



REVISTA CUATRIMESTRAL | FOUR-MONTHLY JOURNAL | REVISTA CUATRIMESTRAL

Vol. 10 Num. 3

SEPTIEMBRE-DICIEMBRE 2016

ISSN: 1988-7116

<http://gcg.universia.net>



Información no financiera y globalización empresarial

Esther Ortiz-Martínez y Salvador Marín-Hernández

Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina)

David Flores-Ruiz, Rosanna Elizabeth Bino-Raya y María de la O Barroso-González

Uma análise da relação entre flexibilização do trabalho, comprometimento organizacional e intenção de permanência na organização

Harrison Bachion Ceribeli e Fábio José Rodrigues Ferreira

Influence of abilities for searching commercial information online on e-shopping: when inequality affects business

Stefano De Marco, Jose Manuel Robles, Mirko Antino & Ernesto Ganuza Fernandez

Gobierno Corporativo en Mercados Emergentes: Impacto en la Bolsa de Valores de Lima - BVL

Kurt Burneo Farfan y Edmundo R. Lizarzaburu

El ISO 9001 y TQM en las empresas de Ecuador

Jorge Benzaquen-De las Casas y Maximiliano Pérez-Cepeda

CARTA DEL EDITOR IN CHIEF

EDITOR IN CHIEF

Abrimos el número con un artículo que estudia el formato de la información no financiera publicada por las empresas que cotizan en el IBEX-35, y los motivos para publicarla en una muestra de empresas seleccionadas cuyo principal destino de inversión es Latinoamérica. Los profesores Esther Ortiz-Martínez y Salvador Marín-Hernández (Universidad de Murcia, España) constatan que dentro de la heterogeneidad predominante se tiende hacia la homogeneización de la información no financiera por parte de las empresas cotizadas; que aún no existe un formato único para información financiera y no financiera; y, por último, que para las empresas no cotizadas, la función coste-beneficio de publicación de información no financiera aún no es positiva.

Los profesores Harrison Bachion Ceribeli y Fábio José Rodrigues Ferreira (Universidade Federal de Ouro Preto – UFOP, Brasil), en el siguiente artículo, tratan analizar la relación entre la flexibilidad del trabajo, compromiso organizacional y la intención de permanecer en la organización con un estudio de campo en Mariana (Minas Gerais, Brasil), utilizando un modelo de ecuaciones estructurales. Los resultados sugieren que el trabajo flexible influye positivamente la intención del individuo de permanecer en la organización y el compromiso organizacional de base afectiva y normativa. Además, concluyen que existe una relación positiva entre el compromiso organizacional y la intención de permanecer en la organización.

En la actualidad, el panorama financiero internacional ha sufrido diversos acontecimientos con implicancias sistémicas, tales como, la crisis financiera del 2007 y 2008, la desaceleración de China (del 2014 a la fecha), la contracción de los BRICS (del 2013 a la fecha), entre otras, como lo fundamental en el devenir de las economías es la performance de las firmas, ocurre que detrás de estos eventos suceden varios factores, siendo uno de ellos, la poca implementación de buenas prácticas o gobierno corporativo y esto ha llevado a que la comunidad internacional ponga énfasis en las formas de llevar a cabo transacciones comerciales. Kurt Burneo Farfan (CENTRUM Católica, Perú) y Edmundo R. Lizarzaburu (Universidad ESAN, Perú) tratan de responder a la pregunta de si verdaderamente la aplicación de los principios del Buen Gobierno Corporativo tendría como efecto, resultados diferenciadamente favorables respecto a aquellas entidades que no aplicaron estos.

En el siguiente artículo los profesores David Flores-Ruiz, (Universidad de Huelva, España); Rosanna Elizabeth Bino-Raya (Universidad Blas Pascal, Argentina) y María de la O Barroso-González (Universidad de Huelva, España) analizan el grado de aplicación del concepto de responsabilidad social empresarial (RSE), por categorías y dimensiones, en el sector hotelero de la ciudad de Córdoba (Argentina) como estrategia que contribuya a impulsar procesos de desarrollo turístico sostenible. Los autores concluyen que cómo a pesar de la conciencia ambiental y del conocimiento que existe del concepto, aún no se llega a aplicar de una forma integral el concepto, siendo necesario introducir determinadas medidas, entre las que destacan la información y formación en estos temas. También se pone de manifiesto cómo existen diferencias significativas en la aplicación de la RSE por categorías y por dimensiones de la sostenibilidad.

De acuerdo con el Modelo de Aceptación de las Tecnología (TAM), los profesores Stefano De Marco, Jose Manuel Robles, Mirko Antino (Universidad

Complutense de Madrid, España) y Ernesto Ganuza Fernandez, (Instituto de Estudios Sociales Avanzado –IESA-, España) estudian cómo las habilidades para la búsqueda y verificación de la información comercial on-line afectan a la adopción de hábitos de compra a través de Internet. En segundo lugar, estudian cómo este tipo de habilidades están positivamente influidas por la capacidad para buscar, en general, contenidos en Internet. Por último, reflexionan sobre las implicaciones que la desigualdad digital, es decir, la distribución desigual de los usos beneficiosos de Internet entre la población, como por ejemplo los informativos, pueden tener sobre el comercio electrónico.

Jorge Benzaquen-de las Casas (CENTRUM Católica Graduate Business School, Perú) y Maximiliano Pérez Cepeda (QUEJATEAQUI S.A., Ecuador), en el último artículo, tratan de estudiar el impacto de tener un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) certificado con ISO 9001 en las empresas en Ecuador en base a nueve factores de éxito usados para medir la implementación de la Administración de la Calidad Total (TQM). Los autores analizaron 163 empresas con la finalidad de hacer una comparación entre las que tienen dicha certificación y aquellas que no la tienen. Se concluye que las empresas con certificación ISO 9001 obtienen un mejor promedio que aquellas empresas que no cuentan con la certificación. Estos resultados respaldan los estudios similares realizados en Perú y Colombia.

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>Información no financiera y globalización empresarial</p> <p><i>Non financial information and business globalisation</i>
 <i>Não financeira informação, globalização das empresas</i></p> <p>Esther Ortiz-Martínez y Salvador Marín-Hernández</p> | 16-36 |
| 2 | <p>Uma análise da relação entre flexibilização do trabalho, comprometimento organizacional e intenção de permanência na organização</p> <p><i>An analysis of the relationship between work flexibility, organizational commitment and intention to stay in the organization</i>
 <i>Análisis de la relación entre flexibilidad del trabajo, compromiso organizacional y intención de permanecer en la organización</i></p> <p>Harrison Bachion Ceribeli e Fábio José Rodrigues Ferreira</p> | 37-56 |
| 3 | <p>Gobierno Corporativo en Mercados Emergentes: Impacto en la Bolsa de Valores de Lima - BVL</p> <p><i>Corporate Governance in Emerging Markets: Impact on the Lima Stock Exchange – BVL</i>
 <i>Governança Corporativa em Mercados Emergentes: Impacto sobre a Bolsa de Valores de Lima – BVL</i></p> <p>Kurt Burneo Farfan y Edmundo R. Lizarzaburu</p> | 57-115 |
| 4 | <p>Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina)</p> <p><i>Social responsibility in the hotel sector. Analysis of case in Cordoba (Argentina)</i>
 <i>A responsabilidade social no sector da indústria hoteleira. Análise do caso de Córdoba (Argentina)</i></p> <p>David Flores-Ruiz, Rosanna Elizabeth Bino-Raya y María de la O Barroso-González</p> | 116-135 |
| 5 | <p>Influence of abilities for searching commercial information online on e-shopping: when inequality affects business</p> <p><i>La influencia de las habilidades digitales para la búsqueda de información comercial on-line sobre el e-shopping: cuando las desigualdades digitales afectan a los negocios</i>
 <i>A influência do competências digitais sobre e-shopping: quando as desigualdades digital afetar os negócios</i></p> <p>Stefano De Marco, Jose Manuel Robles, Mirko Antino & Ernesto Ganuza Fernandez</p> | 136-152 |
| 6 | <p>El ISO 9001 y TQM en las empresas de Ecuador</p> <p><i>ISO 9001 and TQM in companies in Ecuador</i>
 <i>ISO 9001 e TQM em empresas no Equador</i></p> <p>Jorge Benzaquen-De las Casas y Maximiliano Pérez-Cepeda</p> | 153-176 |

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 SONEA, 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*). *SJR Impact Factor (2015): 0,159 Q3 (posición 177 de 285, Subject Category: Business, Management and Accounting (miscellaneous); Economics, Econometrics and Finance (miscellaneous) (posición 170 de 269) (junio 2016)*
- **Categorización de las revistas españolas de ciencias humanas y sociales en Web of Science y/o SCOPUS (ISOC-CSIC)** Categoría: A; 20 puntos; Posición total revistas: 56/233; Posición revistas Economía y Empresa: 7/26 (junio 2015)
- **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



Información no financiera y globalización empresarial

ÁREA: 6
TIPO: Aplicación

*Non financial information and business globalisation
Não financeira informação, globalização das empresas*

AUTORES

Esther Ortiz-Martínez¹

Universidad de Murcia
(España)
esther@um.es

Salvador Marín-Hernández

Universidad de Murcia
(España)
salvlau@um.es

1. Autora de contacto:
Departamento de Economía
Financiera y Contabilidad;
Facultad de Economía
y Empresa; Universidad
de Murcia; Campus de
Espínardo 30100; Murcia;
España

Estudiamos el formato de la información no financiera publicada por las empresas que cotizan en el IBEX-35, y los motivos para publicarla en una muestra de empresas seleccionadas cuyo principal destino de inversión es Latinoamérica. Se constata que dentro de la heterogeneidad predominante se tiende hacia la homogeneización de la información no financiera por parte de las empresas cotizadas; que aún no existe un formato único para información financiera y no financiera; y, por último, que para las empresas no cotizadas, la función coste-beneficio de publicación de información no financiera aún no es positiva.

We analyse the format of non financial information disclosed by Spanish listed companies in IBEX 35. We also study the reasons to disclose this non financial information from a sample of internationalised non listed companies which invest mainly in South America. This is a way to have the two point of views about non financial information: external (format) and internal (reasons) from internationalised listed and non listed companies. We conclude that listed companies tend to assume some homogeneous practices; that we are far from counting with financial and non financial information together, and that for non listed companies it is still costly the publication of non financial information if it is not required.

Estudamos o formato da informação não financeira publicada pelas empresas que cotam no IBEX-35, e os motivos para publicar numa mostra de empresas seleccionadas cujo principal destino de investimento é Latinoamérica. Constata-se que dentro da heterogeneidade predominante se tende para a homogeneização da informação não financeira por parte das empresas cotadas; que ainda não existe um formato único para informação financeira e não financeira; e, por último, que para as empresas não cotadas, a função custo-benefício de publicação de informação não financeira ainda não é positiva.

DOI
10.3232/GCG.2016.V10.N3.01

RECIBIDO
22.08.2016

ACEPTADO
25.10.2016

1. Introducción

La revelación de información no financiera por parte de la empresa, aún no siendo un fenómeno nuevo, si que cada vez se ha hecho más popular desde los años 70 (Albers y Günther, 2011). Dentro de un concepto tan amplio como puede ser el de información no financiera, prima la publicación de información de responsabilidad social corporativa en las empresas de cierta dimensión (en 2013 cerca del 93% de las 250 mayores empresas del mundo publicaban un informe sobre sus actividades de responsabilidad social (KPMG, 2013)); por tanto, si hay una variable que claramente determina de forma positiva la publicación de este tipo de información en la literatura previa, esa es el tamaño de la empresa (Atiase, 1987).

En este sentido, son las empresas más grandes, y por ello con vocación internacional, las que elaboran y publican información no financiera junto con la información financiera tradicional. A comprobar esta relación se han dedicado numerosos trabajos previos que estudian qué factores están relacionados con la revelación de información de responsabilidad social, de sostenibilidad, o en definitiva, no financiera. Relación probada, con independencia de cómo se haya medido o definido el tamaño de la empresa (una buena clasificación de la literatura previa en forma de tabla se puede encontrar en Albers y Günther (2011, p. 330) y en Hahn y Kühnen (2013)).

No obstante, y dentro del objeto de este trabajo, conviene resaltar que para definir la dimensión de la empresa también cuenta su grado de internacionalización entendido también como cotización (Fathi, 2013) (Kaur y Arora, 2013) y por lo tanto influye sobre su revelación de información voluntaria (Shi, Magnan y Kim, 2012).

Las empresas internacionales tienen un papel más importante como referencia a seguir por otras empresas, y si proporcionan información relevante serán un modelo para todas las demás. Este efecto imitación generará una mayor disposición de todas las empresas a la mejora en la emisión de información (efecto "follow the leader", (Gray, Meek y Roberts, 1995)). Así, está comprobado que las empresas que se introducen en mercados de capitales extranjeros incrementan voluntariamente su emisión de información, además de que están sometidas a mayores requerimientos informativos por los supervisores de los mercados de capitales, y por añadidura, las empresas que ostentan una múltiple cotización es más probable que emitan mayor cantidad de información (ver, entre otros, Kung (2002)). Depoers (2000) llega a contrastar la hipótesis de que a mayor tamaño y actividad desarrollada en el extranjero la emisión de información es mayor en las cuentas anuales de empresas francesas cotizadas, y Meek y Gray (1989) comprueban que la competencia en mercados de capital internacionales presiona a las multinacionales europeas hacia la mejora en la emisión de información voluntaria.

De ahí que hayan surgido tendencias claras en cuanto a revelación de información no financiera, internacionalmente aceptadas y adoptadas por las empresas por distintos motivos. Tendencias que tienden a optar, por normas de referencia también para la información no financiera, o por la verificación experta e independiente de este tipo de información, y que pueden variar a su vez dependiendo del grado de internacionalización que tenga la empresa. En cambio hay otras prácticas que aún no han tenido una acogida homogénea por parte de las empresas internacionalizadas, como un formato único e integrado de elaboración de información no financiera junto con la información financiera. Por ello, entendemos que un lugar común

PALABRAS CLAVE
Internacionalización, información no financiera, globalización empresarial

KEY WORDS

Internationalisation, non financial information, business globalisation

PALAVRAS-CHAVE
Internacionalização, não financeira informação, globalização das empresas

CÓDIGOS JEL:
M48; F23; M14

donde analizar comportamientos en el ámbito de la información no financiera, con cierto grado de homogeneidad, es el campo de la empresa internacionalizada, distinguiendo entre cotizadas o no.

En este entorno nos planteamos realizar dos análisis complementarios utilizando distinta metodología. Para ello en primer lugar estudiamos los antecedentes previos sobre la materia, de manera que la parte de análisis y resultados a su vez se divide en dos: el formato de la información no financiera publicada por las empresas que cotizan en el principal índice bursátil español (IBEX-35), y los motivos para publicar información no financiera por parte de empresas internacionalizadas a partir de una muestra de empresas seleccionadas que realizan inversión directa en el extranjero (IDE), siendo Latinoamérica uno de los principales destinos de esta inversión. El itinerario lógico seguido es el de centrarnos en el formato de la información no financiera para seguidamente abordar los motivos para la elaboración y publicación de información no financiera y sus efectos, distinguiendo entre empresas cotizadas y empresas con inversión exterior pero no cotizadas. Seguidamente obtendremos las conclusiones de estos estudios, para finalizar con la bibliografía utilizada en este trabajo.

2. Antecedentes

El fenómeno globalizador, el mayor acceso a los mercados de capitales, y por lo tanto la mayor internacionalización de las empresas (Laudal, 2011) ha sido el detonante de la mayor preponderancia del modelo informativo de los *stakeholders*, frente a los *shareholders*. Es decir, el que trata de satisfacer las necesidades informativas de los grupos de interés, frente a la mera rendición de cuentas del gestor al propietario, que promulgaba la Teoría de la Agencia (Ortiz y Crowther, 2005) (Crowther y Ortiz, 2006).

También se han ido imponiendo a nivel general determinadas prácticas en cuanto a la revelación de información de responsabilidad social y sostenibilidad, de las que podemos destacar: la adhesión de las empresas internacionalizadas a iniciativas promulgadas por organismos internacionales; la utilización de estándares internacionales de referencia para elaborar esta información no financiera, o la utilización de la verificación externa para reforzar el convencimiento de que efectivamente se cumplen con determinados estándares internacionales en este sentido.

Así, sobre la adopción de estándares de referencia internacional, el marco más extendido es el elaborado por Global Reporting Initiative (GRI), iniciativa que ha pasado a llenar un hueco existente en el ámbito de las normas de revelación de información (White, 2006) con el objeto de conseguir mayor homogeneidad (De la Cuesta y Valor, 2013). El 82% de las 250 mayores compañías del mundo ya usaba GRI en 2013 (KPMG 2013).

Existen ya múltiples estudios que analizan la información elaborada según GRI, como estándares homogéneos internacionales con los que poder comparar información no financiera: usando la información para elaborar a su vez un índice de revelación de información (Ortas, Gallego-Alvárez y Álvarez, 2014; Nurhayati et al., 2016); como normativa de referencia para comparar lo que se publica con respecto a otras normativas internacionales (Chauvey et al., 2014); como normas de referencia a partir de las que se ha elaborado información de sostenibilidad por parte de universidades (Alonso-Almeida et al., 2014); como información comparable emitida por empresas Suecas, Chinas e Indias con el objeto de tratar de ver si existe relación entre ésta y otras variables empresariales (Chen et al., 2014);

como normativa de referencia para publicación de información medioambiental en el sector eléctrico brasileño (Braga, Da Silva y Dos Santos, 2014) o para comprobar si efectivamente incrementa o no la transparencia (Kühn, Stiglbauer y Heel, 2014); o tratando de comprobar estadísticamente si existe una relación positiva entre el hecho de utilizar GRI para elaborar la información no financiera, y un mayor valor de mercado de la empresa, lo que comprueban Kaspereit y Lopatta (2016) para algunos casos.

Otra normativa de referencia básica a la hora de adoptar principios internacionales sobre responsabilidad social son los principios de Global Compact de las Naciones Unidas (Coulmont y Berthelot, 2015), aunque no entran en el nivel de detalle ni de desglose que requiere la adopción de GRI. Estos diez principios son el marco de referencia sobre esta materia más adoptado mundialmente de forma voluntaria. Sirviendo como punto de partida en la búsqueda del consenso internacional sobre valores compartidos y normas morales, pero no como normas que garanticen nada (Williams, 2014), pues no imponen obligaciones a aquellos que los adoptan, y por lo tanto luego no se puede verificar nada al respecto (Berliner y Prakash, 2014). Aunque ha habido pocos antecedentes en la literatura sobre la adopción de estos principios, si que ya existen estudios que analizan distintos aspectos de la adopción de Global Compact por parte de las empresas. Para el caso de las empresas españolas se demuestra que mientras que las que adoptaron estos principios de forma más temprana lo hacían para mejorar su imagen, las últimas en hacerlo se basan en puras motivaciones de beneficio económico (Arevalo et al., 2013). En cambio en un análisis más amplio teniendo en cuenta a 145 países, es el contar con un régimen democrático y el participar a su vez en Global Compact, lo que determina la adhesión a sus principios, y no otras variables como los intereses medioambientales (Bernhagen, Mitchell y Thissen-Smits, 2013). Y con independencia de que existen distintas iniciativas privadas para intentar normalizar esta revelación de información y crear una “infraestructura” en la que Global Compact tiene algo que decir (Rasche y Waddock, 2014) (Voegtlin y Pless, 2014), la tendencia es a la convergencia entre las principales normas, por lo menos entre Global Compact, GRI, y la ISO 26000 (Albareda, 2013). Ya que todas ellas no son mutuamente excluyentes, sino complementarias y perfectamente compatibles entre sí.

En lo que se refiere a la forma de publicar la información sobre responsabilidad social corporativa, se ha evolucionado desde la tendencia a publicar de forma separada la información financiera y la no financiera, hasta el “reporte integrado” (Chen et al., 2014). Las propias empresas optan por incluir su información social en el mismo informe que la información financiera y argumentan que el lógico desarrollo futuro de la publicación de información pasa por incorporarla toda, sea del tipo que sea, en un único informe. Se trata de tener una visión global de la empresa analizando un solo tipo de informe, y no compartimentando la información, lo que además puede llevar a establecer “categorías” entre una y otra información. Además en este sentido ya existe literatura previa sobre la materia, que comprueba que la innovación en publicación de información lleva hacia la integración de la misma (Lodhia, 2014). Dado que ya se puede disponer de series de información integrada incluso ya existen estudios que tratan de determinar qué variables explican la tendencia a utilizar este formato como es el caso de Frías-Aceituno, Rodríguez-Ariza y García-Sánchez (2014) y Vaz, Fernández-Feijoo y Ruiz (2016). La única puntualización al respecto es que una cosa es incluir la información social en el informe anual, y otra que implica un paso más allá, es elaborar información integrada según las directrices emanadas del International Integrated Reporting Council (IIRC).

En cuanto al formato de la información no financiera y las prácticas utilizadas en su elaboración, al no existir requerimientos homogéneos, lo que prevalece es la heterogeneidad. Prevalece la tendencia a asumir determinadas prácticas de forma voluntaria por parte de las empresas, principalmente internacionalizadas, ya que son éstas últimas las que se enfrentan a análisis y comparaciones globales y a distintos requisitos informativos en los mercados de capitales en los que intervienen.

Y sobre los motivos para publicar esta información, los antecedentes sobre la materia subrayan los motivos puramente económicos. Como que la publicación de este tipo de información contribuye a la reducción del coste de capital de estas empresas (Leuz y Verrecchia, 2000), tal y como concluye Botosan (2006, p. 39): “la suma de la evidencia total acumulada a partir de muchos estudios con distintas medidas, muestras y diseños de la investigación, conduce a apoyar la hipótesis de que la mayor revelación de información reduce el coste de capital”, comprobándose que la transparencia informativa frente al ocultismo reduce la prima por incertidumbre, y por lo tanto el coste del capital (Botosan, 1997) (Sengupta, 1998) (Healy, Hutton, y Palepu, 1999). También se puede expresar desde el punto de vista contrario, que en lugar de reducir costes, de ello se obtienen beneficios directos económicos (la “win-win proposition” (Levy, Szejnwald y De Jong, 2010, p. 90)).

Al final se trata de que la función coste-beneficio, coste de elaborar y publicar esta información y beneficio obtenido de ello, sea positiva. Teniendo en cuenta que la elaboración de esta información añadida supone un coste adicional para las empresas, y sobre todo, cuando a ello se unen costes de verificación externa, ya que las empresas internacionalizadas recurren a contratar estos servicios pues se supone que dan más credibilidad sobre la información emitida a todos los grupos de interés (Moroney, Windsor y Ting Aw, 2011).

La dificultad existente para percibir y medir los beneficios obtenidos de la elaboración y publicación de este tipo de información lleva a que también se confundan los motivos para ello y los objetivos a conseguir. Hay quién defiende que la relación es al contrario: que son las compañías más saneadas financieramente las que más información emiten, pues cumplen con todos los requisitos para informar sin problema y no al revés (Brammer y Pavelin, 2006).

Aunque también los beneficios de la emisión de información no financiera pueden medirse por defecto, es decir, que el no emitirla puede suponer costes para la empresa, pues según la relación coste-beneficio de la emisión de información no financiera (Admati y Pfleiderer, 2000) en la mayoría de los casos el mercado penaliza el silencio o la no emisión de información. La Teoría de las señales también subraya que “no news will be generally perceived as bad news” (Lev, 1992, p. 21), por lo que esta penalización del mercado se dará en mayor medida para empresas internacionalizadas porque el mercado en el que operan es mucho mayor. O se pueden atribuir a la publicación de esta información otros beneficios, no con tanta repercusión económica directa, como la valoración positiva de los inversores: Berthelot, Coulmont y Serret (2012) lo comprueban para una muestra de empresas canadienses cotizadas; Shadewitz y Niskala (2010) en información elaborada de acuerdo con Global Reporting Initiative (GRI) en el caso de Finlandia; Grüning (2011) encuentra que las empresas alemanas cotizadas mejoran la liquidez del mercado cuando emiten información adicional; Healy et al. (1999) demuestran que existe relación positiva entre la política informativa y el valor de mercado a través de la valoración de los inversores.

Y finalmente, como beneficio de la revelación de esta información también se puede esgrimir la teoría de la legitimidad, como táctica que permite a las empresas controlar la presión pública. Utilizando los informes como una herramienta de comunicación que mejore la imagen de la empresa y mejore su credibilidad en el mercado. Es el temor a malas reacciones de los grupos de interés lo que lleva a las empresas a emitir información no financiera (Brammer y Pavelin, 2006). Aunque incluso puede ser al contrario, que la mayor revelación de información incremente el escepticismo social y las demandas públicas de información (O'Dwyer, 2002). Cuando se trata de una cuestión de imagen no se debe olvidar que siempre se puede informar de algo que no describe fielmente la realidad (Dobbers y Springett,

2010). Teniendo también en cuenta que la comunicación no es publicitar, sino incorporar desde la alta dirección o el consejo de administración la Responsabilidad Social Empresarial (RSE) a la misión y visión de la organización (Rodríguez-Ariza, Frías-Aceituno y García Rubio, 2014). E incluso ya existen estudios, como el de Vigneau, Humphreys y Moon (2015), que comprueban que la adopción de GRI tiene consecuencias claras sobre la gestión de RSC en la empresa, afectando y modificando la misma. El trabajo de Chiu y Wang (2014) utiliza la encuesta como metodología para comprobar que la calidad de la revelación de información social viene determinada por variables como el tamaño, o los recursos financieros con los que cuenta la empresa que en nuestro caso se referirán a empresas que han obtenido financiación para poder abordar su internacionalización.

Y en este sentido, también existen trabajos previos (Hassan y Halbouni, 2013; Uyar, Kilic, y Bayyurt, 2013), que encuentran una relación significativa entre la revelación de información voluntaria y las variables financieras de la empresa, cuando se trata de empresas internacionalizadas, que en estos trabajos se centran en empresas cotizadas.

3. Metodología

En este entorno nos planteamos realizar dos análisis distintos en función de la metodología empleada, pero a su vez complementarios en cuanto al análisis global de la revelación de información no financiera por parte de empresas internacionalizadas y sus motivaciones para ello. En primer lugar estudiar el formato de la información no financiera publicada por las empresas internacionalizadas que cotizan en el principal índice bursátil español (IBEX-35). Y en segundo lugar los motivos para publicar esta información por parte de empresas internacionalizadas a partir de una muestra de empresas seleccionadas que realizan inversión directa en el extranjero (IDE), siendo Latinoamérica uno de sus principales destinos de esta inversión.

Con el objeto de poder contar con un marco descriptivo sobre el formato de la información no financiera que se publica, analizaremos la incluida en las WEB de las empresas del índice bursátil más importante de las grandes empresas cotizadas en España denominado IBEX 35 (empresas cotizadas en el IBEX-35 en el año 2010). Recopilamos así todos los informes de información no financiera hasta el 2013, ya que éste será el año en el que se recopila la información con la que vamos a completar este estudio realizando la segunda parte del análisis. De manera que contamos, para esta primera parte del trabajo, con los informes de los años 2010, 2011, 2012 y 2013 publicados en sus portales WEB. En teoría, en 2014 deberían estar disponibles todos los informes anuales de 2013, porque a la par las empresas publican su información no financiera, pero en la práctica suelen darse retrasos en el depósito de esta información, e incluso aún más en la no financiera. Buena prueba de ello es que aunque este trabajo se realizó durante 2015 y parte de 2016, aún a estas fechas había empresas que no tenían esta información disponible. En total 33 de las 35 empresas tienen esta información en su web, con lo que se trataría de un conjunto de 132 informes para los cuatro años.

