by information systems, as well as the internal information that flows through structured and non-structured systems. Companies give great importance to both systems. As Castells advocates, the current technological revolution is characterized by the application of knowledge and information to knowledge generation and information processing/communication devices, in a cumulative feedback loop between innovation and the uses of innovation (Castells, 1996) (p. 32).

Based on these findings, the following propositions are introduced:

P5: In innovative companies, good professionals are key resources for capturing and transforming information into knowledge with the support of the appropriate organizational structure and IT tools.

P6: Companies need external resources based on their relationship with their partners, which allows them to get the necessary information to develop knowledge and innovation.

5. Discussion and conclusions

The main objective of this study was to explore how information capability influences innovation capability and thus enhances innovation in a company. After an inductive and systematic study of eight innovative companies, a framework that explains the relationship between strategy and innovation through information capability emerged. Innovation is determined by the companies' strategic objectives, as a way of achieving those objectives. In addition to that, innovation is obtained by a continuous process of understanding customers' needs, questioning previous solutions and exchanging information and knowledge throughout the organization as a whole. That is, information is of paramount importance for innovation processes, according to this study.

An important factor for the success of these processes is organizational culture. As it has been reported consistently throughout the study, some values are determinant of an innovative organization. Teamwork, a critical spirit, flexibility, responsibility and persistence are claimed to be essential values for facilitating information management and knowledge sharing and thus, innovation. People participating in the study recognized that innovation is closely influenced by organizational values, which, according to their strategy, generate different actions and routines that promote innovation for their products, processes or organizational structures. This fits with previous studies by Salaman and Storey (2009) and Iturrioz and others (2015) about how core values influence innovation policies in different companies. The study suggests that those values are connected to information capability: when the interviewees describe how organizational values affect innovation, they use examples and situations associated with socialization processes, such as teamwork and meetings, a shared vision regarding communication, flexibility in adapting to customers' requirements, continuous communication, and confidence to participate in decision meetings, for example.

Besides being affected by those values, as a part of organizational culture, innovation is influenced by company resources, which include employees, structure, IT tools, and other hard elements. The interview managers claim that the development of strategy requires resources, and they specifically indicated that the following are essential: qualified employees and an organizational structure, which

develop innovation in process and products; relationships with strategic partners, including clients and suppliers, to get good information about innovation opportunities and development; and IT tools and investment to support the information and knowledge management to innovate. When innovation has taken place, information should be transformed into knowledge (Hana, 2013). Moreover, organizational culture and resources guide and affect information capability and through it, knowledge management, which supports and develops innovation. Companies detect customers' needs, market opportunities and technical development using their information processes, and this information influences their strategy and objectives. Moreover, the use and efficient management of such information might become a critical success factor for a company's innovation.

In addition to those previous findings, the study make a contribution at a practical level, providing leaders and organizations with a better understanding of how information capability can influence knowledge acquisition, sharing and exploiting. Knowledge cannot be obtained simply by investing in information technology; while technology can provide access to knowledge, access is not equivalent to using or applying knowledge (Lin, Li & Kiang, 2009). As some authors argue, a positive knowledge sharing culture helps firms to improve their innovation capability (Jantunen, 2005; Lin, Li & Kiang, 2009). Specifically, from the study some information capability practices have been revealed to be agents for innovation.

Finally, the innovative companies studied here present different types of organizational structure, values, and information systems, each one fitted to their characteristics, culture and strategies. Therefore, organizations should choose the most appropriate way to manage knowledge flow and organization given their strategy (Gloet & Terziovski, 2004).

6. Future research

Some of the conclusions derived from this study support previous findings, especially those that are related to knowledge management and innovation, which was reported in section 4. More interesting are the proposals related to organizational culture, resources and information capability. This research has identified some elements that should improve information capability in the company and thus, knowledge and innovation. A deeper analysis of these elements and their interrelations could be performed in a broader group of innovative companies, to explore the relationships and degree of importance between organizational values and information capability, as well as identified resources and information capability.

Finally, no other studies were identified that examined information capability practices related to innovation. In this sense, the proposed classification and application of information practices should be studied in greater depth in order to confirm their adoption by innovative companies.

Another contribution of this study is the application of a qualitative methodology for building a theory of the relationship between information capability and innovation, through grounded data. This type of theory is based on the study of a certain number cases and thus it runs the risk of not being generalizable to the entire population (Eisenhardt, 1989). Moreover, results from this study should be regarded as exploratory. Future research should empirically test the theoretical propositions presented in this paper, using complementary research methods, in order to determine the generalizability of the findings.

References

- Allan, G. (2003). *A critique of using grounded theory as a research method*. *Electronic Journal of Business Research Methods*, 2(1), 1-10.
- Babbie, E. R. (2007). *The practice of social research*. Belmont, CA: Thompson Wadsworth.
- Bierly, P. E., & Daly, P. S. (2007). *Alternative knowledge strategies, competitive environment, and organizational performance in small manufacturing firms*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 31(4), 493-516.
- Börjesson, S., & Elmquist, M. (2011). *Developing innovation capabilities: A longitudinal study of a project at Volvo cars*. *Creativity and Innovation Management*, 20(3), 171-184.
- Brannen, M. Y. (1991). *Culture as the critical factor in implementing innovation*. *Business Horizons*, 34(6), 59-67.
- Brooks, K., & Muyia Nafukho, F. (2006). *Human resource development, social capital, emotional intelligence: Any link to productivity?* *Journal of European Industrial Training*, 30(2), 117-128.
- Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., & Zhao, Y. (2002). *Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance*. *Industrial Marketing Management*, 31(6), 515-524.
- Canós-Darós L., Santandreu-Mascarell C., Marin-García J.A., & García-Sabater J.J. (2013) *Patterns in Innovative Companies in Rio de Janeiro (Brazil)*. Paper presented at 3rd International Conference on Industrial Engineering and Industrial Management, Valladolid, Spain.
- Cassiman, B., & Veugelers, R. (2006). *In search of complementarity in innovation strategy: Internal R&D and external knowledge acquisition*. *Management Science*, 52(1), 68-82.
- Castells, M. (1996), *The Rise of the Network Society*, Blackwell, Oxford.
- Charmaz, K. (2006). *Constructing grounded theory: A practical guide through qualitative analysis*. London: Pine Forge Press.
- Choo, C. W., Furness, C., Paquette, S., Van Den Berg, H., Detlor, B., Bergeron, P., et al. (2006). *Working with information: Information management and culture in a professional services organization*. *Journal of Information Science*, 32(6), 491-510.
- Chyi Lee, C., & Yang, J. (2000). *Knowledge value chain*. *Journal of management development*, 19(9), 783-794.
- Claver, E., Llopis, J., Garcia, D., & Molina, H. (1998). *Organizational culture for innovation and new technological behavior*. *The Journal of High Technology Management Research*, 9(1), 55-68.
- Cohen, W. M., & Levinthal, D. A. (1990). *Absorptive capacity: A new perspective on learning and innovation*. *Administrative Science Quarterly*, 35(1), 128-152.
- Cotteleer, M.J., & Bendoly, E. (2006). *Order lead-time improvement following enterprise information technology implementation: An empirical study*. *MIS Quarterly*, 643-660.
- Creswell, J. W., & Miller, D. L. (2000). *Determining validity in qualitative inquiry*. *Theory into Practice*, 39(3), 124-130.
- Cruz, L. B., & Boehe, D. M. (2008). *CSR in the global marketplace: Towards sustainable global value chains*. *Management Decision*, 46(8), 1187-1209.
- Cui, L., Shong-Lee, I. S., & Hertz, S. (2009). *How do regional third-party logistics firms innovate? A cross-regional study*. *Transportation Journal*, 48(3), 44-50.
- Davenport, T. H. (1992). *Process innovation: Reengineering work through information technology*. Cambridge, MA: Harvard Business School Press.

- de Salas, K., & Huxley, C. (2014). *Enhancing visualisation to communicate and execute strategy: Strategy-to-process maps*. *Journal of Strategy and Management*, 7(2), 109-126.
- Deshpandé, R., Farley, J. U., & Webster Jr, F. E. (1993). *Corporate culture customer orientation, and innovativeness in Japanese firms: A quadrad analysis*. *Journal of Marketing*, 57(1), 23-27.
- Eisenhardt, K. M. (1989). *Building theories form case study research*. *Academy of Management Review*, 14(4), 532-550.
- Garcias, F., Dalmasso, C., & Sardas, J. C. (2015). *Paradoxical Tensions in Learning Processes: Exploration, Exploitation and Exploitative Learning*. *Management*, 18(2), 156.
- Glaser, B. G. (2002). *Constructivist grounded theory?* *Forum Qualitative Sozialforschung/Forum: Qualitative Social Research*, 3(3) art. 12.
- Glaser, B. G., & Strauss, A. L. (1967). *The discovery of grounded theory: Strategies for qualitative research*. Chicago: Aldine.
- Gloet, M., & Terziovski, M. (2004). *Exploring the relationship between knowledge management practices and innovation performance*. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 15(5), 402-409.
- Grise, P., & Zuniga Huertas, M. K. (2013). *Choosing ICT tools: Proposition of a model to deliver value for clients*. *Journal of Technology Management & Innovation*, 8, 71-71.
- Hagedoorn, J. (1993). *Understanding the rationale of strategic technology partnering: Interorganizational modes of cooperation and sectoral differences*. *Strategic Management Journal*, 14(5), 371-385.
- Hana, U. (2013). *Competitive advantage achievement through innovation and knowledge*. *Journal of Competitiveness*, 5(1), 82-96.
- Hellriegel, D., & Slocum, J. W. (2005). *Organizational behavior*. South-Western College, Cincinnati: Thomson.
- Hurley, R. F., & Hult, G. T. M. (1998). *Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination*. *The Journal of Marketing*, 62(3), 42-54.
- Hwang, Y. (2011). *Measuring information behaviour performance inside a company: A case study*. *Information Research*, 16(2), 16-12.
- Iturrioz, C., Aragón, C., & Narvaiza, L. (2015). *How to foster shared innovation within SMEs' networks: Social capital and the role of intermediaries*. *European Management Journal*, 33(2), 104-115
- Jantunen A. (2005). *Knowledge-processing capabilities and innovative performance: an empirical study*, *European Journal of Innovation Management*, 8(3), 336-349.
- Johannessen, J., & Olsen, B. (2010). *The future of value creation and innovations: Aspects of a theory of value creation and innovation in a global knowledge economy*. *International Journal of Information Management*, 30(6), 502-511.
- Kimberly, J. R., & Evanisko, M. J. (1981). *Organizational innovation: The influence of individual, organizational, and contextual factors on hospital adoption of technological and administrative innovations*. *Academy of Management Journal*, 24(4), 689-713.
- Kuratko, D. F., Covin, J. G., & Hornsby, J. S. (2014). *Why implementing corporate innovation is so difficult*. *Business Horizons*, 57(5), 647-655.
- Lau, C., & Ngo, H. (2004). *The HR system, organizational culture, and product innovation*. *International Business Review*, 13(6), 685-703.
- Lawson, B., & Samson, D. (2001). *Developing innovation capability in organisations: A dynamic capabilities approach*. *International Journal of Innovation Management*, 5(03), 377-400.

- Lin, H. (2007). *Knowledge sharing and firm innovation capability: An empirical study*. *International Journal of Manpower*, 28(3/4), 315-332.
- Lin L., Li T., & Kiang J.P. (2009). *A continual improvement framework with integration of CMMI and six-sigma model for auto industry*. *Quality and Reliability Engineering International*, 25(5), 551-569.
- Marchand, D. A., Kettinger, W.J., & Rollins, J. D. (2000). *Information orientation: People, technology and the bottom line*. *Sloan Management Review*, 41(4), 69-80.
- Martins, E., & Terblanche, F. (2003). *Building organisational culture that stimulates creativity and innovation*. *European Journal of Innovation Management*, 6(1), 64-74.
- McEvily, S. K., & Chakravarthy, B. (2002). *The persistence of knowledge-based advantage: An empirical test for product performance and technological knowledge*. *Strategic Management Journal*, 23(4), 285-305.
- Mithas, S., Ramasubbu, N., & Sambamurthy, V. (2011). *How information management capability influences firm performance*. *MIS Quarterly*, 35(1), 237-256.
- Oke A., Munshi N., & Walumbwa F.O. (2009). *The influence of leadership on innovation processes and activities*. *Organizational Dynamics*, 38(1), 64-72.
- Peppard, J., & Ward, J. (2004). *Beyond strategic information systems: Towards an IS capability*. *The Journal of Strategic Information Systems*, 13(2), 167-194.
- Porter, M. (1996). *What is strategy?* *Harvard Business Review*, 74(6), 61-78.
- Prajogo, D. I., & Ahmed, P. K. (2006). *Relationships between innovation stimulus, innovation capacity, and innovation performance*. *R&D Management*, 36(5), 499-515.
- Prajogo, D. I., & McDermott, C. M. (2011). *The relationship between multidimensional organizational culture and performance*. *International Journal of Operations & Production Management*, 31(7), 712-735.
- Ritter, T., & Gemünden, H. G. (2004). *The impact of a company's business strategy on its technological competence, network competence and innovation success*. *Journal of Business Research*, 57(5), 548-556.
- Robey D., & Sales C.A., (1986). *Designing organizations*. Homewood, IL: Irwin.
- Salaman, G., & Storey, J. (2009). *Nature has no outline, but imagination has' contrasting executive renditions of the 'commitment to innovation*. *European Management Journal*, 27(4), 234-242.
- Sanchez-Famoso, V., Maseda, A., & Iturralde, T. (2014). *The role of internal social capital in organisational innovation. An empirical study of family firms*. *European Management Journal*, 32(6), 950-962.
- Sawhney, M., Wolcott, R. C., & Arroniz, I. (2011). *The 12 different ways for companies to innovate. Top 10 Lessons on the New Business of Innovation*, 47, 28.
- Sirmon, D. G., & Hitt, M. A. (2003). *Managing resources: Linking unique resources, management, and wealth creation in family firms*. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 27(4), 339-358.
- Smith, P. A., Bakker, M., Leenders, R. T. A., Gabbay, S. M., Kratzer, J., & Van Engelen, J. M. (2006). *Is trust really social capital? Knowledge sharing in product development projects*. *The Learning Organization*, 13(6), 594-605.
- Strauss, A., & Corbin, J. M. (1990). *Basics of qualitative research: Grounded theory procedures and techniques*. Thousand Oaks, CA: Sage Publications, Inc.
- Tarafdar, M., & Gordon, S. R. (2007). *Understanding the influence of information systems competencies on process innovation: A resource-based view*. *The Journal of Strategic Information Systems*, 16(4), 353-392.

Tesluk, P. E., Farr, J. L., & Klein, S. R. (1997). Influences of organizational culture and climate on individual creativity. *The Journal of Creative Behavior*, 31(1), 27-41.

Thompson, V. A. (1965). Bureaucracy and innovation. *Administrative Science Quarterly*, 10(1), 1-20.

Van Zyl, M., & Du Plessis, Y. (2012). Exploring coping strategies of business leaders during an economic downturn. *South African Journal of Economic and Management Sciences*, 15(4), 402-415.

Wang, C. L., & Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organisational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303-313.

Wrona, T., Ladwig, T. J., & O'Regan, N. (2015). Studying strategy formation in small companies—a cognitive perspective. *Journal of Strategy and Management*, 8(1)

Zárraga-Rodríguez, M., & Álvarez, M. J. (2013). Exploring the links between information capability and the EFQM business excellence model: The case of Basque Country quality award winners. *Total Quality Management & Business Excellence*, 24(5-6), 539-560.

Zhang, Z., Lee, M. K., Huang, P., Zhang, L., & Huang, X. (2005). A framework of ERP systems implementation success in china: An empirical study. *International Journal of Production Economics*, 98(1), 56-80.



Precificação de Títulos de Dívida Emitidos em Dólares por Empresas Brasileiras

ÁREA: 2
TIPO: Aplicação

Formación de Precios de Títulos de Deuda Emitidos en Dólares por las Empresas Brasileñas
Pricing of Debt Securities Issued by Brazilian Companies in U.S. Dollars

AUTORES

Débora Confortini

School of Economics,
Business and
Accounting
University of São
Paulo (USP), Brazil
debora.confortini@
gmail.com

Luiz Paulo Lopes Fávero¹

Department de
Accounting and
Actuarial Sciences
School of Economics,
Business and
Accounting
University of São
Paulo (USP), Brazil
lpfavelo@usp.br

Robson Braga

Department of
Human Sciences and
Technologies
University of the State
of Bahia (UNEB),
Brazil
rbraga@uneb.br

1. Autor de contato: School of Economics, Business and Accounting; University of São Paulo (USP); Av. Prof. Luciano Gualberto, 908 - FEA 3 - room 211; Cidade Universitária - São Paulo - SP; ZIP Code: 05508-900; Brazil

A precificação de ativos é um dos maiores desafios no mercado de renda fixa, principalmente para ativos emitidos no mercado externo. Este artigo foca na análise da provável influência de algumas variáveis na precificação de emissões de dívida por empresas brasileiras no mercado americano. Para efetuar uma pesquisa mais diversificada, foram selecionadas seis diferentes emissões durante o período de janeiro de 2008 a dezembro de 2015, tendo vencimentos parecidos e notas de crédito diferentes. Também foram selecionadas mais duas emissões com vencimentos de mais longo prazo e com a mesma nota de crédito. Por meio de modelos de regressão, são identificadas as principais variáveis que influenciam os preços dos títulos, porém, com uma abordagem distinta entre títulos de curto prazo e de mais longo prazo. O modelo sugerido pela pesquisa pode ajudar investidores e analistas de renda fixa na sua tomada de decisão sobre a precificação dos títulos.