El análisis descriptivo del formato de la información no financiera publicada por las empresas de cierta dimensión requería ser completado con un análisis adicional sobre cómo se valora y prepara esta información desde dentro de la empresa. Se trataría de abarcar un doble punto de vista: el análisis

externo de la información publicada, y el análisis desde el punto de vista interno por parte de la propia empresa que publica esta información. De ahí que en esta segunda parte del trabajo nos planteemos realizar una encuesta de opinión, siendo la población elegida para desarrollar el estudio empírico las empresas que a fecha 30 de abril de 2013 tenían, al menos, un proyecto vivo de inversión directa exterior (IDE) con la Compañía Española de Financiación del Desarrollo, COFIDES, S.A. (COFIDES, S.A. es una sociedad mercantil estatal creada en 1988 cuyo objeto es facilitar financiación, a medio y largo plazo, a proyectos privados viables de inversión en el exterior en los que exista interés español, para contribuir, con criterios de rentabilidad, tanto al desarrollo de los países receptores de las inversiones como a la internacionalización de la economía y de las empresas españolas).

La población final está compuesta por 101 empresas, donde el principal país receptor de la IDE, con un porcentaje cercano al 20% del total de la muestra, es Latinoamérica. Siendo la muestra obtenida de 35 empresas que han realizado IDE. Representa un porcentaje de respuesta del 34,65% del total de la población. Pese a que la muestra con la que se trabaja es reducida, es de resaltar el valor de la misma en la medida que nos da información a nivel empresarial de las empresas encuestadas. A diferencia de la mayoría de los datos en estudios sobre IDE o internacionalización de la empresa, que, además de tratar mayoritariamente sólo sobre exportación, trabajan con datos secundarios de estadísticas oficiales a nivel macroeconómico complementados con ejemplos o casos particulares de empresas, por lo general, de gran tamaño, sin entrar en el nivel interno de las empresas, con la consiguiente pérdida de información para el estudio de las mismas.

La información se ha obtenido mediante encuesta enviada por e-mail y reforzada por la vía telefónica, dirigida al máximo responsable de cada una de las empresas encuestadas por personal de COFIDES, S.A., entre el 12 de mayo y el 21 de junio de 2013. Las empresas encuestadas han respondido un cuestionario estructurado más amplio. Cuyo diseño se realizó a partir de la revisión de la literatura teórica y empírica sobre la realización de IDE, así como del conocimiento previo de la realidad de las empresas multinacionales de las personas del equipo de investigación y del personal técnico de COFIDES, S.A., tratando de incorporar las variables más relevantes para alcanzar los objetivos planteados. En este sentido, con independencia de que se trata de un cuestionario más amplio, con un primer apartado de datos generales para conocer tamaño, antigüedad, si es una empresa familiar, la formación del máximo responsable, tipo de IDE, régimen de propiedad de la IDE, entre otras, en nuestro caso nos encargamos de la inclusión de un apartado en el cuestionario sobre revelación de información no financiera por parte de estas empresas. Se realizó un pre-test, así como un test de control en el proceso de elaboración de la encuesta, con el fin de garantizar la máxima fiabilidad y calidad de los datos recogidos.

4. Resultados

4.1 Formato de la información no financiera publicada por las empresas del índice bursátil IBEX-35

Del primer análisis del formato de la información no financiera publicada por las empresas del IBEX-35 obtenemos que, no existe uniformidad en lo que se refiere al tipo de informe publicado en el que la empresa incluye su información de responsabilidad social y/o de sostenibilidad (**Tabla 1**). Aunque

la mayoría de las empresas elabora un informe separado con este tipo de información, no existe homogeneidad en el tipo de informe. En principio sólo una minoría opta por incluir la información no financiera como una parte del Informe Anual (con independencia de que sea según lo establecido por el IIRC o no), pasando a ser en el último año analizado, 2013, ya una cantidad más considerable de empresas sobre el total. En este sentido, indicar que los datos de la última encuesta de KPMG (2013) mostraban que la mitad de las compañías que elaboran información no financiera en todo el mundo ya la incluyen en su Informe Anual. Práctica que se ha incrementado considerablemente en los últimos años: en 2008 eran sólo el 9% y en 2011 ya el 20%.

Si existe heterogeneidad en el formato de la información no financiera parece que en cuanto al contenido sí que las empresas cotizadas de la muestra tienden a adoptar prácticas globales. La necesidad de contar con un único cuerpo normativo de referencia internacional para la información no financiera, por parte de al menos las empresas con más vocación internacional, ha conllevado que diversos organismos e instituciones hayan tomado la iniciativa en este sentido. Así, desde 1999 GRI ha emitido un marco conceptual para la elaboración de la información no financiera que se ha aceptado y aplicado de forma generalizada por las empresas de todo el mundo, convirtiéndose en la normativa no financiera internacional “de facto”. De las empresas analizadas en este caso, casi la totalidad de las mismas durante los cuatro años analizados utiliza GRI como normas de referencia para elaborar su información no financiera (tan sólo dos empresas el primer año, y una durante los restantes tres años consecutivos no utilizan GRI para su información no financiera publicada, **Tabla 2**). Además, lo más normal es que una vez que la empresa comienza a utilizar GRI lo mantiene en el tiempo mejorando la calificación de la información no financiera publicada (**Tabla 2**). Incluso una de las empresas que no utilizan GRI explícita en su informe de sostenibilidad que “están mejorando la revelación de información no financiera de cara a adoptar la guía GRI dentro de dos años”.

Tabla 1 – Tipo de informe

(Número de empresas)	2010	2011	2012	2013
<i>RESPONSABILIDAD (Informe de Responsabilidad Corporativa, Informe de Responsabilidad Social Corporativa...)</i>	16	17	15	11
<i>SOSTENIBILIDAD (Informe de Sostenibilidad, Informe de Desarrollo Sostenible...)</i>	8	9	11	10
<i>RESPONSABILIDAD Y SOSTENIBILIDAD (Informe Anual de Responsabilidad y Sostenibilidad)</i>	1	0	0	0
<i>Parte del Informe Anual</i>	8	7	7	12
TOTAL INFORMES	33	33	33	33

Fuente: Elaboración propia

Tabla 2 – GRI como normativa no financiera de referencia

		(Número de empresas)	2010	2011	2012	2013
Información no financiera basada en GRI	Nivel de aplicación de GRI	A+	29	30	30	30
		A	1	0	1	1
		B	0	1	0	0
	Nivel de aplicación GRI no especificado		1	1	1	1
<i>Informes no elaborados según GRI</i>			2	1	1	1
TOTAL INFORMES			33	33	33	33

Fuente: Elaboración propia

La propia empresa que adopta las normas GRI puede optar por uno de los niveles de aplicación (A, B, o C), en los que el máximo nivel de revelación de información no financiera estaría representado por una "A" (en el caso de la versión G4 de GRI esta máxima calificación se sustituye con una "conformidad exhaustiva"). La misma empresa se puede autocalificar, o puede optar por una verificación por parte de terceros, que implica añadir un "plus" a la calificación (A+, B+, o C+). Así, las empresas con clara vocación internacional y presencia en distintos mercados de capitales tienden a satisfacer la totalidad de los requerimientos GRI de información no financiera sumando la verificación externa para obtener una calificación de A+ (Kaspereit y Lopatta, 2011) (tal y como podemos comprobar en nuestro caso en la **Tabla 2**).

La verificación externa se supone que aumenta la calidad de la información no financiera e incrementa la credibilidad de la misma ante los grupos de interés. "La verificación independiente mejora la calidad de la revelación de información como la auditoría independiente mejora la calidad de la información financiera" (Moroney et al., 2011, p. 2). Sin la verificación externa parece que las empresas no están otorgando la misma importancia a la publicación de información no financiera que a la financiera, lo que al final tendrá repercusión en el negocio (KPMG, 2011, p. 28). Según KPMG (2013) el 59% de las 250 mayores empresas del mundo en 2013 utilizaban la verificación externa en su información no financiera, e incluso ya hay países, como Francia o Sudáfrica, que la exigen de forma obligatoria. Aunque también existen opiniones enfrentadas sobre esta práctica cada vez más extendida, como puede ser la de Levy et al. (2010, p. 97) cuando dicen que "los esfuerzos por estandarizar la elaboración de esta información han conllevado la aparición de una gran industria de servicios aparejada a ella acerca de la preparación de los informes, su verificación... con independencia de que la lectura y uso de estos informes por parte de los organismos sin ánimo de lucro, las asociaciones de la sociedad civil o los analistas financieros es muy modesta".

Esta verificación externa la realizan normalmente las grandes compañías especializadas en auditoría de cuentas financiera, tal y como se incluye en la **Tabla 3**, pudiendo además la empresa someterse a una verificación por parte de la propia organización GRI, que certificará que ha alcanzado el nivel de revelación que merece la calificación otorgada a la información no financiera publicada. En nuestro caso (**Tabla 3**) la mayoría de las empresas optan por recurrir, claramente, a la verificación externa, y de ellas un número más reducido se someten a la comprobación por parte de GRI. Además también la

gran mayoría de las empresas utiliza los servicios de una de las “grandes” consultoras internacionales que aglutinan la mayoría del mercado de la auditoría, y normalmente se mantiene la misma empresa a lo largo del tiempo (KPMG, 2011).

Tabla 3 – Verificación de cumplimiento de GRI

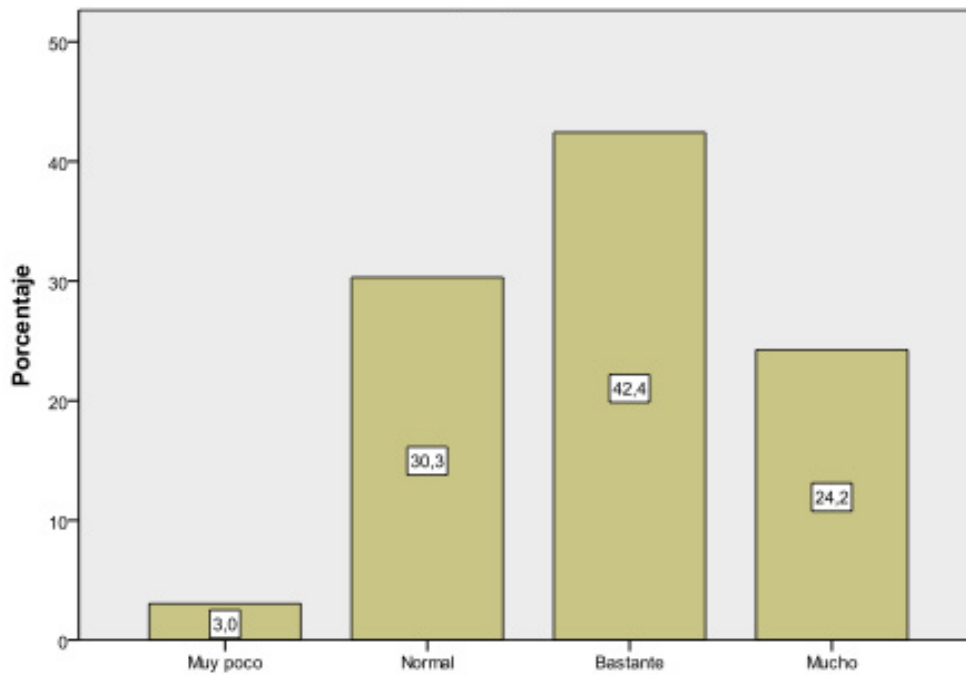
<i>(Número de empresas)</i>		<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>
<i>Verificación externa</i>	<i>PWC</i>	6	7	5	5
	<i>KPMG</i>	8	7	8	8
	<i>Deloitte</i>	5	6	7	9
	<i>Ernst and Young</i>	3	3	3	3
	<i>Bureau Veritas Certification</i>	1	1	1	0
	<i>AENOR</i>	4	4	3	3
	<i>SGS ICS Iberica SA</i>	2	2	2	2
<i>Total de empresas con verificación externa</i>		29	30	29	30
<i>Verificación por parte de GRI</i>		23	19	22	18
<i>Total empresas que han seguido GRI</i>		31	32	32	32

Fuente: Elaboración propia

4.2 Motivos para publicar información no financiera por parte de empresas internacionalizadas no cotizadas y diferencias en el formato condicionadas por el grado de internacionalización

En lo que se refiere a los resultados obtenidos del cuestionario sobre responsabilidad social corporativa, la primera pregunta de este bloque del cuestionario pide una valoración de la responsabilidad social corporativa por parte de la empresa graduada en escala de Likert (muy poco, poco, normal, bastante, y mucho). Obteniendo como resultado (**Tabla 4**) que la mayoría de las empresas internacionalizadas no cotizadas encuestadas valoran bastante o mucho (los dos niveles superiores de la escala) la Responsabilidad Social Corporativa (RSC) en la empresa.

Tabla 4 – Valoración en la empresa de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC)



Fuente: Elaboración propia

Seguidamente se plantea si el desarrollo de la RSC en la empresa a su vez es positivo para su IDE (Tabla 5). En esta pregunta las posibilidades de respuesta planteadas eran tres: sí es positivo, no es positivo, y neutro. Ninguna de las empresas encuestadas ha considerado que no sea positiva la RSC para la IDE, en cambio una gran mayoría (casi el 70%) ha considerado que sí lo es.

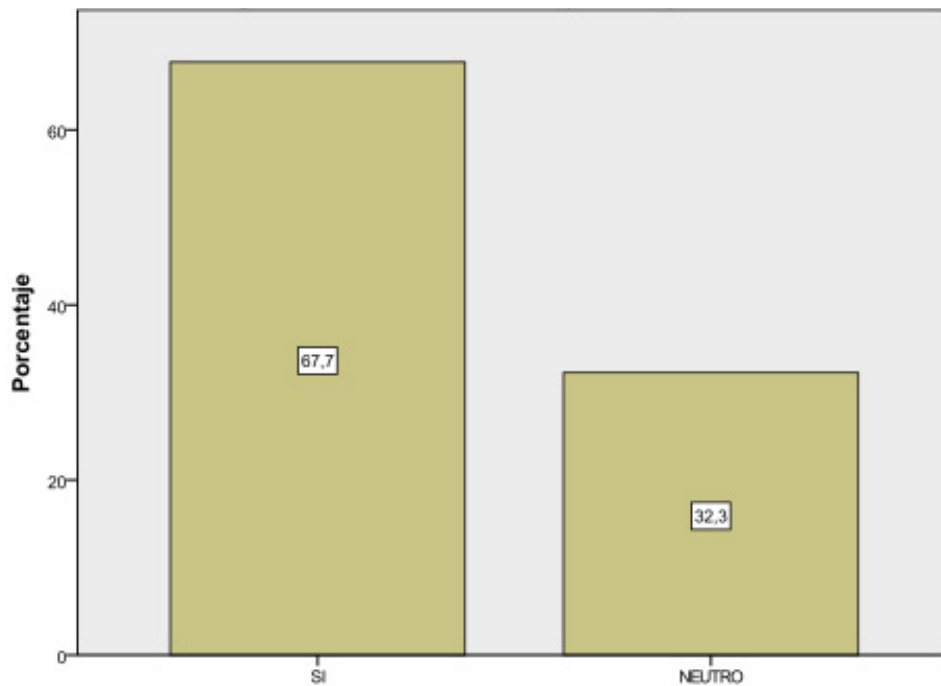
Cuando se les pide a las empresas encuestadas que esgriman las razones de su respuesta contestan motivos como:

- "La RSC ayuda a ser mejor valorado en el país de destino"
- "En entornos USA y UK la RSC es un valor que se practica tanto con los empleados como con los clientes y comunidad"
- "La política de RSC forma parte de una compañía y debe extenderse a todas las empresas del grupo. Es como el ADN"
- "La RSC en sus tres dimensiones: social, medioambiental y económica, permite a la empresa generar ventajas competitivas y crear valor a través de la construcción de relaciones de confianza con sus grupos de interés y la detección de oportunidades en su entorno"

También se resalta en algunos casos que la empresa valora mucho la RSC en sus distintos aspectos y por ello también certifica a través de las ISO correspondientes su gestión ambiental, o su gestión y salud en el trabajo.

Sólo en dos casos de respuestas detalladas la empresa manifiesta que no tiene nada que ver su forma de valorar y aplicar la RSC con la IDE.

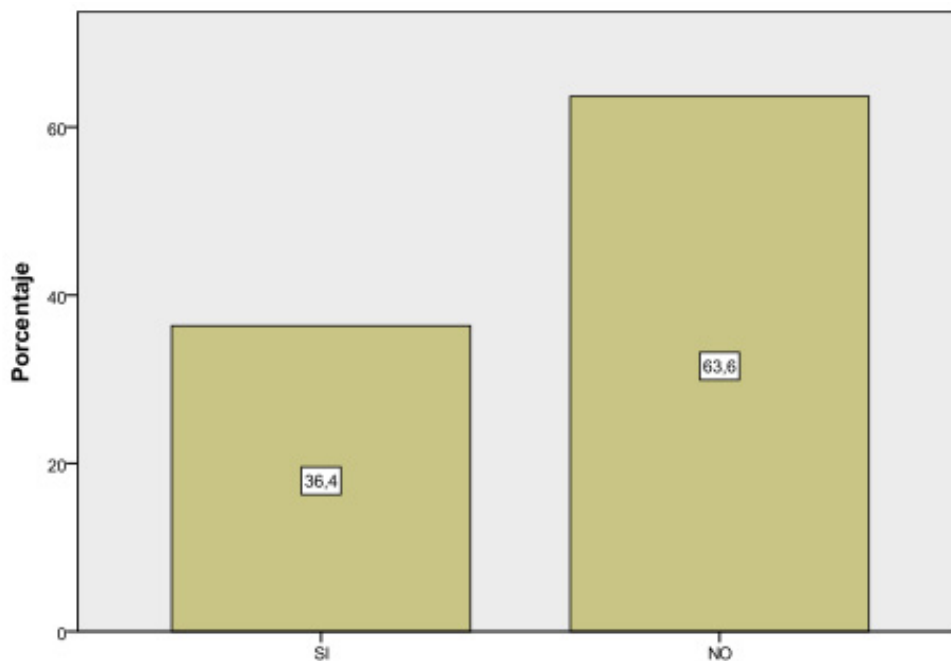
Tabla 5 – ¿El desarrollo de la RSC es positivo para la IDE?



Fuente: Elaboración propia

La siguiente pregunta del bloque se centra en la publicación de información de RSC, una vez se ha valorado la importancia de la RSC se trata de ver si esta buena valoración se concreta en revelación de información. En este sentido se aprecia (**Tabla 6**) que aunque indiscutiblemente la valoración de la RSC era buena, no se llega a concretar en publicación de información acerca de RSC. Sólo algo más de un tercio de las empresas encuestadas dicen publicar información de RSC. Estas empresas al estar internacionalizadas tienen cierta dimensión, lo que no quiere decir que hayan tenido que recurrir a mercados de capitales para financiarse. Por ello pueden no estar sujetas a requerimientos de publicación de información no financiera impuestos por los organismos supervisores de los mercados de capitales. Incluso cuando se trata de empresas cotizadas, su revelación de información no financiera se ve afectada por condicionantes como puede ser la crisis financiera global que hemos vivido, como comprueba Lima Rodrigues (2016) para las 36 mayores empresas cotizadas portuguesas, que dejan de publicar este tipo de información.

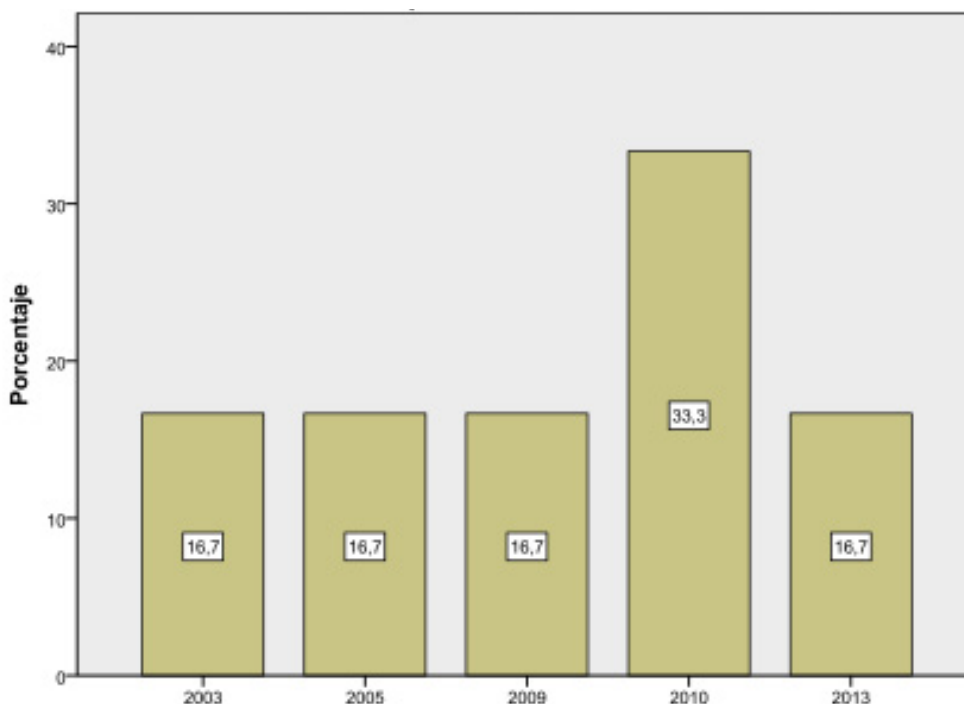
Tabla 6 – Publicación de información de RSC por parte de las empresas



Fuente: Elaboración propia

Una vez que las empresas han puesto de manifiesto si publican o no información de RSC la siguiente pregunta se refiere al primer año de publicación de esta información, siempre y cuando hubieran contestado afirmativamente a la pregunta sobre su publicación. Una vez que la empresa comienza a publicar información no financiera ya continúa con la publicación en el tiempo mejorándola y adaptándola a los avances en este sentido. En la **Tabla 7** se recogen los años de comienzo de la publicación de información de RSC. Se puede apreciar que las empresas que publican de forma más temprana información no financiera comienzan en 2003, y que el año en el que mayor número de empresas comienzan con esta publicación es 2010, continuando con este proceso en el tiempo. Ya que como hemos visto en la **Tabla 6** aún hay muchas empresas internacionalizadas no cotizadas que no han dado el paso de publicar información no financiera.

Tabla 7 – Primer año de publicación de información de RSC

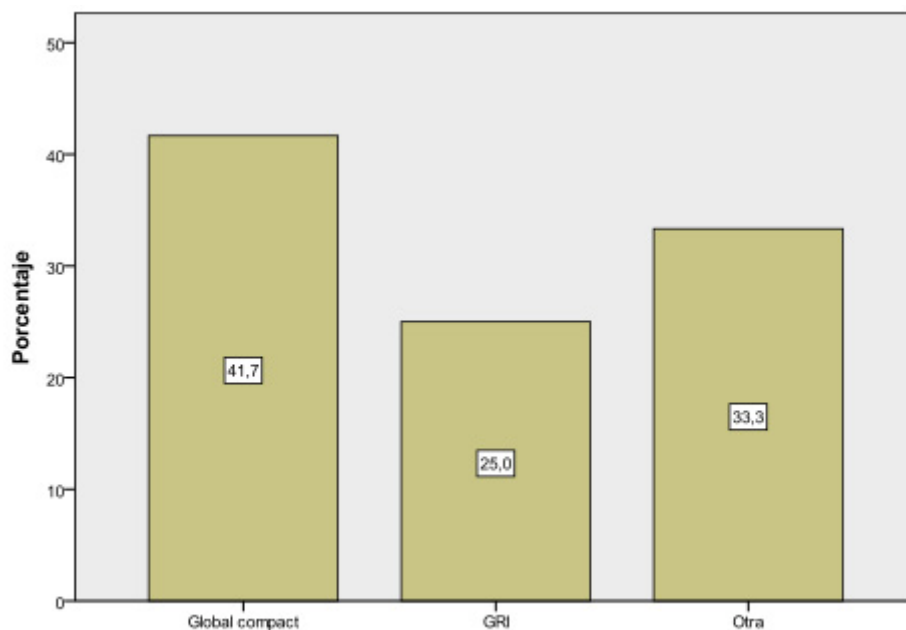


Fuente: Elaboración propia

El paso lógico a seguir en el bloque del cuestionario sobre revelación de información no financiera, era saber si a la hora de publicarla la empresa sigue algún tipo de recomendación o norma de referencia, siempre y cuando se hubiera contestado afirmativamente a la pregunta sobre publicación de este tipo de información (Tabla 8).

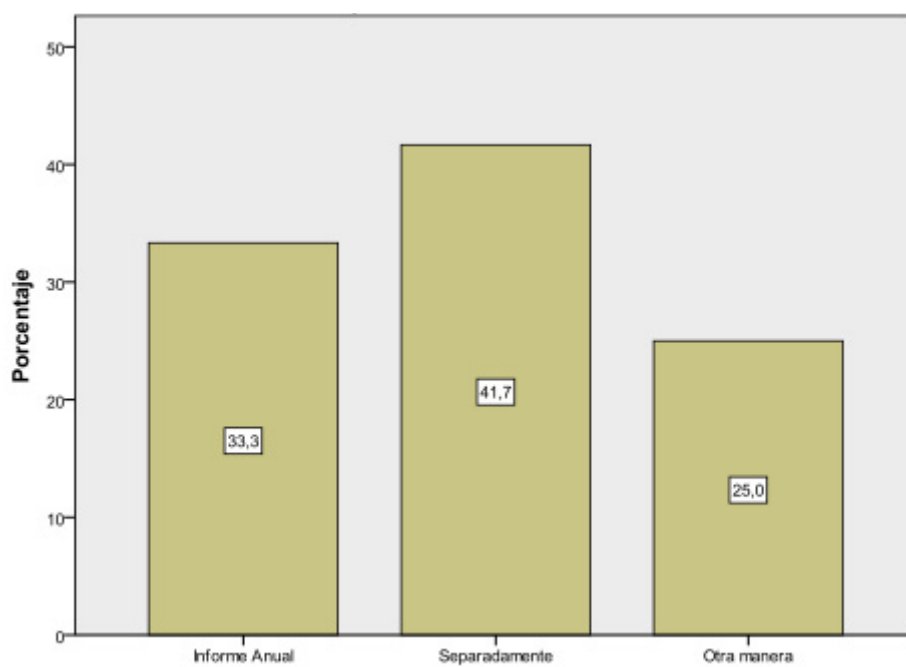
Así, más de dos tercios de las empresas encuestadas que publican información de RSC utilizan los principios del Pacto Mundial de las Naciones Unidas (Global Compact) y/o las normas emitidas por Global Reporting Initiative (GRI), ya que ambas referencias no son mutuamente excluyentes, sino todo lo contrario, complementarias y se han constituido como la referencia mundial en cuanto a la elaboración de información no financiera en empresas con cierta dimensión. Con respecto a la publicación de esta información no financiera la última pregunta de este bloque del cuestionario incide en cómo se ha publicado, si dentro del Informe Anual, si de forma separada, o de otra manera. Se pone de manifiesto según las respuestas obtenidas (Tabla 9) que principalmente las empresas que revelan información sobre RSC optan por publicarla de forma separada a su información financiera.