La fijación de precios de los activos es uno de los mayores retos en el mercado de renta fija, en particular para los activos emitidos en los mercados extranjeros. Este artículo se centra en el análisis de la probable influencia de algunas variables en la valoración de las emisiones de deuda de las empresas brasileñas en el mercado americano. Para realizar una investigación más diversificada, se seleccionaron seis diferentes emisiones durante el período entre enero de 2008 y diciembre de 2015, con plazos similares y notas de crédito diferentes. También se seleccionaron más dos emisiones con vencimientos a más largo plazo y con las mismas notas de crédito. A través de modelos de regresión, las principales variables que influyen en los precios de los valores se identifican, sin embargo, con un enfoque diferente entre los valores a corto plazo y largo plazo. El modelo sugerido por la investigación puede ayudar a los inversores y analistas de renta fija en su toma de decisiones sobre la fijación de precios de los títulos.

The pricing of assets is one of the biggest challenges in the fixed income market, particularly for assets issued in foreign markets. This article focuses on the analysis of the likely influence of some variables in pricing debt issues by Brazilian companies in the American market. To make a more diversified research, six different issues were selected during the period from January 2008 to December 2015, with similar maturities and different credit ratings. Two more issues with longer-term maturities and same credit ratings were also selected. Through regression models, the main variables that influence the prices of securities are identified, however, with a different approach between short-term securities and longer-term ones. The model suggested by the research can help investors and fixed income analysts in their decision making on the pricing of the securities.

DOI
10.3232/GCG.2016.V10.N1.04

RECEBIDO
05.09.2015

ACETADO
13.03.2016

1. Introdução

A busca por fontes de recursos que possam financiar as atividades produtivas é tarefa constante das companhias. Securato, Carrete e Securato Jr (2006) destacam as dívidas bancárias por contratos entre as partes e as dívidas por emissão de títulos e valores mobiliários, tais como debêntures, notas promissórias e outros instrumentos, dentre diversas opções disponíveis para financiamentos, oriundas das fontes internas e externas. Apesar das diversas fontes de recursos disponíveis, o gestor busca maximizar os benefícios da captação na medida em que não apenas avaliam as alternativas mais vantajosas de alocação, como também os menores custos de captação, elevando com isso o spread final das operações. Neste sentido, ponderar o custo de operar no mercado doméstico ou internacional é algo que merece avaliação e o seu resultado poderá ter efeitos relevantes sobre a estrutura de capital da companhia.

No caso brasileiro, no qual o comportamento dos juros sofre expressiva alteração ao longo do tempo, as empresas necessitam avaliar de maneira cuidadosa as suas fontes de capital, visando identificar as melhores oportunidades de captação. Segundo Valle (2008), o mercado brasileiro sofreu forte volatilidade dos juros entre os anos 1990 e 2000, o que fez com que as muitas empresas tomassem crédito a taxas diferenciadas em agentes financeiros públicos, como o Banco Nacional de Desenvolvimento Econômico e Social (BNDES) que operaram taxas subsidiadas pelo Governo Federal. Opções alternativas se apresentaram no mercado internacional.

Valle (2008) destaca que aspectos relevantes diferenciam a composição das taxas de juros no mercado brasileiro e internacional como um todo, o que atrai a atenção das empresas nacionais e dos investidores estrangeiros ao mesmo tempo. Nos últimos anos, os papéis de dívida brasileiros denominados em dólar têm crescido a uma taxa razoavelmente significativa, dada a maior demanda dos investidores estrangeiros por títulos de mercado emergentes com capacidade de remunerar melhor. Adicionalmente, a ausência de liquidez no mercado de dívida local aumenta a atração das empresas para o mercado externo.

No entanto, assim como outros instrumentos de renda fixa, o comportamento desse mercado é dependente de períodos que apresentam janelas de oportunidade (Huggins e Schaller, 2013), que podem ser traduzidas como períodos de demanda excessiva de investidores comparada à oferta de novos títulos emitidos no exterior. Durante os últimos anos, estes mesmos investidores têm visto consecutivos períodos de rupturas no mercado, com os preços dos ativos apresentando uma grande volatilidade. Recentemente, no caso do Brasil, mudanças no cenário econômico interno do país, o contínuo programa de recompra da dívida do tesouro americano e a busca dos investidores por ativos considerados mais seguros, têm causado grandes variações nos preços dos ativos nacionais, além de impactar diretamente a demanda e oferta por papéis de dívida corporativa e soberana do Brasil.

Observando o comportamento dos papéis, percebe-se que algumas companhias brasileiras parecem mais imunes aos impactos da volatilidade do mercado, demonstrando resistência na perda de valor dos seus papéis, além de uma boa capacidade de recuperação, que algumas vezes é mais rápida que os papéis soberanos. Ainda assim, um dos maiores desafios, para além dos aspectos relacionados com a liquidez dos papéis, está no processo de precificação da dívida tanto para fins de avaliação dos títulos a mercado, quanto para comparar com os valores previstos nos registros contábeis da companhia (Securato, Carrete e Securato Jr, 2006).

PALAVRAS-CHAVE
Renda Fixa, Análise Multivariada, Precificação de Títulos, Títulos de Dívida

PALABRAS CLAVE
Renta Fija, Análisis Multivariante, Formación de Precios de Títulos, Títulos de Deuda

KEY WORDS
Fixed Income, Multivariate Analysis, Bond Pricing, Debt Securities

CÓDIGOS JEL:
C20, F30, G12, G31

Diante desse contexto, nesta pesquisa, pretende-se identificar a existência de correlação entre os preços de papéis de dívida corporativos de empresas brasileiras, selecionados no período de 2008 a 2015, com variáveis eventualmente explicativas, quais sejam o desempenho dos papéis soberanos da dívida americana e variáveis domésticas como taxa básica de juros, câmbio e índices de inflação. Para tanto, são considerados oito papéis de dívida de empresas brasileiras de liquidez relativamente alta que faz com que os mesmos sejam ainda negociados no mercado desde suas emissões e não tenham sofrido grandes recompras ou pré-pagamentos.

2. Revisão da literatura

A preocupação com a estrutura de capital por parte das companhias vai além da simples questão associada a endividamento. Desde os estudos seminais de Modigliani e Miller (1963), é evidente o interesse dos pesquisadores em avaliar os fundamentos da formação da melhor composição de financiamentos corporativos. A dinâmica da tomada de dívida pelas companhias passa pela avaliação dos custos de transação, limites ou exigências feitas pelos credores (*covenants*), além de aspectos diversos associados às próprias empresas.

Segundo Faulkender e Peterson (2006), a alavancagem tomada pelas empresas não é simplesmente explicada pela disponibilidade de recursos, mas pela capacidade de as empresas acessarem essas fontes de recursos. Neste sentido, considerando os aspectos associadas às decisões de estrutura de capital das companhias, avaliar essas fontes de recursos é tarefa recorrente dos gestores financeiros das empresas. No caso brasileiro, as empresas nacionais consideram atraente o mercado americano de dívida, dada à possibilidade de obtenção de menores taxas de juros, as quais se comparam favoravelmente com as altas taxas de juros obtidas no mercado local, maiores vencimentos e ao grande universo de compradores de fundos de investimento de longo prazo.

Segundo Bragança, Pessoa e Souza (2015), o Fundo Monetário Internacional reconhece que a maturidade do mercado de títulos corporativos se mostra em níveis ainda instáveis em países emergentes asiáticos e latino-americanos. Esse é o caso do Brasil, ainda que o potencial desse mercado seja expressivo. O Brasil oferece um portfólio diversificado de indústrias em categorias especulativas e de grau de investimento, segundo as avaliações das agências de risco internacionais. Essa característica é bem restrita em outros países emergentes, como México, Turquia e Colômbia. Não por acaso, conforme discutem Rodrigues e Leahy (2012), o Brasil se tornou o segundo maior emissor de dívida externa corporativa nos Estados Unidos, uma vez que as empresas procuram acessar investidores de ativos de alto risco, conforme também discute Ramaswamy (2004).

Ainda que companhias baseadas no Reino Unido continuem sendo os maiores emissores de dívida denominada em dólares americanos, a participação do Brasil quase dobrou desde 2010. Emissões de grandes grupos brasileiros, incluindo produtores de petróleo, bancos públicos e mineradoras, têm contribuído para a participação de mercado do país chegar à 11% do valor total de emissões denominadas em dólar no exterior.

Segundo Guntay e Hackbarth (2010), papéis corporativos são emitidos por entidades (empresas, bancos) que pertencem ao setor privado, e o entendimento básico da volatilidade da precificação das

dívidas corporativas consiste em compreender que, quando uma dívida é emitida, a taxa do cupom e o vencimento são fixos. Consequentemente, os *yields*, ao se alterarem no mercado, faz com que o preço da dívida se mova em direção contrária. Quando o preço é menor que o valor nominal (valor atribuído na data da emissão), é dito que a dívida está sendo negociada a desconto. Por outro lado, quando o preço é maior que o valor nominal, é dito que a dívida está sendo negociada a prêmio.

A precificação de título de dívida corporativa é um processo complexo (Amihud e Mendelson, 1986) e sempre reflete as condições de mercado. As dívidas corporativas são bem menos líquidas que os papéis emitidos por governos e, com isso, são mais impactadas por maiores *spreads* (prêmio pelo risco) na sua oferta e demanda. Dívidas corporativas são também impactadas pela ausência de pagamento, ameaça de falência e outros riscos de crédito, e seus *yields* contêm um prêmio pelo risco de crédito sobre os títulos do governo americano, como também os *swaps* (troca de papéis), que possuem riscos específicos de crédito e liquidez de mercado (Schultz, 2001).

O processo de precificação desses títulos, porém, é multivariado. Classicamente, Merton (1974) discutiu e desenvolveu modelo de precificação de títulos de dívidas corporativas, mostrando ainda a relação de interesse dos credores e acionistas em torno da geração de retorno pelos ativos da companhia. Securato, Carrete e Securato Jr (2006), com base nos fundamentos defendidos por Merton (1974), argumentam que os credores da empresa, detentores dos títulos de dívida, podem ser entendidos como comprados nos ativos da empresa e vendidos em uma *call* (opção de compra), enquanto os acionistas estariam comprados nessa *call*. Dessa forma, no vencimento da dívida, os acionistas só pagarão se o valor dos ativos da empresa estiver acima do valor da dívida. Caso contrário, os acionistas não exercem a *call*, e os credores pedem a falência da empresa e recebem seus ativos.

Bragança, Pessoa e Souza (2015) destacam que pesquisadores como Geske (1977), Longstaff e Schwartz (1995), Leland e Toft (1996), Collin-Dufresne e Goldstein (2001) e Eom, Helwege e Huang (2004), visando expandir o modelo de Merton (1974), levam em consideração uma variedade de aspectos, como cupons, taxas de juros estocásticas e possibilidade de default, para explicar as altas taxas dos títulos corporativos. Sendo que Eom, Helwege e Huang (2004) apontam para a significância da volatilidade e da alavancagem das empresas como fatores explicativos dos *spreads* de títulos corporativos (Bragança, Pessoa e Souza, 2015).

Bao, Pan e Wang (2011) realizaram estudo no qual buscaram analisar os aspectos que afetam a liquidez no mercado de títulos corporativos. Segundo os pesquisadores, os movimentos de reversão de preços ocorrem mais fortemente após uma redução nos preços do que nos aumentos. Além disso, a liquidez dos títulos sofre forte influência da idade e maturidade (*maturity*), tamanho e classificação dos mesmos. O tamanho das operações (*trade size*) também influenciam as reversões de preços dos títulos, sendo mais fortes em negociações menores.

Em estudo que também busca identificar o impacto da liquidez sobre o comportamento dos títulos corporativos do mercado americano, Friewald, Jankowitsch e Subrahmanyam (2012) investigaram se a liquidez é fator importante na formação dos preços. Os resultados mostraram que o impacto econômico das medidas de liquidez é significativamente maior em períodos de crise, em especial para títulos de perfil especulativo.

Ainda em relação ao comportamento dos preços dos títulos, De Jong e Driessen (2012) estimam um prêmio de risco de liquidez positivo e sugerem que os retornos dos títulos corporativos são afetados

significativamente tanto pela liquidez do mercado de títulos soberanos quanto pela liquidez do mercado acionário, conforme destacam (Bragança, Pessoa e Souza, 2015). A relevância do volume e da curva de juros da dívida soberana norte-americana é relevante. Porém, quando se trata da avaliação dos títulos de companhias brasileiras negociadas no exterior, é preciso considerar variáveis que impactam o ambiente interno dos títulos domésticos.

Assim, dado o potencial dos papéis de dívida brasileiros, é importante entender como ocorre sua precificação, considerando aspectos específicos desses títulos, em especial variáveis específicas do contexto nacional, como índices de preços e câmbio. Por meio dessa pesquisa, são estudadas as variáveis que influenciam os preços de selecionadas emissões corporativas do Brasil, como a volatilidade dos papéis do tesouro americano e do próprio governo brasileiro além das variáveis associadas aos títulos soberanos americanos.

O tesouro americano normalmente emite 10 tipos de instrumentos – de 1 mês, 3 meses, 6 meses e um ano, denominados *bills*, os papéis de 2, 3, 5, 7 e 10 anos, denominados *notes*, e o papel de 30 anos, denominado *bond*. Os instrumentos do governo americano são considerados livres de risco e negociados em um dos mais líquidos e eficientes mercados secundários do mundo (Chen, Lesmond e Wei, 2007). Dadas essas características, o rendimento dos papéis (*yield*) servem como referência para ativos livres de risco derivados, que são extensivamente usados para precificar outros ativos (Fabozzi e Mann, 2010), incluindo dívidas corporativas, hipotecas, FIDCS e dívidas bancárias. Eles também são considerados como referências para ativos governamentais.

3. Método

Como a pesquisa tem, por objetivo principal, estudar variáveis que potencialmente podem influenciar a variação dos preços, a construção da base dados foi feita com o uso do terminal Bloomberg, que oferece uma série completa das emissões de algumas empresas desde 2008. A série contém cinco companhias que ofereceram emissões de dívida antes de 2008, as quais não foram impactadas com grandes antecipações de pagamento. Mesmo estando em diferentes categorias de crédito, são companhias que não sofreram com insolvência e nem com ausência de pagamento da sua dívida (*default*). Ao todo, foram testadas oito emissões, sendo seis com uma *duration* (vencimento) parecida e duas com vencimentos de mais longo prazo. A [Tabela 1](#) apresenta este detalhamento.

Tabela 1: Detalhamento das emissões, em US\$, de dívidas selecionadas emitidas no Brasil

<i>Emissão</i>	<i>Companhia</i>	<i>Valor Emissão</i>	<i>Indústria</i>	<i>Cupom</i>	<i>Vencimento</i>	<i>S&P</i>	<i>Moody's</i>	<i>Fitch</i>	<i>Grupo</i>
GOL '17	Gol Finance	211	Transporte Aéreo	7,50	2017	-	B3	B-	Especulativo
SPSPBZ '16	Cia Saneamento Básico	140	Saneamento Básico	7,50	2016	BB+	-	BB+	Especulativo
TAM '17	Tam Capital Inc	298	Transporte Aéreo	7,38	2017	BB-	-	BB	Especulativo
UGPABZ '16	Grupo Ultrapar (IPG Intern)	246	Energia	7,25	2016	BBB	-	-	Investimento
VALEBZ '16	Vale Overseas Limited	1.000	Mineração	6,25	2016	A-	Baa2	BBB+	Investimento
VALEBZ '17	Vale Overseas Limited	1.250	Mineração	6,25	2017	A-	Baa2	BBB+	Investimento
VALEBZ '34	Vale Overseas Limited	800	Mineração	8,25	2034	A-	Baa2	BBB+	Investimento
VALEBZ '36	Vale Overseas Limited	2.500	Mineração	6,88	2036	A-	Baa2	BBB+	Investimento

A seleção dessa amostra seguiu dois critérios. Para os títulos de curto prazo, considerou-se o fato de apresentarem vencimentos próximos. Para os de longo prazo, por se tratar da uma mesma companhia que tem títulos emitidos no curto prazo e pelo fato de não haver tantos títulos negociados dentro das características de liquidez exigidos para este trabalho no período de recorte temporal em questão. Dados os objetivos do presente estudo, cujo caráter é exploratório, não inferencial, essa base de dados, ainda que não extensa, é suficiente. Ou seja, títulos com liquidez muito baixa podem apresentar comportamento de preços adverso, como destacam Bao, Pan e Wang (2011), o que pode dificultar a obtenção de resultados estatísticos mais consistentes.

Das empresas componentes da base de dados exposta na Tabela 1, a Companhia de Saneamento Básico é a única que conta com participação estatal (Estado de São Paulo) em sua base acionária. Apesar dessa questão, trata-se de uma companhia de capital misto, cuja participação do investidor privado é expressiva o suficiente para tornar uma emissão dessa natureza como sendo equivalente àquela realizada por uma companhia de capital plenamente privado. Em outras palavras, a referida companhia não é negociada no mesmo nível de empresas com suporte de recursos públicos.

Para identificar quais as variáveis que mais influenciam na precificação dos papéis corporativos brasileiros, foram selecionadas variáveis de âmbito doméstico, como índices de inflação, câmbio e taxa básica de juros, bem como variáveis consideradas externas, como os instrumentos de dívida do governo americano e brasileiro, seguindo lógica proposta por Schofield e Bowler (2011). Os preços dos papéis e as mencionadas variáveis foram coletados com valores mensais de janeiro de 2008 a dezembro de 2015. A Tabela 2 apresenta o detalhamento das variáveis consideradas.

Tabela 2: Detalhamento das variáveis explicativas estudadas

<i>Variável</i>	<i>Descrição</i>
<i>USGG2YR Index</i>	Índice da Curva Genérica da Dívida Americana (2 anos)
<i>USGG5YR Index</i>	Índice da Curva Genérica da Dívida Americana (5 anos)
<i>USGG10YR Index</i>	Índice da Curva Genérica da Dívida Americana (10 anos)
<i>USGG30YR Index</i>	Índice da Curva Genérica da Dívida Americana (30 anos)
<i>USSW2 Currency</i>	<i>Swap Rate</i> (Variação do Tesouro Americano - 2 anos)
<i>USSW5 Currency</i>	<i>Swap Rate</i> (Variação do Tesouro Americano - 5 anos)
<i>USSW10 Currency</i>	<i>Swap Rate</i> (Variação do Tesouro Americano - 10 anos)
<i>USSW30 Currency</i>	<i>Swap Rate</i> (Variação do Tesouro Americano - 30 anos)
<i>BZSTSETA Index</i>	Taxa SELIC (mensal)
<i>IPCA</i>	Índice de Inflação - Índice Nacional de Preços ao Consumidor
<i>IGPM</i>	Índice de Inflação - Índice Geral de Preços do Mercado
<i>BZFXPTAX Index</i>	Variação do Câmbio

A definição apresentada pela Bloomberg para as variáveis referentes ao tesouro americano tem-se:

- USSW - um swap de taxa de juros, com base na curva do tesouro norte-americano, é um acordo entre duas contrapartes para trocar fluxos de caixa (fixo versus flutuante) na mesma moeda. Este acordo é frequentemente utilizado pelas contrapartes para mudar seus fluxos de caixa fixo para flutuante, ou vice-versa.
- USGG - os *yields* são mantidos até o vencimento. As taxas são compostas pelos índices genéricos dos *bills/note/bonds* do governo norte-americano. Estes rendimentos são baseados no valor da demanda do mercado e são atualizados durante o dia.

Assim sendo, o presente estudo utiliza variáveis relacionadas ao tesouro americano, como fizeram De Jong e Driessen (2012), potencialmente influentes na formação de preços dos títulos privados. com variáveis internas do ambiente brasileiro, como índices de preços, câmbio e a curva de juros básicos da economia nacional negociadas no âmbito do Sistema Especial de Liquidação e Custódia (SELIC), conhecida como taxa Selic meta. As taxas de juros efetivos negociadas nos contratos de Depósitos Interfinanceiros (DI) são balizadas pela Selic meta.

O relacionamento dessas variáveis, externas e domésticas, torna o presente estudo relevante e diferenciado, na medida em que supera a natureza endógena que pesquisas nessa linha teórica tende a apresentar. Além disso, potencializa as chances de apontar elementos que possam diferenciar a precificação de títulos privados de curto e longo prazos, por meio de modelo estatístico exposto na seção seguinte.

3.1. Modelo Econométrico

O modelo proposto, respeitando as recomendações de Fávero (2011) para regressões dessa natureza, considera 8 papéis no período de janeiro de 2008 a dezembro de 2015 (96 meses). Foram elaboradas estimações separadas para cada papel i ($i=1, \dots, 8$), conforme a seguinte especificação:

$$\begin{aligned} yield_{it} = & \beta_0 + \beta_1.USGG2YR_{it} + \beta_2.USGG5YR_{it} + \beta_3.USGG10YR_{it} + \beta_4.USGG30YR_{it} \\ & + \beta_5.USSW2_{it} + \beta_6.USSW5_{it} + \beta_7.USSW10_{it} + \beta_8.USSW30_{it} + \beta_9.BZSTSETA_{it} \\ & + \beta_{10}.IPCA_{it} + \beta_{11}.IGPM_{it} + \beta_{12}.BZFXPTAX_{it} + \varepsilon_{it} \end{aligned}$$

O referido modelo está de acordo aquele proposto por Bao, Pan e Wang (2011), que se valeu de técnica semelhante, com amostra de títulos do mercado americano, ainda que tenha perseguido objetivos diferentes do presente estudo. Enquanto os pesquisadores focaram seus esforços sobre a liquidez, no presente estudo espera-se verificar o impacto das referidas variáveis sobre o rendimento dos papéis.

4. Resultados

A partir do modelo exposto anteriormente e do processamento da base de dados para o período de tempo selecionado, foi possível chegar aos resultados a seguir expostos. Os testes estatísticos referentes ao modelo de regressão proposto foram realizados por meio de procedimento *Stepwise*, conforme discutido por Fávero (2015), e interpretados a partir de um nível de confiança de 95%, visando identificar o poder explicativo das variáveis explanatórias sobre o rendimento dos títulos.

Com isso, por meio de um recorte por companhia, tendo em cada modelo a variável dependente o rendimento dos papéis (*yield*) dos títulos, foram estudados o comportamento dos *notes* ou *bonds* GOL '17, SBSBZ '16 (Sabesp), TAM '17, UGPABZ '16 (Grupo Ultra), Vale '16, Vale '17, Vale '34 e Vale '36. As Tabelas 3 e 4 apresentam, de maneira consolidada, os resultados das estimações para cada um dos papéis de renda fixa.

Tabela 3: Estimação dos quatro primeiros modelos

Variável Explicativa	Parâmetro	Emissão de Dívida			
		GOL '17	SBSBZ '16	TAM '17	UGPABZ '16
	β_0	157,196** (7,137)	134,117** (3,333)	157,014** (15,912)	131,077** (4,217)
USGG2YR	β_1	36,120** (6,128)	20,453** (2,412)	22,017** (4,714)	
USGG5YR	β_2				15,093** (2,639)
USGG10YR	β_3		-11,114** (1,444)		
USGG30YR	β_4			-16,772* (6,171)	
USSW2	β_5	-37,998** (4,110)	-17,077** (1,424)		
USSW5	β_6			-72,017** (6,377)	-7,998** (2,077)
USSW10	β_7			66,778** (9,017)	-22,034** (4,918)
USSW30	β_8		6,704** (1,489)		15,099** (2,652)
BZSTSETA	β_9			-2,707** (0,403)	
IPCA	β_{10}				
IGPM	β_{11}				
BZFXPTAX	β_{12}	-30,777** (3,077)		-21,778** (3,880)	-10,001** (1,019)
	R ²	0,797	0,912	0,907	0,909

Obs.: Erros-padrão entre parêntesis. (**) Pr. t < 0,01. (*) Pr. t < 0,05.

Tabela 4: Estimação dos quatro últimos modelos

Variável Explicativa	Emissão de Dívida				
	Parâmetro	Vale '16	Vale '17	Vale '34	Vale '36
	β_0	128,215** (2,001)	129,711** (2,812)	187,669** (4,661)	177,770** (4,048)
USGG2YR	β_1			15,779** (2,189)	15,003** (2,007)
USGG5YR	β_2	17,778** (2,341)	16,756** (2,477)	8,775* (3,575)	8,044* (3,991)
USGG10YR	β_3				
USGG30YR	β_4				
USSW2	β_5	3,798** (0,899)	5,986** (0,966)		
USSW5	β_6	-23,714** (2,411)	-25,773** (2,711)	-27,171** (3,663)	-27,077** (3,773)
USSW10	β_7				
USSW30	β_8	2,819** (0,699)	4,776** (0,799)		
BZSTSETA	β_9			-0,779* (0,294)	-0,712* (0,301)
IPCA	β_{10}				
IGPM	β_{11}				
BZFXPTAX	β_{12}	-8,793** (0,792)	-7,177** (0,717)	-21,914** (1,771)	-22,001** (1,770)
R ²		0,970	0,961	0,934	0,922

Obs.: Erros-padrão entre parêntesis. (**) Pr. t < 0,01. (*) Pr. t < 0,05.

Como resultado das regressões múltiplas, as Tabelas 3 e 4 indicam o poder explicativo de cada modelo, por meio das estatísticas R², bastante elevados. Isso indica que o poder explanatório das variáveis sobre o comportamento do rendimento dos títulos em questão é expressivo. Bao, Pan e Wang (2011), também obtiveram resultados expressivos, nos estudos relacionados com liquidez dos títulos.

Para os casos dos títulos que possuem um vencimento próximo (entre 2016 e 2017), a variável explicativa USSW2 foi a que demonstrou um maior poder explicativo, o que se justifica pelo fato de esta variável ser principalmente utilizada para decisões de curto prazo, já que representa as variações da curva de curto prazo da dívida do tesouro americano. Quando esses títulos apresentam vencimento mais curto, os investidores tendem a tomar as decisões também com periodicidade menor, não costumando, em jargão de mercado, “carregar o papel”, observando movimentos nas curvas de longo prazo dos títulos americanos, conforme discutem Fung e Rudd (1986) e Hong e Warga (2000).

Também se pode observar que a variável referente à oscilação cambial apresenta elevado poder explicativo, o que demonstra que decisões de negociação de investidores estão atreladas a condições econômicas do país. Somente o yield da Sabesp (SBSPBZ '16) não demonstrou uma correlação estatisticamente significativa com a variação cambial (*Tabela 3*), e um dos motivos, conforme já discutido anteriormente, remete ao fato de que essa emissão sofre suporte do Estado de São Paulo, e como títulos soberanos são mais resistentes a oscilações de mercado, tal fato pode ter influenciado a negociação desse papel.

Por outro lado, nenhuma das outras variáveis domésticas, como os índices de inflação e a taxa básica de juros, apresentou um poder explicativo na variação dos preços dos títulos e na construção dos modelos. Isso mostra que, no mercado internacional nos quais são negociados os referidos títulos brasileiros, não há uma associação direta com os índices de preços e juros do mercado doméstico na definição do rendimento desses títulos.

Sobre a questão dos vencimentos, pode-se observar (*Tabela 4*) que, para uma mesma companhia, Vale S.A., os modelos dos papéis com vencimentos de mais curto prazo apresentam maiores estatísticas R^2 , visto que, conforme discutido, a curva de curto prazo do tesouro americano tende a ditar a precificação desses títulos. Além disso, as variáveis referentes ao câmbio e às curvas de 5 anos também mostraram estatisticamente significantes em todos os casos.

Já no caso dos títulos com vencimentos de longo prazo, pode-se observar que estão mais diretamente associados às curvas de mais longo prazo, tendo a curva de cinco anos um decisivo efeito sobre a precificação. Ressalta-se que a série conta com valores negociados durante a crise de 2008, fazendo com que as estratégias de administração de carteiras fossem mais focadas no curto prazo, para que se evitasse a exposição a grandes oscilações do mercado. O comportamento de liquidez e negociação desses títulos no período da crise sofreu expressivo impacto, como apontam Friewald, Jankowitsch e Subrahmanyam (2012) e Dick-Nielsen, Feldhütter e Lando (2012).

Contudo, observando o poder explicativo de cada modelo, percebe-se, para um período de seis anos marcado por excessiva volatilidade e fuga de montantes consideráveis de capital, que o poder explicativo dos modelos é relativamente elevado, o que demonstra a alta correlação entre as variáveis explicativas e as variáveis dependentes. Para os papéis com dívidas de curto prazo, a curva de 2 anos do título americano apresenta mais poder explicativo; por sua vez, os títulos com vencimentos mais longos oferecem variações em seus preços mais correlacionadas com curvas de mais longo prazo do título americano. Com isso, do mesmo modo que Bao, Pan e Wang (2011) perceberam que idade e maturidade afetam de forma relevante a liquidez dos papéis, o mesmo pode ser dito quanto ao rendimento dos títulos.

Pode-se consolidar a análise afirmando que os modelos de precificação de títulos de dívida com vencimentos similares levam em consideração a curva de juros de 2 anos, a variação cambial e a curva de juros americanos de 5 anos. Para títulos de mais longo prazo, a curva de 5 anos representa a variável com maior poder explicativo, sendo seguida pela variação cambial e pela curva de 2 anos, uma vez que os títulos de mais longo prazo também são negociados no curto prazo e devem refletir a tendência atual do mercado.

Ainda que esses achados sejam reveladores, os mesmos não foram controlados pela nota de crédito da companhia e pela liquidez dos títulos. Segundo Bao, Pan e Wang (2011) sugerem que tais fatores tendem a influenciar de modo relevante nos preços dos títulos. Oportunamente, essas serão hipóteses a serem testadas em estudos posteriores, independente de outros recortes teóricos e metodológicos.

.....

5. Considerações finais

O mercado de emissão de dívida implica na necessidade de utilização de técnicas multivariadas para identificar provável correlação entre diferentes variáveis, permitindo assim aperfeiçoamento nas precisões e na tomada de decisão. O uso de técnicas confirmatórias permite que se possam desenvolver modelos com potencial para precificação das dívidas corporativas.

O presente estudo, valendo-se de uma dessas técnicas, demonstra que variáveis relacionadas ao mercado de dívida pública americana e taxa de câmbio podem influenciar a maneira com que são precificados títulos de dívida de empresas brasileiras emitidos em dólares. Os achados são relevantes para investidores que precisam gerenciar seus portfólios de ativos e estimar a correta precificação dos seus títulos. É uma importante ferramenta para a tomada de decisão e redução do risco, já que a precificação de ativos é um dos maiores desafios para analistas e investidores de renda fixa.

A análise da precificação dos títulos corporativos brasileiros pode propiciar a elaboração de diferentes estudos, gerando uma frutífera área de pesquisa. Outras emissões de dívida, considerando uma série maior e desconsiderando o efeito de pré-pagamento, além de análises específicas com relação ao risco de crédito do emissor, podem ser incluídas em pesquisas futuras. Além disso, uma análise sobre os períodos de crise econômica e volatilidade do mercado também poderiam apresentar oportunidades para futuras pesquisas. Fontes de heterogeneidade temporal também podem ser estudadas para cada uma das variáveis consideradas nos modelos.

Referências

Amihud, Y.; Mendelson, H. (1986), "Asset pricing and the bid-ask spread", *Journal of Financial Economics*, Vol. 17, Num. 2, pp. 223-249.

Bao, J.; Pan, J.; Wang, J. (2011), "The illiquidity of corporate bonds", *Journal of Finance*, Vol. 66, Num. 3, pp. 911-946.

Bragança, G. G. F.; Pessoa, M. S.; Souza, G. M. (2015), "Evolução recente do mercado de debêntures no Brasil: as debêntures incentivadas", *IPEA, Texto para Discussão 2158*.

Chen, L.; Lesmond, D. A.; Wei, J. (2007), "Corporate yield spreads and bond liquidity", *Journal of Finance*, Vol. 62, Num. 1, pp. 119-149.

De Jong, F.; Driessen, J. (2012), "Liquidity risk premia in corporate bond markets", *The Quarterly Journal of Finance*, Vol. 2, Num. 2, 1250006.

Dick-Nielsen, J.; Feldhütter, P.; Lando, D. (2012), "Corporate bond liquidity before and after the onset of the subprime crisis", *Journal of Financial Economics*, Vol. 103, Num. 3, pp. 471-492.

Eom, Y. H.; Helwege, J.; Huang, J. Z. (2004), "Structural models of corporate bond pricing: an empirical analysis", *Review of Financial Studies*, Vol. 17, Num. 2, pp. 499-544.

Fabozzi F. J.; Mann S. V. (2010), "Introduction to fixed income analytics: relative value analysis, risk measures, and valuation", John Wiley & Sons, New Jersey.

Faulkender, M.; Petersen, M. A. (2006), "Does the source of capital affect capital structure?", *Review of Financial Studies*, Vol. 19, Num. 1, pp. 45-79.

Fávero, L. P. (2015), "Análise de dados: modelos de regressão com Excel, Stata e SPSS", Elsevier, Rio de Janeiro.

Fávero, L. P. (2011), "Preços hedônicos no mercado imobiliário comercial de São Paulo: a abordagem da modelagem multinível com classificação cruzada", *Estudos Econômicos*, Vol. 41, Num. 4, pp. 777-810.

Friewald, N.; Jankowitsch, R.; Subrahmanyam, M. G. (2012), "Illiquidity or credit deterioration: a study of liquidity in the US corporate bond market during financial crises", *Journal of Financial Economics*, Vol. 105, Num. 1, pp. 18-36.

Fung, W. K. H.; Rudd, A. (1986), "Pricing new corporate bond issues: an analysis of issue cost and seasoning effects", *Journal of Finance*, Vol. 41, Num. 3, pp. 633-643.

Guntay, L.; Hackbarth, D. (2010), "Corporate bond credit spreads and forecast dispersion", *Journal of Banking & Finance*, Vol. 34, Num. 10, pp. 2328-2345.

Hong, G.; Warga A. (2000), "An empirical study of corporate bond market transactions", *Financial Analysts Journal*, Vol. 56, Num. 2, pp. 32-46.

Huggins, D.; Schaller C. (2013), "Fixed income relative value analysis: a practitioner's guide to the theory, tools, and trades", Bloomberg Press, London.

Merton, R. C. (1974), "On the pricing of corporate debt: the risk structure of interest rates", *The Journal of Finance*, Vol. 29, Num. 2, pp. 449-470.

Modigliani, F.; Miller, M. H. (1963), "Corporate income taxes and the cost of capital: a correction", *The American Economic Review*, Vol. 53, Num. 3, pp. 433-443.

Ramaswamy S. (2004), "Managing credit risk in corporate bond portfolios", John Wiley & Sons, New Jersey.

Rodrigues, V.; Leahy, J. (2012), "Brazilian corporate bonds draw US investors", *Financial Times, Capital Markets*, June 27.

Schofield N.; Bowler T. (2011), "Trading the fixed income, inflation and credit markets", John Wiley & Sons, New Jersey.

Schultz, P. (2001), "Corporate bond trading costs and practices: a peek behind the curtain", *Journal of Finance*, Vol. 56, Num. 2, pp. 677-698.

Securato, J. R.; Carrete, L. S.; Securato Jr, J. R. (2006), "Precificação de títulos de dívida corporativa e seus componentes pelo modelo binomial", *Revista de Administração da USP*, Vol. 41, Num. 1, pp. 18-28.

Valle, M. R. D. (2008), "Estrutura de capital de empresas brasileiras num ambiente de altas taxas de juros e na presença de fontes diferenciadas de financiamento", *PhD Thesis, Universidade de São Paulo*.