Tabla 8 – Normas de referencia seguidas para elaborar y publicar la información sobre RSC



Fuente: Elaboración propia

Tabla 9 – Modalidad de publicación de información no financiera



Fuente: Elaboración propia

Por último restaría saber el motivo por el que la empresa encuestada no ha publicado información sobre RSC, y a este respecto se dan tres opciones de respuesta además de una respuesta abierta (Tabla 10):

1. No es una información que haya que presentar de forma obligatoria
2. Pese a no ser obligatoria, el coste que supone preparar esta información supera a los supuestos beneficios que se obtendrían con su publicación
3. En la empresa aún no existe una cultura de RSC por lo que no hay esfuerzo para su publicación

Las empresas encuestadas deben valorar en escala de Likert las tres opciones de respuesta incluidas o incluir otro motivo. Del análisis de las medias de las valoraciones otorgadas (incluidas en la Tabla 10) se desprende que el motivo fundamental por el que estas empresas no publican información no financiera es porque no se les ha exigido. Al tratarse fundamentalmente de revelación de información voluntaria, las empresas no asumen los costes que ello conlleva y no le ven mayor utilidad, pese a que en su mayoría sí que valoran la importancia de la RSC. Una cosa es la valoración otorgada a la RSC y otra el hecho de reflejarlo en la elaboración y publicación de información específica.

Dado que el cuestionario iba dirigido a empresas que realizan inversión exterior, y por tanto internacionalizadas, hemos realizado también el cruce de la variable recopilada en el cuestionario “% de ventas en mercados internacionales” con el resto de variables comentadas. A su vez el porcentaje de ventas en mercados internacionales, que en nuestro caso la podríamos denominar como “grado de internacionalización” la hemos recodificado, para obtener dos grupos de empresas, aquellas cuyo porcentaje de ventas en mercados internacionales está por debajo de la media, y aquellas otras que se sitúan por encima de la media. A partir de estos cruces de variables hemos obtenido las tablas de contingencia en porcentajes calculando además el estadístico chi cuadrado para cada tabla de cruce de dos variables. El único valor del estadístico chi cuadrado que hemos obtenido como significativo (al 95%) ha sido el calculado a partir de la relación entre el tipo de informe en el que la empresa publica su información no financiera y su grado de internacionalización. En este caso nos aseguramos de que la relación obtenida entre ambas variables es significativa, que las dos variables que se cruzan están relacionadas y son significativamente dependientes, y por ello este resultado se podría extrapolar.

Tabla 10 – Motivos por los que la empresa no publica información sobre RSC

<i>Media de la valoración</i>	<i>1. Poco importante</i>	<i>2</i>	<i>3</i>	<i>4</i>	<i>5. Muy importante</i>
<i>No es una información que haya que presentar de forma obligatoria</i>	3,33				
<i>Pese a no ser obligatoria, el coste que supone preparar esta información supera a los supuestos beneficios que se obtendrían con su publicación</i>	2,86				
<i>En la empresa aún no existe una cultura de RSC por lo que no hay esfuerzo para su publicación</i>	2,33				

Fuente: Elaboración propia

Tabla 11 – Tabla de contingencia entre grado de internacionalización y modalidad de publicación de la información no financiera

		Modalidad de publicación de la información no financiera			TOTAL
		Informe Anual	Separadamente	Otra manera	
Grado de internacionalización	Por debajo de la media	0%	80%	20%	100%
	Por encima de la media	57,1%	14,3%	28,6%	100%
TOTAL		33,3%	41,7%	25%	100%
Chi-cuadrado de Pearson		0,05*			

*Significativa al 95%

Fuente: Elaboración propia

Así, del análisis de esta tabla de contingencia (**Tabla 11**) se desprende que las empresas cuyo porcentaje de ventas en el exterior está por encima de la media (con mayor grado de internacionalización según la denominación de esta variable recodificada) tienden en su mayoría a incluir la información no financiera junto con la financiera. Tendencia que hemos expuesto en el análisis realizado anteriormente, por la que se avanza hacia esta práctica (un 57,1% de estas empresas), mientras que las empresas que separan la información financiera y la no financiera para publicar son mayoritariamente (en un 80%) las que tienen un menor grado de internacionalización. Al ser éstas últimas tan numerosas hacen que en el análisis de los resultados globales se obtenga que las empresas encuestadas tienden a publicar información separada (tal y como se recogía en la **Tabla 9**).

5. Conclusiones

La doble perspectiva abordada en este trabajo nos permite, en primer lugar, resaltar que no se pueden extender las conclusiones obtenidas con respecto a revelación de información no financiera en empresas cotizadas, a empresas internacionalizadas no cotizadas. Por lo tanto, y desde el campo de análisis que abordamos en este trabajo, al hablar de internacionalización, no es asimilable referirse a empresas cotizadas, y empresas no cotizadas que asumen proyectos de inversión en el exterior. En este sentido parece que de este estudio se desprende que las empresas cotizadas, en nuestro caso en el IBEX 35, al estar inmersas en las prácticas imperantes en mercados de capitales, sí que tienden a adoptar soluciones homogéneas en algunas cuestiones de formato de revelación de información no financiera. Concretamente, dentro de la heterogeneidad que predomina, consecuencia lógica ante la ausencia coercitiva, la utilización de idénticas normas de referencia y la utilización de la verificación externa independiente se pueden considerar ya prácticas extendidas en empresas cotizadas. Esta

conclusión es corroborada por los resultados obtenidos en trabajos previos en otros contextos, pero con idéntico marco de referencia referido al fenómeno de la globalización, como son los de Shi et al. (2012); Depoers (2000); Ortas et al. (2014) y Chauvey (2014), entre otros.

A su vez, en cuanto a las empresas no cotizadas e internacionalizadas porque realizan proyectos de inversión en el exterior, sí que valoran la responsabilidad social y además consideran que es importante para su IDE, según los resultados obtenidos de nuestra encuesta, pero estas valoraciones no se reflejan en información no financiera hecha pública, con lo que en esta línea aún tienen camino que recorrer. Parece que en lo que respecta a las empresas no cotizadas, la función coste-beneficio de elaboración y publicación de información no financiera aún no es del todo positiva o, al menos, aún pudiendo serlo no lo consideran así claramente. Tal y como se obtiene en los resultados de trabajos previos sobre motivaciones económicas en la publicación de la información no financiera que realizan, entre otros, Botosan (2006) y Leuz y Verrecchia (2000).

Además constatamos que, en la praxis empresarial, aún se está lejos de la implantación de un formato que una la información financiera y no financiera. Esta conclusión es refrendada por los aún bajos porcentajes de elaboración de informe único obtenidos en el estudio periódico realizado sobre la materia por KPMG (2013) (9% en 2008, 20% en 2011, 50% en 2014), poniendo de manifiesto la dificultad de llegar a un formato homogéneo, aunque también existen trabajos que afirman lo contrario (Chen et al., 2014).

Para la realización de futuros trabajos de investigación nos planteamos aumentar las bases de datos utilizadas en la metodología, con el objeto de contar con una serie temporal más amplia y poder analizar evoluciones temporales. También sería conveniente poder distinguir entre empresas cotizadas sólo en el mercado local, de aquellas que también cotizan en uno o varios mercados extranjeros, de manera que se pudiera concluir si a su vez también existen diferencias en el formato de revelación de su información no financiera.

Bibliografía

- Admati, A.R.; Pfleiderer, P. (2000), "Forcing firms to talk: Financial disclosure regulation and externalities", *The Review of Financial Studies*, Vol. 13, Num. 3, pp. 479-519.
- Albareda, L. (2013), "CSR governance innovation: Standard competition-collaboration dynamic", *Corporate Governance (Bingley)*, Vol. 13, Num. 5, pp. 551-568.
- Albers, C.; Güntber, T. (2011), "Disclose or not disclose: determinants of social reporting for Stoxx Europe 600 firms", *Z Plan Unternehmenssteuerung*, Vol. 21, pp. 323-347. doi: 10.1007/s00187-010-0113-4
- Alonso-Almeida, M. del M.; Marimon, F.; Casani, F.; Rodríguez-Pomeda, J. (2014), "Diffusion of sustainability reporting in universities: current situation and future perspectives", *Journal of cleaner production*. doi: [10.1016/j.jclepro.2014.02.008](https://doi.org/10.1016/j.jclepro.2014.02.008).
- Arevalo, J. A.; Aravind, D.; Ayuso, S.; Roca, M. (2013), "The Global Compact: An analysis of the motivations of adoption in the Spanish context", *Business Ethics*, Vol. 22, Num. 1, pp. 1-15.
- Atiase, R.K. (1987), "Market implications of predisclosure information: size and exchange effects", *Journal of Accounting Research*, Vol. 25, Num. 1, pp. 168-176.
- Berliner, D.; Prakash, A. (2014), "The United Nations Global Compact: An Institutional Perspective", *Journal of Business Ethics*, Num. 122, pp. 217-223. doi: 10.1007/s10551-014-2217-5
- Bernhagen, P.; Mitchell, N.J.; Thissen-Smits, M. (2013), "Corporate citizens and the UN Global Compact: Explaining cross-national variations in turnout", *Business and Politics*, Vol. 15, Num. 1, pp. 63-85.
- Berthelot, S.; Coulmont, M.; Serret, V. (2012), "Do investors value sustainability reports?", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. Doi: 10.1002/csr.285
- Botosan, C.A. (1997), "Disclosure level and the cost of equity capital", *The Accounting Review*, Vol. 72, Num. 3, pp. 323-349.
- Botosan, C.A. (2006), "Disclosure and the cost of capital: what so we know?", *Accounting and Business Research*, Vol. 36, Num. 1, pp. 31-40.
- Braga, C.; Pereira Da Silva, P.; Dos Santos, A. (2014), "Environmental Disclosure in the Brazilian electricity sector", *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, Vol. 8, Num. 1, pp. 37-52.
- Brammer, S.; Pavelin, S. (2006), "Voluntary Environmental Disclosures by large UK companies", *Journal of Business Finance and Accounting*, Vol. 33, Num. 7,8, pp. 1168-1188. doi: 10.1111/j.1468/5957.2006.00598.x
- Chauvey, J. N.; Giordano-Spring, S.; Cho, C.H.; Patten, D.M. (2014), "The normativity and legitimacy of CSR disclosure: Evidence from France", *Journal of Business Ethics*. doi: 10.1007/s10551-014-2114-y
- Chen, M.; Green, W.; Conradie, P.; Konishi, N.; Romi, A. (2014), "The international integrated reporting framework: Key issues and future research opportunities", *Journal of International Financial Management and Accounting*, Vol. 25, Num. 1, pp. 90-119.
- Chiu, T.K.; Wang, Y.H. (2014), "Determinants of social disclosure quality in Taiwan: An application of stakeholder theory", *Journal of Business Ethics*. doi 10.1007/s10551-014-2160-5
- Coulmont, M.; Berthelot, S. (2015), "The financial benefits of a firm's affiliation with the UN Global Compact", *Business Ethics: A European Review*, Vol. 24, Issue 2, pp. 144-157. doi: 10.1111/beer.1208
- Crowther, D.; Ortiz-Martínez, E. (2006), "The abdication of responsibility: Corporate Social Responsibility, Public Administration and the Globalising Agenda". En Kiymet, T.C.; Crowther, D. (Eds.), "Globalization and Social Responsibility", Cambridge: Scholars Press, pp. 253-276.
- De la Cuesta, M.; Valor, C. (2013), "Evaluation of the environmental, social and governance information disclosed by Spanish listed companies", *Social Responsibility Journal*, Vol. 9, Num. 2, pp. 220-240.

Depoers, F. (2000), "A cost-benefit study of voluntary disclosure: some empirical evidence from French listed companies", *European Accounting Review*, Vol. 9, Num. 2, pp. 245-263.

Dobbers, P.; Springett, D. (2010), "Corporate Social Responsibility: Discourse, Narratives and Communication", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 17, pp. 63-69. doi: 10.1002/csr.231

Fathi, J. (2013), "The determinants of the quality of financial information disclosed by French listed companies", *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 4, Num. 2, pp. 319-336.

Frias-Aceturto, J.V.; Rodríguez-Ariza, L.; García-Sánchez, I. (2014), "Explanatory factors of integrated sustainability and financial reporting", *Business strategy and the environment*, Vol. 23, Num. 1, pp. 56-72.

Gray, S.J.; Meek, G.K.; Roberts, C.B. (1995), "International Capital Market Pressures and Voluntary Annual Report Disclosures by U.S. and U.K. Multinationals", *Journal of International Financial Management and Accounting*, Vol. 6, Num. 1, pp. 43-68.

Grüning, M. (2011), "Capital Market Implications of Corporate Disclosure: German Evidence", *Business Research*, Vol. 4, Num. 1, pp. 48-72.

Hahn, R.; Kühnen, M. (2013), "Determinants of sustainability reporting: A review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research", *Journal of Cleaner Production*, Vol. 59, pp. 5-21.

Hassan, M.K.; Halbouni, S.S. (2013), "Corporate governance, economic turbulence and financial performance of UAE listed firms", *Studies in Economics and Finance*, Vol. 30, Num. 2, pp. 118-138.

Healy, P.M.; Hutton, A.P.; Palepu, K.G. (1999), "Stock Performance and Intermediation Changes Surrounding Sustained Increases in Disclosure", *Contemporary Accounting Research*, Vol. 16, Num. 3, pp. 485-520.

Kaspereit, T.; Lopatta, K. (2011), "The value relevance of Corporate Sustainability and Sustainability Reporting in Europe". Recuperado de <http://ssrn.com/abstract=1976224>

Kaspereit, T.; Lopatta, K. (2016), "The value relevance of SAM's corporate sustainability ranking and GRI sustainability reporting in the European Stock markets", *Business Ethics: A European Review*, Vol. 25, Issue 1, pp. 1-24. doi: 10.1111/beer.12079

Kaur, H.; Arora, S. (2013), "An empirical investigation of the association between company attributes and disclosure score of Indian companies", *Indian Journal of Finance*, Vol. 7, Num. 9, pp. 44-53.

KPMG (2011), "KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2011". Recuperado de <http://www.kpmg.com/Global/en/IssuesAndInsights/ArticlesPublications/corporate-responsibility/Pages/2011-survey.aspx>

KPMG (2013), "The KPMG Survey of Corporate Responsibility Reporting 2013". Recuperado de <http://www.kpmg.com/global/en/issuesandinsights/articlespublications/corporate-responsibility/Pages/default.aspx>

Kühn, A.L.; Stiglbauer, M.; Heel, J. (2014), "Does mandatory CSR reporting lead to higher CSR transparency? The case of France", *Corporate Ownership and Control*, Vol. 11, pp. 29-45.

Kung, F.H. (2002), "The rationalization of regulatory internationalization", *Law and Policy in International Business*, Vol. 33, Num. 3, pp. 443-479.

Laudal, T. (2011), "Drivers and barriers of CSR and the size and internationalization of firms", *Social Responsibility Journal*, Vol. 7, Num. 2, pp. 234-256.

Leuz, C.; Verrecchia, R.E. (2000), "The economic consequences of increased disclosure", *Journal of Accounting Research*, Vol. 38, pp. 91-124.

Lev, B. (1992), "Information disclosure strategy", *California Management Review*, Vol. 34, Num. 4, pp. 9-32.

Levy, D. L.; Szejnwald Brown, H.; De Jong, M. (2010), "The contested politics of corporate governance", *Business and Society*, Vol. 49, Num. 1, pp. 88-115. doi: 10.1177/0007650309345420

Lima Rodrigues, L. (2016), "Global financial crisis and corporate social responsibility disclosure", *Social Responsibility Journal*, Vol. 12, Issue 4, pp. 654-671. doi: 10.1108/SRJ-01-2016-0004

Lodhia, S. (2014), "Exploring the transition to integrated reporting through a practice lens: An Australian customer owned bank perspective", *Journal of Business Ethics*. Artículo en imprenta.

Meek, G.K.; Sidney, J.G. (1989), "Globalization of Stock Markets and Foreign Listings Requirements: Voluntary Disclosures by Continental European Companies Listed on the London Stock Exchange", *Journal of Accounting Literature*, Vol. 9, pp. 145-182.

Moroney, R.; Windsor, C.; Ting Aw, Y. (2011), "Evidence of assurance enhancing the quality of voluntary environmental disclosures: an empirical analysis", *Accounting and Finance*. doi: 10.1111/j.1467-629X.2011.00413.x

Nurbayati, R.; Taylor, G.; Rusmin, R.; Tower, G.; Chatterjee, B. (2016), "Factors determining social and environmental reporting by Indian textile and apparel firms: a test of legitimacy theory", *Social Responsibility Journal*, Vol. 12, Issue 1, pp. 167-189. doi: 10.1108/SRJ-06-2013-0074

O'Dwyer, B. (2002), "Managerial Perceptions of corporate social disclosure", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, Vol. 5, Num. 3, pp. 406-436.

Ortas, E.; Gallego-Álvarez, I.; Álvarez Etxeberria, I. (2014), "Financial Factors Influencing the quality of corporate social responsibility and environmental Management disclosure: a quantile regression approach", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi: 10.1002/csr.1351

Ortiz Martínez, E.; Crowther, D. (2005), "Corporate Social Responsibility Creates an Environment for Business Success". En Crowther, D.; Jatana, R. (Eds), "Representations of Social Responsibility", ICGFAI University Press, pp. 125-140.

Rasche, A.; Waddock, S. (2014), "Global Sustainability Governance and the UN Global Compact: A rejoinder to critics", *Journal of Business Ethics*, Num. 122, pp. 209-216. doi 10.1007/s10551-014-2216-6

Rodríguez-Ariza, L.; Frías Aceituno, J.V.; García Rubio, R. (2014), "El consejo de administración y las memorias de sostenibilidad", *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, Vol. 17, Num. 1, pp. 5-16.

Sengupta, P. (1998), "Corporate disclosure quality and the cost of debt", *The Accounting Review*, Vol. 73, Num. 4, pp. 459-474.

Shadewitz, H.; Niskala, M. (2010), "Communication via Responsibility Reporting and its effect on firm value in Finland", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, Vol. 17, pp. 96-106. doi: 10.1002/csr.234

Shi, Y.; Magnan, M.; Kim, J.B. (2012), "Do countries matter for voluntary disclosure? Evidence from cross-listed firms in the US", *Journal of International Business Studies*, Vol. 43, pp. 143-165.

Uyar, A.; Kilic, M.; Bayyurt, N. (2013), "Association between firm characteristics and corporate voluntary disclosure: Evidence from Turkish listed companies", *Intangible capital*, Vol. 9, Num. 4, pp. 1080-1112.

Vaz, N.; Fernández-Feijoo, B.; Ruiz, S. (2016): "Integrated reporting: an international overview", *Business Ethics: A European Review*, Vol. 25, Num. 4, pp. 577-591. doi: 10.1111/beer.12125

Vigneau, L.; Humphreys, M.; Moon, J. (2015), "How do firms comply with international sustainability standards? Processes and consequences of adopting the GRI", *Journal of Business Ethics*, Vol. 131, Issue 2, pp. 469-486. doi: 10.1007/s10551-014-2278-5

Voegtlin, C.; Pless, N.M. (2014), "Global Governance: CSR and the role of the UN Global Compact", *Journal of Business Ethics*, Vol. 122, pp. 179-192. doi: 10.1007/s10551-014-2214-8

White, A.L. (2006); "Why we need global standards for corporate disclosure?", *Law and contemporary problems*, Vol. 69, pp. 167-186.

Williams, O. F. (2014), "The United Nations Global Compact: What dit it promise?", *Journal of Business Ethics*, Vol. 122, pp. 241-251. doi: 10.1007/s10551-014-2219-3



Uma análise da relação entre flexibilização do trabalho, comprometimento organizacional e intenção de permanência na organização

ÁREA: 1
TIPO: Aplicação

37

An analysis of the relationship between work flexibility, organizational commitment and intention to stay in the organization
Análisis de la relación entre flexibilidad del trabajo, compromiso organizacional y intención de permanecer en la organización

AUTORES

**Harrison
Bachion
Ceribeli¹**

Universidade Federal
de Ouro Preto -
UFOP, Brasil
harrisonbceribeli@
hotmail.com

**Fábio José
Rodrigues
Ferreira**

Universidade Federal
de Ouro Preto -
UFOP, Brasil
fabinho.ferreira@
gmail.com

Este artigo teve como objetivo analisar a relação entre a flexibilização do trabalho, o comprometimento organizacional e a intenção de permanência na organização. Para coleta de dados, realizou-se um levantamento de campo em Mariana, Minas Gerais (Brasil). Para análise dos dados coletados, optou-se pela Modelagem de Equações Estruturais. Os resultados obtidos apontam que a flexibilização do trabalho influencia positivamente a intenção de permanência do indivíduo na organização e o comprometimento organizacional de base afetiva e normativa. Além disso, verificou-se que existe relação positiva entre o comprometimento organizacional e a intenção de permanência na organização.

This article aims to analyze the relationship between work flexibility, organizational commitment and intention to stay in the organization. For data collection, we carried out a survey in Mariana, Minas Gerais (Brazil). For data analysis, we use the Structural Equation Modeling. The results suggest that flexible working positively influences the intention of the individual to remain in the organization and the organizational commitment of affective and normative basis. Furthermore, it was found that there is a positive relationship between organizational commitment and intention to remain in the organization.

Este artículo tiene como objetivo analizar la relación entre la flexibilidad del trabajo, compromiso organizacional y la intención de permanecer en la organización. Para la recolección de datos, se realizó un estudio de campo en Mariana, Minas Gerais (Brasil). Para el análisis de los datos, se utilizó un modelo de ecuaciones estructurales. Los resultados sugieren que el trabajo flexible influye positivamente la intención del individuo de permanecer en la organización y el compromiso organizacional de base afectiva y normativa. Además, se ha descubierto que existe una relación positiva entre el compromiso organizacional y la intención de permanecer en la organización.

1. Autor de contacto: Rua do Catete, 166, Centro, Mariana - MG, Instituto de Ciências Sociais Aplicadas. CEP: 35420-000; Brasil

DOI
10.3232/GCG.2016.V10.N3.02

RECIBIDO
14.10.2016

ACEPTADO
25.10.2016

1. Introdução

Durante o século XX, diversos eventos impactaram a forma como as organizações ocidentais relacionam-se com seus funcionários, começando por 1919, quando se realizou a primeira convenção da Organização Internacional do Trabalho (International Labour Organization), na qual foram traçadas diretrizes para os países membros, incluindo o Brasil, referentes à jornada laboral, que deveria ser de oito horas diárias e, no máximo, 48 horas semanais. Tal medida atendeu a reivindicações sindicais por melhores condições de trabalho e, em especial, a um apelo de promoção da justiça social no ambiente de trabalho, surgido no pós-guerra.

Alguns anos depois, em 1930, diante da crise econômica enfrentada pelos EUA, a empresa norte-americana Kellogg Company valeu-se de uma estratégia inédita até aquele momento, reduzindo a jornada laboral e ampliando os postos de trabalho, de maneira a apresentar uma alternativa à recessão vivenciada (DAVIES; FRINK, 2014).

Especificamente no Brasil, a Consolidação das Leis do Trabalho (CLT), criada pelo Decreto-Lei nº 5.452, de 1º de maio de 1943, e sancionada pelo presidente Getúlio Vargas, representou um marco regulatório da relação entre empregadores e empregados. A CLT unificou a legislação trabalhista existente no país e garantiu direitos, como a jornada de oito horas diárias e o salário mínimo (BRASIL, 1943).

Dada essa contextualização histórica, conclui-se que, ao longo do século XX, a jornada laboral foi objeto, nos âmbitos nacional e internacional, de discussões e regulamentações, que muitas vezes colocaram empregados e empregadores em posições opostas: de um lado, as organizações, buscando aumentar a eficiência e a produtividade de suas operações; de outro, os funcionários, almejando melhores condições de trabalho e a solução para conflitos que tendem a colocar, em posições antagônicas, o trabalho e a família (RAFALSKI; ANDRADE, 2015).

Nos últimos anos, contudo, essa incompatibilidade de interesses passou a caminhar rumo a uma acomodação de posições, à medida que muitos gestores passaram a compreender que o desempenho dos funcionários e, conseqüentemente, a competitividade das organizações estão vinculados à satisfação e bem-estar no trabalho.

Ao mesmo tempo, os avanços tecnológicos alcançados na atualidade permitiram o surgimento, no âmbito organizacional, de práticas de flexibilização do trabalho, que nasceram como uma maneira de superar algumas divergências históricas entre os interesses das empresas e dos empregados.

Entre essas novas práticas, destacam-se o *home-office*, o *telework*, o *flex-time*, o *part-time work*, a redução da jornada de trabalho e a utilização de banco de horas. Todas essas modalidades de trabalho flexível podem proporcionar, às organizações, maior competitividade, ao mesmo tempo em que permitem ao empregado equilibrar demandas profissionais, pessoais e familiares (BAJZIKOVA et al., 2013), além de favorecerem, especificamente no caso das mulheres, o acesso a vagas em setores da economia antes restritos a homens e a permanência no mercado de trabalho após a maternidade (NOBACK; BROERSMA; DIJK, 2016).

PALAVRAS-CHAVE

Home Office.
Home work.
Teletrabalho.
Horário de trabalho flexível.

KEY WORDS

Home Office.
Home work.
Telework. Flexible working hours.

PALABRAS CLAVE

Home Office.
Home work.
Teletrabajo.
Horarios flexibles de trabajo.

CÓDIGOS JEL:

M19

A partir dessa perspectiva, o presente estudo teve como objetivo analisar a relação entre a flexibilização do trabalho, o comprometimento organizacional e a intenção de permanência na organização.

Como justificativa para esta pesquisa, aponta-se a inexistência de estudos que tratem os três construtos supracitados de forma conjunta, assim como a escassez de estudos voltados para o tema flexibilização do trabalho, constatadas na fase exploratória desta investigação de caráter teórico-empírico.

Além disso, esta pesquisa justifica-se pelo fato já mencionado de que, nos últimos anos, o comportamento humano no trabalho tem ganhado cada vez mais destaque nas organizações, haja vista a conscientização dos gestores de que a obtenção de vantagem competitiva está atrelada à forma como o indivíduo se envolve e se relaciona com a organização (GENARI; FACCIN; MACKE, 2013), fato este que torna o entendimento das expectativas e comportamentos dos funcionários um imperativo no meio gerencial.

2. Referencial Teórico

2.1. Flexibilização do Trabalho

De acordo com Rafalski e Andrade (2015), diversas mudanças nos âmbitos social, econômico e tecnológico têm provocado alterações significativas nas relações de trabalho. Especificamente no âmbito tecnológico, o desenvolvimento alcançado na atualidade potencializa o surgimento de novas formas de se relacionar no contexto organizacional, uma vez que as novas tecnologias permitem romper não só com os limites tradicionais de espaço e tempo, mas também com os limites entre casa e escritório (COLE; OLIVER; BLAVIESCIUNAITE, 2014).

Em decorrência desse avanço tecnológico, surgiu o *home-office*, que pode ser definido como um conjunto de atividades que o indivíduo realiza a partir de sua casa, ou seja, sem necessidade de estar presencialmente no espaço físico onde se situa a empresa que o emprega (RAFALSKI; ANDRADE, 2015). Tal prática, nos dias atuais, está intimamente relacionada ao uso de tecnologia da informação, *softwares* específicos e acesso à Internet (VASCONCELOS; FURTADO; PINHEIRO, 2015).

Para Barros e Silva (2010), a modalidade *home-office* pode ser uma ferramenta para retenção de talentos nas organizações, uma vez que permite ao indivíduo equacionar/equilibrar o trabalho e a vida pessoal. De forma complementar, Rafalski e Andrade (2015) mencionam como vantagens inerentes à modalidade *home-office* a flexibilidade de horários, diminuição de custos pessoais e organizacionais, maior maturidade profissional, aumento da produtividade e a redução do tempo no trânsito.

Rafalski e Andrade (2015) ainda apontam como principal desvantagem desta modalidade de trabalho a falta de socialização com pares e superiores hierárquicos. Wapshott e Mallett (2011), por sua vez, associam outras desvantagens ao *home-office*, argumentando que o trabalho realizado em casa torna-se complexo e multifacetado, pois impacta não só o trabalhador, mas também seus familiares e seus empregadores.

Neste sentido, considerando que esta modalidade de trabalho apresenta algumas restrições, antes de implantá-la, as organizações devem atentar-se a fatores como natureza do negócio, condições de trabalho de cada equipe e acordo prévio entre as partes envolvidas (BARROS; SILVA, 2010).

Além do *home-office*, também se popularizou no âmbito organizacional, a partir dos avanços tecnológicos recentes, o *telework* ou teletrabalho, que descreve diferentes formas de realização do trabalho fora dos ambientes tradicionais (MORGANSON et al., 2010) e que tem sido utilizado principalmente em níveis hierárquicos mais elevados como uma forma de recompensa pelos resultados apresentados (PYÖRIÄ, 2011).

O *telework*, assim como o *home-office*, é uma forma de flexibilização do trabalho utilizada pelas organizações, porém é mais abrangente, uma vez que se refere, pela definição apresentada pela *European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions* (2010), a uma forma não só de organização como também de execução do trabalho, por meio do emprego de tecnologia da informação, estabelecendo-se contratos de trabalho em que os trabalhadores realizam suas tarefas longe das bases convencionais.

Martin e MacDonnell (2012) defendem que o *telework* é uma forma de trabalho alternativa que traz benefícios tanto para o indivíduo quanto para a organização, apresentando relação positiva com a produtividade, a retenção de funcionários, o comprometimento organizacional e o desempenho.

Nesta mesma linha, Pyöriä (2011) argumenta que, entre os principais benefícios inerentes ao *telework*, citam-se a flexibilidade e a autonomia. Por outro lado, Maruyama e Tietza (2012) indicam que este tipo de trabalho pode afetar negativamente os trabalhadores adeptos, uma vez que eles terão menor visibilidade e menores chances de desenvolvimento na carreira, devido ao menor grau de socialização no ambiente organizacional.

Nos últimos, o *telework*, que tem sido utilizado como uma forma de flexibilização laboral, permitindo que os trabalhadores se desloquem para as organizações, local tradicional de trabalho, duas ou três vezes por semana (PYÖRIÄ, 2011), consolidou-se como uma modalidade específica de trabalho flexível, pois fornece aos empregados a possibilidade de escolherem onde e quando o trabalho será realizado (KANELLOPOULOS, 2011).

Além do *home-office* e do *telework*, que estão atrelados aos avanços tecnológicos obtidos pela sociedade, outra opção para flexibilizar o trabalho que tem sido adotada pelas organizações é a redução da jornada de trabalho, que se refere ao tempo que o trabalhador despense com o trabalho remunerado por um empregador, que é regulado mediante um contrato regular de prestação de serviço (MOCELIN, 2011).

A redução da jornada de trabalho não é uma prática recente. Na década de 1930, a empresa norte-americana *Kellogg Company* adotou a flexibilização da jornada como uma alternativa à recessão econômica que assolava os Estados Unidos da América; naquele momento, a empresa, por meio da ampliação dos turnos de trabalhos e da implementação de uma carga horária de seis horas diárias e trinta horas semanais, conseguiu aumentar o número de postos de trabalho e, por conseguinte, apresentar uma alternativa à crise econômica vivenciada (DAVIES; FRINK, 2014).

Mais recentemente, a redução da jornada de trabalho tem sido amplamente implementada pelas organizações como parte de um conjunto de medidas que visam, principalmente, harmonizar os conflitos existentes entre os objetivos organizacionais e os objetivos dos indivíduos (ABDULLAH; ISMAIL, 2012).

Noback, Broersma e Dijk (2016) apontam que, em países europeus, é comum que as mulheres tenham uma jornada de trabalho diferenciada da dos homens pelo fato de elas terem que conciliar a vida profissional às atividades não remuneradas (domésticas), que incluem, por exemplo, educar/cuidar dos filhos. Especificamente na Holanda, as mulheres trabalham quatro dias por semana, nove horas por dia, o que permitiu, entre outros benefícios, que elas conquistassem espaços no mercado de trabalho antes predominantemente masculinos, contribuindo assim para a promoção da diversidade de gênero nas organizações.

Além das possibilidades já enunciadas (*home-office*, *telework* e redução da jornada), as organizações também estão flexibilizando a jornada de trabalho. Essa prática, que permite que os indivíduos tenham autonomia para decidir como cumprir sua jornada de trabalho semanal/mensal, tem ganhado cada vez mais destaque no meio empresarial, uma vez que contribui para o aumento da produtividade e fortalecimento do compromisso organizacional, além de aumentar a retenção de funcionários e o desempenho individual (MARTIN; MACDONNELL, 2012).

Entre as diversas ferramentas para flexibilização da jornada de trabalho, tem-se a adoção do banco de horas, que possibilita que as horas de atrasos, saídas antecipadas e faltas injustificadas sejam debitadas das horas extras de trabalho já acumuladas pelo funcionário, evitando que ele tenha qualquer tipo de ônus (PINA; STOTZ, 2011).

A flexibilização da jornada de trabalho é benéfica para o empregador, uma vez que reduz a necessidade de pagamento de horas extras e mantém o quadro de funcionários enxuto, e também para os empregados, pois possibilita melhor organização do tempo para atividades pessoais (BAJZIKOVA et al., 2013).

Bajzikova et al. (2013) apresentam duas tendências relacionadas à flexibilização da jornada de trabalho: (1) *flexi-time*, prática utilizada principalmente por empresas da União Europeia, que permite ao funcionário, que tem que cumprir uma quantidade pré-determinada de horas de trabalho mensais, ajustar seu horário, em conjunto com gestores, visando conciliar suas demandas àquelas apresentadas pela empresa; e (2) *part-time work*, ou jornada não integral de trabalho, que permite aos empregadores ampliarem a possibilidade de contratação, uma vez que pessoas que não se interessam em trabalhar em jornada integral, como mulheres com crianças, estudantes e aposentados, possam integrar-se ao mercado de trabalho.

A implantação das práticas de flexibilização da jornada de trabalho, que tende a aliviar as tensões/conflitos existentes entre trabalho e família (ALLEN et al. 2013; COENEN; KOK, 2014), depende, entre outros fatores, do tipo de trabalho realizado, do nível de instrução/qualificação dos funcionários (MOCELIN, 2011) e do porte da empresa (BAJZIKOVA et al. 2013).

Cabe destacar que, independente do modelo ou das ferramentas de flexibilização do trabalho adotado, os resultados tendem a trazer benefícios tanto para as organizações quanto para os funcionários, tornando-se esta mais uma alternativa para influenciar positivamente o comportamento humano no trabalho (COENEN; KOK, 2014). Neste sentido, têm-se as seguintes hipóteses de pesquisa:

H₁: A flexibilização do trabalho influencia o comprometimento dos funcionários no trabalho.

H₂: A flexibilização do trabalho influencia a intenção de permanência dos indivíduos na organização.

2.2 Comprometimento Organizacional

A concepção clássica do construto comprometimento organizacional define-o como um estado psicológico que caracteriza a relação do funcionário com a organização em que trabalha. Tal definição, proposta por Meyer e Allen (1991), encontra-se bastante difundida na literatura sobre o tema. Observa-se, todavia, que não há um consenso quanto à sua delimitação (MENEZES; BASTOS, 2011; REGO; SOUTO, 2004), fato este que torna sua compreensão complexa e multifacetada.

Na atualidade, há uma tendência entre os pesquisados em adotar o modelo tridimensional de comprometimento (MACIEL; NASCIMENTO, 2013; MARTIN, 2010; MEYER; NG, 2015; PAIVA; DUTRA; LUZ, 2015; PINHO; BASTOS; ROWE, 2015; RIBEIRO; BASTOS, 2010). Nesse modelo, Allen e Meyer (1990) e Meyer e Allen (1991) propuseram romper a visão, até então predominante, que limitava a compreensão de comprometimento organizacional à perspectiva atitudinal ou comportamental, estabelecendo três dimensões para esse construto: afetiva, normativa e instrumental.

A partir da dimensão afetiva, o indivíduo desenvolve um vínculo pessoal com a organização, sentindo-se ligado a ela, o que ocorre quando ele reconhece e se identifica com os valores organizacionais. Já a dimensão instrumental relaciona-se ao fato de o indivíduo ponderar as consequências de um possível abandono da empresa; neste caso, seu comprometimento mantém-se enquanto ele precisar da organização. Por fim, na dimensão normativa, o indivíduo passa a agir com base em um senso de dívida moral, que se forma a partir da absorção de normas institucionais por meio da vivência organizacional ou ainda devido a benefícios recebidos, que o levam a agir de maneira recíproca (MENETTI; KUBO; OLIVA, 2015; REGO; SOUTO, 2004).

Segundo Maciel e Camargo (2011), as dimensões supracitadas guardam entre si o fato de orientar a decisão de permanência ou não do funcionário na organização. Todavia, observa-se em Allen e Meyer (1990) e Meyer e Allen (1991) que cada uma dessas bases de comprometimento, apesar de trazerem benefícios muitas vezes semelhantes para as organizações, desenvolvem-se em função de antecedentes distintos.

Rego e Souto (2004) apresentam a liderança transformacional, o apoio organizacional, a prática de *feedback* e as funções desafiadoras como antecedentes tanto da base normativa quanto da base afetiva do comprometimento. Por sua vez, Maciel e Camargo (2011) apontam a satisfação no trabalho como antecedente significativo para as três dimensões. Já Naves e Coleta (2003) indicam que diferentes traços culturais podem ser apontados como antecedentes da base normativa ou da base afetiva do comprometimento.

Ribeiro e Bastos (2010) ressaltam que, nos últimos anos, a busca pelo comprometimento organizacional tem ganhado muita relevância nas corporações, devido a sua exclusividade, haja vista a impossibilidade de ser copiado pela concorrência; além disso, tal atributo constitui um facilitador em processos de mudança.

Genari, Faccin e Macke, (2013) apontam que, no panorama atual de mercado, a qualidade do serviço prestado e a satisfação do cliente constituem diferenciais competitivos para as empresas, sendo que, segundo Bastos e Borges-Andrade (2002), a obtenção de tais vantagens competitivas depende, dentre outros fatores, da relação estabelecida entre organização e o trabalhador, sendo fundamental a implementação de estratégias visando o compartilhamento de valores e objetivos, assim como de políticas que tragam benefícios para ambas as partes.

Pinho, Bastos e Rowe (2015) destacam que o comprometimento tem contribuído para a eficiência das organizações, uma vez que funcionários comprometidos apresentam menor propensão a abandonar a empresa, maior proatividade e melhores níveis de desempenho. Além disso, Meyer e Martin (2010) defendem que funcionários que desenvolvem forte vínculo de base afetiva com a organização possuem maior capacidade de lidar com fatores causadores de estresse, indicando que o comprometimento organizacional também pode trazer benefícios para os empregados e contribuir para o bem-estar no ambiente de trabalho.

Por fim, Genari, Faccin e Macke (2015) argumentam que, em um cenário no qual o elemento humano constitui-se como fator importante para agregar valor ao empreendimento, o comprometimento nas organizações ganha ainda mais destaque, principalmente por constituir um elemento que estimula a permanência dos empregados, assim como a busca dos mesmos por melhorar seu desempenho e entregar um trabalho de melhor qualidade. Dessa forma, tem-se a terceira hipótese de pesquisa:

H₃: O comprometimento organizacional influencia a intenção de permanência do indivíduo na organização.

2.3 Intenção de Permanência na Organização

Estudos abordando a temática comportamento humano no trabalho tradicionalmente se concentram em três níveis: (1) micro-organizacional, no qual o foco são os indivíduos, suas características, processos cognitivos e traços de personalidade, (2) meso-organizacional, que tem como base de investigação as equipes e grupos de trabalho, e (3) macro-organizacional, relacionado à organização e sua influência sobre os indivíduos (FONSECA; PORTO; BORGES-ANDRADE, 2014).

Nos últimos anos, o comportamento humano no trabalho tem ganhado destaque estratégico nas organizações, pois constitui um facilitador de mudanças internas e contribui para a longevidade dos negócios (RIBEIRO; BASTOS, 2010), considerando que a obtenção de vantagens competitivas está relacionada à forma como o funcionário se envolve e se relaciona com a organização (GENARI; FACCIN; MACKE, 2013).

Dentre as dimensões do comportamento humano no trabalho, destacam-se o comprometimento individual (RIBEIRO; BASTOS, 2010), a motivação/desmotivação (YPEREN; WÖRTLER; JONGE, 2016), a proatividade (KAMIA; PORTO, 2011), a abertura à mudança (REIS; AZEVEDO, 2015; KROTEL; VILLADSEN, 2016), a intenção de abandono da organização (MENETTI; KUBO; OLIVA, 2015) e, de forma complementar, a intenção de permanência na organização (BASTOS; MENEZES, 2010), que possui estreita relação com a rotatividade registrada pelas organizações.

Bastos e Menezes (2010) delimitam a intenção de permanência na organização como um vínculo social que pode desenvolver-se por diferentes motivações, tais como a internalização de normas e valores, a identificação com o grupo ou equipe de trabalho, ou ainda com os tipos de projetos de trabalho.

O comprometimento do indivíduo com a organização e sua intenção de permanecer vinculado a ela estrutura-se, tradicionalmente, em três bases: (1) base afetiva, quando o indivíduo permanece na organização porque quer; (2) base instrumental, quando o indivíduo permanece na organização porque precisa, considerando as vantagens de sua permanência ou não; (3) base normativa, quando o indivíduo permanece na organização devido a um senso de dívida moral (MENETTI; KUBO; OLIVA, 2015).

Agapito, Polizzi Filho e Siqueira (2015) defendem que o relacionamento dos indivíduos com superiores hierárquicos e colegas, o trabalho em si, o salário e a perspectiva de crescimento profissional afetam o comportamento dos indivíduos no ambiente organizacional e, por conseguinte, impactam sua intenção de permanência na organização.

Já Yirik e Babür (2014) afirmam que a permanência dos indivíduos na organização está correlacionada às percepções de qualidade de vida no trabalho, que abrangem, entre outros, fatores sociais como ter boas amizades no local de trabalho, trabalhar de forma respeitosa e com espírito de equipe e ter oportunidades de aprimoramento/desenvolvimento.

Adicionalmente, Aryee, Budhwar e Chen (2002) destacam que as práticas de gestão de pessoas que estimulam o tratamento justo dos empregados não só propiciam um clima de confiança entre empregado e empregador, como também influenciam diretamente a permanência dos indivíduos na organização.

De forma complementar, Moraes, Rohr e Athayde (2015) argumentam que a desvalorização do trabalho, a baixa remuneração, a desqualificação profissional, a ocorrência de acidentes, e a desvalorização social e financeira constituem fatores que impactam negativamente a permanência de indivíduos na organização onde trabalham.

Especificamente no caso das mulheres, Subramaniam et al. (2013) constataram que, em contextos sociais patriarcais, em que os afazeres domésticos são tarefas exclusivas do gênero feminino, a flexibilização do trabalho torna-se um fator crucial não só para a permanência, mas também para a presença das mulheres nas organizações. Nesta mesma linha, Nowak, Naude e Gail (2013) concluíram que o suporte e as políticas organizacionais, o que inclui a flexibilização do trabalho, constituem fatores determinantes para a permanência das mulheres na organização após o término da licença maternidade, uma vez que elas terão de conciliar a rotina profissional e os cuidados com o filho.

Analisando as publicações focadas na intenção de permanência dos indivíduos nas organizações, constatou-se a escassez de trabalhos que correlacionam esse constructo com a flexibilização do trabalho e, nos estudos que o fazem, o foco quase que exclusivo nas mulheres. Com isso, evidencia-se uma lacuna teórica a ser explorada pela presente pesquisa.

3. Aspectos Metodológicos

O presente estudo tem natureza descritiva conclusiva, uma vez que se objetivou não só descrever o comportamento de uma determinada amostra, como também fazer inferências sobre as características da população que ela representa.

A unidade de análise adotada foi o trabalhador e a população-alvo da pesquisa englobou todos os habitantes da cidade de Mariana, localizada no Estado de Minas Gerais, Brasil, que estavam empregados no momento da coleta de dados, entre junho e julho de 2016. Sendo assim, a população do estudo incluiu a população economicamente ativa da cidade supracitada, ocupada durante o período em que a coleta de dados foi efetuada.

A técnica de amostragem utilizada foi a não probabilística por conveniência, o que se justifica devido à impossibilidade de se obter uma relação de todos os elementos da população do estudo para realizar um procedimento de escolha aleatória (VIANA, 2011). Além disso, a opção por tal técnica de amostragem justifica-se por se tratar de um procedimento menos dispendioso, que envolve menos tempo (MACHADO; GOSLING, 2010) e que evita as dificuldades que se tem normalmente para acessar todos os elementos componentes da amostra, caso estes sejam selecionados aleatoriamente.

O tamanho da amostra foi estabelecido com base no exposto por Hair Junior et al. (2009), que sugerem um número de elementos equivalente a 10 a 20 vezes a quantidade de variáveis empregadas na pesquisa. Diante disso, este estudo optou por adotar como parâmetro o valor de 15 respostas para cada variável, resultando em um grupo amostral de 345 indivíduos, considerando que foram utilizadas 23 variáveis.

Para coleta de dados, valeu-se de um levantamento de campo (*survey*), aplicando-se um questionário autoadministrado, estruturado com base na escala de *Likert* de sete pontos, sendo os extremos "discordo totalmente" e "concordo totalmente". Tal instrumento foi elaborado no *Google Forms* e disponibilizado à população-alvo da pesquisa no formato eletrônico, cujo link foi divulgado via redes sociais (*Facebook*), redes profissionais (*LinkedIn*) e e-mail, com a colaboração de contatos dos pesquisadores. As características da amostra obtida, assim como as características da população do estudo, conforme informações disponibilizadas pelo Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística (IBGE, 2016), são apresentadas na **Tabela 01**.

Tabela 01. Características da amostra da pesquisa x características da população do estudo

<i>Característica</i>	<i>Percentual da População</i>	<i>Percentual da Amostra</i>
Gênero masculino	56%	48,4%
Gênero feminino	44%	51,6%
Escolaridade inferior a ensino médio completo	52,2%	19,7%
Ensino médio completo ou superior	47,8%	80,3%
Até 29 anos	37,7%	45,5%
Entre 30 e 39 anos	28%	31,3%
Entre 40 e 49 anos	19,2%	12,5%
50 anos ou mais	15,1%	10,7%

Fonte: Elaborado pelos autores (2016), com base nas informações disponibilizadas pelo IBGE (2016)

Cabe esclarecer que a amostra foi, de maneira intencional, composta, principalmente, por indivíduos com escolaridade mais elevada (pelo menos, com ensino médio completo), pois esses tendem a ocupar cargos nos quais a flexibilização do trabalho é mais viável do ponto de vista organizacional, à medida que trabalhos mais operacionais muitas vezes necessitam que o empregado esteja presente no local de trabalho em horário fixo e pré-determinado.

Ainda em relação à caracterização da amostra, 60,3% dos respondentes não possuíam filhos, 17,7% possuíam apenas um filho e 22% possuíam dois ou mais filhos; 55,9% eram solteiros, 34,2% eram casados e 9,9% dos respondentes eram viúvos, separados ou se enquadravam em um estado civil diferente dos anteriormente citados.

O questionário aplicado foi estruturado em quatro seções. Na primeira, buscou-se caracterizar demograficamente a amostra por meio de questões abordando gênero, número de filhos, escolaridade e estado civil dos respondentes. Por sua vez, as três seções subsequentes buscaram mensurar, com base no vínculo de emprego atual dos indivíduos, os construtos comprometimento organizacional, flexibilização do trabalho e intenção de permanência na organização.

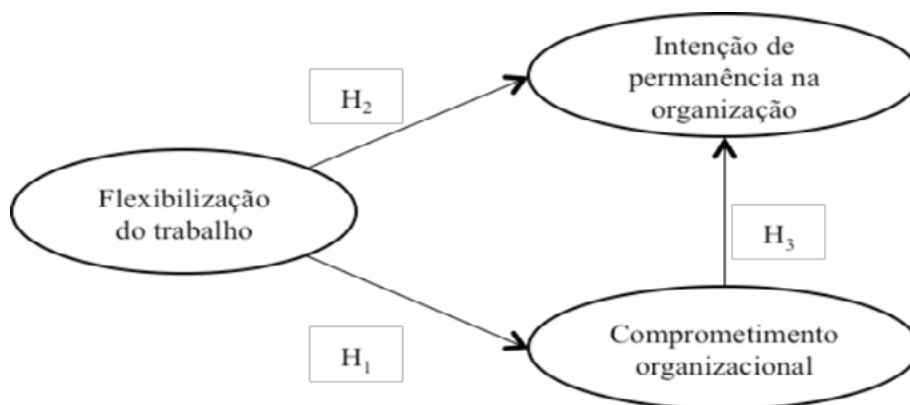
Com o intuito de filtrar as respostas obtidas, foi inserida, entre as questões demográficas, uma pergunta a respeito da situação do respondente no que diz respeito à sua ocupação. A partir dessa questão-filtro, somente foram considerados, para composição da amostra, respostas de indivíduos que estavam empregados. Desta forma, garantiu-se que os 345 respondentes que compuseram a amostra da presente pesquisa faziam parte de sua população-alvo.

Para mensurar o comprometimento organizacional, adotou-se o modelo validado por Rego e Souto (2004), abrangendo as três dimensões clássicas do construto: afetiva, normativa e instrumental. Quanto à flexibilização do trabalho, devido à inexistência de modelos previamente validados que se adequassem ao propósito do estudo, utilizou-se um conjunto de questões elaboradas pelos próprios pesquisadores, validadas por um pré-teste. Já com relação à intenção de permanência, empregou-se o modelo proposto por Abrams et al. (1998), ressaltando-se que se optou por adotar a forma negativa para as questões "Nos próximos anos, não tenho a intenção de deixar esta empresa" e "Eu não penso sobre deixar esta empresa", originalmente propostas em inglês na forma positiva, atendendo às observações colhidas na fase de pré-teste do questionário.

Para análise dos dados, utilizou-se a Modelagem de Equações Estruturais, que permite conhecer a relação entre as variáveis predictoras do estudo e as variáveis dependentes; ao contrário da Regressão Múltipla, essa técnica possibilita que se trabalhe com mais de uma variável dependente (MARUYAMA, 1998; FARIAS; SANTOS; 2000).

Adotaram-se duas abordagens de forma complementar: a Análise Fatorial Confirmatória e a Análise de Caminhos. A primeira delas foi utilizada para agrupar as variáveis observadas que mensuravam cada construto em um único fator, dando origem a três variáveis latentes, uma exógena (flexibilização do trabalho) e duas endógenas (comprometimento organizacional e intenção de permanência na organização). Por outro lado, a Análise de Caminhos foi aplicada com o intuito de testar a relação entre as variáveis latentes, conforme **Figura 01**.

Figura 01: Modelo de relações proposto



Fuente. Elaboración propia (2016)

Com o intuito de analisar a normalidade dos dados antes de proceder à aplicação da Modelagem, optou-se pelo teste LM, o qual tende a ser bastante robusto para verificar, em amostras compostas por mais de 100 elementos, se a hipótese de normalidade para cada variável não foi desrespeitada (JARQUE; BERA, 1987).

Para executar a Modelagem de Equações Estruturais, faz necessário selecionar o tipo de matriz de entrada dos dados a ser empregado. Nesta pesquisa, optou-se pela matriz de correlações, por ser mais facilmente interpretada e, ao mesmo tempo, permitir que sejam examinadas as relações entre os construtos (HAIR JUNIOR et al., 2009).

A validação do modelo proposto deu-se a partir da análise da qualidade do ajuste obtido. Para isso, foram utilizadas medidas de ajuste absoluto, incremental e parcimonioso. O ajuste absoluto foi analisado com base na raiz do erro quadrático médio de aproximação (*root mean square error of approximation* ou RMSEA), cujo limítrofe superior recomendado é de 0,08 (HAIR JUNIOR et al., 2009; ARBUCKLE, 2010; GARSON, 2012). O ajuste incremental foi analisado com base no índice de ajuste calibrado (*adjusted goodness-of-fit index* ou AGFI), sendo recomendados valores mais próximos de um (HAIR JUNIOR et al., 2009; ARBUCKLE, 2010; GARSON, 2012). Por fim, o ajuste parcimonioso foi analisado com base na medida do qui-quadrado normado, cujo valor recomendado é inferior a cinco (JORESKOG, 1970; SCHUMACKER; LOMAX, 2004).

4. Apresentação e Discussão dos Resultados

Analisando os resultados da Análise Fatorial Confirmatória efetuada, especificamente os p-valores obtidos entre as variáveis observadas e as latentes, e adotando um nível de significância de 5%, optou-se por excluir do primeiro modelo testado cinco variáveis observadas, reduzindo-as de 23 para 18, uma vez que as variáveis "COMP7", "COMP8", "COMP9", "COMP10" e "COMP11", utilizadas para mensuração do construto Comprometimento Organizacional, não apresentaram significância estatística com a variável latente a qual elas estavam teoricamente vinculadas.

Em seguida, testou-se um novo modelo de equações estruturais, no qual todas as 18 variáveis observadas apresentaram relação estatisticamente significativa com as respectivas variáveis latentes propostas. Dessa forma, conseguiu-se validar a Análise Fatorial Confirmatória, obtendo três variáveis latentes: (a) Comprometimento Organizacional, com seis variáveis observadas, (b) Flexibilização do Trabalho, com nove variáveis observadas, e (c) Intenção de Permanência, com três variáveis observadas, detalhadas no **Quadro 01**.