El Emprendimiento en España: Intención Emprendedora, Motivaciones y Obstáculos¹

ÁREA: 6
TIPO: Caso práctico

Entrepreneurship in Spain: Entrepreneurial Intention, Motivations and Obstacles
Empreendedorismo em Espanha: Intenção Empreendedora, Motivações e Obstáculos

AUTORES

Ana M. Romero-Martínez²
Universidad Complutense de Madrid, España
amromero@ucm.es

Mónica Milone
Directora General de Amway Iberia, España
monica_milone@amway.com

2. Autora de contacto:
Universidad Complutense de Madrid; Facultad de Comercio y Turismo; Vicedecanato de Gestión Económica y Relaciones Institucionales; Avda. de Filipinas, 3; 28003

Los emprendedores son los principales creadores de empleo facilitando la regeneración económica y social de los países. La situación de crisis económica-financiera y social acontecida en los últimos años ha dado lugar a un nuevo escenario que suscita especialmente la necesidad de profundizar en el estudio de los determinantes del emprendimiento. El objetivo de este trabajo es analizar la actitud o intención que se tiene hacia el emprendimiento, así como las principales motivaciones y dificultades a la hora de emprender un proyecto empresarial en la sociedad actual. Los resultados muestran que la gran mayoría de los encuestados tienen una actitud positiva hacia el emprendimiento. Conseguir autonomía en el trabajo, autorrealizarse y encontrar una alternativa al desempleo son las principales motivaciones pero el miedo al fracaso y el entorno social poco favorable les limita a la hora de emprender.

Entrepreneurs are the main job creators facilitating the economic and social regeneration of the countries. The economic-financial and social crisis in recent years has resulted in a new scene that especially raises the need to go in depth on the determinants of entrepreneurship. The aim of this paper is to analyse the entrepreneurial attitude or intention, as well as the main motivations and difficulties to undertake a business project in the current society. The results show that the vast majority of respondents have a positive attitude towards entrepreneurship. Getting job autonomy, self-realization and find an alternative to unemployment are the main motivations but the fear of failure and an unfriendly social environment constrains them when undertaking their own business.

Os empreendedores são os principais criadores de emprego que facilitam a revitalização económica e social dos países. A situação de crise económico-financeira e social que ocorreu nos últimos anos resultou em um novo cenário que, levanta a necessidade especial de aprofundar os determinantes do empreendedorismo. O objetivo deste artigo é analisar a atitude ou intenção que quem parte para o empreendedorismo, bem como as principais motivações e dificuldades para realizar um projeto de negócio na sociedade de hoje. Os resultados mostram que a grande maioria dos inquiridos têm uma atitude positiva para o empreendedorismo. Conseguir autonomia no trabalho, auto-realização e encontrar uma alternativa ao desemprego são as principais motivações, mas o medo do fracasso e do ambiente social desfavorável, restringe-os no momento de empreender.

1. Agradecimientos: Este trabajo ha sido financiado por el proyecto ECO2012-36775 y el ECO2015-67434-R del Ministerio de Economía y Competitividad (España) y por el proyecto GR3/14/940376 del Banco Santander y Universidad Complutense de Madrid.

DOI	RECIBIDO	ACEPTADO
10.3232/GCG.2016.V10.N1.05	19.10.2015	13.03.2016

1. Introducción

El emprendimiento refleja la vitalidad de la economía de un país. Los emprendedores crean empleo, favorecen la competitividad, el crecimiento económico y la modernización de la economía (Hoskisson, Covin, Volberda y Johnson, 2011; Bird, Schjoedt y Baum, 2012; Carlsson, Braunerhjelm, McKelvey, Olofsson, Persson, y Ylinenpää, 2013). El surgimiento de nuevas empresas constituye la savia nueva del entramado empresarial. Un país sano y dinámico necesita una alta rotación de entrada y salida de nuevos negocios. Las nuevas empresas que aparecen tratan de explotar nuevas oportunidades que surgen por cambios tecnológicos, del mercado, institucionales, y sociales sustituyendo de este modo a las que han cubierto su ciclo de vida. No existe ninguna duda de que en España, un país donde el 95,8% de los negocios son pequeñas empresas con menos de 9 empleados (INE, 2015), el emprendimiento es la clave para la regeneración de la economía. Además, el emprendimiento es una vía para que las personas y sus familias puedan tener una vida mejor. Muestra de su importancia económica y social es que las instituciones públicas están tratando de apoyar y promover las iniciativas emprendedoras. En España, un ejemplo de ello es la ley 14/2013, de 27 de septiembre, de apoyo a los emprendedores y su internacionalización que tiene como objetivo principal apoyar al emprendedor y la actividad empresarial, favorecer su desarrollo, crecimiento e internacionalización y fomentar la cultura emprendedora y un entorno favorable a la actividad económica.

Por otra parte, desde la perspectiva académica, el emprendimiento constituye un área de estudio internacional que se ha ido desarrollando desde los años 80 hasta la actualidad, que aglutina a miles de académicos y que continúa presentando un gran potencial para investigaciones futuras. Muestra de la relevancia del área son el gran número de revistas, artículos, libros, publicaciones, tesis doctorales, congresos, conferencias y cátedras que se han desarrollado a lo largo de estos últimos casi 40 años (Welter y Lasch, 2008; Landstrom, Harirchi y Astrom, 2012). Sin embargo, aún queda mucho por hacer en esta área de estudio. En particular, la situación de crisis económica-financiera acontecida en los últimos años ha dado lugar a un nuevo escenario que suscita especialmente la necesidad de analizar el emprendimiento como vía hacia la recuperación económica, financiera y social. Se necesita profundizar en el efecto del entorno económico y social en el emprendimiento (Blackburn y Kovalainen, 2009). El emprendimiento es un instrumento que da al individuo la libertad de crear su propio estilo de vida, definir sus propios objetivos, cómo llevarlos a cabo y en qué momento (Breugh, 1999; Hessels, Gelderen y Thurik, 2008). Hoy más que nunca, la gente recurre al emprendimiento para alcanzar la forma de vida que desea o, simplemente, como una vía ante el desempleo (Uhlener y Thurik, 2007).

En el caso concreto de España, la situación ha sido especialmente dramática durante los últimos años debido a la crisis. El número de emprendedores jóvenes, menores de 40 años, registró una caída de más del 30 por ciento desde 2007 a 2012, alcanzándose unos niveles de creación de negocios similares a los de 15 años atrás. Aunque desde el 2011 hasta la actualidad el número de autónomos ha empezado a crecer año a año de nuevo, esto se ha debido fundamentalmente al emprendimiento por necesidad. La fuerte crisis reduce de manera dramática las oportunidades de negocio en el mercado produciendo un efecto negativo en el emprendimiento por oportunidad aunque puede favorecer que algunas personas emprendan como alternativa al desempleo (Brünjes y Revilla, 2013). La literatura muestra que la intención de un individuo de montar su propio negocio, ya sea por oportunidad o por necesidad, es el mejor predictor de su emprendimiento futuro (Kautonen, Gelderen y Fink, 2015). Para que surja una nueva empresa, además de que existan

PALABRAS CLAVE
Emprendimiento,
intención
emprendedora,
emprendimiento
por necesidad o por
oportunidad

KEY WORDS
Entrepreneurship,
entrepreneurial
intention,
pull and push
entrepreneurship

PALAVRAS-CHAVE
Empreendedorismo,
a intenção
emprendedora,
venture por acaso
ou necessidade

CÓDIGOS JEL:
M13

oportunidades, es necesario que la persona tenga la intención y la capacidad de explotarla (Fayolle y Liñán, 2014).

Por lo tanto, el objetivo de este trabajo es analizar la actitud o intención que se tiene hacia el emprendimiento, así como las principales motivaciones y dificultades a la hora de emprender un proyecto empresarial en la sociedad actual. Para ello, utilizamos la base de datos Amway Global Entrepreneurship 2015 elaborada por el Instituto GFK en colaboración con la Universidad Técnica de Munich y Amway que recoge información de emprendimiento en 44 países, entre ellos España.

La principal contribución de este trabajo es mostrar la situación actual del emprendimiento en España, tanto la intención emprendedora de los españoles, como los determinantes a la hora de emprender. De este modo, el trabajo aporta a la literatura sobre emprendimiento profundizando en el estudio del comportamiento emprendedor y de los factores que lo explican. Además, los resultados y conclusiones de este estudio son una fuente de información valiosa para futuros emprendedores que quieran poner en marcha su propio negocio y de gran utilidad para la toma de decisiones por parte de las administraciones públicas que deben continuar potenciando la cultura emprendedora y favoreciendo la creación de nuevas oportunidades mediante políticas educativas y de financiación.

El trabajo se estructura de la siguiente manera: en primer lugar se realiza una revisión de los fundamentos teóricos, a continuación se presenta la metodología, después se exponen los resultados y la discusión de los mismos y por último las conclusiones alcanzadas.

.....

2. Fundamentación teórica

El emprendimiento es un proceso de descubrimiento, evaluación y explotación de oportunidades emprendedoras que conlleva empezar un nuevo negocio ofreciendo un producto o servicio a los consumidores. El emprendedor, por su parte, es la persona que descubre, evalúa y explota dicha oportunidad (Shane y Venkataraman, 2000). Para que surja un emprendedor, se requieren dos factores clave: que exista una oportunidad emprendedora y la intención y capacidad del individuo de explotarla enfrentándose a la incertidumbre del mercado (Bjornskov y Foss, 2008; Fayolle y Liñán, 2014).

Diversos estudios han confirmado que la intención de una persona de convertirse en emprendedor es el mejor predictor de su compromiso con el emprendimiento en el futuro (Delmar y Davidsson, 2000; Kautonen et al., 2015). Las percepciones del individuo sobre su deseo y viabilidad de explotar una oportunidad emprendedora determinan su intención emprendedora (Krueger, Reilly y Carsrud, 2000; Fitzsimmons y Douglas, 2011; Schlaegel y Koenig, 2014). La teoría del comportamiento planificado de Ajzen (1991) establece que las intenciones dependen de tres antecedentes o determinantes: la actitud hacia ese comportamiento, las normas subjetivas y el control del comportamiento percibido. La actitud hacia ese comportamiento se refiere al grado en el que la persona evalúa o valora favorable o desfavorablemente dicho comportamiento. Las normas subjetivas se refieren a la presión social percibida para llevarlo o no a cabo. Y el control del comportamiento percibido se refiere a la facilidad o dificultad percibida para ponerlo en marcha. Estos tres antecedentes teóricos permiten predecir intenciones, aunque estos factores pueden variar de un contexto a otro (Kautonen, Tornikoski y Kibler,

2011; Ajzen, 2012). Desde los años 80 hasta la actualidad muchos autores han estudiado por qué unos individuos tienen más actitud emprendedora que otros. Las intenciones emprendedoras de los individuos están determinadas por la actitud del individuo hacia el emprendimiento, así como normas sociales y factores normativos, legales, económicos y financieros (DeMartino y Barbato, 2002; Spencer y Gómez, 2004; Baughn, Cao, Le, Lim y Neupert, 2006; Liñan y Chen, 2009; Miller, 2015).

Los motivos o razones que llevan a un individuo a emprender suelen ser diversos (Levesque y Minniti, 2006; Hechavarría y Reynolds, 2009; Kirkwood, 2009; Hatak, Harms y Fink, 2015). Las personas suelen desear ganar más dinero o mayor autonomía o autorealización, aunque en algunos casos simplemente se ven forzados a emprender porque no encuentran otra alternativa frente al desempleo (Shane, Locke y Collins, 2003; Locke y Baum, 2007; Hessels et al., 2008). Por lo tanto, los motivos se pueden clasificar por oportunidad "pull" o necesidad "push" (Acs, 2006; Verheul, Thurik, Hessels y Van der Zwan 2010). La teoría "push-pull" ofrece un marco de análisis interesante para interpretar los motivos y tipos de emprendimiento (Amit y Muller, 1995). La creación de nuevos negocios se produce por oportunidad cuando el individuo la considera una fuente de beneficios, tanto materiales como inmateriales; y por necesidad cuando el individuo opta por el emprendimiento porque no encuentra lo que busca en el mercado de trabajo (Uhlaner y Thurik, 2007).

Entre los motivos por oportunidad para iniciar un negocio uno de los más citados es la autonomía o independencia (Carter, Gartner, Shaver y Gatewood, 2003; Van Gelderen y Jansen, 2006). También aumentar los ingresos, el reconocimiento y mejor posición social, la asunción de riesgos (Kolvereid, 1996; Cassar, 2007; Wilson, Kickul y Marlino, 2007), y motivos más psicológicos como la necesidad de logro, de poder y la autoeficacia (Rauch y Frese, 2007; Turker y Selcuk, 2009; Altınay, Madanoglu, Daniele y Lashely, 2012). Los emprendedores por oportunidad tienen mayor tolerancia al riesgo y por ello son necesarios en la sociedad (Block, Sandner y Spiegel, 2015). Además, el tipo de emprendedor por oportunidad o necesidad condiciona la estrategia competitiva de las nuevas empresas. Los emprendedores por necesidad suelen optar por estrategias de liderazgo en costes frente a la diferenciación de producto (Block, Kohn, Miller y Ullrich, 2015).

Factores del entorno como el crecimiento económico y una cultura emprendedora que valora positivamente la creación de nuevos negocios y no penaliza el fracaso refuerzan a los motivos anteriores a la hora de convertirse en emprendedor. Sin embargo, otros factores del entorno como el desempleo pueden obligar a los individuos a convertirse en emprendedores como única opción para sobrevivir. Este es el caso del emprendimiento por necesidad. En este caso el desempleo puede aumentar la probabilidad de que surjan nuevas empresas porque hace que el coste de oportunidad de ser emprendedor disminuya (Evans y Leighton, 1990; Thurik, Carree, Van Stel y Audretsch, 2008; Kautonen y Palmroos, 2010).

Desgraciadamente, es en el entorno donde residen los principales obstáculos para emprender. Entre los factores limitantes encontramos las dificultades para conseguir financiación, el sistema impositivo, la complejidad administrativa, la protección de los derechos de propiedad, el nivel de confianza, la estabilidad política y económica, el régimen de seguridad social, la corrupción y la valoración que la sociedad hace del emprendimiento, entre otros (Bjornskov y Foss, 2008). Los emprendedores que deciden seguir adelante y montar su propio negocio a pesar del entorno son aquellos que están acostumbrados a soportar mayores niveles de adversidad y que cuentan con determinados valores individuales (Holland y Shepherd, 2013).

3. Metodología

Para analizar el emprendimiento en España hemos utilizado la base de datos de Amway Global Entrepreneurship 2015, elaborada por la Universidad Técnica de Munich y el Instituto GFK, en colaboración con Amway, que recoge información de emprendimiento en 44 países.

Esta base contiene datos de emprendimiento con una muestra, en 2015, de 49.775 hombres y mujeres de entre 14 y 99 años encuestados en un total de 44 países participantes, con grupos representativos de la población en cada uno de ellos. La información se recoge mediante entrevistas cara a cara y telefónicas.

En el caso de España, la muestra cuenta con 1019 hombres y mujeres. La muestra se ha obtenido siguiendo un procedimiento aleatorio. Aplicando $P=Q=0,5$ el error muestral asociado a todas las estimaciones obtenidas es de $\pm 3,07\%$. Del total de la muestra el 48,8% son hombres y el 51,2% mujeres. El 29,3% tienen entre 15 y 35 años y el 70,7% restante 36 o más años. El 20,9% son del noreste de España, el 14,7% del este, el 19,2% del sur, el 21,8% del centro, el 9,5% del noroeste, el 9,3% del norte y el 4,6% de Canarias. El estudio se llevó a cabo mediante entrevistas cara a cara utilizando un cuestionario. La recogida de la información se realizó en Mayo de 2015.

Para medir la intención emprendedora, se preguntó a los encuestados si su actitud ante el emprendimiento es positiva o negativa, así como si se imaginan creando su propio negocio o no (potencial emprendedor). Adicionalmente se midió el Índice de Espíritu Empresarial basado en la teoría del comportamiento planificado (Ajzen, 1991) que mide el deseo de convertirse en emprendedor, firmeza en la decisión, incluso aunque su familia y amigos no le apoyen, y viabilidad a la hora de emprender por contar con los recursos necesarios para ello. En los tres indicadores tenían que responder sí o no. En cuanto a las razones para empezar un negocio, se pregunta al encuestado si los motivos para emprender son conseguir mayor compatibilidad con su vida familiar y su carrera así como tener más tiempo de ocio, expectativas de mejores ingresos, autorrealización, autonomía o como opción ante el desempleo. Tenían que responder sí o no a cada una de ellas. Para medir los obstáculos, se incluyó una pregunta sobre si el miedo al fracaso es un obstáculo para empezar un negocio, a lo que el encuestado tenía que responder sí o no, y en caso afirmativo se pedía que marcara con una X los principales aspectos que contribuyen a esto: cargas financieras en caso de fracaso, pérdida de reputación, consecuencias legales, etc. Además, también se preguntó si la sociedad en general favorece el emprendimiento teniendo que responder los encuestados si consideran la sociedad hostil o favorable al emprendimiento.

.....