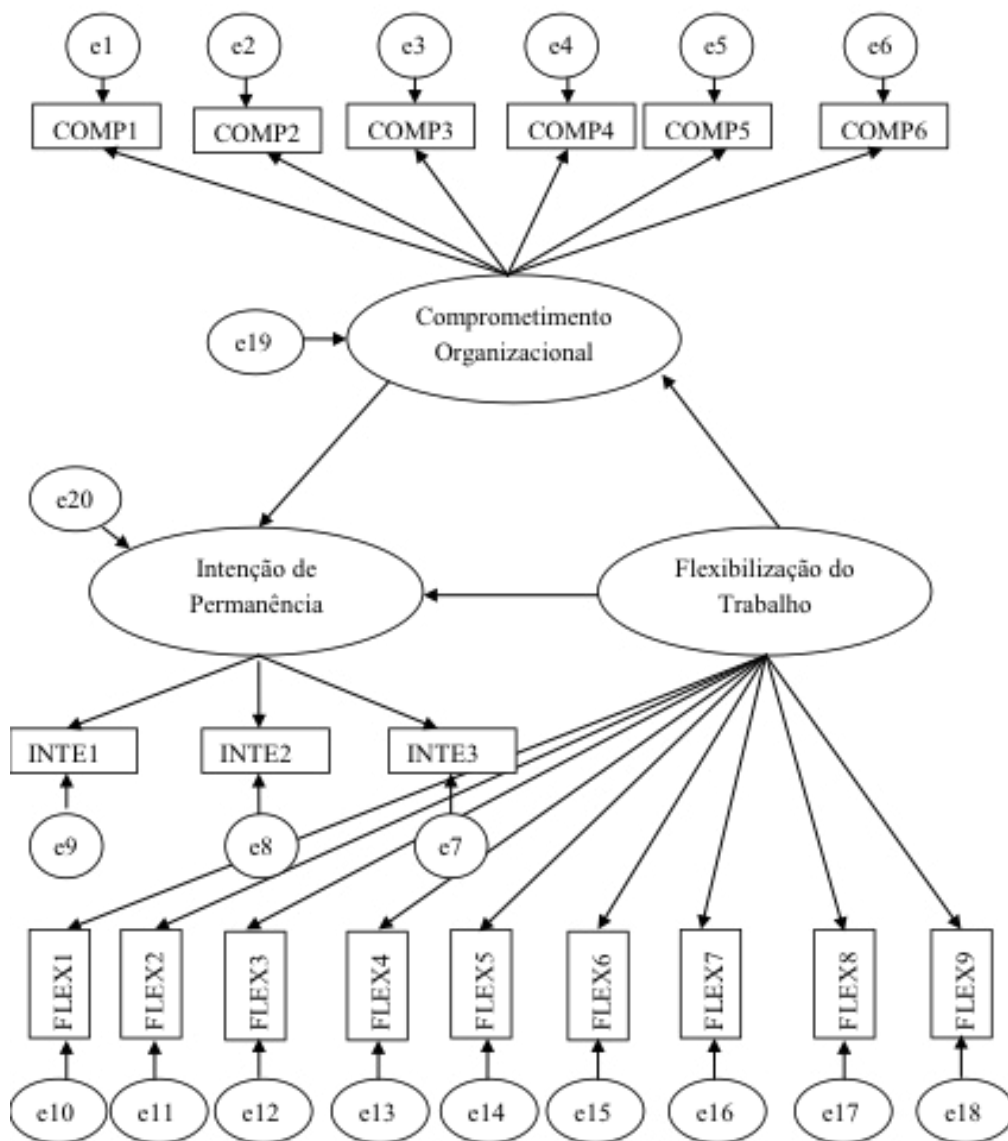
Quadro 01: Variáveis observadas que deram origem às variáveis latentes do modelo

<i>Comprometimento Organizacional</i>	<i>Flexibilização do Trabalho</i>	<i>Intenção de Permanência na organização</i>
COMP1. Importo-me realmente com o destino da minha organização.	FLEX1. Tenho possibilidade de realizar parte de minhas atividades de trabalho em casa.	INTE1. Nos próximos anos, não tenho a intenção de deixar esta empresa.
COMP2. Tenho orgulho em dizer a outras pessoas que faço parte desta organização.	FLEX2. A organização onde trabalho adota mecanismos que permitem que os funcionários realizem parte de suas atividades à distância.	INTE2. Eu não penso sobre deixar esta empresa.
COMP3. Sinto-me "parte da família" da minha organização	FLEX3. Minha rotina de trabalho permite que eu me desloque para a organização apenas em dias específicos, pois posso realizar minhas tarefas fora dela.	INTE3. Eu gostaria de trabalhar nesta empresa até atingir a idade de me aposentar.
COMP4. Sinto que existe uma forte ligação afetiva entre mim e a minha organização.	FLEX4. Tenho flexibilidade para alterar minha jornada de trabalho diária (horário de entrada e saída).	
COMP5. Mesmo que isso me trouxesse vantagens, sinto que não deveria abandonar a minha organização agora.	FLEX5. Posso definir minha carga horária de trabalho diária, desde que eu cumpra a carga horária de trabalho mensal pré-estabelecida pela organização.	
COMP6. Não deixaria a minha organização agora porque sinto obrigações para com as pessoas que aqui trabalham.	FLEX6. Tenho autonomia para definir meu horário de trabalho	
	FLEX7. No dia a dia tenho abertura para negociar alterações no meu horário de trabalho com meus superiores.	
	FLEX8. A organização permite a realização de jornada de trabalho diferenciada em casos especiais, tais como: estudo, doença, maternidade, etc.	
	FLEX9. Faltas e eventuais atrasos podem ser compensados através de bancos de horas e/ou horas extras.	

Fonte: Elaborado pelos autores (2016), a partir do output do software AMOS

Em relação à Análise de Caminhos, foram testadas as relações entre a variável latente exógena Flexibilização do Trabalho e as variáveis latentes endógenas Comprometimento Organizacional e Intenção de Permanência na Organização, assim como a relação entre essas últimas. Para verificar a qualidade do modelo proposto, que pode ser observado na **Figura 02**, foram utilizadas três medidas de ajuste: absoluto, incremental e parcimonioso.

Figura 02: Modelo proposto após Análise Fatorial Confirmatória



Fonte: Elaborado pelos autores (2016), a partir do output do software AMOS

A qualidade do ajuste absoluto representa o grau em que o modelo proposto é capaz de explicar a matriz de correlações observada. Para medir este ajuste, empregou-se a raiz do erro quadrático médio de aproximação (*Root Mean Square Error of Approximation* – RMSEA), o qual mede a dissonância por grau de liberdade caso o modelo fosse estimado na população. Para validação, adotou-se um limítrofe superior de 0,08 (HAIR JUNIOR et al., 2009; ARBUCKLE, 2010; GARSON, 2012).

O RMSEA obtido para o modelo proposto foi de 0,072, o que demonstra a adequação do mesmo em relação ao ajuste absoluto. Dessa forma, pode-se inferir que o modelo é capaz de prever adequadamente a matriz de correlações observada.

Para analisar a qualidade do ajuste incremental, utilizou-se o índice de qualidade de ajuste calibrado (*Adjusted Goodness-of-Fit Index* – AGFI) para sua mensuração. Tal índice representa a confrontação entre os resíduos quadrados dos dados de previsão e os dados reais de entrada, ajustada pela razão entre os graus de liberdade para o modelo proposto e os graus de liberdade para o modelo nulo. Seu valor varia entre 0 (ajuste pobre) e 1 (ajuste perfeito), sendo recomendados valores acima de 0,9 (HAIR JUNIOR et al., 2009; ARBUCKLE, 2010; GARSON, 2012).

Para o modelo proposto, obteve-se um AGFI igual a 0,865. O valor encontrado não atinge os níveis recomendados, porém, trata-se de um ajuste incremental perifericamente aceitável, haja vista a proximidade do parâmetro ao limítrofe recomendado de 0,9.

Por sua vez, o ajuste parcimonioso relaciona o ajuste encontrado a partir do modelo proposto ao número de coeficientes estimados e aponta se houve superajustamento dos dados por conta da existência de muitos coeficientes. Foi utilizado como medida o qui-quadrado normado (CMIN/DF), que demonstra a razão entre o qui-quadrado do modelo e o número de graus de liberdade. É recomendado valor inferior a 5,0 para esse parâmetro (JORESKOG, 1970; SCHUMACKER; LOMAX, 2004).

Obteve-se qui-quadrado normado de 2,805, demonstrando que não há superajustamento do modelo, apresentando, portanto, um ajuste parcimonioso adequado.

Analisando conjuntamente as três medidas de ajuste, conforme **Tabela 02**, pode-se concluir que o modelo de equações estruturais proposto no presente estudo é aceitável; sendo assim, apresenta capacidade significativa de explicar a matriz dos dados de entrada.

Tabela 02: Qualidade do modelo proposto a partir das medidas de ajuste

<i>Tipo de ajuste - Indicador</i>	<i>Valor recomendado</i>	<i>Valor obtido</i>
Absoluto - RMSEA	Menor que 0,08	0,072
Incremental - AGFI	Maior que 0,9	0,865
Parcimonioso - CMIN/DF	Menor que 5,0	2,805

Fonte: Elaborado pelos autores (2016), a partir do output do software AMOS

Após a validação do modelo, foi possível testar as três relações propostas entre os construtos estudados. Para tal finalidade, empregou-se um grau de confiabilidade de 95%. Dessa forma, para ser considerada relevante estatisticamente, a relação precisaria obter um p-valor ou significância inferior a 0,05.

A primeira relação testada foi entre os construtos Flexibilização do Trabalho e Comprometimento Organizacional, para a qual se obteve p-valor igual a 0,000, confirmando, desta forma, H1.

Para a relação entre Flexibilização do Trabalho e Intenção de Permanência, o p-valor obtido foi de 0,010, o que demonstra a significância estatística também desta relação. Desta forma, H2 pode ser confirmada.

Para a relação entre Comprometimento Organizacional e Intenção de Permanência, foi obtido um p-valor de 0,000, evidenciando a significância estatística entre ambos os construtos. Logo, H3 também pode ser confirmada.

No **Quadro 02** encontram-se resumidos os resultados obtidos para cada uma das três hipóteses propostas nesta pesquisa.

Quadro 02: Teste das hipóteses de pesquisa

<i>Hipótese</i>	<i>P-valor obtido</i>	<i>Situação</i>
H1: A flexibilização do trabalho influencia o comprometimento dos funcionários no trabalho.	0,000	Suportada
H2: A flexibilização do trabalho influencia a intenção de permanência dos indivíduos na organização.	0,010	Suportada
H3: O comprometimento organizacional influencia a intenção de permanência do indivíduo na organização.	0,000	Suportada

Fonte: Elaborado pelos autores (2016), a partir do *output* do *software* AMOS

De forma geral, a análise dos resultados obtidos por meio da modelagem de equações estruturais permitiu confirmar a relação positiva entre as práticas que flexibilizam o trabalho, tais como *home-office*, *telework*, jornada flexível e redução da jornada, e o comprometimento apresentado pelos funcionários em relação à organização.

Tal resultado corrobora os achados de Martin e MacDonnell (2012), que constataram que há aumento significativo da produtividade e fortalecimento do compromisso organizacional por parte dos funcionários quando estes atuam em organizações nas quais ocorre a flexibilização do trabalho, permitindo-lhes, de acordo com Bajzikova et al. (2013), melhor organização do tempo para atividades pessoais.

Adicionalmente, pode-se constatar a relação positiva entre a adoção de práticas que flexibilizam o trabalho por parte das organizações e a intenção de permanência dos funcionários. Assim, conclui-se que a flexibilização do trabalho exerce influência sobre a permanência dos indivíduos na organização. Tal resultado encontra amparo nos estudos de Barros e Silva (2010) e Martin e MacDonnell (2012), nos quais os autores apresentam a flexibilização do trabalho, especificamente nas modalidades *home-office* e *telework*, como uma ferramenta para retenção de funcionários, uma vez que permite aos profissionais equacionarem ou equilibrarem o trabalho e a vida pessoal.

Por fim, constatou-se também a relação positiva entre o comprometimento organizacional e a intenção de permanência na organização. Cabe destacar que, entre as três dimensões do modelo tridimensional de comprometimento organizacional de Allen, Meyer (1990) e Meyer, Allen (1991), apenas as dimensões normativa e afetiva mostraram-se significativas para a permanência dos indivíduos na organização. Este achado encontra sustentação nos estudos de Maciel e Camargo (2011), Genari, Faccin e Macke (2015) e Pinho, Bastos e Rowe (2015), que apontaram que funcionários comprometidos apresentam menor propensão a abandonar a empresa, maior proatividade e melhores níveis de desempenho.

Analisando os resultados alcançados, conclui-se que os indivíduos, quando atuam em organizações que flexibilizam o trabalho por meio de práticas como *telework*, *home-office*, jornada flexível e redução da jornada, tendem a apresentar, em contrapartida, maior comprometimento organizacional e intenção de permanência na organização. Desta forma, os funcionários tendem a apresentar maior sentimento de pertencimento e orgulho, passando a se preocupar com o bem-estar da organização e intencionando manterem-se vinculados a ela no longo prazo, evidenciando-se os benefícios atrelados à adoção de tais práticas.

5. Considerações Finais

À medida que os indivíduos passaram a valorizar empregos que lhes possibilitassem equilibrar rotinas laborais, objetivos pessoais e demandas familiares, as relações tradicionais entre empregadores e empregados, caracterizadas pelo ambiente físico de trabalho e horário fixo, começaram a ser repensadas. Todavia, somente com os avanços tecnológicos dos últimos anos é que as organizações puderam implantar, de forma efetiva, práticas de flexibilização do trabalho, permitindo que seus colaboradores balanceassem os âmbitos profissional, pessoal e familiar de suas vidas.

Partindo do pressuposto de que o atendimento a essa demanda dos funcionários pode trazer ganhos para seus empregadores, o presente estudo teve como objetivo analisar a relação entre a flexibilização do trabalho, o comprometimento organizacional e a intenção de permanência na organização.

Após a condução desta investigação, obtiveram-se resultados por meio dos quais foi possível confirmar que a flexibilização do trabalho influencia diretamente a intenção de permanência do indivíduo na organização. Sendo assim, verifica-se que o *home-office*, o *telework* e a flexibilização do horário de trabalho, ao mesmo tempo em que possibilitam a retenção dos profissionais e, por conseguinte, do capital intelectual da organização, ainda contribuem para a redução dos custos relativos à rotatividade. Adicionalmente, os resultados desta pesquisa também permitiram que se confirmasse a influência direta da flexibilização do trabalho sobre o comprometimento organizacional, especificamente sobre as dimensões afetiva e normativa deste construto. Desta forma, pode-se concluir que as práticas supraenunciadas, além de favorecerem a retenção dos funcionários, possibilitam ainda o desenvolvimento de um vínculo estreito entre eles e a organização.

Destaca-se que o surgimento de tal vínculo faz com que os funcionários apresentem forte sentimento de pertencimento e identificação com os valores organizacionais, além de um senso de dívida moral para com a organização, o que os leva a agir em prol dos interesses e objetivos de seu empregador.

Por fim, os resultados obtidos permitiram que se confirmasse a influência que o comprometimento organizacional, especificamente as bases afetiva e normativa deste construto, exerce sobre a intenção de permanência do indivíduo na organização. Sendo assim, conclui-se que o vínculo desenvolvido entre funcionário e organização também contribui para a redução dos custos de rotatividade e da perda de capital intelectual.

Neste ponto do estudo, é importante ressaltar que as relações evidenciadas entre a flexibilização do trabalho, o comprometimento organizacional e a intenção de permanência na organização tem como contexto um mercado de trabalho com crescente número de trabalhadores pertencentes à geração Y, que possuem características muito específicas, tais como a busca por maior equilíbrio entre a rotina laboral e a vida pessoal.

Diante disso, pode-se apontar como contribuição gerencial desta pesquisa a condução de uma discussão acerca de alguns dos benefícios provenientes da implementação de mecanismos de flexibilização do trabalho, que podem ser uma alternativa não apenas para atrair esse novo perfil de profissionais, como também para retê-los nas organizações.

Além da contribuição gerencial, este estudo apresenta valiosa contribuição para a academia, à medida que se propõe a discutir a flexibilização do trabalho, uma temática que ainda hoje se encontra pouco explorada com o necessário rigor científico, o que resulta em uma escassa literatura tanto nacional quanto internacionalmente. Além disso, a presente pesquisa contribui para reduzir uma lacuna teórica existente, uma vez que as relações aqui investigadas ainda não haviam sido analisadas em outros estudos.

Para pesquisas futuras, sugere-se que a flexibilização do trabalho seja analisada enquanto antecedente de outras dimensões do comportamento humano no trabalho, como, por exemplo, o absenteísmo, o engajamento e a exaustão. Adicionalmente, sugere-se ainda a realização de estudos que explorem os benefícios que a prática de flexibilização do trabalho possa trazer para a empresa e o funcionário.

Referências

Abdullah, H.; Ismail, N. (2012), "Quality of work and life balance in teleworking", *International Business Management*, Vol. 6, Num. 2, pp. 119-130.

Abrams, D.; Ando, K.; Hinkle, S. (1998), "Psychological attachment to the group: cross-cultural differences in organizational identification and subjective norms as predictors of workers' turnover intentions", *Personality and Social Psychology Bulletin*, Vol. 24, Num. 10, pp. 1027-1039.

Agapito, P. R.; Polizzi Filho, A.; Siqueira, M. M. M. (2015), "Bem-Estar no trabalho e percepção de sucesso na carreira como antecedentes de intenção de rotatividade", *Revista de Administração Mackenzie*, Vol. 16, Num. 6, pp. 71-93.

Allen, N. J.; Meyer, J. P. (1990), "The measurement and antecedents of affective, continuance and normative commitment to the organization", *Journal of Occupational Psychology*, Vol. 63, pp. 1-18.

Allen, T. D.; Johnson, R. C.; Kiburz, K. M.; Shockley, K. M. (2013), "Work-family conflict and flexible work arrangements: deconstructing flexibility", *Personnel Psychology*, Vol. 66, pp. 345-376.

Arbuckle, J. L. (2010), "IBM SPSS AMOS 19 user's guide", Crawfordville: Amos Development Corporation.

Aryee, S.; Budhwar, P. S.; Chen, Z. X. (2002), "Trust as a mediator of the relationship between organizational justice and work outcomes: test of a social exchange model", *Journal of Organizational Behavior*, Vol. 23, pp. 267-285.

Bajzikova, L.; Sajgalikova, H.; Wojcak, E.; Polakova, M. (2013), "Are flexible Work arrangements attractive enough for knowledge-intensive businesses?", *Procedia – Social and Behavioral Sciences*, Vol. 99, pp. 771-783.

Barros, A. M.; Silva, J. R. G. (2010) "Percepções dos indivíduos sobre as consequências do teletrabalho na configuração home-office: estudo de caso na Shell Brasil", *Cadernos EBAPE.BR*, Vol. 8, Num. 1, pp. 71-91.

Bastos, A. V. B.; Borges-Andrade, J. E. (2002), "Comprometimento com o trabalho: padrões em diferentes contextos organizacionais", *RAE*, Vol. 42, Num. 2, pp. 31-41.

Bastos, A. V.; Menezes, I. G. (2010), "Intenção de permanência na organização: um constituinte ou consequente do comprometimento organizacional?", *Estudos de Psicologia*, Vol. 15, Num. 3, pp. 299-307.

Brasil. Decreto-Lei nº 5.452, de 1 de Maio de 1943. Aprova a consolidação das Leis do Trabalho. Rio de Janeiro, 1 de maio de 1943, 122º da Independência e 55º da República.

Ceribeli, H. B.; Gonçalves, D. C. (2015), "Uma análise da relação entre valores organizacionais, motivação e intenção de abandono da organização", *REUNA*, Vol. 20, Num. 4, pp. 51-66.

Coenen, M.; Kok, R. A. W. (2014), "Workplace flexibility and new product development performance: the role of telework and flexible work schedules", *European Management Journal*, Vol. 32, pp. 564-576.

Cole, R. J.; Oliver, A.; Blaviesciunaite, A. (2014), "The changing nature of workplace culture", *Facilities*, Vol. 32, Num. 13/14, pp. 786-800.

Davies, A. R.; Frink, B. D. (2014), "The origins of the ideal worker: the separation of work and home in the United States from the market revolution to 1950", *Work and Occupations*, Vol. 41, Num. 1, pp. 18-39.

European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions. (2010), "Telework in the European Union", Dublin: Eurofound.

Farias, S. A.; Santos, R. C. (2000), "Modelagem de equações estruturais e satisfação do consumidor: uma investigação teórica e prática", *RAC*, Vol. 4, Num. 3, pp. 107-132.

Fonseca, A. M. O.; Porto, J. B.; Borges-Andrade, J. E. (2015), "Liderança: um retrato da produção científica brasileira", *RAC*, Vol. 19, Num. 3, pp. 290-310.

Garson, G. D. (2012), "Structural Equation Modeling", Asheboro: Statistical Publishing Associates.

Genari, D.; Faccin, K.; Macke, J. (2013), "Mensuração do comprometimento organizacional em redes de indústrias vitivinícolas brasileiras", *Revista Eletrônica de Administração*, Vol. 19, Num. 2, pp. 351-383.

Hair Junior, J. F.; Black, W. C.; Babin, B. J.; Anderson, R. E.; Tatham, R. L.; (2009), "Análise multivariada de dados". 6. Ed. Porto Alegre: Bookman.

Instituto Brasileiro de Geografia e Estatística. IBGE Cidades: Resultado da Amostra – Trabalho – Mariana. Disponível em: <<http://www.cidades.ibge.gov.br/xtras/temas.php?lang=&codmun=314000&idtema=107&search=minas-gerais|mariana|censo-demografico-2010:-resultados-da-amostra-trabalho-->>. Acesso em: 21 out 2016.

International Labour Organization. Origins and history. Disponível em: <<http://www.ilo.org>>. Acesso em: 10 ago 2016.

Jarque, C. M.; Bera, A. K. A. (1987), "A test for normality of observations and regression residuals", *International Statistical Review*, Vol. 55, Num. 2, p. 163-172.

Joreskog, K. G. (1970), "A general method for analysis of covariance structures", *Biometrika*, Vol. 57, Num. 2, pp. 239-251.

Kamia, M.; Porto, J. B. (2011), "Comportamento proativo nas organizações: o efeito dos valores pessoais", *Psicologia: Ciência e Profissão*, Vol. 31, Num. 3, pp. 456-467.

Kanellopoulos, D. N. (2011), "How can teleworking be pro-poor?" *Journal of Enterprise Information Management*, Vol. 24, Num.1, pp. 8-29.

Krotel, S. M. L.; Villadsen, A. R. (2016), "Employee turnover in hybrid organizations: the role of public sector socialization and organizational privateness", *Public Administration*, Vol. 94, Num. 1, pp. 167-184.

Maciel, C. D. O.; Nascimento, M. R. (2013), "Em busca de uma abordagem não atomizada para o exame das relações entre liderança transformacional e comprometimento organizacional", *RAUSP*, Vol. 48, Num. 3, pp. 544-559.

Maciel, C. D. O.; Camargo, C. (2011), "Comprometimento, satisfação e cooperação no trabalho: evidências da primazia dos aspectos morais e das normas de reciprocidade sobre o comportamento", *RAC*, v. 15, n. 3, p. 433-453.

Machado, D. F. C.; Goling, M. (2010), "A imagem do destino turístico Ouro Preto e seus reflexos na lealdade, na satisfação e na divulgação boca a boca", *Observatório Inovação do Turismo*, Vol. 5, Num.3, pp. 1-28.

Martin, B. H.; MacDonnell, R. (2012), "Is telework effective for organization? A meta-analysis of empirical research on perceptions of telework and organizational outcomes", *Management Research Review*, Vol. 35, Num. 7, pp. 602-616.

Maruyama, G. M. (1998), "Basics of structural equation modeling", Thousand Oaks: Sage Publications.

Maruyama, T.; Tietze, S. (2012) "From anxiety to assurance: concerns and outcomes of telework", *Personnel Review*, Vol. 41, Num. 4, pp. 450-469.

Menetti, S.; Kubo, E.; Oliva, E. (2015), "A geração Y brasileira e o seu comprometimento organizacional em empresas de conhecimento intensivo", *Revista Portuguesa e Brasileira de Gestão*, Vol. 14, Num. 2, pp. 2-12.

Menezes, I. G.; Bastos, A. V. B. (2011), "Comprometimento organizacional atitudinal: um estudo empírico sobre a dimensionalidade do construto", *Estudos de Psicologia*, Vol. 28, Num. 4, pp. 463-474.

Meyer, J. P.; Allen, N. J. (1991) "A three-component conceptualization of organizational commitment", *Human Resource Management Review*, Vol. 1, Num. 1, pp. 61-89.

Meyer, J. P.; Maltin, E. R. (2010), "Employee commitment and well-being: a critical review, theoretical framework and research agenda", *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 77, pp. 323-337.

Mocelin, D. G. (2011), "Redução da jornada de trabalho e qualidade dos empregos: entre o discurso, a teoria e a realidade", *Revista de Sociologia e Política*, Vol. 19, Num. 38, pp. 101-119.

Moraes, T. D.; Robr, R. V.; Athayde, M. (2015), "Ingresso, permanência e abandono na profissão de motociclistas: constituição de si e da profissão", *Laboreal*, Vol. 11, Num. 1, pp. 69-83.

Morganson, V. J.; Major, D. A.; Oborn, K. L.; Verive, J. M.; HEELAN, M. P. (2010), "Comparing telework locations and traditional work arrangements: differences in work-life balance support, job satisfaction, and inclusion", *Journal of Managerial Psychology*, Vol. 25, Num. 6, pp. 578-595.

Naves, E. M. R.; Coleta, M. F. D. (2003), "Cultura e comprometimento organizacional em empresas hoteleiras", *RAC, Edição Especial*, pp. 205-222.

Ng, T. W. H. (2015), "The incremental validity of organizational commitment, organizational trust, and organizational identification", *Journal of Vocational Behavior*, Vol. 88, pp. 154-163.

- Noback, I.; Broersma, L.; Dijk, J. V. (2016), "Climbing the ladder: gender-specific career advancement in financial services and the influence of flexible work-time arrangements", *British Journal of Industrial Relations*, Vol. 54, Num. 1, pp. 114-135.
- Nowak, M. J.; Naude, M.; Gail, T. (2013), "Returning to work after maternity leave: childcare and workplace flexibility", *Journal of Industrial Relations*, Vol. 55, Num. 1, pp. 118-135.
- Paiwa, K. C. M.; Dutra, M. R. S.; Luz, T. R. D. (2015) "Comprometimento organizacional de trabalhadores de call center", *Revista de Administração*, Vol. 50, Num. 3, pp. 310-324.
- Pina, J. A.; Stotz, E. N. (2011), "Participação nos lucros ou resultados e banco de horas: intensidade do trabalho e desgaste operário", *Revista Brasileira de Saúde Ocupacional*, Vol. 36, Num. 123, pp. 162-176.
- Pinho, A. P. M.; Bastos, A. V. B.; Rowe, D. E. O. (2015), "Diferentes vínculos organizacionais: explorando concepções, fatores organizacionais antecedentes e práticas de gestão", *Organização & Sociedade*, Vol. 22, Num. 75, pp. 659-680.
- Pyörriä, P. (2011), "Managing telework: risks, fears and rules", *Management Research Review*, Vol. 34, Num. 4, pp. 386-399.
- Rafalski, J. C.; Andrade, A. L. D. (2015), "Home-office: aspectos exploratórios do trabalho a partir de casa", *Temas em Psicologia*, Vol. 23, Num. 2, pp. 431-441.
- Rego, A.; Souto, S. (2004), "Comprometimento organizacional em organizações autênticas: um estudo luso-brasileiro", *RAE*, Vol. 44, Num. 3, pp. 30-43.
- Reis, G. G.; Azevedo, M. C. D. (2015), "Relação entre autenticidade e cultura organizacional: o agir autêntico no ambiente organizacional", *Revista de Administração Mackenzie*, Vol. 16, Num. 6, pp. 48-70.
- Ribeiro, J. A.; Bastos, A. V. B. (2010), "Comprometimento e justiça organizacional: um estudo de suas relações com recompensas assimétricas", *Psicologia: Ciência e Profissão*, Vol. 30, Num. 1, pp. 4-21.
- Schumacker, R. E.; Lomax, R. G. (2004), "A beginner's guide to structural equation modeling". 2 ed. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates.
- Subramaniam, G.; Tan, P-L; Maniam, B.; Ali, E. (2013), "Workplace flexibility, empowerment and quality of life", *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, Vol. 105, pp. 885-893.
- Vasconcelos, P.; Furtado, E.; Pinheiro, P. R. (2015), "An approach of multidisciplinary criteria for modeling alternatives of flexible working", *Computers in Human Behavior*, Vol. 51, pp. 1054-1060.
- Viana, A. B. N. (2011), "Pesquisa quantitativa aplicada ao varejo". In: Merlo, E. M. (Org.). *Administração de varejo com foco em casos brasileiros*. Rio de Janeiro: LTC.
- Wapshott, R.; Mallett, O. (2011), "The spatial implications of homeworking: a Lefebvrian approach to the rewards and challenges of home-based work", *Organization*, Vol. 19, Num.1, pp. 63-79.
- Yirik, S.; Babür, S. (2014), "A study aiming to determine the effect of quality of work Life perception of workers of tourism sector on their intention of staying at their job", *Mediterranean Journal of Social Sciences*, Vol. 5, Num. 19, pp. 54-61.
- Yperen, N. W. V.; Wörtler, B.; Jonge, K. M. M. D. (2016), "Workers' intrinsic work motivation when job demands are high: the role of need for autonomy and perceived opportunity for blended working", *Computers in Human Behavior*, Vol. 60, pp. 179-184.



Gobierno Corporativo en Mercados Emergentes: Impacto en la Bolsa de Valores de Lima - BVL

ÁREA: 2
TIPO: Aplicación

Corporate Governance in Emerging Markets: Impact on the Lima Stock Exchange – BVL
Governança Corporativa em Mercados Emergentes: Impacto sobre a Bolsa de Valores de Lima – BVL

AUTORES

Kurt Burneo Farfan¹
CENTRUM Católica
kburneo@puclp.edu.pe

Edmundo R. Lizaraburu²
Universidad ESAN
elizaraburub@gmail.com

1. Autor de contacto:
Urbanización Los Álamos de Monterrico, Jirón Daniel Alomía Robles 125, Santiago de Surco Lima 33; Perú
2. El documento ha sido trabajado con la colaboración de Carlos Rodríguez.

En la actualidad, el panorama financiero internacional ha sufrido diversos acontecimientos con implicancias sistémicas, tales como, la crisis financiera del 2007 y 2008, la desaceleración de China (del 2014 a la fecha), la contracción de los BRICS (del 2013 a la fecha), entre otras, como lo fundamental en el devenir de las economías es la performance de las firmas, ocurre que detrás de estos eventos suceden varios factores, siendo uno de ellos, la poca implementación de buenas prácticas o gobierno corporativo y esto ha llevado a que la comunidad internacional ponga énfasis en las formas de llevar a cabo transacciones comerciales. NGuyen & Xiangkang (2015), afirman que la principal prueba de los efectos de no aplicar buenas prácticas de gobierno corporativo, se evidencian de forma tangible en aquellas naciones que actualmente han visto multiplicada su productividad, ya afectada por la Crisis Subprime. Este trabajo tiene por objeto el tratar de responder a la pregunta de si verdaderamente la aplicación de los principios del Buen Gobierno Corporativo tendría como efecto, resultados diferenciadamente favorables respecto a aquellas entidades que no aplicaron estos.

Nowadays, the international financial landscape has undergone several developments with systemic implications, such as the financial crisis of 2007 and 2008, the slowdown in China (2014 to date), the contraction of the BRICS (2013 to date), among others, as fundamental to the future of the economies is the performance of firms, it happens that behind these events happen several factors, one of them, poor implementation of good practices and corporate governance and this has led to that the international community put emphasis on ways of conducting business transactions. NGuyen & Xiangkang (2015) state that the main evidence of the effects of not implementing good corporate governance practices are tangibly evident in those countries which have now been multiplied their productivity, already affected by the Subprime Crisis. This work aims to try to answer the question of whether indeed the application of the principles of good corporate governance would have the effect, differentially favorable results with respect to those entities that did not apply these.

Atualmente, a paisagem financeira internacional sofreu vários desenvolvimentos com implicações sistémicas, como a crise financeira de 2007 e 2008, a desaceleração na China (2014 até hoje), a contração dos BRICS (2013 até à data), entre outros, como fundamental para o futuro das economias é o desempenho das empresas, acontece que por trás desses eventos acontecem vários fatores, um deles, má aplicação de boas práticas e governança corporativa e isso levou a que a comunidade internacional colocou ênfase sobre as formas de realização de transações comerciais. Nguyen & Xiangkang (2015) afirmam que a principal evidência dos efeitos da não implementação de boas práticas de governança corporativa são tangível evidente nos países que já foram multiplicadas a sua produtividade, já afetados pela crise do subprime. Este trabalho tem o objetivo de tentar responder à questão de saber se de fato a aplicação dos princípios de boa governança corporativa teria o efeito, diferencialmente resultados favoráveis no que diz respeito a essas entidades, que não se aplicam estes.

DOI
10.3232/GCG.2016.V10.N3.03

RECEIVED
09.04.2016

ACCEPTED
30.06.2016

1. Introducción

El documento que se desarrolla a continuación tiene como principal objetivo, responder una duda bastante común y conocida en el mundo financiero, esto es, si verdaderamente es necesario llevar a cabo el esfuerzo, usando diferentes tipos de recursos de implementar los principios del Buen Gobierno Corporativo, puesto que existe el postulado de que este provee de mejores resultados para una organización (Black et al., 2006). Según Ortega, Martínez & Valencia (2009), las diferentes entidades alrededor del mundo están teniendo un giro bastante interesante de comentar, respecto al riesgo o a las situaciones de incertidumbre, es decir, el no saber qué sucederá en el futuro o simplemente aplicar un producto financiero que aparentemente reditúa de una manera positiva, pero que tiene ciertos aspectos sin una definición clara de comportamiento tienen a las empresas midiendo continuamente la volatilidad de los resultados basados en los flujos de la entidad.

Las organizaciones plantean diferentes formas o procesos, para poder llevar a cabo sus negocios, estos se establecen principalmente con la idea de que las empresas están hechas para generar rentabilidad o crear un máximo valor para los accionistas de la misma (Bhagat y Bolton 2008), una afirmación bastante correcta, sin embargo es necesario que se entienda que no es posible operar como sea o de una manera que sólo recoja este principio, puesto que toda organización debe aplicar los adecuados controles o herramientas que permitan limitar efectos negativos derivados de la cotidianeidad de sus procesos u operaciones, ya que el caso más extremo que se puede enfrentar está relacionado con la insolvencia financiera o con la carencia de generación de valor, lo cual generaría un inadecuado desempeño en el mercado, para atraer potenciales inversionistas o retener a los actuales. (Ortega, Martínez & Valencia, 2009)

Al haber mencionado la potencial insolvencia financiera de una entidad es necesario establecer algunos aspectos que no se tratarán a profundidad en este documento, pero que sí es importante destacar, según los estudios de Hayes, Hodge & Hughes (2010), la crisis del 2008 generó una quiebra empresarial cercana a más de 400 organizaciones, entre medianas y grandes entidades, sin tomar en cuenta el efecto de los “bail outs” a los bancos de inversión y la quiebra de Lehman Brothers, sin embargo de acuerdo a estos autores es más importante enfocarse en el efecto que generó la caída de este grupo que concentraba grandes cantidades de capital y de los cuales dependían muchas organizaciones americanas y del mundo, puesto que afectaron a las empresas que son consideradas la columna vertebral de toda economía, industrias de menor relevancia, locales, regionales y hasta distritales. Los efectos de la crisis financiera genera la importante cuestión de mejorar las prácticas empresariales, con el fin de reconocer de una manera más contundente la existencia de grupos de interés o Stakeholders, los mismos que se ven afectados por la operatividad de cualquier institución alrededor del mundo.

Lo que se recoge en esta investigación es, como ya se ha presentado líneas arriba, el planteamiento asociado a si los resultados de una organización son mejores al aplicar los principios del denominado Buen Gobierno Corporativo, para volver más específica esta investigación, sólo se buscará lograr una conclusión en términos de la rentabilidad o atractivo para inversionistas potenciales y para los actuales y el desempeño de las obligaciones financieras expresadas a través de la solvencia financiera (Darrat et al., 2016).

PALABRAS CLAVES

Gobierno Corporativo, Z-score, QTobin, Mercados Emergentes

KEYWORDS

Corporate Governance, Z-score, Tobin Q, Emerging Markets

PALAVRAS-CHAVE

Governança Corporativa, Z-Score, Q de Tobin, mercados emergentes

CÓDIGOS JEL:

F30, G15, G30

La forma en cómo se medirán estos indicadores se llevará a cabo, por medio de la aplicación de dos modelos cuyas herramientas son indicadores compuestos y bastante respetados para medir ambos conceptos que han sido determinados como de interés para esta investigación. Uno de estos es el indicador Z de Altman; es según Altman (2000), el resultado de una función discriminante de cinco variables con sus respectivos coeficientes, que permite definir a partir de ciertos ratios financieros utilizados como las variables en cuestión, si una organización privada con fines de lucro se encuentra en una situación de alta probabilidad de quiebra por una situación de insolvencia financiera, es decir el modelo permite conocer si, la gestión que los administradores de la entidad están aplicando es la correcta, para minimizar esta situación.

Por otro lado, el indicador Q de Tobin o también conocido como el ratio de Tobin, fue creado por el economista y premio nobel James Tobin, el mismo que determinó la necesidad de entender que las organizaciones buscarán invertir de manera constante hasta lograr un nivel óptimo de ganancia, a este nivel se le conoce como costo de reposición y de acuerdo a Tobin (1969), estos esfuerzos representados por recursos financieros deberían reeditar en un mayor valor de mercado o apreciación del mismo, con lo cual determinó que para conocer si una organización tiene un adecuado nivel de generación de valor o rentabilidad (Han, J., y Pennacchi, G. 2015) es necesario comparar cuántas veces vale la misma en razón a la totalidad de inversión realizada o costo de reposición (Baik et al., 2010). Para lograr la comprobación de estos aspectos previamente planteados se han escogido empresas de dos grupos que se pueden entender como que sí aplican efectivamente todos los principios referidos por el Buen Gobierno Corporativo y aquellas que no, las referidas agrupaciones se conforman por siete empresas que son parte del actual S/P GENERAL BVL, como las que no han implementado los dictámenes del Buen Gobierno Corporativo, y siete entidades del S/P IBGC BVL, como las que sí los han implementado y actualmente los aplican en sus operaciones cotidianas. Finalmente es necesario resaltar que el periodo de análisis en cuestión será desde el año 2009 al 2014, con el fin de analizar el desempeño de ambos indicadores, a lo largo de un periodo de tiempo que no sea una limitante por insuficiencia en grados de libertad, a la hora de testear los modelos.

.....

2. Marco Teórico

2.1. El Buen Gobierno Corporativo en las Empresas

Las empresas se han desempeñado por muchos años de una manera errónea, en sus orígenes y hasta hace relativamente poco no identificaron la necesidad de beneficiar con sus operaciones a la sociedad, el vínculo que debe existir entre los miembros y los grupos de interés, ni calcular el efecto positivo o negativo de las actividades de su negocio, para con el entorno. (Hormaza León, 2015). Es necesario establecer que las empresas deben apuntar a Buen Gobierno Corporativo, no basta con practicar el Gobierno Corporativo de por sí, sino llevarlo a cabo de manera efectiva en todos los aspectos. Mientras mejor se realice, las empresas verán beneficios en sus resultados financieros y en sus operaciones.

Desde que fueron publicados por primera vez en 1999, los principios de la OCDE aplicados al gobierno corporativo han obtenido reconocimiento en todo el mundo a un punto de ser considerados referencia

internacional para la buena gestión empresarial. Además son utilizadas por los gobiernos, reguladores, inversores, empresas y diversos grupos de interés en los países de la OCDE y no OCDE (Jesover, F., y Kirkpatrick, G. 2005). La OECD (2005), plantea que las organizaciones deben llevarse tomando en cuenta el potencial del mercado, pero involucrando a todos los agentes que participan de forma directa o indirecta en el negocio. Entre los beneficios que presenta el Buen Gobierno Corporativo, la CAF (2010) presenta un clima de confianza y transparencia entre los diferentes agentes con los que se establecen relaciones para finalmente generar un mayor valor para la empresa en un periodo determinado (Bolaños et al., 2014).

Los lineamientos del Código Latinoamericano de Gobierno Corporativo definido por la CAF en el 2014 presenta que el Buen Gobierno Corporativo representa toda relación formal o informal entre los grupos de interés o agentes que participan en cierto negocio, para optimizar el uso de los recursos y los resultados de la entidad en el mercado (mitigación de riesgos y mayor transparencia en la comunicación de la corporación). (CAF, 2014). Si bien el Buen Gobierno Corporativo presenta una situación de amplios beneficios a través de la implementación de sus principios y normas, también es importante resaltar aquellas fallas comprobadas que poseen las empresas al inhibirse de la aplicación de los mismos, tales como asimetría de la información, abuso de poder de los dueños, carencia de independencia en la auditoría, falta a los derechos laborales y deficiente contratación de talento humano (CAF, 2014). En este caso es relevante mencionar la ley Sarbanes-Oxley (SOX), la misma que se planteó para reformular las formas de hacer negocio de las empresas americanas, después del escándalo financiero derivado de la quiebra de ENRON. (Clark, 2005). Según Clark (2005), la SOX planteó diferentes reformas a ser incluidas en el Buen Gobierno Corporativo, las mismas que se vincularon con aspectos tales como el Directorio, la difusión de información y la auditoría. También se otorgó mayor poder de decisión a los propietarios y se propuso una nueva forma de elegir autoridades administrativas.

Auditoría

En respuesta a los malos manejos de la información financiera se elevaron los criterios necesarios para cumplir con la auditoría financiera (Clark, 2005). Las variaciones a las leyes de control se presentan a continuación:

Tabla 1: La SOX y la nueva auditoría

<i>Minimizadoras de Conflictos</i>	<i>Reglas de Auditoría</i>
Inexistencia de relación entre los auditores y la empresa a ser auditada.	Las empresas listadas en bolsa deben poseer sistemas de control manejados por independientes.
El Comité de Auditoría definirá las compensaciones a la empresa que realice el proceso.	La información a ser emitida deberá llevar la rúbrica de los CEOs y CFOs.
Cambio de la empresa auditora cada 5 años.	Los Comités de Auditoría deben poseer expertos.

Fuente: Adaptado de Corporate Governance Changes in the Wake of the Sarbanes-Oxley Act: A Morality Tale for Policymakers Too

Directorio

Según Clark (2005), las reformas al Directorio se enfocaron en minimizar los conflictos y las presiones interpersonales en las actividades rutinarias del negocio. Las medidas se explican en el siguiente cuadro:

Tabla 2: La SOX y las modificaciones en la dirección de la empresa

<i>Minimizadores de Conflictos</i>	<i>Mejoras en el Directorio</i>
Mayoría de directores independientes.	El Directorio debe tener expertos relevantes para la empresa.
Criterios de elección de directores.	Limitado número de empresas en los que se es director.
Comités claves sólo con independientes.	Directores con mayor control de actividades.
Comités de Auditoría, Compensaciones y Nominaciones.	Tener un Código de Ética
Funciones diferentes para directores y administradores.	Evaluación del Directorio y los Administradores.
Reuniones ejecutivas regulares.	

Fuente: Adaptado de Corporate Governance Changes in the Wake of the Sarbanes-Oxley Act: A Morality Tale for Policymakers Too

Publicación de Información Contable

Los resultados que se buscan obtener de estas variaciones son minimizar las malas inversiones, reducir la mala valoración de ciertos activos negociables y tratar de eliminar en lo máximo escándalos y fraudes de índole financiera (Clark, 2005). La SOX presenta las siguientes modificaciones:

Tabla 3: La SOX y la publicación de información contable

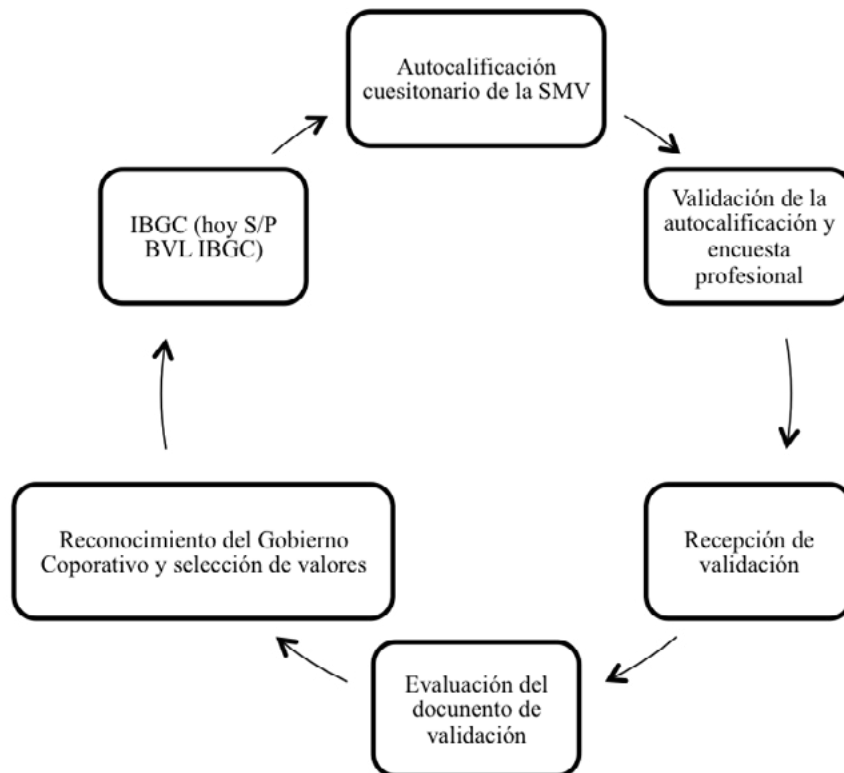
<i>Publicaciones de Información</i>	<i>Mejores Formas de Publicación</i>
Publicación de todas las actividades de la empresa.	Los CEOs y CFOs deben de validar toda la información financiera que se emita al mercado.
Definir políticas contables clave.	
Mejor Contabilidad en términos de alto costo.	

Fuente: Adaptado de Corporate Governance Changes in the Wake of the Sarbanes-Oxley Act: A Morality Tale for Policymakers Too

2.2. Introducción al Índice del Buen Gobierno Corporativo de la Bolsa de Valores de Lima

El Buen Gobierno Corporativo es una tendencia que fomenta la administración y control de las organizaciones bajo principios de responsabilidad con sus grupos de interés o stakeholders (OECD, 2014), con el fin de no perjudicarlos y de maximizar los resultados derivados de la relación entre los agentes, es decir mayor equilibrio, manejo de riesgos (Andersen, T., y Bettis, R. 2015) y valor económico. Estos criterios son utilizados por la BVL, para poder calificar cierto grupo de empresas o indicador. (Bolsa de Valores de Lima, 2008). Según la Bolsa de Valores de Lima (2008), es relevante tener un índice así, pues permite a los mercados lograr un nivel superior de confianza y eficiencia en contraste con otros. El índice en mención hace referencia a una cartera de amplia relevancia para la economía, que permite conocer el desempeño de las empresas que cumplen con las normas del Buen Gobierno Corporativo, como referentes del mercado local (Bolsa de Valores de Lima, 2008). El gobierno corporativo contribuye con el desarrollo de las empresas listadas y su estructura de capital (Gomez et al., 2014). A continuación se presenta el procedimiento completo para calificar al Índice del Buen Gobierno Corporativo:

Figura 1. Procedimiento para calificar al IBGC³ (SMV, 2013).



Fuente: Adaptado de Bolsa de Valores de Lima. (2014). Bolsa de Valores de Lima. Recuperado el 13 de Agosto de 2015, de <http://www.bvl.com.pe/ipgc/suplemento.pdf>

3. Metodología de la investigación

3.1. El Modelo Z de Altman

El modelo Z-Score es conocido como una medida producto de una serie de diferentes ratios financieros, que son utilizados en una fórmula, la cual pondera por grado de relevancia para una potencial quiebra y suma los resultados de la ponderación para generar un resultado final (Anjum 2012), el mismo que se denomina Z-score, que es comparado con un puntaje, ya definido por el autor Edward Altman, para poder establecer si una empresa es sana, con probabilidad media de quiebra o en una situación de "financial distress" o fracaso potencial. (Altman E., Predicting Financial Distress of Companies: Revisiting the Z-Score and ZETA Models, 2000)

Altman, enfocó su interés por estudiar el hecho de que los ratios financieros de forma autónoma, no proveen información adecuada sobre la solvencia financiera de una organización (Mongrut et al., 2011), por lo cual determinó el uso de la estadística para evaluar a las entidades privadas con el fin de definir una probabilidad de quiebra basándose en ciertos ratios financieros definidos. (Altman E., Predicting Financial Distress of Companies: Revisiting the Z-Score and ZETA Models, 2000).

Los criterios para el desarrollo del modelo son:

Tabla 4: Criterios para el desarrollo del modelo

<i>Criterios necesarios para desarrollar el Z-Score</i>
Ratios relevantes que permitan identificar el potencial incumplimiento de obligaciones financieras. Asignación de pesos en función a la importancia o grado de impacto del ratio.

Fuente: Elaboración propia

Finalmente se obtiene el modelo de Z de Altman identificando cinco variables importantes, que el estudio desarrollado por Edward Altman ya determinó, las mismas que se presentan a continuación, con la fórmula del Z calculado:

$$Z = V_1X_1 + V_2X_2 + V_3X_3 + V_4X_4 + V_5X_5$$

Fórmula 1. Fórmula del Z-Score de Altman

Tabla 5: Interpretación de la simbología del Z-Score

<i>Símbolos</i>	<i>Significado</i>
X ₁	Capital de trabajo / Activos Totales
X ₂	Utilidades Retenidas / Activos Totales
X ₃	Utilidades Retenidas antes de Intereses e Impuestos / Activos Totales
X ₄	Valor en Libros del Patrimonio / Valor Pasivos Totales
X ₅	Ventas / Activos Totales
V _i	Coefficientes o pesos asignados a cada una de las variables
Z	Score o Índice para análisis

Fuente: Predicting Financial Distress of Companies: Revisiting the Z-Score and ZETA® MODELS, 2000

Es necesario recalcar la razón de la elección de los diferentes ratios o indicadores financieros, por parte del modelo. A continuación se presentan los criterios relacionados a su uso:

- Capital de Trabajo sobre Activos Totales (X1): Nivel real de liquidez disponible, para poder cubrir operaciones rutinarias. (Altman, Haldeman, & Narayanan, A new model to identify bankruptcy risk, 1977)
- Utilidades Retenidas sobre Activo Total (X2): Lo que se mantiene en reserva en contraste con los generadores de ingresos. (Lizarzaburu, 2014)
- Utilidades antes de Intereses e Impuestos sobre Activo Total (X3): Permite conocer el nivel de productividad, respecto al apalancamiento e intereses de la empresa. (Altman, Haldeman, & Narayanan, A new model to identify bankruptcy risk, 1977)
- Valor en libros del Patrimonio sobre Pasivo Total (X4): Permite conocer el valor de la empresas según libros, aquellas que no cotizan en bolsa, respecto a la totalidad de financiamiento que posee la misma. (Lizarzaburu, 2014)
- Ventas sobre Activo Total (X5): Compara la generación de ingresos con aquellas inversiones que permiten obtenerlos. (Altman, Iwanicz-Drozdowska, Latinen, & Suvas, 2014)

La fórmula o función se expresa a continuación, con los valores o coeficientes discriminantes ya calculados, por el estudio de Altman es la que expone a continuación:

$$Z = 0.717X_1 + 0.847X_2 + 3.107X_3 + 0.420X_4 + 0.998X_5$$

Fórmula 2. Ecuación para empresas privadas

El resultado que se obtiene a partir del cálculo realizado es conocido como un Z-Score o Z de Altman mediante el cual las empresa son clasificadas dentro de ciertos grupos. Las agrupaciones definidas por Altman toman en cuenta el criterio cualitativo del Multiple Discriminant Analysis, por su definición en inglés, ya que busca definir si una empresa se encuentra en un momento de potencial quiebra o simplemente en no quiebra.

Edward Altman estableció rangos para poder clasificar a las empresas, todos de acuerdo a valores relacionados con la capacidad de gestionar de forma adecuada el endeudamiento (González 2009) de la organización (Lizarzaburu, 2014). Los estudios arrojaron como primera zona lo que se conoce como "distress zone", a la cual pertenecerían empresas que posean un valor Z calculado por debajo de 1.23, por otro lado se tiene la zona que se conoce como "grey zone" la cual posee un rango de pertenencia para las empresas de entre 1.23 a 2.90 y finalmente cuando las empresas poseen un valor Z-Score que es de 2.90 o mayor son parte de la "safe zone". La tabla número 10 permite analizar de una mejor manera la interpretación y clasificación del Z-Score.

Las áreas son explicadas a continuación:

- Safe Zone ($Z \geq 2.90$): Empresa con un muy adecuado manejo del endeudamiento en términos de pago y gestión del financiamiento, adecuado desempeño financiero en el mercado y con una probabilidad de quiebra mínima en las condiciones actuales. (Altman, Haldeman, & Narayanan, A new model to identify bankruptcy risk, 1977)
- Grey Zone ($1.23 < Z < 2.90$): Empresa con una probabilidad medianamente elevada de incurrir en bancarrota, es un área en la cuál las empresas deben tomarse muy en cuenta una revisión de su gestión de financiamiento, para poder suprimir el potencial de quiebra. (Altman, Haldeman, & Narayanan, A new model to identify bankruptcy risk, 1977)
- Distress Zone ($Z < 1.23$): Empresa propensa a la quiebra y con una salud financiera bastante comprometida y desempeño inadecuado de su negocio. (Altman, Haldeman, & Narayanan, A new model to identify bankruptcy risk, 1977)

Tabla 6: Interpretación del Z-Score calculado

Área de clasificación	Valores
Safe Zone	$Z > 2.90$
Grey Zone	$1.23 < Z < 2.90$
Distress Zone	$Z < 1.23$

Fuente: Elaboración Propia

El modelo original del Z-Score basaba sus principios en calcular el mencionado indicador a empresas que se manejan de forma pública, en el argot americano, o en bolsa.