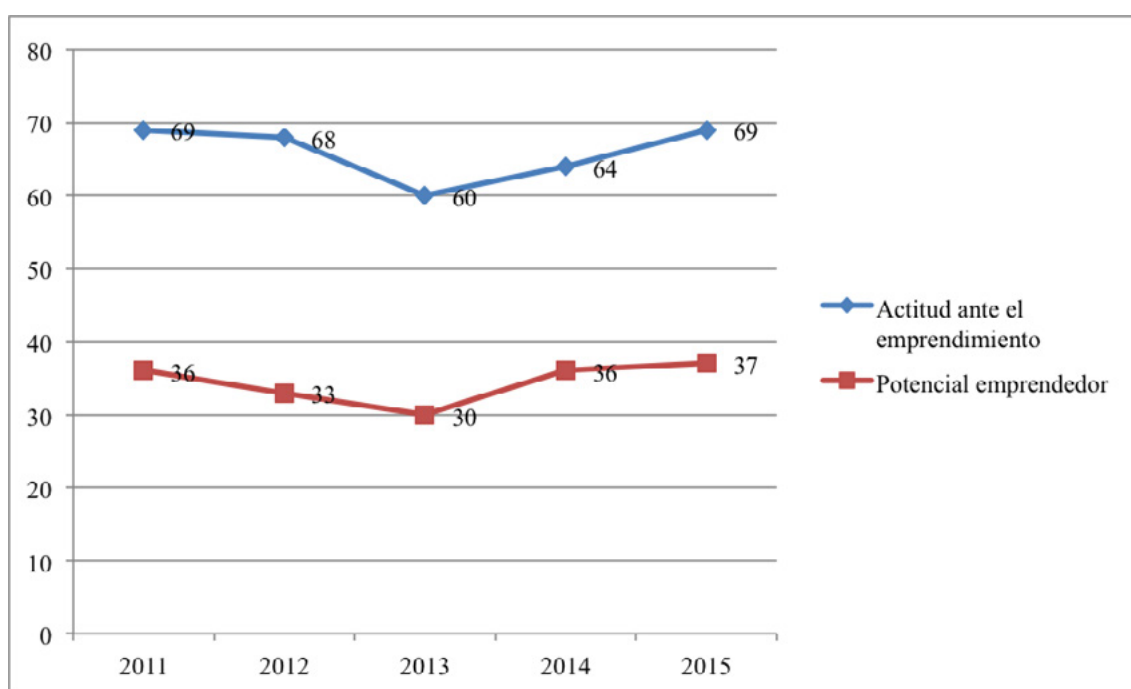
4. Resultados y discusión

4.1. Intención emprendedora

En cuanto a la intención emprendedora, el 69% de los encuestados muestran una actitud favorable. En comparación con el año anterior (64%), la actitud positiva aumentó un 5%, y desde 2013 un 9% (60%) (véase gráfico 1). Además, la actitud es aún mayor entre aquellos que tienen estudios universitario (84%) (véase tabla 1). Este resultado puede explicarse por el hecho de que un emprendedor no sólo

nace, sino que también se hace. Por ello, la formación universitaria así como la experiencia profesional facilitan esta actitud. De hecho, en los últimos años, la edad media del emprendedor ha aumentado, en parte al tiempo que previamente invierte en su formación.

Gráfico 1: Evolución de la intención emprendedora en España



Fuente: Elaboración propia

En términos de edad, las personas más jóvenes (por debajo de 35 años) son los que muestran una actitud más positiva (81%) (véase la tabla 1), frente a los que se encuentran entre 35 y 49 años que muestran un 70% o los mayores de 50 años que sólo un 60% tiene una actitud positiva al emprendimiento. Esto puede deberse al efecto positivo que pueda estar teniendo una formación cada vez más amplia en emprendimiento desde más temprana edad. Sin embargo, esto puede deberse también a la alta tasa de desempleo existente en España en este grupo de población. La tasa de paro correspondiente a los menores de 35 años se ha triplicado durante la crisis (Informe de Asemplo, 2015) pasando del 10,8 % en el tercer trimestre de 2007 hasta el 32,3 % a comienzos de 2015, lo que supone un total de 2.174.900 parados menores de 35 años (1.188.600 más que al comienzo de la crisis). En esta situación España corre el riesgo de no aprovechar a una generación de talento altamente cualificada que permanece excluida de un mercado laboral muy deteriorado por la crisis y que al no encontrar trabajo tiene que buscar alternativas fuera de nuestras fronteras, continuar con su formación o crear su propio negocio.

Tabla 1: Actitud e intención emprendedora en España por sexo, edad y estudios

	Total	Sexo		Edad		Est. universit.	
		Hombre	Mujer	15-35	+35	Sí	No
Actitud positiva	68.4%	68.8%	68.1%	79.2%	64.0%	84.3%	65.5%
Potencial emprendedor	36.7%	39.8%	33.7%	47.4%	32.2%	39.7%	36.1%

Fuente: Elaboración propia

Si comparamos la actitud en España con la media de los países europeos participantes y con la media del total de los 44 países encuestados en todo el mundo, nuestra situación no dista mucho de la de los demás; nos encontramos sólo ligeramente por debajo con un 69%, frente a un 72% en Europa y un 75% en todo el mundo.

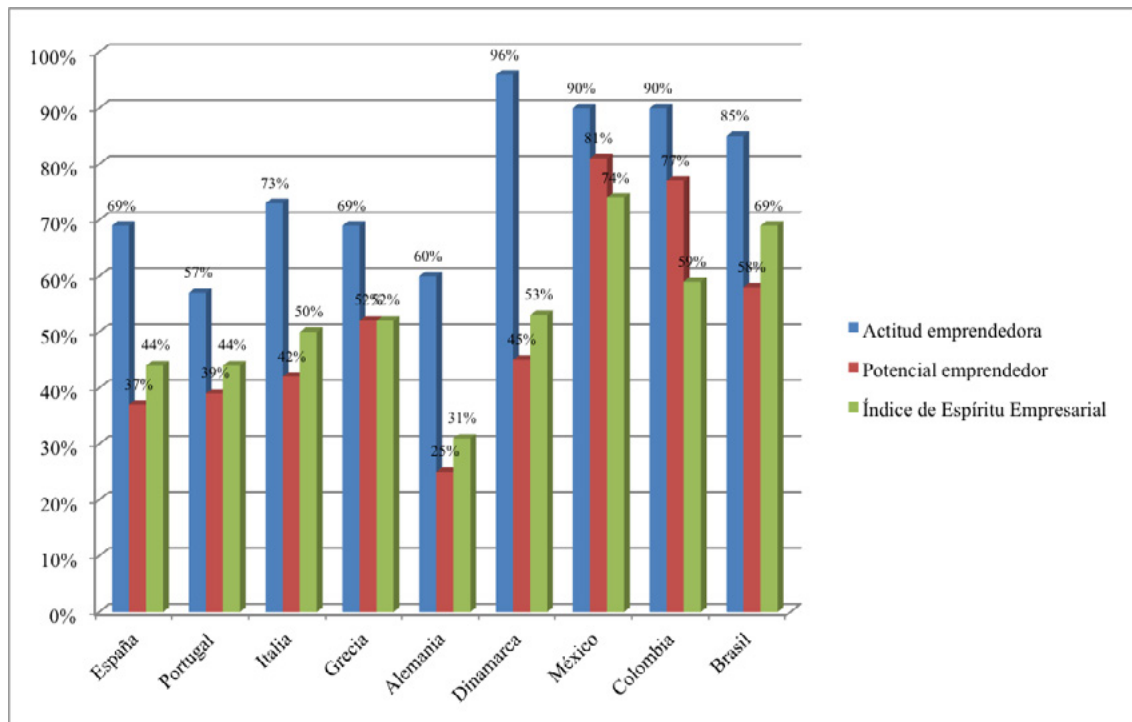
Los resultados sobre actitud emprendedora se complementan con la intención emprendedora expresada por los encuestados al responder a su potencial emprendedor. En este sentido, el 37% de los españoles se imaginan con su propio negocio. Este resultado se mantiene respecto a 2014, incrementándose solo en un punto porcentual en 2015, aunque desde 2013 ha crecido un 7%. Si distinguimos entre hombres y mujeres, cabe destacar que el potencial emprendedor de las mujeres ha aumentado ligeramente respecto a 2014 (de 29% a 34%) aunque los hombres continúan mostrando una mayor intención emprendedora (40%). Estos resultados están en línea con lo que ocurre a nivel mundial, la bien conocida paradoja de que las mujeres son menos propensas al emprendimiento que los hombres, a pesar de que esta opción profesional se considera muy interesante para ellas en todo el mundo (Reynolds, Bygrave y Autio, 2004; Gupta, Turban, Wasti y Sikdar, 2009). Esto se debe en gran medida a que a las mujeres les resulta más difícil crear su propio negocio porque son más sensibles a variables no monetarias que los hombres (Bird y Brush, 2002; Burke, FitzRoy y Nolan, 2002) y además, porque al comienzo suelen encontrar más obstáculos (Coleman y Robb, 2012).

Si comparamos el potencial emprendedor en España del 37% con la media de los países europeos participantes y con la media del total de los 44 países encuestados en todo el mundo, nos encontramos muy similares a Europa que presenta un 38% y ligeramente por debajo de la media global que alcanza el 43%. Además, en cuanto a la actitud ante el emprendimiento y el potencial emprendedor, para un mayor grado de profundidad en el análisis, comparamos el caso de España específicamente con Italia, Portugal y Grecia, por la proximidad social y cultural, con Alemania y Dinamarca, como referentes europeos, y con Colombia, México y Brasil, por la afinidad cultural en determinados aspectos entre España y América Latina, especialmente en los últimos años en los que ha aumentado considerablemente el emprendimiento por necesidad en España (véase gráfico 2).

Los datos muestran que la intención emprendedora en España es más parecida a la de Italia, Portugal y Grecia en los tres indicadores. Esto puede deberse en gran parte a la proximidad económica, social y cultural existente entre estos países. Destacan los altos porcentajes de intención emprendedora de los países latinoamericanos, fundamentalmente por el importante papel que juega el emprendimiento por necesidad dada la inestabilidad económica y social que sufren. También la elevada actitud emprendedora en Dinamarca, la mayor registrada a nivel mundial en 2015, aunque en este caso seguramente potenciada por el entorno social favorable al emprendimiento. Por último, cabe señalar el bajo porcentaje de alemanes que se imaginan creando su propio negocio, sólo un 25%. Este resultado puede estar

condicionado porque la tasa de desempleo en Alemania es relativamente baja (4,7% en abril de 2015), lo que hace que el trabajo por cuenta ajena sea una opción factible y muy elegida por los alemanes.

Gráfico 2: Comparación de España con otros países participantes en el estudio



Fuente: Elaboración propia

Adicionalmente, la intención emprendedora se midió también mediante el Índice de Espíritu Empresarial Amway (AESI) (véase la tabla 2). Los resultados muestran que el 46% de los encuestados tienen el deseo de convertirse en emprendedor, el 45% no abandonarían su sueño aunque su familia y amigos no les apoyaran y el 42% está convencido de que puede hacerlo porque posee los recursos y capacidades necesarias para ello. Como consecuencia, la media española del Índice AESI se sitúa en un 44%, inferior a la internacional (51%) pero muy similar a la europea (45%). Cabe destacar que existe una gran diferencia entre hombres y mujeres. Mientras los hombres alcanzan una puntuación de 49 en el Índice AESI, las mujeres españolas sólo llegan al 39. En concreto, los hombres confían más en sus habilidades y su deseo de tener su propio negocio es mayor. La educación también parece tener cierta influencia en el Índice de Espíritu Empresarial. Aquellos que tienen estudios universitarios puntuaron un 56% mientras que los que no los tienen sólo llegaron a un 42%.

Tabla 2: Índice de Espíritu Empresarial en España por sexo, edad y estudios

	Total	Sexo		Edad		Est. universit.	
		Hombre	Mujer	15-35	+35	Sí	No
Deseo	46%	50,1%	42,1%	62,6%	39,1%	81%	45,1%
Firmeza	44,7%	49%	40,6%	51,2%	42%	80%	43,7%
Viabilidad	41,7%	48,9%	34,7%	46%	39,9%	65,6%	37,2%

Fuente: Elaboración propia

4.2. Motivaciones para emprender un negocio

Diferentes razones psicológicas, sociológicas y del entorno explican los motivos por los que un emprendedor crea su propia empresa. Los españoles encuestados destacan dos variables psicológicas: "la autonomía en el trabajo", no depender de ningún jefe, que es la razón más importante con un 51% y "la autorrealización, la posibilidad de llevar a cabo sus propias ideas" (35%). Estos resultados están en línea con los de la media de los países europeos encuestados y la media global. En ambos casos, los dos motivos más interesantes para convertirse en emprendedor son "la autonomía en el trabajo" (48% tanto en Europa como a nivel global) y la "realización personal" (43% en Europa y 44% a nivel global).

En relación con las variables sociológicas, un 17% de los encuestados crearían su propio negocio porque esto les permitiría una mayor conciliación de su vida profesional y familiar, además de controlar mejor su tiempo de ocio y su carrera. No obstante, el 45% de los encuestados no abandonarían su sueño de fundar su propio negocio, aunque su familia o amigos se pusieran en su camino. En este sentido, cabe destacar que las mujeres están más condicionadas por su familia y amigos que los hombres porque consideran variables no monetarias que los hombres no tienen en cuenta. Además, es importante señalar que tradicionalmente en la sociedad española la familia ha jugado un papel importante a la hora de tomar este tipo de decisiones emprendedoras, tanto por su opinión respecto al emprendimiento como por ser fuente de financiación y de otros recursos para el emprendedor.

Por último, en cuanto a los factores del entorno, el 25% de los encuestados dicen que "la posibilidad de volver al mercado laboral, como una alternativa al desempleo" es una razón para empezar su propio negocio. De hecho, este es el tercer motivo más importante en España para emprender. Esto se debe a la alta tasa de desempleo existente en España, que en el cuarto trimestre de 2015 alcanzó el 20,9% (INE, 2015). Este porcentaje es ligeramente mayor en el caso de aquellos que no tienen estudios universitarios (26% sin estudios universitarios; 21% con estudios universitarios). Cuando el nivel educativo es menor, resulta más difícil encontrar trabajo y esto favorece el emprendimiento por necesidad. No obstante, la cifra de desempleo del cuarto trimestre de 2015 ha sido 2,8 puntos menor que en el cuarto trimestre de 2014. Si esta tendencia continuara, la razón del desempleo para emprender puede pasar a ser menos importante y adquirir mayor peso otras razones más relacionadas con el emprendimiento por oportunidad. Con esta alta tasa de desempleo, las familias están desempeñando un papel clave ayudando a aquellos miembros que se encuentran sin trabajo.

4.3. Obstáculos para emprender un negocio

Desde 2008 en España ha aumentado considerablemente el emprendimiento por necesidad debido a la fuerte crisis económico-financiera. Ha sido una opción para aquellos que han perdido su trabajo o para los jóvenes que no han llegado a tener la oportunidad de entrar en el mercado laboral debido a su deterioro por la crisis. No obstante, los obstáculos para emprender en España siguen siendo muy importantes. Para el 78 % de los españoles encuestados el miedo a fracasar es un obstáculo para convertirse en emprendedor. Desafortunadamente, este porcentaje está en el mismo nivel que en 2013. En comparación con la media europea y global, el miedo al fracaso en España está en 9 y 8 puntos por encima respectivamente.

El miedo al fracaso depende a su vez de varios factores como son las cargas financieras en caso de que el negocio fracase, la oposición de la familia, la pérdida de reputación, la pérdida de autoestima, la amenaza de la crisis económica y la amenaza del desempleo, entre otros. Los dos determinantes clave en España son "las cargas financieras que hay que asumir en el caso de tener que cerrar el negocio" (52%) y "la amenaza de la crisis económica" (49%). En comparación con 2013, el miedo a las cargas financieras ha aumentado dramáticamente en un 10%. Por lo tanto, reducir el miedo al fracaso continúa siendo una asignatura pendiente en nuestro país.

La educación parece influir positivamente en la reducción del miedo al fracaso por lo que las instituciones educativas deben trabajar en este sentido. Los resultados muestran que los encuestados con formación universitaria ven el miedo al fracaso como un obstáculo en un porcentaje menor que aquellos que no tienen formación universitaria (71% frente al 80%). Y lo mismo ocurre con la amenaza de la crisis económica (40% con estudios universitarios y 51% sin estudios universitarios). Por lo tanto, la formación aporta los conocimientos, habilidades y herramientas necesarias para controlar y gestionar eficientemente el miedo al fracaso. Es necesario que el gobierno y las instituciones educativas trabajen conjuntamente en esta línea, pues todavía queda mucho por hacer en España para promover y apoyar el emprendimiento. Es necesaria una actitud más proactiva hacia el emprendimiento por parte del gobierno, las empresas, las instituciones educativas, desde el colegio hasta la universidad, y la sociedad en general. Esta actitud promoverá la creación de nuevas empresas así como el emprendimiento en empresas ya existentes que favorecerá el rejuvenecimiento y la mayor competitividad de la economía.

Por último, relacionado también con el miedo al fracaso, sólo el 33% de los españoles encuestados consideran que su país sea favorable al emprendimiento. Este resultado está muy por debajo de la media en Europa, que es de un 46%, y del nivel global que alcanza el 50%. Sólo ocho de los 44 países encuestados, Japón (30%), Colombia (28%), Eslovenia (24%), Hungría (20%), Rumanía (19%), Canadá (18%), Portugal (16%) y Bulgaria (8%) son más desfavorables al emprendimiento que España.

Para analizar mejor estos resultados, hemos calculado la correlación entre esta variable que muestra si los encuestados consideran que su país es favorable al emprendimiento y una variable externa, el índice de competitividad global en el mismo año, 2015, en los 44 países que participan en el estudio. El índice de competitividad global lo desarrolla y publica el Foro Económico Mundial y mide la habilidad de los países de proveer altos niveles de prosperidad a sus ciudadanos. El índice mide un conjunto de instituciones, políticas y factores que definen los niveles de prosperidad económica sostenible hoy y a medio plazo. Este índice es ampliamente utilizado y citado en artículos académicos. Al analizar la correlación entre la variable "entorno favorable para emprender" según los encuestados y el índice de competitividad global para el conjunto de los países, la relación sale significativa al 5% pero toma un valor bajo de 0,3.

Con el objetivo de estudiar con más detalle dicha correlación, atendiendo a los resultados de los países en la variable “entorno favorable para emprender” y en “el índice de espíritu emprendedor” procedimos a segmentar mediante el método de clúster obteniendo entonces resultados más esclarecedores. En concreto, distinguimos claramente un grupo formado por los países más desarrollados (como Dinamarca, Gran Bretaña, Suecia, Países Bajos, USA, Suiza, Noruega, Australia, Irlanda Bélgica o Finlandia) donde la correlación llega al 0,7 con una significación al 1%. Y eso mismo ocurre en otro grupo que aglutina a los tres países latinoamericanos participantes en el estudio (México, Brasil y Colombia) donde la relación entre ambas variables es muy fuerte alcanzado un valor de 0,8 con una significación también al 1%. Por lo tanto, parece que tanto en los países más desarrollados, donde predomina el emprendimiento por oportunidad, como en los países latinoamericanos, en los que el emprendimiento por necesidad adquiere gran peso, la relación entre la percepción de un entorno favorable para emprender por parte de los encuestados y el índice de competitividad global es claramente positiva y significativa.