El principal problema referente a esto, es que el modelo original se utilizaba incluso para empresas que se manejan fuera de bolsa, es decir, su capital no había sido emitido al mercado, pero con ciertos ajustes por organización, debido a esta razón se modificó el modelo a lo que es actualmente (ver Fórmula 3). La fórmula expresada líneas arriba, es la que se utiliza al analizar cualquier tipo de empresa, independientemente de si son partícipes de la bolsa local o no. (Altman, Iwanicz-Drozowska, Laitinen, & Suvas, 2014)

El modelo en su aplicación necesita un número igual de empresa quebradas y empresas que sigan operando de manera regular en el mercado, independientemente, si es que estas últimas tienen una solvencia desfavorable o preocupante. (Romani, Aroca, Aguirre, Paola, & Muñoz, 2002)

3.2. El Modelo de Valoración de la Q de Tobin

Según Tobin (1969), las empresas continuarán llevando a cabo una estrategia agresiva de inversión hasta que optimicen su beneficio, por lo tanto desembolsarán dinero de forma continua hasta que puedan alcanzar un nivel muy superior al coste de reposición de la misma.

El modelo de la Q de Tobin, puede ser definido como el ratio entre el valor de mercado asignado a todos los activos de una firma, considerando los de carácter intangible como por ejemplo el potencial de

crecimiento, calidad de gestión, poder de mercado entre otros (Vizcaíno, M., y Chousa, J. P. 2016) versus su costo de reposición. Sin embargo, existen variantes metodológicas para estimar este ratio, opciones que presentamos a continuación.

Lindenberg y Ross (1981)

Se define la Q de Tobin a través del siguiente ratio:

$$Q = \frac{\text{Valor de mercado de la firma}}{\text{Valor de reemplazo de activos de firma}}$$

Esto es

$$Q = \frac{VM(\text{Patrimonio} + \text{Deuda} + \text{Acciones preferenciales})}{VR(\text{Maquinaria y equipos} + \text{Inventarios})}$$

Se asume VM(Y), es el valor de mercado y VR(Y) es el valor de reposición de la variable Y respectivamente.

Para estimar la Q de Tobin, Lindenberg y Ross (1981) proponen

$$Q = \frac{VM(AC + AP + DLP) + VL(DCP)}{(VL(TA) + VR(ME) - VL(ME) + VR(Inv) - VL(Inv))}$$

Donde VL (Y) es el valor en libros de la variable Y, AC es el valor de acciones comunes, AP es el valor de acciones preferentes, DLP es la deuda de largo plazo y DCP la de corto plazo, TA es el valor total de activos, ME es el valor materiales y equipos e Inv es el valor de inventarios.

Lindenberg y Ross proponen, además una metodología para el cálculo de los valores que determinan a Q. Esta resulta ser apropiada conceptualmente, al plantear de forma precisa el cálculo del valor de mercado de las acciones preferenciales y de la deuda de largo plazo.

En particular, el valor de las acciones preferenciales se obtiene a través del ratio de los dividendos de la empresa y el índice de rendimiento de las acciones preferenciales de Standard & Poor's, mientras que el valor de mercado de la deuda a largo plazo es calculado a través de la generación de un cronograma de flujos de la deuda, actualizado con el rendimiento de los bonos acorde con la deuda. El valor de reposición de los activos (el denominador) se calcula como la suma del valor en libros del total de activos, el valor de reposición de maquinaria más el valor en libro de los inventarios. Estos cálculos incluyen un ajuste por progreso técnico.

Perfect y Wiles (1994)

Dado que estimar la Q de Tobin, según la metodología de Lindenberg y Ross, es costoso en términos de disponibilidad de información; proponen un método alternativo que no precisa de información de costos de reposición de los activos reportados por las empresas (emplea solo información contable),

y que simplifica el computo del valor de la deuda a largo plazo. El calculo de cada una de las variables se detalla a continuacion:

$$VM(AP) = \frac{\text{Dividendo anual firma}}{\text{Rendimiento accion preferente}}$$

VM(DLP): Se genera cronograma de flujos, actualizado con rendimiento promedio de bonos tipo A.

Costo de reposicion: Definido como el monto necesario para reproducir una firma con similar capacidad productiva, al minimo costo con la mas moderna tecnologia disponible.

Bajo esta definicion, el costo de reposicion depende de tres componentes: i) el total de los activos, ii) maquinarias y equipos e iii) inventarios.

En el metodo propuesto por Perfect y Wiles (1994), de acuerdo al numerador del ratio de Lindenberg y Ross(1981) sin considerar el proceso tecnologico,dicho calculo plantea según el numerador de la ecuacion, el valor en libros para los activos totales que no son maquinarias, ni equipos, ni inventarios.

Para el caso del costo de reposicion en el periodo inicial esta determinado por el total de activos dado que $VR(ME)_0 = VL(ME)_0$ y $VR(Inv)_0 = VL(Inv)_0$, luego el valor de la reposicion de la maquinaria y equipo $VR(ME)$ se calcula de acuerdo a la siguiente ecuacion:

$$VR(ME)_t = VR(ME)_{t-1} \left(\frac{1 + \phi_t}{1 + \delta_t} \right) + INV_t,$$

Para $t > 0$, donde $\delta_t = VL(\text{depreciacion})_t / VL(ME)_{t-1}$ y $\phi_t = (IME_t - IME_{t-1}) / IME_{t-1}$ es la variacion del indice de precios de maquinaria y equipo. En el calculo del $VR(ME)$, el factor $1 + \phi_t$ valoriza la maquinaria y equipo a precios de mercado y el factor $(1 + \delta_t)^{-1}$ introduce un ajuste por depreciacion que reduce el valor del activo. Al valor ajustado del valor de reposicion de la maquinaria y equipo del periodo anterior se agrega el monto de la inversion en inventarios de cada periodo.

En cuanto al estimado del valor de reposicion de los inventarios existen diversas opciones: En el metodo UEPS (ultimas en entrar primeras en salir) se le da salida a los productos que se adquirieron recientemente, con el objetivo de que en el inventario final queden aquellos productos que se adquirieron primero. Por su parte el metodo PEPS (primeras en entrar primeras en salir) se le da salida del inventario a aquellos productos que se compraron primero, por lo que en los inventarios quedaran aquellos productos comprados mas recientemente. Bajo el metodo de costo promedio, el valor de reposicion en el periodo t se considera a un promedio de los precios en $t-1$ y t . de alli, se tiene que

$$VR(Inv)_t = \begin{cases} VR(Inv)_{t-1} \left(\frac{P_t}{P_{t-1}} \right) - (VL(Inv)_t + (VL(Inv)_{t-1} + \left(\frac{P_t + P_{t-1}}{2P_{t-1}} \right)) & \text{BAJO UEPS} \\ VL(Inv) & \text{BAJO PEPS,} \\ VL(Inv) \left(\frac{P_t + P_{t-1}}{2P_{t-1}} \right) & \text{BAJO EL PROMEDIO} \end{cases}$$

Delgado, Espitia Y Ramirez (2004)

Delgado et al., (2004) analizan los factores por los que las inversiones directas españolas se ven erosionadas de países industriales hacia países en desarrollo y proponen calcular la Q de Tobin de la siguiente manera:

$$Q_{\text{DER}} = \frac{VM(A+D)}{(AFNRC+EPR+AMN)}$$

Donde el valor del mercado de los activos VM(A) es igual al número de acciones multiplicadas por el precio de mercado, y el valor de mercado de la deuda con costo directo VM(D) es un promedio del valor teórico y el valor en libros. AFNRC es el costo reposición del activo fijo neto, EPR es el costo de reposición de las existencias y AMN son los activos monetarios netos.

Valor de Mercado de la deuda:

Se calcula como el promedio entre el valor teórico (VT) y el valor en libros de la deuda de largo plazo. Para el valor teórico se asume que los gastos financieros son a perpetuidad, por lo que su valor actual se convierte en el ratio de este con las tasas de interés, la razón por la cual se calcula el promedio, se debe a que los gastos financieros incluyen gastos que no son directamente provenientes de la deuda que aparece en el balance, por lo que para aminorar el tamaño del error que pudiera haber, se toma un promedio de este con la deuda a largo plazo. Así tenemos:

$$VM(D) = \frac{VT+VL(DLP)}{2} = \frac{1}{2} \left(\frac{\text{Gastos Financieros}}{\text{Tasa de Interés Promedio}} + VL(DLP) \right)$$

Costo de reposición: El costo de reposición del activo fijo neto (AFNCR) se calcula como

$$AFNCR_t = AFNCR_{t-1} \frac{(1+\psi)}{(1+\delta)(1+\theta_t)} + INV_t$$

Donde ψ es el deflactor de la formación bruta del capital, θ_t es la tasa de progreso técnico sectorial y δ_t es la tasa de depreciación del equipo. El cálculo del costo de reposición por Delgado et al., (2004) es similar al planteado de Linberberg y Ross (1981), el cual introduce el proceso técnico.

Por su parte, el costo de reposición de las existencias (EPR) es el cálculo a través del promedio

$$EPR_t = EVC_t \frac{(2DFI_t)}{(DFI_t)+(DFI_{t-1})}$$

Donde *EVC* son las existencias valoradas contablemente y DFI es el deflactor del precio de las existencias. Para los Activos Monetarios Netos (AMN) se utiliza la valoración contable de esta variable.

La ventaja de este método es que el cálculo de la valorización de la deuda a largo plazo es sencillo. Por otro lado en el cálculo del costo de reposición del activo fijo neto se toma en cuenta el desarrollo

tecnológico sectorial, consideración no exenta de limitantes como complejidad en su estimación y/o limitaciones en la disponibilidad de insumos para la estimación.

Chung & Pruitt (1994)

La aproximación de Chung y Pruitt (1994) es considerablemente más simple que las discutidas en secciones previas. No obstante, esta medición explica, para el caso de los EEUU, más el 95% de la variabilidad de la Q propuesta por Lindenberg y Ross (1981).

De acuerdo a estos autores, la Q de Tobin se puede calcular así:

$$Q = \frac{VM(AC) + VL(PS) + Deuda}{VL(TA)}$$

Fórmula 3. El modelo de Chung & Pruitt

La explicación considera que VM (AC) denota el valor de las acciones comunes en el mercado de valores, es decir la capitalización bursátil, por otro lado PS es el valor de liquidación que poseen las acciones preferentes emitidas y TA hace referencia al total de activos, sin llevar a cabo ninguna discriminación, tal como se encuentra expresado en el Balance General de una firma.

Según Chung & Pruitt (1994) la deuda, que forma parte del modelo presentado por ambos autores para calcular la Q de Tobin, se puede expresar como la suma del valor en libros de la deuda de largo plazo, la misma que supera el año como periodo de madurez, también el valor en libros de la deuda de corto plazo, la misma que no supera el año de maduración, los inventarios de la empresa, igualmente a valor en libros y los activos de corto plazo.

La deuda se puede expresar:

$$Deuda = VL(DLP + INV + DCP - ACP)$$

Fórmula 4. Deuda según Chung & Pruitt

3.3. La Q de Tobin en el caso peruano

A continuación, se proponen diversos enfoques para el cálculo de la Q de Tobin para el caso peruano, y se estudia su desempeño empírico. Los criterios para preferir una metodología sobre otra son básicamente simplicidad de cálculo y disponibilidad de información. Un estudio llevado a cabo por (Montoro & Navarro, 2010) en el 2010, con respecto al desarrollo de una Q de Tobin, resulta útil en tanto permite informar que tan atractivo es el Perú, como destino de inversión, es un marco bastante relevante para poder complementar el ratio Q y su aplicación a empresas del entorno local.

Según ambos autores, la metodología más resaltante y empleable en términos de calcular el potencial de rendimiento que tiene la economía peruana, es la de Chung & Pruitt (1994), el modelo que emplearon como base fue modificado tomando en cuenta una forma aún más sencilla, la misma que

se expresa como simplemente el cociente del valor de mercado de la empresa, como ya se ha explicado anteriormente este concepto se puede obtener por medio de la capitalización bursátil de la entidad en el mercado y del valor en libros de la totalidad de activos de una empresa. Para Montoro & Navarro (2010), la Q de Tobin aplicable se expresa de la siguiente manera:

$$Q \text{ simple} = \frac{VM (AC)}{VL (TA)}$$

Fórmula 5. El modelo de Montoro & Navarro

La fórmula que se expresa también denominada la Q Simple, como ya se ha explicado líneas anteriores representa simplemente al cociente entre dos conceptos muy sencillos de calcular, la capitalización bursátil de cualquier entidad listada de alguna bolsa de valores (VM) y el valor en libros del total activos que posea dicha entidad en análisis (VL). (Montoro & Navarro, 2010)

El detalle que se empleó para esta fórmula toma en cuenta conceptos de los diferentes modelos explicados anteriormente, la expresión de Montoro & Navarro se desagrega de la siguiente manera:

$$Q = \frac{VM (AC+DLP)+ VL (DCP)}{VL (TA)+ VR (AFN)- VL (AFN)+ VR (INV)- VL (INV)}$$

Fórmula 6. El modelo de Montoro & Navarra

Se puede entender que el valor de mercado (VM) de las acciones comunes no varía, ya que siempre se hace uso de la capitalización bursátil para su cálculo, por otro lado el valor de mercado de la deuda se puede entender como la suma de los préstamos de la entidad, las cuentas por pagar, otras obligaciones y otras cuentas por pagar que superan el año como periodo de maduración, es decir de largo plazo; el DCP representa a la deuda de corto plazo, la misma que se obtiene a valor en libros (VL). El total activos es también expresado según Balance General de la entidad, los Activos Fijos Netos se presentan a valor en libros y a valor de reposición, la fórmula propone la diferencia de ambos como el valor relevante para el cálculo, finalmente los inventarios tienen el mismo tratamiento que los Activos Fijos Netos, ya que se presentan tanto a valor en libros, como el términos de reposición y se emplea el diferencial de ambos para el cálculo de la Q de Tobin. (Montoro & Navarro, 2010)

La interpretación de la Q de Tobin, se expresa en el siguiente cuadro:

Tabla 7: Interpretación de la Q de Tobin

<i>Q de Tobin</i>	<i>Interpretación</i>
Q > 1	Generación de valor y rentabilidad.
Q < 1	No generación de valor y rentabilidad

Fuente: Adaptado de A General Equilibrium Approach To Monetary Theory. Journal of Money, Credit and Banking , 1 (1), 15-29

4. Aplicación de los modelos

4.1. Desarrollo de la prueba

La evaluación que se realizó tuvo como principal recurso la información financiera, algo que se determinó durante la introducción del documento, las mismas que expresan la situación en términos financiero-económico de las organizaciones seleccionadas para este proceso (Lafuente 2008), los insumos más utilizados fueron los Estados Financieros e información de naturaleza bursátil (precio de cierre y número de acciones en circulación). Los instrumentos de medición aplicados, tuvieron por objeto el satisfacer las necesidades de conocer si, cierta organización tiene un mejor o peor nivel de solvencia financiera y rentabilidad o generación de valor, respecto a otro tipo de empresas, es decir, si las organizaciones que forman parte del indicador bursátil del Buen Gobierno Corporativo poseen resultados tal que, permite llevar a cabo una conclusión y aceptar o rechazar la hipótesis planteada en este documento. Se han seleccionado dos grupos empresas, uno que está en el índice general y otro que está en el índice general pero sobre todo en el de gobierno corporativo. Las empresas listan en la Bolsa de Valores de Lima y son las que tienen presencia en cotización y negociación diaria.

Empecemos por presentar las empresas que han sido seleccionadas por medio de un proceso de muestreo no probabilístico, el mismo que según Ramírez Atehortúa & Zweg-Villegas (2012), se refiere a aquél que no lleva a cabo un proceso de probabilidad aleatorio, sino que es elegido por un tema de conveniencia y accesibilidad para el investigador. Las empresas que forman parte del S/P BVL PERU GENERAL, es decir el Índice General de la Bolsa de Valores de Lima y del S/P BVL IBGC, que se puede entender como el Índice del Buen Gobierno Corporativo de la Bolsa de Valores de Lima y que a su vez son parte de este estudio se presentan a continuación:

Tabla 8: Empresas parte de la prueba piloto

<i>Empresas del S/P BVL PERU GENERAL</i> GRUPO 1	<i>Interpretación</i> GRUPO 2
Corporación de Aceros Arequipa S.A.A.	Alicorp S.A.A.
Edelnor S.A.A.	Compañía de Minas Buenaventura S.A.A.
Empresa Siderúrgica del Perú S.A.A.	Edegel S.A.A.
Volcan Compañía Minera S.A.A.	Ferreycorp S.A.A.
Minsur S.A.A.	Graña y Montero S.A.A.
Unión de Cementos Andinos S.A.A.	Compañía Minera Milpo S.A.A.
Sociedad Minera Cerro Verde S.A.A.	Cementos Pacasmayo S.A.A.

Fuente: Elaboración Propia

El número de empresas tomadas para el presente trabajo toman en cuenta 7 para cada indicador, puesto que si se busca tener un resultado representativo sobre la totalidad de organizaciones, parte de ambos índices bursátiles.

Se aprecia que se tienen dos grupos uno que pertenece solo al S/P General, denominado Grupo 1 y el segundo que son empresas que pertenecen al S/P IBGC o índice de gobierno corporativo y que será denominado como Grupo 2.

4.2. Resultados de la Prueba

Los resultados derivados de las pruebas se presentan a continuación:

- **Comparativo de la Solvencia Financiera**

Los resultados asociados a la Z de Altman fueron determinados como la respuesta a sí las empresas que cotizan en la Bolsa de Valores de Lima, específicamente en el indicador de Buen Gobierno Corporativo y que por ser miembro de este grupo llevan a cabo la práctica común de los Principios del Buen Gobierno Corporativo, tienen una mejor solvencia financiera. El cuadro a continuación permite identificar los indicadores Z de Altman calculados desde el año 2009 hasta el último cierre financiero, es decir el año 2014, por empresa:

Tabla 9: Comparativo de Z-Scores por empresas miembro del IBGC

<i>Empresas</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Alicorp S.A.A.	2.45	2.24	2.52	1.97	1.76	1.46
Compañía de Minas Buenaventura S.A.A.	1.92	2.22	2.33	1.85	1.5	1.21
Edegel S.A.A.	1.27	1.22	1.44	1.53	1.51	1.71
Ferreycorp S.A.A.	1.91	1.72	1.72	1.75	1.85	1.76
Graña y Montero S.A.A.	1.56	1.85	1.96	1.64	1.81	1.47
Compañía Minera Milpo S.A.A.	1.41	2.00	1.89	1.31	1.53	1.65
Pacasmayo S.A.A.	1.79	1.88	1.27	2.22	1.63	1.49
Promedio	1.76	1.88	1.88	1.75	1.66	1.54
Varianza	0.15	0.12	0.20	0.09	0.02	0.04
Desviación Estándar	0.39	0.35	0.45	0.30	0.15	0.19

Fonte: Elaboración Propia

La interpretación que se le puede dar a la Z de Altman, como ya se ha definido en el marco teórico del presente documento toma, encuentra rangos de aceptación, para definir si una empresa está libre de quiebra, potencialmente en quiebra o con un elevado nivel de probabilidad de quiebra debido a la mala gestión de su solvencia financiera. (Altman, Haldeman, & Narayanan, A new model to identify bankruptcy risk, 1977).

Sobre los resultados obtenidos es posible determinar lo siguiente por cada empresa en cuestión:

Tabla 10: Comparativo de Z-Scores por empresas miembro del IGBVL

<i>Empresas</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Corporación de Aceros Arequipa S.A.A.	1.25	1.82	1.71	1.38	1.33	1.54
Edelnor S.A.A.	1.29	1.28	1.38	1.38	1.43	1.43
Empresa Siderúrgica del Perú S.A.A.	1.36	1.33	1.45	1.14	1.85	1.38
Volcan Compañía Minera S.A.A.	1.93	2.33	2.62	1.53	1.19	0.9
Minsur S.A.A.	1.24	1.61	1.79	1.04	1.13	1.03
Unión Andina de Cementos S.A.A.	0.82	0.76	0.84	0.91	0.94	0.78
Sociedad Minera Cerro Verde S.A.A.	3.94	4.07	3.94	3.03	2.21	1.40
Promedio	1.69	1.89	1.96	1.49	1.44	1.21
Varianza	1.09	1.17	1.05	0.51	0.20	0.09
Desviación Estándar	1.04	1.08	1.02	0.71	0.44	0.30

Fonte: Elaboración Propia

Se aprecia que el Grupo 2 presenta mejores indicadores de Altman, es decir tienen una mejor posición de solvencia frente al Grupo 1.

A continuación se presenta en los siguientes gráficos, el comportamiento de los estadísticos del Z-Score, para cada año, con el fin de que se entienda de una forma más dinámica el indicador bajo análisis:

Ilustración 1. Promedio Z-Score

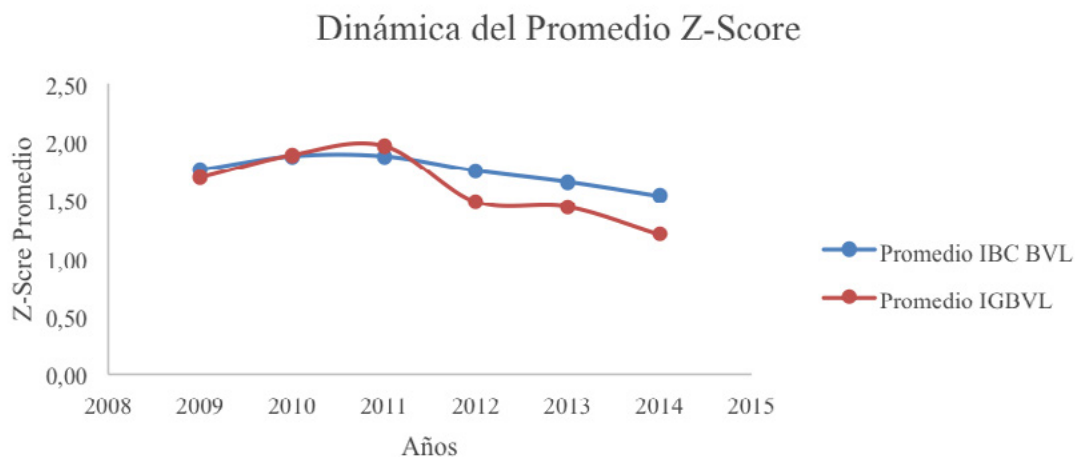
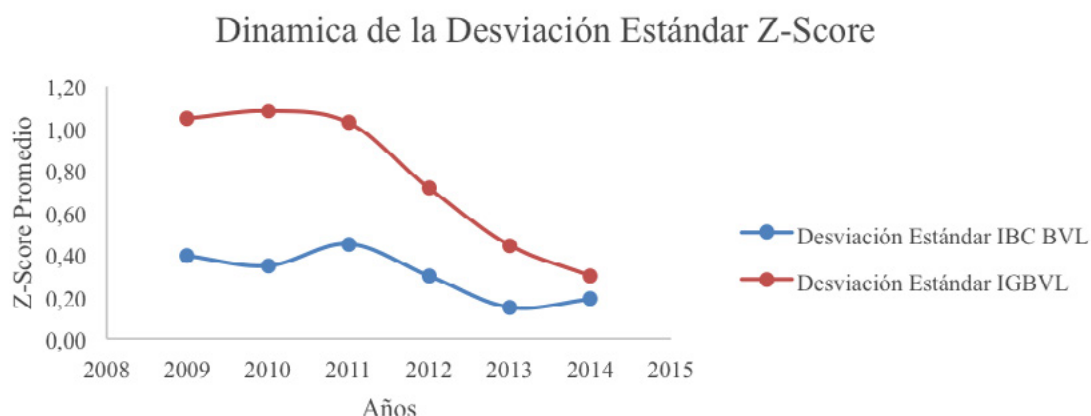


Ilustración 2. Desviación Estándar Z-Score



Fuente: Elaboración Propia

• **Comparativo de Rentabilidad**

La aplicación del modelo Q de Tobin, el mismo que ya ha sido revisado y definido en sus diferentes variantes, ha permitido a este trabajo, poder concluir con la segunda parte de esta investigación, el hecho de sí las empresas del IBGC poseen una mejor rentabilidad que las del IGBVL.

Tabla 11: Comparativo de Q-Scores por empresas miembro del IBGC

Empresas	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Alicorp S.A.A.	0.89	1.79	1.6	1.66	1.32	0.9
Compañía de Minas Buenaventura S.A.A.	0.30	3.76	2.43	2.00	0.55	0.58
Edegel S.A.A.	0.64	0.96	0.88	1.14	1.27	1.89
Ferreycorp S.A.A.	0.07	0.81	0.42	0.43	0.41	0.37
Graña y Montero S.A.A.	0.74	1.40	1.01	1.08	1.24	0.62
Compañía Minera Milpo S.A.A.	1.05	3.51	1.88	3.74	0.61	0.57
Pacasmayo S.A.A.	1.30	2.13	1.01	1.45	0.70	0.45
Promedio	0.71	2.05	1.32	1.64	0.87	0.77
Varianza	0.18	1.38	0.47	1.10	0.15	0.27
Desviación Estándar	0.42	1.17	0.69	1.05	0.39	0.52

Fonte: Elaboración Propia

Tomando en cuenta el modelo simplificado utilizado por Montoro & Navarro (2010), que identificaron que la Q de Tobin se puede expresar como la división entre el valor de mercado de una entidad y su totalidad de activos, siendo un resultado correcto para estos autores que la razón sea superior a 1, en caso contrario el indicador estaría reflejando un inadecuado nivel de gestión de rentabilidad por parte de los administradores de la empresa.