5. Conclusiones

Los emprendedores son los principales creadores de empleo facilitando la regeneración económica y social de los países. La situación de crisis económica-financiera y social acontecida en los últimos años ha dado lugar a un nuevo escenario que suscita especialmente la necesidad de profundizar en los determinantes del emprendimiento. El objetivo de este trabajo ha sido estudiar la intención emprendedora junto con las motivaciones y las dificultades que los emprendedores encuentran a la hora de llevar a cabo su proyecto empresarial en la sociedad actual.

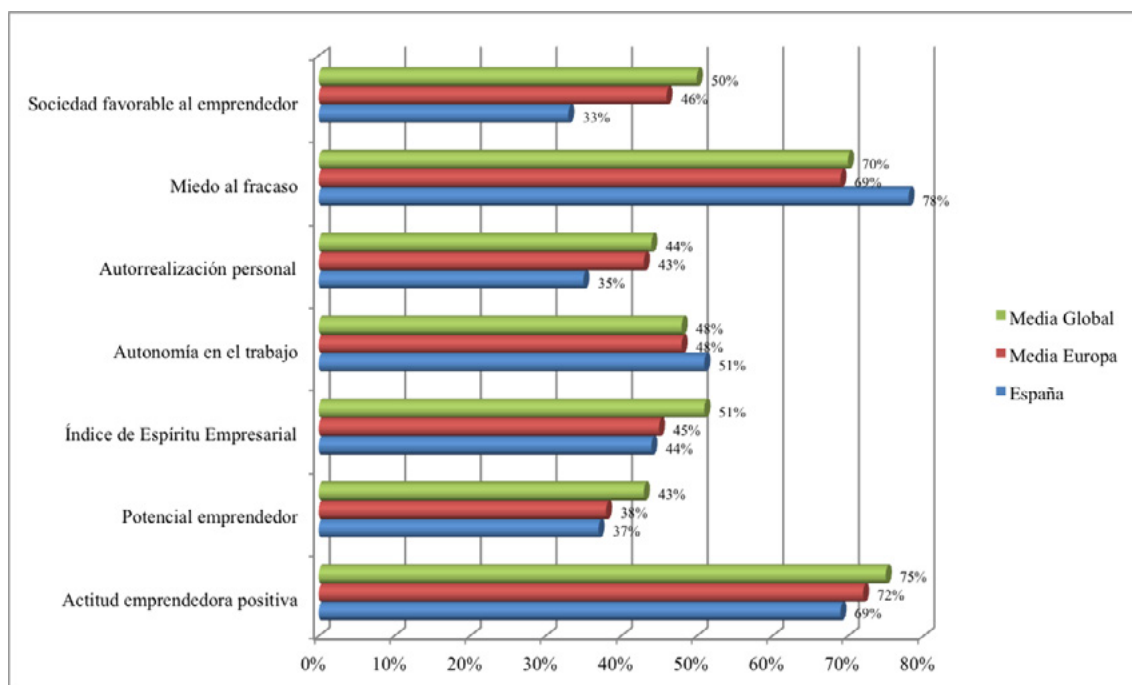
Una gran mayoría de los encuestados muestran una actitud positiva hacia el emprendimiento y una clara intención emprendedora. Además, los resultados en España son similares a la media europea e internacional, tanto en actitud y potencial emprendedor como en el índice de espíritu empresarial (véase gráfico 3). El emprendimiento tiene una reputación relativamente buena tanto entre hombres como mujeres, dado que se asocia con autonomía y libertad para desarrollar tu propia idea de negocio.

En cuanto a los motivos para el emprendimiento, la autonomía en el trabajo y la autorrealización son los principales determinantes tanto en España como en el resto del mundo. Respecto a las dificultades, muchos de los encuestados consideran que el miedo al fracaso es un obstáculo para emprender y que la sociedad española no favorece el emprendimiento. Estos factores dificultan el crecimiento económico y pueden dañar de manera importante el tejido empresarial. Esta actitud hostil de la sociedad hacia la creación de empresas y el miedo al fracaso son los principales lastres para montar un negocio en nuestro país. Estos resultados respecto al miedo al fracaso son ligeramente superiores en España frente a la media mundial y europea, lo cual está en línea también con el resultado negativo que registra en España la pregunta de “si la sociedad favorece el emprendimiento”, que sólo puntúa un 33% frente a un 46% en la media europea y un 50% en la media global.

En conclusión, todavía queda mucho por hacer para promover y facilitar el emprendimiento en España, pero debemos reconocer que estamos en el buen camino. Los emprendedores cada vez están mejor considerados en la sociedad. En este sentido, el emprendimiento socialmente responsable está favoreciendo la opinión general sobre los emprendedores que especialmente quieren ayudar a otras personas y cuidar el medio ambiente. El gobierno y las instituciones deben continuar potenciando una

cultura emprendedora y apoyando no sólo el emprendimiento por necesidad sino también favoreciendo la aparición y creación de nuevas oportunidades que los futuros emprendedores puedan explotar. Son necesarios programas de emprendimiento que promuevan la actividad emprendedora mediante la educación y las políticas de financiación. En este sentido, se requiere además apostar por una educación emprendedora que desde niños nos predisponga ante la posibilidad de crear nuestro propio negocio en el futuro considerándolo una opción tan deseable, factible y rentable como cualquier otra. Y además, una educación que en niveles superiores ponga a nuestra disposición el conocimiento de las herramientas necesarias para poder evaluar y explotar un negocio.

Gráfico 3: Comparación de España con la media europea y la media global



Fuente: elaboración propia

La formación universitaria y la experiencia profesional facilitan la actitud emprendedora. Las instituciones educativas tienen la obligación de seguir apoyando e incentivando a los jóvenes a cultivar y gestionar el espíritu emprendedor cargado de esfuerzo y tesón. Además, dado que el tejido empresarial español está formado en su mayoría por PYMES, resulta imprescindible dotar a los jóvenes de una formación sólida en emprendimiento dado que estos serán los futuros generadores de empleo en el día de mañana. Puesto que el emprendedor no sólo nace, sino que también se hace, la educación ayudará a superar el miedo al fracaso y a entender que sólo la experiencia y el aprendizaje conseguido cada vez que nos caemos y volvemos a levantarnos es el camino hacia el éxito.

Bibliografía

- Acs, Z.J. (2006), "How is entrepreneurship good for economic growth?", *Innovations*, Vol. 1, Num. 1, pp. 97-107.
- Ajzen, I. (1991), "The theory of planned behaviour", *Organizational and Human Decision Processes*, Vol. 50, pp. 179-211.
- Ajzen, I. (2012), "The theory of planned behavior. En P.A.M. Van Lange; A.W. Kruglanski; E.T. Higgins (Eds.), "The handbook of theories of social psychology" (pp. 438-459), SAGE Publications, Londres.
- Altinay, L.; Madanoğlu, M.; Daniele, R.; Lashely, C. (2012), "The influence of family tradition and psychological traits on entrepreneurial intention", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 31, Num. 2, pp. 489-499.
- Amit, R.; Muller, E. (1995), "Push and Pull entrepreneurship", *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, Vol. 12, Num. 4, pp. 64-80.
- Baughn, C.C.; Cao, J.S.R.; Le, L.T.M.; Lim, V.A.; Neupert, K.E. (2006), "Normative, social and cognitive predictors of entrepreneurship interest in China, Vietnam and the Philippines", *Journal of Developmental Entrepreneurship*, Vol. 11, Num.1, pp. 57-77.
- Bird, B.; Brush, C. (2002), "A gendered perspective on organizational creation", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 26, pp. 41-65.
- Bird, B.; Schjoedt, L.; Baum, J.R. (2012), "Editor's introduction. Entrepreneurs' behavior: Elucidation and measurement", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 36, Num. 5, pp. 889-913.
- Bjornskov, CH.; Foss, N.J. (2008), "Economic freedom and entrepreneurial activity: Some cross-country evidence", *Public Choice*, Vol. 134, pp. 307-328.
- Blackburn, R.; Kovalainen, A. (2009), "Researching small firms and entrepreneurship: Past, present and future", *International Journal of Management Reviews*, Vol. 11, Num. 2, pp. 127-148.
- Block, J.H.; Kohn, K.; Miller, D.; Ulrich, K. (2015), "Necessity entrepreneurship and competitive strategy", *Small Business Economics*, Vol. 44, Num. 1, pp. 37-54.
- Block, J.; Sandner, P.; Spiegel, F. (2015), "How do risk attitudes differ within the group of entrepreneurs? The role of motivation and procedural utility", *Journal of Small Business Management*, Vol. 53, Num. 1, pp. 183-206.
- Breaugh, J.A. (1999), "Further investigation of the work autonomy scales: Two studies", *Journal of Business and Psychology*, Vol. 13, Num. 3, pp. 357-373.
- Brünjes, J.; Revilla-Díez, J. (2013), "'Recession push' and 'Prosperity pull' entrepreneurship in a rural developing context", *Entrepreneurship and Regional Development: An International Journal*, Vol. 25, Num. 3-4, pp. 251-271.
- Burke, A.E.; FitzRoy, F.R.; Nolan, M.A. (2002), "Self-employment wealth and job creation: the roles of gender, non-pecuniary motivation and entrepreneurial ability", *Small Business Economics*, Vol. 19, Num 3, pp. 255-270.
- Carlsson, B.; Braunerhjelm, P.; McKelvey, M.; Olofsson, CH.; Persson, L.; Ylinenpää, H. (2013), "The evolving domain of entrepreneurship research", *Small Business Economics*, Vol. 41, pp. 913-930.
- Carter, N.M.; Gartner, W.B.; Shaver, K.G.; Gatewood, E.J. (2003), "The career reasons of nascent entrepreneurs", *Journal of Business Venturing*, Vol. 18, Num. 1, pp. 13-39.
- Cassar, G. (2007), "Money, money, money? A longitudinal investigation of entrepreneur career reasons, growth preferences and achieved growth", *Entrepreneurship and Regional Development: An International Journal*, Vol. 19, Num. 1, pp. 89-107.
- Coleman, S.; Robb, A. (2012), "A rising tide: Financing strategies for women-owned firms", Stanford Press, Stanford, CA.

- Delmar, F.; Davidsson, P. (2000), "Where do they come from? Prevalence and characteristics of nascent entrepreneurs", *Entrepreneurship and Regional Development*, Vol. 12, pp. 1-23.
- DeMartino R.; Barbato, R. (2002), "An analysis of the motivational factors of intending entrepreneurs", *Journal of Small Business Strategy*, Vol. 13, Num. 2, pp. 26-36.
- Evans, D.S.; Leighton, L. (1990), "Small business formation by unemployed and employed workers", *Small Business Economics*, Vol. 2, Num. 4, pp. 319-330.
- Fayolle, A.; Liñán, F. (2014), "The future of research on entrepreneurial intentions", *Journal of Business Research*, Vol. 67, Num. 5, pp. 663-666.
- Fitzsimmons, J.R.; Douglas, E.J. (2011), "Interaction between feasibility and desirability in the formation of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, Vol. 26, Num. 4, pp. 431-440.
- Gupta, V.K.; Turban, D.; Wasti, S.A.; Sikdar, A. (2009), "The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur". *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol 33, Num. 2, pp. 397-417.
- Hatak, I.; Harms, R.; Fink, M. (2015), "Age, job identification, and entrepreneurial intention", *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 30, Num. 1, pp. 38-53.
- Hechavarria, D.M.; Reynolds, P. (2009), "Cultural norms & business start-ups: the impact of national values on opportunity and necessity entrepreneurs", *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 5, Num. 4, pp. 417-437.
- Hessels, J.; Van Gelderen, M.; Thurick, R. (2008), "Entrepreneurial aspirations, motivations, and their drivers", *Small Business Economics*, Vol. 31, pp. 323-339.
- Holland, D.V.; Shepherd, D.A. (2013), "Deciding to persist: Adversity, values, and entrepreneurs' decision policies", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 37, Num. 2, pp. 331-358.
- Hoskisson, R.E.; Covin, J.; Volberda, H.W.; Johnson, R.A. (2011), "Revitalizing Entrepreneurship: The Search for New Research Opportunities", *Journal of Management Studies*, Vol. 48, Num. 6, pp. 1141-1168.
- Instituto Nacional de Estadística (INE) (2015), "Directorio Central de Empresas: explotación estadística", Madrid.
- Kautonen, T.; Palmroos, J. (2010), "The impact of a necessity-based start-up on subsequent entrepreneurial satisfaction", *International Entrepreneurship and Management Journal*, Vol. 6, Num. 3, pp. 285-300.
- Kautonen, T.; Tornikoski, E.T.; Kibler, E. (2011), "Entrepreneurial intentions in the third age: the impact of perceived age norms", *Small Business Economics*, Vol. 37, pp. 219-234.
- Kautonen, T.; Gelderen, M.; Fink, M. (2015), "Robustness of the theory of planned behavior in predicting entrepreneurial intentions and actions", *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Vol. 39, Num. 3, pp. 655-674.
- Kirkwood, J. (2009), "Motivational factors in a push-pull theory of entrepreneurship", *Gender in Management: An international Journal*, Vol. 25, Num. 5, pp. 346-364.
- Kolvareid, L. (1996), "Organizational employment versus self-employment: Reasons for career choice intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 20, Num. 3, pp. 23-31.
- Krueger, N.F.; Reilly, M.; Carsrud, A. (2000), "Competing models of entrepreneurial intentions", *Journal of Business Venturing*, Vol. 15, Num 5-6, pp. 411-432.
- Landstrom, H.; Harirchi, G.; Astrom, F. (2012), "Entrepreneurship: Exploring the knowledge base", *Research Policy*, Vol. 41, Num. 7, pp. 1154-1181.
- Levesque, M.; Minniti, M. (2006), "The effect of aging on entrepreneurial behavior", *Journal of Business Venturing*, Vol. 21, Num. 2, pp. 177-194.

Liñan, F.; Chen, Y.W. (2009), "Development and cross-cultural application of a specific instrument to measure entrepreneurial intentions", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 33, Num. 3, pp. 593-617.

Locke, E.A.; Baum, J.R. (2007), "Entrepreneurial motivation". En J. R. Baum; M. Frese; R.A. Baron (Eds.), "The psychology of entrepreneurship" (pp. 93-112), Erlbaum, Mahwah, NJ.

Miller, D. (2015), "A downside to the entrepreneurial personality?", *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 39, Num.1, pp. 1-8.

Rauch, A.; Frese, M. (2007), "Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship". En J.R. Baum; M. Frese; R.A. Baron (Eds.), "The psychology of entrepreneurship" (pp. 4166). Erlbaum, Mahwah, NJ.

Reynolds, P.; Bygrave, W.; Autio, E. (2004), "Global entrepreneurship monitor, GEM. Babson College", London Business School, Ewing Marion Kauffman Foundation.

Schlaegel, C.; Koenig, M. (2014), "Determinants of entrepreneurial intent: A meta-analytic test and integration of competing models". *Entrepreneurship Theory and Practice*, Vol. 38, Num. 2, pp. 291-332.

Shane, S.; Locke, E.; Collins, C.J. (2003), "Entrepreneurial motivation". *Human Resource Management Review*, Vol. 13, Num. 2, pp. 257-280.

Shane, S.; Venkataraman, S. (2000), "The promise of entrepreneurship as a field of research", *Academy of Management Review*, Vol. 25, Num. 1, pp. 217-226.

Spencer, J.W.; Gómez, C. (2004), "The relationship among national institutional structures, economic factors, and domestic entrepreneurial activity: A multi-country study", *Journal of Business Research*, Vol. 57, Num. 10, pp. 1098-1107.

Thurik, A. R.; Carree, M.A.; Van Stel A. J.; Audretsch, D.B. (2008), "Does self-employment reduce unemployment?", *Journal of Business Venturing*, Vol. 23, Num. 6, pp. 673-686.

Turker, D.; Selcuk, S.S. (2009), "Which factors affect entrepreneurial intentions of university students?" *Journal of European Industrial Training*, Vol. 33, Num. 2, pp. 142-159.

Ublaner, L.; Thurik, R. (2007), "Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations", *Journal of Evolutionary Economics*, Vol. 17, Num. 2, pp. 161-185.

Van Gelderen, M.; Jansen, P. (2006), "Autonomy as a start-up motive", *Journal of Small Business and Enterprise Development*, Vol. 13, Num. 1, pp. 23-32.

Verbeul, I.; Thurik, R.; Hessels, J.; Van der Zwan, P. (2010), "Factors Influencing the Entrepreneurial Engagement of Opportunity and Necessity Entrepreneurs", *EIM Research Reports, H201011*, Marzo 2010, 1-24.

Welter, F.; Lasch, F. (2008), "Entrepreneurship research in Europe: taking stock and looking forward". *Entrepreneurship, Theory and Practice*, Vol. 32, pp. 241-248.

Wilson, F.; Kickul, J.; Marlino, D. (2007), "Gender, entrepreneurial self-efficacy, and entrepreneurial career intentions: implications for entrepreneurship education", *Entrepreneurship: Theory and Practice*, Vol. 31, Num. 3, pp. 387-406.



Análisis del Efecto de la Responsabilidad Social Empresarial en los Resultados Empresariales de las Micro, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes)

AREA: 6
TIPO: Aplicación

AUTORES

Felipe Hernández-Perlines¹

Universidad de Castilla-La Mancha
Departamento de Administración de Empresas, España
Felipe.HPerlines@uclm.es

Juan Pablo Sánchez-Infantes

Universidad de Castilla-La Mancha
Departamento de Administración de Empresas, España
jpsanchez@top-form.es

1. Autor contato: Facultad de Ciencias Jurídicas y Sociales; Universidad de Castilla-La Mancha; San Pedro Mártir, s/n; 4507 Toledo; Spain

Analysis of Effect of Corporate Social Responsibility in the Business Results of Micro, Small and Medium-Sized Enterprises (MSMEs)

Análise do Efeito da Responsabilidade Social dos Resultados do Negócio nas Micro, Pequenas e Médias Empresas (MPMEs)

Este trabajo pretende analizar la influencia de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) en los Resultados Empresariales (RE) en las micro, pequeñas y medianas empresas (Mipymes). Para ello se propone un modelo utilizando datos de los informes de sostenibilidad de 278 Mipymes españolas confeccionados bajo los estándares de GRI. Para el contraste de las hipótesis y la obtención de resultados se ha utilizado software SmartPLS 3.2.3. Los resultados nos permiten afirmar que las Mipymes también desarrollan actividades de RSE y que aquellas Mipymes que las llevan a cabo mejoran sus resultados.

This paper analyzes the influence of Corporate Social Responsibility (CSR) on business results (RE) in micro, small and medium enterprises (MSME). This requires a data model using sustainability reports of 278 Spanish Mipymes made under GRI standards is proposed. It has been used SmartPLS 3.2.3 software for the hypotheses and obtaining results. The results allow us to affirm that MSMEs also develop CSR activities and those MSMEs that perform better results.

Este artigo analisa a influência de Responsabilidade Social Empresarial (RSE) nos resultados do negócio (RE) em micro, pequenas e médias empresas (MPME). Isso requer um modelo de dados usando relatórios de sustentabilidade de 278 Mipymes espanholas feitas sob padrões GRI é proposto. Ela tem sido usada SmartPLS 3.2.3 de software para as hipóteses e obtenção de resultados. Os resultados permitem afirmar que as MPMEs também desenvolvem atividades de responsabilidade social e as MPMEs que executam melhores resultados.

DOI
10.3232/GCG.2016.V10.N1.06

RECIBIDO
11.01.2016

ACEPTADO
04.04.2016

1. Introducción

A pesar de que la preocupación por la responsabilidad social empresarial surgió en la década de los 70 del siglo pasado, con los trabajos de Friedman (2007) y Moskowitz (1972), todavía hoy sigue siendo un aspecto crucial para las empresas, la sociedad y el mundo académico.

La mayoría de los estudios sobre la responsabilidad social empresarial (en adelante RSE) se han centrado en las grandes empresas, siendo muy escasos los que consideran las micro, pequeñas y medianas empresas (en adelante Mipymes). Si buscamos el por qué de esta escasa preocupación por estudiar la RSE en las Mipymes, encontramos, entre otros, las siguientes razones: 1) carencia de conocimiento sobre RSE, por parte de los directivos de las MiPymes (Larrán et al., 2013); 2) cercanía que este tipo de empresas mantiene con sus grupos de interés (Fisher et al. (2009); 3) no usar elementos de comunicación (Vázquez-Carrasco y López-Pérez, 2012).

La mayoría de los trabajos que han analizado la RSE en las Mipymes se han centrado en el análisis estratégico de la RSE, llegando a la conclusión que su aplicación tiene efectos positivos en los resultados empresariales (en adelante RE) (Tomomi, 2010).

En un intento por cubrir esta deficiencia investigadora en las Mipymes, en este trabajo proponemos un modelo que nos permita analizar como la RSE influye en los resultados empresariales de las Mipymes. Somos conscientes de que las Mipymes aplican a su estilo y de manera instintiva la RSE, dando lugar a lo que se ha denominado como “responsabilidad social silenciosa” (Robert et al., 2006; Jamali et al., 2009).

Los datos se han obtenido de las memorias de 278 Mipymes, que confeccionaron informes de sostenibilidad bajo los estándares del Global Reporting Initiative (GRI), en los años 2009 y 2010, con el auspicio del Instituto de Crédito Oficial (ICO) y Caja Navarra (CAN). Además, los datos de estas Mipymes fueron filtrados y contrastados con la base de datos SABI. Para analizar los datos y contrastar las hipótesis, se ha utilizado un modelo de ecuaciones estructurales PLS-SEM, mediante el software Smartpls 3.2.3.

La elección de los años señalados (2009 y 2010) se debe a que el objetivo de este trabajo es analizar el efecto de la crisis económica en la responsabilidad social de empresas vulnerables a la misma, por su reducido tamaño, y comprobar si la responsabilidad social influye positivamente en el resultado de las Mipymes, a pesar de la crisis económica.

El presente trabajo se estructura de la siguiente manera, después de esta introducción el segundo apartado lo dedicamos al marco teórico, en el que se realiza una revisión de los aspectos mas relevantes de la RSE y de la relación entre la RSE y el RE. Además, planteamos diferentes hipótesis que nos ayudarán a comprender el comportamiento de dicha relación en la Mipymes. En el tercer apartado, desarrollamos la parte metodológica del trabajo, haciendo referencia a los datos, cómo se han medido la variables y aspectos relacionados con el análisis estadístico. En el cuarto apartado, se dedica a los resultados de la investigación y a comprobar si se aceptan o no las hipótesis planteadas. Finalmente, en el último apartado, se ofrecen las conclusiones más relevantes de la investigación llevada a cabo y se proponen futuras líneas de investigación.

PALABRAS CLAVE

Responsabilidad social de la empresa, resultados empresariales, Micro y medianas empresas, PLS-SEM, crisis económica

KEY WORDS

Corporate social responsibility, business performance, micro, small and medium-sized enterprises, PLS-SEM, economic crisis

PALAVRAS-CHAVE

Responsabilidade Social da empresa, resultados de negócios, micro e médias empresas, PLS-SEM, crise econômica

CÓDIGOS JEL:

M31, M14, M16

2. Marco teórico e hipótesis

A pesar que el análisis de la RSE surgió a principios del siglo XX (ver los trabajos de Barnard (1938) y Kreps (1940)), no fue hasta la década de los 80 del siglo XX cuando se puso de moda, con la aparición de la teoría de los Stakeholders (Freeman, 1984). Ya en el siglo XXI podemos afirmar que la RSE se ha colocado en el núcleo de la actividad de las empresas por su capacidad para “crear valor compartido”, ya que al crear valor para la empresa también se crea valor para la sociedad (Porter y Kramer, 2011).

A pesar de la idea de que la RSE se ha convertido en una prioridad ineludible para las empresas y sus directivos (Lu et al., 2014), la mejor justificación para que las empresas adopten prácticas de RSE es analizar su influencia en los RE. De la revisión de la literatura, trabajos como los de Margolis y Walsh (2003); Orlitzky et al. (2003); Wu (2006); Lu et al. (2014) ponen de manifiesto la existencia de resultados mixtos en dicha relación: relación positiva, negativa o neutra entre la RSE y los RE.

Si el análisis de la relación de la RSE y el RE es divergente, éste se complica en periodo de crisis. Esto se debe a que en períodos de crisis las empresas se vuelven más reacias a desarrollar actividades de responsabilidad social (Pérez-Ruiz y Rodríguez Del Bosque, 2012). En este sentido, encontramos trabajos que afirman que en el periodo de crisis las empresas aumentan su preocupación por los temas sociales y medioambientales, aumentando la inversión en proyectos sostenibles que luego se traducen en una mejora de las relaciones con sus grupos de interés y del resultado empresarial (Miras-Rodríguez et al., 2015). Sin embargo, otros autores (Muhammad et al., 2015) constatan que la crisis económica influye de manera decisiva en la relación entre la responsabilidad social de las empresas y sus resultados empresariales, observando que antes de la crisis existía una relación positiva entre ambas variables, que desaparece con la crisis.

La oportunidad de este trabajo estriba en que el análisis del efecto de la responsabilidad social en los resultados empresariales sigue siendo una línea de investigación no concluyente, en la que se debe seguir avanzando para poder obtener resultados significativos.

En este trabajo proponemos la aplicación de la Teoría de sostenibilidad orientada a la empresa (Lozano et al. 2015). Esta teoría integra aspectos de sostenibilidad de teorías previas de la empresa, proporcionando una visión completa de las obligaciones, oportunidades, relaciones y procesos que la empresa debe llevar a cabo. Con esta teoría es posible considerar las tres dimensiones de la responsabilidad social: la dimensión económica, la dimensión social y la dimensión medioambiental.

De las múltiples definiciones de RSE, en este trabajo hemos utilizado la que vincula dicho concepto con la presentación de informes de sostenibilidad para así dar a conocer a los diferentes grupos de interés y, a la sociedad en general, las acciones en temas económicos, sociales y medioambientales que está llevando a cabo la empresa (Gamerschlag et al., 2011; Campopiano y De Massis; 2015; Chen et al., 2015). En general, se concede una gran importancia a las empresas que informan sobre diferentes aspectos de la responsabilidad social, de manera que es posible generar lo que ha venido en llamarse como capital moral (Gamerschlag et al. 2011).

La idea que sustenta este trabajo es que la RSE puede ser considerada como una fuente de ventaja competitiva para las empresas (Alvarado et al., 2011), y por lo tanto, influye positivamente en el RE (García-Castro et al. 2010; Miras-Rodríguez et al., 2015; Herrera et al., 2012; Martínez-Campillo et al., 2013; Hernández-Perlines y Sánchez-Infantes, 2015).

Bajo este prisma podemos enunciar la primera de las hipótesis del modelo que queremos contrastar:

H_1 : La adopción de medidas de RSE en todas sus dimensiones tiene una influencia positiva en el RE de la Mipyme.

Esta primera hipótesis puede subdividirse a su vez en tres, una por cada una de las dimensiones que integran la RSE. De tal manera que pueden ser enunciadas de la siguiente manera:

H_{1a} : La adopción de medidas de RSE en su dimensión económica tiene una influencia positiva en el RE de la Mipyme.

H_{1b} : La adopción de medidas de RSE en su dimensión social tiene una influencia positiva en el RE de la Mipyme.

H_{1c} : La adopción de medidas de RSE en su dimensión medioambiental tiene una influencia positiva en el RE de la Mipyme.

3. Metodología

3.1. Datos

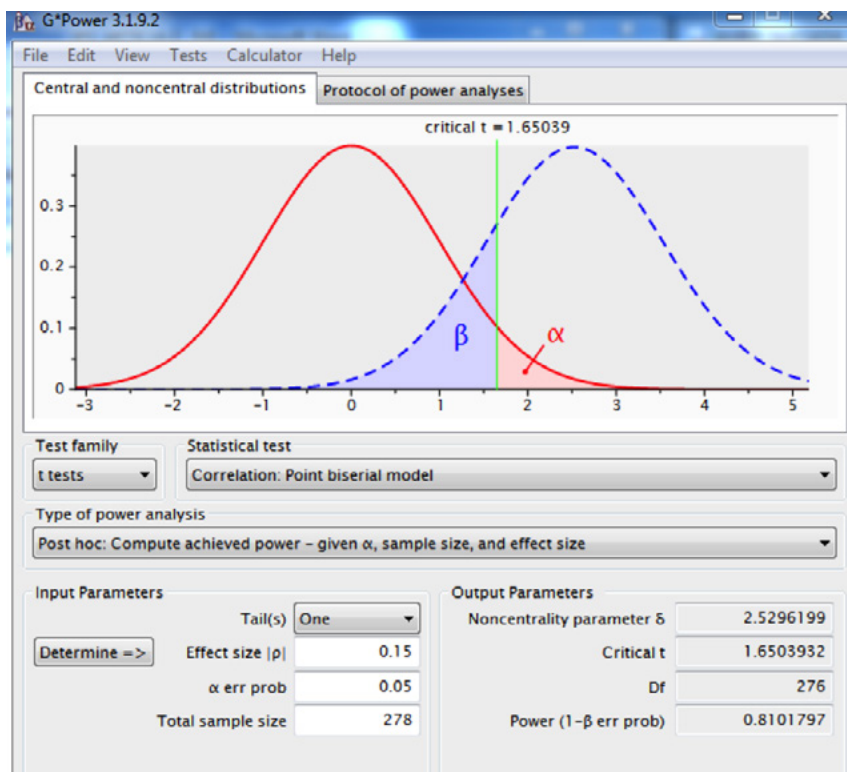
El estudio se ha realizado en MiPymes españolas, con más de 1 empleado y menos de 250. Además, se ha considerado que la forma jurídica de la empresa debe ser una S.A. o S.L. Con los anteriores datos, según la Dirección General de Política de la PYME correspondientes al año 2009, había un total de 820.250 empresas Mipymes activas. Los datos de la RSE se han obtenido de los informes de sostenibilidad que han sido elaborados bajo la iniciativa del ICO (Instituto de Crédito Oficial) y de Caja Navarra (CAN). Dichos informes han sido realizados bajo los estándares internacionales del Global Reporting Initiative (GRI), en su versión G3. Los informes obtenidos corresponden a los años 2009 y 2010 y ascendieron a 2.098 memorias de sostenibilidad (1.103 el primer año 1.103 y 995 el segundo 995, además, 409 empresas que hacen la memoria el primer año la repiten el segundo). Para los datos de resultados empresariales, se ha utilizado la base de datos SABI. Como no se disponía de datos de resultados empresariales de todas las empresas que habían confeccionado informe de sostenibilidad, se realizó un cruzado de datos, resultando un total de 278 Mipymes de las que poseemos toda la información precisa para la realización de la investigación.

Tabla 1. Ficha técnica del estudio

Población objeto de estudio (universo)	Mipymes S.A./S.L. con más de un trabajador y menos de 250
Ámbito geográfico	Territorio nacional español
Unidad de análisis	Empresa
Censo poblacional	820.250
Tamaño muestral	278
Método recogida información	Análisis de las memorias de sostenibilidad
Error muestral	5,88%
Nivel de confianza	95 %; z=1,96; p=q= 0,5
Referencia temporal del trabajo	Año 2010
Perfil del cumplimentador de la memoria	Administrador, socio o propietario de la empresa.
Muestreo	Aleatorio simple
Tratamiento de la información	SmartPLS 3.2.3, G*Power 3.1.9.2

Se ha determinado la potencia estadística de la muestra a través del programa G* Power 3.1.9.2 (Faul et al. 2014). Los resultados confirman que la muestra posee potencia estadística adecuada al obtener un valor de 0,8101, superior al umbral establecido por Cohen (1992).

Gráfico 1. Potencia estadística de la muestra. Programa G* Power 3.1.9.2



3.2. Medida de las variables

3.2.1. Medida de los RE: variable dependiente

En el presente trabajo hemos optado por la utilización de medidas económico-financieras para medir el RE. Este tipo de medidas ya han sido utilizadas en trabajos previos como los Margolis y Walsh (2003). En concreto hemos utilizado los ingresos de explotación, los resultados del ejercicio, el total del activo y los fondos propios. Los anteriores valores nos permiten medir el nivel de eficiencia interna de la empresa a nivel de negocio.

3.2.2. Medida de la RSE: variable independiente

No es sencillo establecer una medida de este constructo. Para establecer como medir la RSE en este trabajo, hemos partido de los denominados índices de sostenibilidad, que tanto Griffin y Mahon (1997) como Margolis y Walsh (2003) consideran que reflejan mejor el desempeño responsable de la empresa en relación con sus resultados económico-financieros. En este trabajo hemos optado por el GRI, que permite aunar los efectos de diferentes índices y los datos de un cuestionario, en su formato de Memorias Sociales (Schadewith y Niskala, 2010) y que además, permite hacer comparaciones entre diferentes empresas. Hemos considerado la RSE como un constructo de tres dimensiones: económica, social y medioambiental. Se trata de lo que ha venido en llamarse como la Triple Cuenta de Resultados, "Triple Bottom Line" (TBL) (Elkington, 1997; 2004; Chang y Kuo, 2008). Se trata del modelo utilizado por el GRI. Este tipo de medidas han sido utilizadas en estudios previos como los de Bansal (2005), Epstein et al. (2012), Chow y Chen (2012), Gallardo-Vázquez et al. (2013).

4. Resultados y discusión

Para alcanzar el objetivo del presente trabajo, se utiliza la técnica PLS, Chin (1998b), método basado en las varianzas. Es una herramienta de segunda generación para análisis multivariante, adecuada para estimar parámetros en modelos complejos. En la actualidad, PLS es una técnica bien establecida de análisis de ecuaciones estructurales, que ha sido utilizada por diversos investigadores sobre organización y dirección de empresas (Fornell et al., 1990; Gray y Meister, 2004). El PLS determina la estimación del modelo de medida y modelo estructural (Fornell y Bookstein, 1982; Chin et al., 2003; Bock et al., 2005; Newkirk y Lederer, 2006). Su principal propósito es la predicción de las variables dependientes, permitiendo cuantificar los efectos directos e indirectos de unas variables sobre otras (Barclay et al., 1995).

La justificación de la elección de PLS está motivada por la naturaleza exploratoria del trabajo, debido a que se han utilizado escalas no validadas por otros autores. Siendo esta técnica menos rígida respecto a requisitos mínimos sobre tamaño de la muestra, el carácter de las escalas de medida y la distribución de los indicadores de las variables observadas, comparada con otros métodos basados en las covarianzas (Fornell y Bookstein, 1982; Chin et al., 2003). Para llevar a cabo esta técnica, se ha utilizado el software SmartPLS, versión 3.2.3 (Ringle et al., 2015).

4.1. Análisis del modelo de medida

La tabla 2 refleja los parámetros asociados a la evaluación del modelo de medida. Todos los valores de las cargas factoriales son superiores a 0,5, valor considerado como aceptable por Barclay et al. (1995) y Chin (1998). También los valores de la fiabilidad compuesta y de la varianza extraída media (AVE) superan los límites recomendados de 0,7 y 0,5, respectivamente (Nunnally, 1978; Fornell y Larcker, 1981). Los valores obtenidos soportan la validez convergente de las escalas consideradas.

Tabla 2. Constructos y medidas

Variable/Indicador	Cargas	Fiabilidad compuesta	Alpha de Cronbach	AVE
RSE		0,853	0,745	0,660
DM	0,763			
DS	0,795			
DE	0,876			
RE		0,911	0,870	0,721
RE1	0,826			
RE2	0,780			
RE3	0,900			
RE4	0,884			

Finalmente, para asegurar la validez discriminante, se comprobó que las correlaciones entre cada par de constructos no excediese del valor de la raíz cuadrada del AVE de cada constructo (Cepeda et al., 2015).

Tabla 3. Validez discriminante del constructo

	RE	RSE
RE	0,8494	
RSE	0,7911	0,8127

4.2. Análisis del modelo estructural

Asegurada la validez convergente y discriminante del modelo de medida, se procedió a testar las relaciones entre la RSE y el RE, comenzando por obtener, mediante el método bootstrapping (5000 sub-muestras) los distintos parámetros estadísticos. El soporte de las hipótesis planteadas se realizó a partir del signo, el valor y la significatividad de los t-valores en cada uno de los coeficientes path (β).

La RSE es capaz de explicar el 62,6% de la varianza del resultado empresarial, y además ese efecto es significativo. Si analizamos el efecto individual de cada una de las dimensiones que integran la RSE lo podemos calcular a través de los efectos indirectos. Así, la dimensión económica es capaz de explicar el

59,3% del resultado empresarial, la dimensión social el 46,1% y la dimensión medioambiental el 49,4%. De lo que se desprende que la dimensión más relevante en la responsabilidad social de la empresa que afecta al resultado empresarial es la dimensión económica, puesto que es la que mayor efecto indirecto posee.

Como podemos comprobar (ver tablas 4, 5 y 6), las hipótesis quedan confirmadas, de manera que la RSE y sus dimensiones influyen positivamente en los RE de las Mipymes, y además, dicho efecto es significativo.

Tabla 4. Parámetros asociados al contraste de hipótesis: efecto directo

Hipótesis	(β)	t-valor	Confirmación
<i>H₁: La adopción de medidas de RSE en todas sus dimensiones tiene una influencia positiva en el RE de la Mipyme.</i>	0,791	20,247***	Si

Tabla 5. Parámetros asociados al contraste de hipótesis: efecto indirecto

Hipótesis	(λ)	t-valor	Confirmación
<i>H_{1a}: La adopción de medidas de RSE en su dimensión económica tiene una influencia positiva en el RE de la Mipyme.</i>	0,763	13,182***	Si
<i>H_{1b}: La adopción de medidas de RSE en su dimensión social tiene una influencia positiva en el RE de la Mipyme.</i>	0,795	18,223***	Si
<i>H_{1c}: La adopción de medidas de RSE en su dimensión medioambiental tiene una influencia positiva en el RE de la Mipyme.</i>	0,876	57,866***	Si

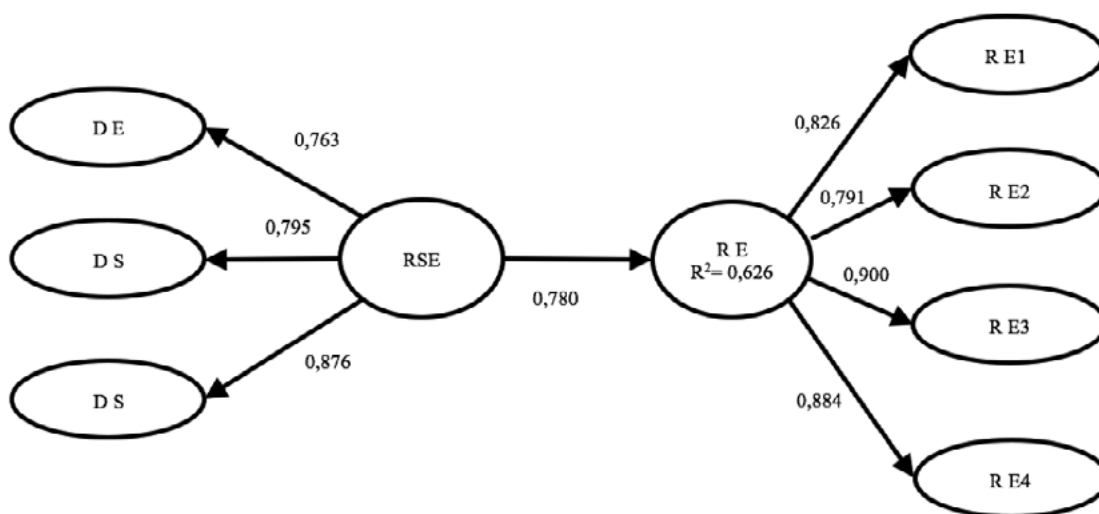
***p < 0.001

Tabla 6. R² explicada del resultado empresarial

Variable independiente	R ²
Responsabilidad social de la empresa	0,626
Dimensión Económica	0,593
Dimensión Social	0,461
Dimensión Mediomambiental	0,494

El efecto de las tres dimensiones que reflejan la RSE se calcula multiplicando la carga (λ) por el correspondiente coeficiente de correlación entre ambas variables.

Gráfico 2. Modelo estructural



También, hemos calculado la relevancia predictiva de los constructos dependientes calculando el valor del Q2 (cross-validated redundancy index) a través del "blindfolding" (Tenenhaus et al., 2005). Cuando el Q2 es mayor que 0, el modelo posee capacidad predictiva (Henseler, 2009). En nuestro caso, obtenemos un valor de Q2 de 0,334.

Finalmente, hemos calculado la bondad de ajuste a partir del indicador Goodness-of-Fit (GoF). En nuestro modelo, dicho valor es de 0,672, que es mayor que cero, por lo que podemos afirmar que el modelo posee una buena calidad (Tenenhaus et al., 2005).

5. Conclusiones

El modelo planteado permite determinar las diferentes variables consideradas para poder medir la RSE en las Mipymes, de manera que el modelo propuesto es adecuado para analizar dicho constructo. La aplicación del modelo de la triple cuenta del GRI es adecuado para su aplicación a las Mipymes (Gamerschlag et al., 2011; Campopiano y De Massis; 2015; Chen et al., 2015).

La RSE se ha configurado como un constructo de segundo orden reflectivo, con tres dimensiones: la dimensión económica, la dimensión social y la dimensión medioambiental, en consonancia con Campopiano y De Massis (2015).

El modelo planteado utiliza medidas válidas y fiables de las diferentes dimensiones: económica, social y medioambiental, según queda demostrado por los resultados obtenidos del análisis del modelo de medida.

La conclusión más relevante es que las Mipymes que realizan actividades de RSE mejoran sus RE, siendo coincidente con estudios previos desarrollados para empresas de mayor dimensión (Surroca et al., 2010; Perrini et al., 2011; Gallardo-Vázquez et al., 2013; Larrán et al., 2013). La primera hipótesis confirma que la RSE influye positivamente en los resultados empresariales de las Mipymes (el β es positivo) y es capaz de explicar el 62,6% de la varianza del RE (influencia sustancial). Este resultado permite encuadrar este estudio dentro del enfoque denominado del impacto social de la RSE. Con este trabajo cubrimos una laguna existente en la literatura sobre el análisis de la RSE en este tipo de empresas, llegando a la conclusión que las Mipymes también desarrollan actividades de RSE, que ya no es exclusiva de las grandes empresas.

Los resultados obtenidos nos confirman que la influencia de la RSE en los RE es directamente observable, sin necesidad de variables mediadoras o moderadoras, encuadrándose en el denominado como enfoque social de la RSE (Martínez-Campillo et al., 2013).

Las tres dimensiones consideradas, la dimensión económica, la social y medioambiental influyen positivamente en los RE, siendo la económica la más relevante (es capaz de explicar el 59,3% de la varianza de los RE). Este resultado nos confirma que la mayor preocupación de las Mipymes en relación con la RSE son los aspectos económicos. Este resultado puede explicarse por la crisis que afectaba a la economía, que provocaba una mayor preocupación por los aspectos económicos y menos por los sociales y medioambientales.

Los resultados obtenidos permiten realizar una generalización de los mismos ya que han sido contrastados para Mipymes de diferentes sectores y ubicaciones geográficas, ampliando los resultados de estudios precedentes para sectores y ubicaciones concretas.

Las limitaciones de este trabajo, se deben principalmente a la medición de los ítems que forman los constructos implicados, la RSE y los RE: han sido consideradas variables multidimensionales para poder abarcar múltiples aspectos.

Otro tipo de limitación, puede provenir del desconocimiento de las posibles variables moderadoras-mediadoras, que afecten al modelo estructural principal planteado.

En el presente trabajo, se ha analizado, por motivos de simplificación, la relación entre la RSE y los RE, en un sentido que la RSE influye en los RE, pero no se ha tratado la relación entre los RE y la RSE o la relación bidireccional.

La dicotomía de estudios transversales-longitudinales, siempre es un desafío. La dificultad para obtener datos para realizar estudios longitudinales, es siempre una restricción importante en este tipo de trabajos.

El ámbito nacional de este estudio, podría ser un impedimento para poder extrapolar los resultados a otras organizaciones de distintos países.

Para superar las anteriores limitaciones se pueden ampliar y/o desarrollar, nuevos modelos de medida, que podrían complementar el planteado en este trabajo. Además, el modelo teórico puede parecer incompleto, se puede desarrollar mejorándolo con variables moderadoras, tales como la antigüedad, el tamaño, o el sector de actividad de la empresa, o mediadoras, como la gestión organizativa. Igualmente sería muy interesante el contraste de la hipótesis sinérgica, el efecto de doble sentido $RSE < = > RE$. Si consideramos que la influencia de RSE, sobre los RE, se puede manifestar a lo largo del tiempo, se deberían plantear estudios longitudinales, en lugar de transversales. Otra nueva línea de investigación propuesta sería realizar nuevos estudios con un número mayor de organizaciones, y de diferentes ámbitos geográficos, tanto a nivel nacional, como internacional, pueden dar perspectivas más amplias y resultados más completos, que los que se circunscriben a zonas muy concretas.

Bibliografía

- Alvarado Herrera, A., Bigné Alcañiz, E.; Currás Pérez, R. (2011), "Theoretical perspectives for studying corporate social responsibility: a rationality-based classification". *Estudios Gerenciales*, Vol. 27, Num. 118, pp. 115-138.
- Barclay, D.; Higgins, C.; Thompson, R. (1995), "The Partial Least Squares (PLS) approach to causal modeling, personal computer adoption and use as an illustration", *Technology Studies Special issue on Research Methodology*, Num. 2, pp. 285-309.
- Barnett, M. L.; Salomon, R. M. (2012), "Does it Pay to be Really Good? Addressing the Shape of the Relationship between Social and Financial Performance", *Strategic Management Journal*, Vol. 33, Num. 11, pp. 1304-1320.
- Campopiano, G. y De Massis, A. (2015), "Corporate social responsibility reporting: A content analysis in family and non-family firms", *Journal of Business Ethics*, Vol. 129, Num., pp. 511-534.
- Cepeda-Carrion, G. A., Roldán, J. L. y Ringle, C. M. (2015), "European management research using Partial Least Squares Structural Equation Modeling", *European Management Journal*, Vol. 33, pp.1-3.
- Chen, L., Feldmann, A. y Tang, O. (2015), "The relationship between disclosures of corporate social performance and financial performance: Evidences from GRI reports in manufacturing industry", *International Journal of Production Economics*, Vol. 170, pp. 445-456.
- Chin, W. W. (1998), "The Partial Least Squares Approach to Structural Equation Modeling", In *Modern Methods for Business Research*, Marcoulides GA (ed). Lawrence Erlbaum Associates: Mahwah N. J., pp. 295-336.
- Chow, W. S; Chen, Y. (2012), "Corporate Sustainable Development: Testing a New Scale Based on the Mainland Chinese Context", *Journal of Business Ethics*, Num. 105, pp. 519-533.
- Faul, F., Erdfelder, E., Buchner, A. y Lang, A. G. (2009), "Statistical power analyses using G* Power 3.1: Tests for correlation and regression analyses2", *Behavior research methods*, Vol. 41, Num. 4, pp. 1149-1160.
- Fisher, B.; Turner, R. K.; Morling, P. (2009), "Defining and classifying ecosystem services for decision making", *Ecological economics*, Vol. 68, Num. 3, pp. 643-653.
- Fornell, C.; Larcker, D. F. (1981), "Evaluating Structural Equation Models with Unobservable Variables and Measurement Error", *Journal of Marketing Research*, Vol. 18, Num. 1, pp. 39-50
- Freeman, R. E. (1984), "Strategic Management: A Stakeholders Approach", Pitman, Boston.
- Friedman, M. (2007), "The Social Responsibility of Business Is to Increase Its Profits. *Corporate Ethics and Corporate Governance*. Springer, Berlin Heidelberg; pp. 173-178.
- Gallardo-Vázquez, D.; Sánchez-Hernández, M. I.; Corchuelo-Martínez-Azua, M.B. (2013), "Validación de un instrumento de medida para la relación entre la orientación a la Responsabilidad Social Corporativa y otras variables estratégicas de la empresa", *Revista de Contabilidad*, Vol. 16, Num. 1, pp. 11-23.
- Gamerschlag, R., Möller, K. y Verbeeten, F. (2011), "Determinants of voluntary CSR disclosure: empirical evidence from Germany", *Review of Managerial Science*, Vol. 5, Num. 2-3, pp. 233-262.
- Griffin, J. J.; Mahon, J. F. (1997), "The Corporate Social Performance and Corporate Financial Performance Debate. Twenty-five Years of Incomparable Research", *Business & Society*, Vol. 36, Num.1, pp. 5-31.
- Hair, J. F.; Hult, G. T. M.; Ringle, C. M.; Sarstedt, M. (2014), "A Primer on Partial Least Squares Structural Equation Modeling (PLS-SEM)", Sage, Thousand Oaks, CA.
- Henseler, J.; Ringle, C. M.; Sinkovics, R. R. (2009), "The Use of Partial Least Squares Path Modeling in International Marketing", *Advances in International Marketing*, Num. 20, pp. 277-320.

- Henseler, J.; Sarstedt, M. (2013), "Goodness-of-fit indices for partial least squares path modelling", *Computational Statistics*, Vol. 28, Num. 2, pp. 565–580
- Jamali, D.; Zanhour, M.A.; Keshishian, T. (2009), "Peculiar Strengths and Relational Attributes of SMEs in the Context of CSR", *Journal of Business Ethics*, 87 (3), pp. 355–377.
- Larrán, M.; Herrera, J.; Martínez, D. (2013), "Relación entre la RSE y el performance competitivo en la pequeña y mediana empresa: Un estudio empírico", *AECA: Revista de la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas*, Num. 104, pp. 9–12.
- Lankoski, L. (2008), "Corporate responsibility activities and economic performance: a theory of why and how they are connected", *Business Strategy and the Environment*, Vol. 17, Num. 8, pp. 536–547
- Lozano, R., Carpenter, A. y Huisingh, D. (2015), "A review of theories of the firm and their contributions to Corporate Sustainability", *Journal of Cleaner Production*, Num. 106, pp. 430–442.
- Lu, W., Chau, K. W., Wang, H. y Pan, W. (2014), "A decade's debate on the nexus between corporate social and corporate financial performance: a critical review of empirical studies 2002–2011", *Journal of Cleaner Production*, Num. 79, pp. 195–206.
- Margolis, J. D.; Walsh, J. P. (2003), "Misery Loves Companies: Rethinking Social Initiatives by Business", *Administrative Science Quarterly*, Num. 48, pp. 268–305.
- Miras-Rodríguez, M. M., Carrasco-Gallego, A. y Escobar-Pérez, B. (2015), "Are Socially Responsible Behaviors Paid Off Equally? A Cross-cultural Analysis", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 22, Num. 4, pp. 237–256.
- Maron, I. Y. (2006), "Toward a Unified Theory of the CSP-CPF Link", *Journal of Business Ethics*, Num. 67, pp. 191–200.
- Martínez-Campillo, A.; Cabeza-García, L.; Marbella-Sánchez, F. (2013), "Responsabilidad social corporativa y resultado financiero: Evidencia sobre la doble dirección de la causalidad en el sector de las Cajas de Ahorros", *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, Vol. 16, Num. 1, pp. 54–68.
- Mubammad, N., Scrimgeour, F., Reddy, K. y Abidin, S. (2015), "The relationship between environmental performance and financial performance in periods of growth and contraction: evidence from Australian publicly listed companies", *Journal of Cleaner Production*, Num. 102, pp. 324–332.
- Murillo, D.; Lozano, J. (2006), "SMEs and CSR: An approach to CSR in their own words", *Journal of Business Ethics*, Vol. 67, Num. 3, pp. 227–240.
- Nunnally, J. C. (1978), "Psychometric Theory", McGraw-Hill, New York.
- Orlitzky, M.; Schmidt, F. L.; Rynes, S. L. (2003), "Corporate Social and Financial Performance: A Meta-Analysis", *Organization Studies*, Vol. 24, Num. 3, pp. 403–441.
- Pérez-Ruiz, A. y Rodríguez-del Bosque, I. (2012), "La imagen de Responsabilidad Social Corporativa en un contexto de crisis económica: El caso del sector financiero en España/Corporate Social Responsibility image in a financial crisis context: The case of the Spanish financial industry", *Universia Business Review*, Num. 33, 14–29.
- Perrini, F.; Russo, A.; Tencati, A.; Vurro, C. (2011), "Deconstructing the relationship between corporate social and financial performance", *Journal of Business Ethics*, Vol. 102, Num. 1, pp. 59–76.
- Porter, M., y Kramer, M. (2011), "La creación de valor compartido", *Harvard Business Review*, Vol. 89, Num. 1, pp. 32–49.
- Ringle, C. M.; Wende, S.; Becker, J. M. (2015), "Smart PLS 3. Boenningstedt: SmartPLS GmbH", Retrieved from <http://www.smartpls.com>

Sukitsch, M., Engert, S. y Baumgartner, R. J. (2015), "The Implementation of Corporate Sustainability in the European Automotive Industry: An Analysis of Sustainability Reports", *Sustainability*, Vol. 7, Num. 9, pp. 11504-11531.

Surroca, J.; Tribó, J. A.; Waddock, S. (2010), "Corporate responsibility and financial performance: The role of intangible resources", *Strategic Management Journal*, Vol. 31, Num. 5, pp. 463-490.

Vázquez-Carrasco, R.; López-Pérez, M. E. (2012), "Small & medium-sized enterprises and Corporate Social Responsibility: a systematic review of the literature", *Quality and Quantity*, Vol. 47, Num. 6, pp. 3205-3218.

Wu, M. L. (2006), "Corporate social performance, corporate financial performance, and firm size: A meta-analysis", *Journal of American Academy of Business*, Vol. 8, Num. 1, pp. 163-171.