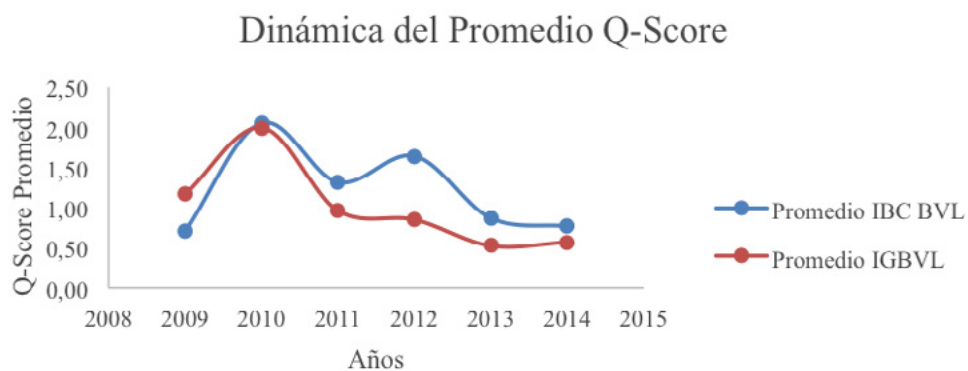
Tabla 12: Comparativo de Q-Scores por empresas miembro del IGBVL

<i>Empresas</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Corporación de Aceros Arequipa S.A.A.	1.3	1.13	0.55	0.38	0.26	0.19
Edelnor S.A.A.	0.64	0.92	0.93	1	0.09	1.09
Empresa Siderúrgica del Perú S.A.A.	0.77	0.91	0.38	0.17	0.21	0.16
Volcan Compañía Minera S.A.A.	0.17	0.24	0.14	0.11	0.1	0.08
Minsur S.A.A.	0.42	1.54	0.38	0.28	0.47	0.54
Unión Andina de Cementos S.A.A.	0.65	0.94	0.43	0.72	0.77	0.47
Sociedad Minera Cerro Verde S.A.A.	4.26	8.29	3.94	3.29	1.78	1.46
Promedio	1.17	2.00	0.96	0.85	0.53	0.57
Varianza	1.97	7.85	1.78	1.26	0.36	0.27
Desviación Estándar	1.40	2.80	1.33	1.12	0.60	0.52

Fonte: Elaboración Propia

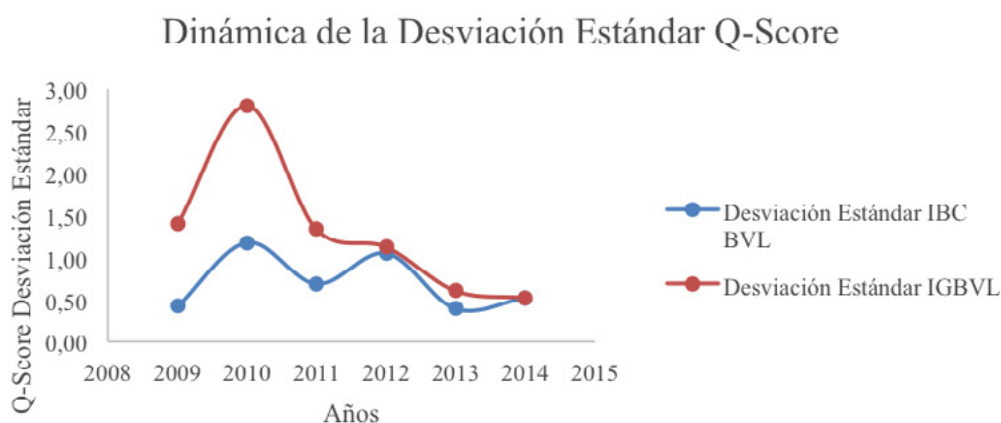
Para el caso de la Q de Tobin se aprecia que ambos grupos de empresas seleccionadas han ido presentando una reducción en el valor de la Q, estando en ambos casos por debajo de 1 A continuación se presenta en los siguientes gráficos, el comportamiento de los estadísticos del Q-Score, para cada año, con el fin de que se entienda de una forma más dinámica el indicador bajo análisis:

Ilustración 3. Promedio Q-Score



Fonte: Elaboración Propia

Ilustración 4. Desviación Estándar Q-Score



Fonte: Elaboración Propia

De la evaluación de los valores de Q para los 2 grupos de firmas, esto es las del grupo IBGC con aplicación de prácticas de buen gobierno corporativo comparado con los valores de Q que no aplicaron dichas prácticas IGBVL, encontramos que si bien la aplicación de prácticas de buen gobierno corporativo no originaron en todo el periodo muestra valores de Q mayores que 1, lo que podría explicarse por la ocurrencia de factores exógenos al cálculo de Q, lo que si se evidencia es que en todo el periodo analizado, los indicadores o valores de Q correspondientes al grupo IBGC, han sido periodo tras periodo superiores a los Q correspondientes al grupo que no aplicaba prácticas de buen gobierno corporativo.

4. Conclusiones

El presente trabajo ha tenido por objeto, tratar de evidenciar, el impacto real que tienen los principios del Buen Gobierno Corporativo, los mismos que se vinculan con las buenas prácticas y la ética empresarial, en los resultados netamente financieros que una organización puede presentar, como ya se ha determinado líneas anteriores, el documento tiene como criterios a medir la rentabilidad o atractivo de inversión que tiene una organización listada en la Bolsa de Valores de Lima y la solvencia financiera de la misma, pero discriminando entre las que pertenecen al indicador asociado a esta corriente y el indicador general de la plaza bursátil.

Los resultados arrojaron que si bien la Bolsa de Valores de Lima es una plaza, no muy atractiva en términos de efectos positivos para inversionistas, puesto que la falta de dinamismo y los diferentes eventos que han impactado en la economía peruana han mermado su potencial, es importante denotar que el análisis de la tendencia de estos indicadores mostró dos importantes comportamientos: en primer

lugar, como ya se mencionó anteriormente se buscó evaluar cómo se desempeñó la organización en términos de la Z de Altman y la Q de Tobin, ambos indicadores mostraron resultados desfavorables al final del año 2014; es decir, las empresas listadas en bolsa han obtenido resultados negativos sobre estos dos aspectos, pero es importante resaltar que en términos comparativos, los mismos que son los indicados para establecer el resultado que busca esta investigación, las empresas que son parte del Indicador del Buen Gobierno Corporativo en contraste de las organizaciones que forman parte del otro grupo tuvieron un marginal, pero mejor, resultado sobre la rentabilidad derivada de la apreciación del mercado y la gestión de la solvencia financiera de cada institución, tanto en promedio por año, las empresas han tenido un mejor indicador de solvencia o Z-Score mejor en contraste con las empresas parte del Índice General de la Bolsa de Valores de Lima, también en términos de variabilidad expresada por la varianza y la desviación estándar, ambos estadísticos que denotan un dinamismo estable de los resultados que representan la rentabilidad y solvencia financiera.

El estudio podría ampliarse a las empresas que listan en las bolsas del mercado integrado latinoamericano (MILA), considerando la relevancia que este mercado integrado (Berggrun et al., 2016) de países latinoamericanos (Chile, Colombia, Perú y México) puede generar (Bolaños et., al 2015). Existen esfuerzos de diversos agentes (reguladores) con la finalidad de potenciar el mercado.

A nivel de solvencia, el análisis realizado muestra una evidencia que puede en un segundo estudio ser complementada, que el uso de herramientas de gobierno corporativo (y ser considerada una empresa que lo aplica) generaría una mayor solvencia, esto se muestra en el siguiente cuadro, donde el grupo 2 tiene un promedio de 1.54 y el grupo 1 de 1.21.

Comparativo de Z-Scores por empresas miembro del IBGC

<i>Empresas</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
<i>Promedio</i>	1.76	1.88	1.88	1.75	1.66	1.54
<i>Varianza</i>	0.15	0.12	0.2	0.09	0.02	0.04
<i>Desviación Estándar</i>	0.39	0.35	0.45	0.3	0.15	0.19

Comparativo de Z-Scores por empresas miembro del IGBVL

<i>Empresas</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
<i>Promedio</i>	1.69	1.89	1.96	1.49	1.44	1.21
<i>Varianza</i>	1.09	1.17	1.05	0.51	0.2	0.09
<i>Desviación Estándar</i>	1.04	1.08	1.02	0.71	0.44	0.3

Por lo tanto, se puede decir, que a nivel del Perú, ámbito del mercado al cual está dirigido el estudio, habría evidencia comprobada en el sentido que las empresas que aplican estos principios o normativas éticas y de buenas prácticas en todos sus procesos, a todos los niveles organizacionales lograrían obtener mejores resultados que aquellas entidades que las implementan de manera parcial o que simplemente las dejan de lado, por tener la idea de que son muy costosas de aplicar o no generan efectos de naturaleza positiva, para su negocio.

Referencias

- Altman, E. (2000). *Stern School of Business*. Recuperado el 17 de Abril de 2015, de <http://pages.stern.nyu.edu/~ealtman/PredFncDistr.pdf>
- Altman, E., Haldeman, R., & Narayanan, P. (1977). *A new model to identify bankruptcy risk*. *Journal of Banking and Finance*, 29-54.
- Altman, E., Iwanicz-Drozdzowska, M., Latinen, E., & Suvas, A. (10 de Agosto de 2014). *Social Science Research Network*. Obtenido de http://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=2536340
- Andersen, T. J., & Bettis, R. A. (2015). *Exploring longitudinal risk-return relationships*. *Strategic Management Journal*, 36(8), 1135-1145.
- Anjum, S. (2012). *Business bankruptcy prediction models: A significant study of the Altman's Z-score model*. *Asian Journal of Management Research*, 3(1), 212-219.
- Baik, B., Kang, J. K., & Morton, R. (2010). *Why are analysts less likely to follow firms with high managerial ownership?* *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 25(2), 171-200.
- Bhagat, S., & Bolton, B. (2008). *Corporate governance and firm performance*. *Journal of corporate finance*, 14(3), 257-273.
- Bolaños, E. L., Berggrun, L., & Burneo, K. (2014) *CORPORATE GOVERNANCE IN EMERGING MARKETS AND ITS IMPACT ON FINANCE PERFORMANCE. CORPORATE OWNERSHIP & CONTROL*, 625.
- Berggrun, L., Lizarzaburu, E., & Cardona, E. (2016). *Idiosyncratic Volatility and Stock Returns: Evidence from the MILA*. *Research in International Business and Finance*.
- Black, B. S., Jang, H., & Kim, W. (2006). *Does corporate governance predict firms' market values? Evidence from Korea*. *Journal of Law, Economics, and Organization*, 22(2), 366-413.
- Bolaños, E. R. L., Burneo, K., Galindo, H., & Berggrun, L. (2015). *Emerging Markets Integration in Latin America (MILA) Stock market indicators: Chile, Colombia, and Peru*. *Journal of Economics, Finance and Administrative Science*, 20(39), 74-83.
- Bolsa de Valores de Lima. (2008). *Bolsa de Valores de Lima*. Recuperado el 13 de Agosto de 2015, de <http://www.bvl.com.pe/ipgc/suplemento.pdf>
- CAF. (2014). *Corporación Andina de Fomento*. Recuperado el 13 de Agosto de 2015, de http://publicaciones.caf.com/media/25389/lineamientos_codigo_latinoamericano.pdf
- Chung, K., & Pruitt, S. (1994). *A Simple Approximation of Tobin's Q*. *Financial Management*, 23(3), 70-74.
- Clark, R. (2005). *Harvard Law School*. Recuperado el 13 de Agosto de 2015, de http://www.law.harvard.edu/programs/olin_center/papers/pdf/Clark_525.pdf
- Corporación Andina de Fomento. (2010). *Coporación Andina de Fomento*. Recuperado el 13 de Agosto de 2015, de <http://www.caf.com/media/1390994/lineamientos-gobierno-corporativo-empresas-estado.pdf>
- Darrat, A. F., Gray, S., Park, J. C., & Wu, Y. (2016). *Corporate Governance and Bankruptcy Risk*. *Journal of Accounting, Auditing & Finance*, 31(2), 163-202.
- Delgado, J., Espitia, M., & Ramírez, M. (2004). *Destino de las Inversiones Españolas: Países Industriales versus Países en Desarrollo*. *Revista de Economía Aplicada*, 12(34), 127-140.
- Gómez, G., Mena Rivas, A., & Lizarzaburu Bolaños, E. R. (2014). *The determinants of capital structure in Peru*. *Academia Revista Latinoamericana de Administración*, 27(3), 341-354.

- González, V. (2009). Estructura de vencimiento de la deuda y riesgo de crédito en la empresas españolas. *Universia Business Review*, 88-101.
- Han, J., Park, K., & Pennacchi, G. (2015). Corporate taxes and securitization. *The Journal of Finance*, 70(3), 1287-1321.
- Hayes, S., Hodges, K., & Hughes, L. (2010). A Study Of The Efficacy Of Altman's Z to Predict Bankruptcy of Specialty Retail Firms Doing Business In Contemporary Times. *Economics & Business Journal: Inquiries & Perspectives*, 130-134.
- Hormaza León, D. (2015). *Social Science Research Network*. Recuperado el 23 de Julio de 2015, de www.bdigital.unal.edu.co/49810/1/2674743.2015.pdf
- Jesover, F., & Kirkpatrick, G. (2005). The revised OECD principles of corporate governance and their relevance to non-OECD countries. *Corporate Governance: An International Review*, 13(2), 127-136.
- Lafuente Ibañez, C., & Marín, A. (2008). Metodología de la investigación en la ciencia sociales: Fases, fuentes y selección de técnicas. *Escuela de Administración de Negocios*, 5-18.
- Lindenberg, E. B., & Ross, S. A. (1981). Tobin's q ratio and industrial organization. *Journal of business*, 1-32.
- Lizarzaburu, E. (2014). Análisis del Modelo Z de Altman en el mercado peruano. *Universidad & Empresa*, 141-158.
- Mongrut, S., Alberti, F., Fuenzalida, D., & Akamine, M. (2011). Determinantes de la insolvencia empresarial en el Perú. *Revista Latinoamericana de Administración*, 126-139.
- Montoro, C., & Navarro, A. (Septiembre de 2010). Estimación de la Q de Tobin para la economía peruana. *Estudios Económicos*, 33 - 45.
- Nguyen, H., Nguyen, L., & Xiangkang, Y. (2015). *Financial Management Association International*. Recuperado el 3 de Noviembre de 2015, de <https://mail.google.com/mail/u/0/#inbox/150c143ab1e0d87f?projector=1>
- OECD. (2005). *The OECD Principles of Corporate Governance*. *Contaduría y Administración*(216), 183-194.
- OECD. (2014). *Organisation for Economic Co-operation and Development*. Recuperado el 18 de Julio de 2015, de <http://dx.doi.org/10.1787/9789264208636-en>
- Ortega, J., Martínez, J., & Valencia, J. C. (2009). El Modelo de Calificación Crediticia Z- Score: Aplicación en la Evaluación del Riesgo Crediticio de HB Fuller Colombia LTDA. *MBA EAFIT*, 102-111.
- Perfect, S., & Wiles, K. (1994). Alternative Constructions of Tobin's Q: An Empirical Comparison. *Journal of Empirical Finance*, 1(1-2), 313-341.
- Ramírez Atehortúa, F., & Zweg-Villegas, A. M. (2012). Metodología de la investigación: más que una receta. *AD-minister*, 91-111.
- Romani, G., Aroca, P., Aguirre, N., Paola, L., & Muñoz, J. (2002). Modelos de clasificación y predicción de quiebra de empresas: una aplicación a empresas chilenas. *Forum Empresarial*, 33-50.
- SMV - Superintendencia del Mercado de Valores. (2013). Superintendencia del Mercado de Valores. Recuperado el 13 de Agosto de 2015, de http://www.smv.gob.pe/Uploads/CodBGC2013%20_2_.pdf
- Tobin, J. (1969). A General Equilibrium Approach To Monetary Theory. *Journal of Money, Credit and Banking*, 1(1), 15-29.
- Vizcaíno, M., & Chousa, J. P. (2016). Analyzing the influence of the funds' support on Tobin's q using SEM and fsQCA. *Journal of Business Research*, 69(6), 2118-2124.

Anexos

Anexo 1: Estado de Situación Financiera – Alicorp S.A.A.

Estado de Situación Financiera - Alicorp S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Activos						
+ Efectivo y equivalentes	115.7	150.3	101.8	496.1	92.9	122.4
+ Inversiones a corto plazo	--	--	3.8	0.4	4.7	31.1
+ Cuentas y pagarés por cobrar	405.7	415.4	435.6	746.6	959.8	982.0
+ Inventarios	474.3	590.4	735.3	754.3	790.3	987.5
+ Otros activos corrientes	113.3	127.7	177.3	231.9	284.1	616.5
Activos totales actuales	1,109.0	1,283.8	1,453.9	2,229.2	2,131.7	2,739.5
+ Inversiones LP	169.7	218.8	158.9	196.9	271.6	327.6
+ Activos fijos netos	1,057.3	1,174.9	1,147.8	1,326.8	1,876.9	2,062.4
+ Activos fijos brutos	1,892.6	2,015.3	2,028.3	2,312.9	3,004.9	--
- Depreciación acumulada	835.3	840.4	880.5	986.1	1,127.9	--
+ Otros activos a largo plazo	315.7	323.2	451.4	525.7	1,614.0	1,653.8
Activos totales LP	1,542.7	1,716.9	1,758.1	2,049.4	3,762.6	4,043.8
Activo total	2,651.6	3,000.6	3,212.0	4,278.7	5,894.3	6,783.3
Pasivo y capital social						
+ Cuentas por pagar	296.6	355.1	456.4	531.7	679.0	1,005.9
+ Préstamos a corto plazo	279.0	214.4	82.9	581.1	292.2	1,125.2
+ Otro pasivo a corto plazo	203.4	178.4	168.5	153.5	220.3	214.3
Pasivos totales corrientes	778.9	747.9	707.8	1,266.3	1,191.4	2,345.4
+ Préstamos a largo plazo	322.4	346.2	434.3	747.7	1,762.2	1,814.8
+ Otros pasivos a largo plazo	83.8	133.9	140.6	155.8	574.6	470.6
Pasivo total a largo plazo	406.2	480.2	574.9	903.5	2,336.8	2,285.4
Pasivos totales	1,185.2	1,228.0	1,282.7	2,169.8	3,528.3	4,630.8
+ Capital preferente total	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Interés minoritario	0.1	0.0	1.4	6.8	8.8	13.4
+ Capital en acciones y APIC	854.6	854.6	854.6	854.6	854.6	854.6
+ Beneficios retenidos y otro capital	611.8	918.0	1,073.4	1,247.5	1,502.6	1,284.5
Patrimonio total	1,466.5	1,772.6	1,929.3	2,108.9	2,366.0	2,152.4
Pasivo y capital totales	2,651.6	3,000.6	3,212.0	4,278.7	5,894.3	6,783.3
Acciones en circulación	854.6	854.6	854.6	854.6	854.6	854.6

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 2: Estado de Resultados – Alicorp S.A.A.

<i>Estado de Resultados – Alicorp S.A.A.</i>						
<i>En millones de Nuevos Soles</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Ingreso	3,703.1	3,741.1	4,255.7	4,473.7	5,822.0	6,284.7
- Coste de ingreso	2,564.2	2,579.9	3,082.6	3,254.4	4,224.3	4,529.3
Beneficio bruto	1,138.9	1,161.3	1,173.0	1,219.3	1,597.7	1,755.4
+ Otros ingresos operacionales	–	–	4.3	7.4	69.9	35.5
- Gastos operativos	740.6	684.4	688.8	738.1	1,008.0	1,225.3
Ingreso operativo	398.3	476.8	488.5	488.7	659.6	565.6
- Gastos de intereses	36.1	22.5	27.7	45.2	142.4	216.6
- Pérdida cambiaria	-45.6	-10.7	-8.5	-26.3	121.5	81.3
- Pérdida neta no operacional	60.3	11.5	19.4	9.8	-32.9	224.2
Ingreso antes de impuestos	347.5	453.4	449.9	460.0	428.6	43.5
- Gasto de impuesto al ingreso	127.7	173.8	141.6	149.8	123.2	24.1
Ingreso antes de PE	219.8	279.6	308.3	310.2	305.4	19.4
- Pérdida extraordinaria neta antes de impuestos	-0.9	-5.3	-22.4	-41.2	-63.5	0.5
- Intereses minoritarios	0.0	0.0	0.0	-0.8	0.8	1.6
Beneficio Neto	220.7	284.9	330.7	352.2	368.1	17.3
- Efectivo dividendos preferentes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ingreso neto disponible a accionistas comunes	220.7	284.9	330.7	352.2	368.1	17.3

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 3: Estado de Situación Financiera – Compañía de Minas Buenaventura S.A.A.

<i>Compañía de Minas Buenaventura S.A.A.</i>						
<i>En millones de Nuevos Soles</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Activos						
+ Efectivo y equivalentes	714.5	600.8	481.0	186.7	51.3	78.5
+ Inversiones a corto plazo	0.0	50.2	52.2	54.5	--	3.7
+ Cuentas y pagarés por cobrar	123.0	160.9	172.6	256.4	261.0	281.6
+ Inventarios	45.0	82.3	149.1	163.1	175.7	150.3
+ Otros activos corrientes	55.4	77.8	113.5	142.9	53.8	93.1
Activos totales actuales	937.8	972.0	968.3	803.7	541.8	603.5
+ Inversiones LP	0.0	--	--	--	28.1	37.9
+ Activos fijos netos	351.8	635.2	831.0	1,134.3	1,515.5	1,715.5
+ Activos fijos brutos	724.8	1,217.3	1,531.4	1,985.8	2,534.9	2,743.3
- Depreciación acumulada	373.1	582.1	700.4	851.5	1,019.4	1,027.8
+ Otros activos a largo plazo	1,497.0	1,672.1	2,154.3	2,650.7	2,464.3	2,315.5
Activos totales LP	1,848.8	2,307.4	2,985.3	3,785.0	4,007.9	4,068.8
Activo total	2,786.6	3,279.3	3,953.5	4,588.7	4,549.7	4,672.3
Pasivo y capital social						
+ Cuentas por pagar	58.2	91.4	142.4	199.6	285.5	254.0
+ Préstamos a corto plazo	79.5	2.0	1.0	11.6	11.4	110.0
+ Otro pasivo a corto plazo	109.4	161.0	177.0	138.8	73.0	109.4
Pasivos totales corrientes	247.1	254.4	320.5	350.0	369.9	473.4
+ Préstamos a largo plazo	150.6	55.1	105.1	173.5	223.0	313.4
+ Otros pasivos a largo plazo	125.6	124.5	87.5	100.8	118.6	123.4
Pasivo total a largo plazo	276.1	179.6	192.6	274.3	341.6	436.8
Pasivos totales	523.2	434.0	513.1	624.3	711.6	910.1
+ Capital preferente total	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Interés minoritario	199.1	238.8	262.2	262.3	291.0	298.0
+ Capital en acciones y APIC	978.5	978.5	978.5	971.4	970.9	970.9
+ Beneficios retenidos y otro capital	1,085.7	1,628.0	2,199.7	2,730.6	2,576.2	2,493.2
Patrimonio total	2,263.3	2,845.3	3,440.5	3,964.4	3,838.1	3,762.1
Pasivo y capital totales	2,786.6	3,279.3	3,953.5	4,588.7	4,549.7	4,672.3
Acciones en circulación	254.4	254.4	254.4	254.2	232.7	254.2

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 4: Estado de Resultados – Compañía de Minas Buenaventura S.A.A.

Compañía de Minas Buenaventura S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ingreso	881.5	1,103.8	1,556.6	1,563.5	1,259.6	1,165.2
- Coste de ingreso	349.0	490.8	615.8	820.2	627.3	614.5
Beneficio bruto	532.5	612.9	940.8	743.4	632.3	550.6
+ Otros ingresos operacionales	--	--	--	16.6	--	13.7
- Gastos operativos	254.6	227.6	239.0	338.1	417.1	502.7
Ingreso operativo	277.9	385.3	701.9	421.9	215.2	61.6
- Gastos de intereses	15.1	12.3	11.8	8.3	9.9	11.3
- Pérdida cambiaria	-1.5	0.8	0.7	-1.7	7.2	8.5
- Pérdida neta no operacional	-456.7	-475.9	-482.7	-470.1	107.5	6.3
Ingreso antes de impuestos	720.9	848.2	1,172.1	885.4	90.6	35.5
- Gasto de impuesto al ingreso	64.3	123.3	211.6	142.6	86.5	66.0
Ingreso antes de PE	656.6	724.9	960.5	742.8	4.1	-30.5
- Pérdida extraordinaria neta antes de impuestos	0.0	0.0	0.0	0.0	83.9	31.1
- Intereses minoritarios	63.0	64.1	101.6	58.1	27.5	14.4
Beneficio Neto	593.6	660.8	858.9	684.7	-107.3	-76.1
- Efectivo dividendos preferentes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ingreso neto disponible a accionistas comunes	593.6	660.8	858.9	684.7	-107.3	-76.1

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 5: Estado de Situación Financiera - Edegel S.A.A.

Edegel S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Activos						
+ Efectivo y equivalentes	111.4	82.8	169.2	187.1	171.8	221.3
+ Inversiones a corto plazo	0.0	--	0.3	0.3	0.6	0.0
+ Cuentas y pagarés por cobrar	97.9	108.4	135.6	145.0	155.1	177.1
+ Inventarios	62.6	66.0	65.6	68.7	67.8	71.1
+ Otros activos corrientes	16.5	44.3	19.8	25.1	160.5	103.0
Activos totales actuales	288.3	301.5	390.5	426.2	555.9	572.5
+ Inversiones LP	391.4	--	1.1	2.8	0.0	0.1
+ Activos fijos netos	3,661.0	4,146.6	3,881.4	3,795.7	3,750.0	3,678.6
+ Activos fijos brutos	5,545.9	6,387.4	6,240.0	6,364.2	6,418.8	6,543.9
- Depreciación acumulada	1,884.9	2,240.8	2,358.5	2,568.5	2,668.8	2,865.4
+ Otros activos a largo plazo	92.4	311.1	285.5	311.6	312.5	289.2
Activos totales LP	4,144.9	4,457.7	4,168.1	4,110.1	4,062.6	3,967.9
Activo total	4,433.1	4,759.2	4,558.6	4,536.3	4,618.5	4,540.4
Pasivo y capital social						
+ Cuentas por pagar	103.1	91.9	97.4	190.1	293.1	210.0
+ Préstamos a corto plazo	128.1	236.9	171.2	146.2	165.5	119.8
+ Otro pasivo a corto plazo	85.1	39.9	131.7	94.0	126.6	117.4
Pasivos totales corrientes	316.3	368.7	400.4	430.3	585.2	447.2
+ Préstamos a largo plazo	927.4	1,011.7	878.5	730.4	639.0	693.4
+ Otros pasivos a largo plazo	881.0	975.2	785.8	797.5	759.0	688.7
Pasivo total a largo plazo	1,808.4	1,986.9	1,664.3	1,527.9	1,398.0	1,382.1
Pasivos totales	2,124.7	2,355.6	2,064.7	1,958.2	1,983.2	1,829.3
+ Capital preferente total	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Interés minoritario	0.0	43.1	58.9	67.2	66.8	71.1
+ Capital en acciones y APIC	2,022.1	2,022.1	2,018.4	2,018.4	2,018.4	2,018.4
+ Beneficios retenidos y otro capital	286.3	338.4	416.6	492.4	550.1	621.6
Patrimonio total	2,308.4	2,403.6	2,493.9	2,578.1	2,635.3	2,711.1
Pasivo y capital totales	4,433.1	4,759.2	4,558.6	4,536.3	4,618.5	4,540.4
Acciones en circulación	2,293.7	2,293.7	2,293.7	2,293.7	2,293.7	2,293.7

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 6: Estado de Resultados – Edegel S.A.A.

<i>Edegel S.A.A.</i>						
<i>En millones de Nuevos Soles</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Ingreso	1,058.7	1,158.8	1,362.7	1,524.1	1,432.4	1,701.5
- Coste de ingreso	642.0	750.5	805.3	929.6	886.7	1,008.5
Beneficio bruto	416.8	408.3	557.4	594.5	545.8	693.0
+ Otros ingresos operacionales	6.4	50.8	8.0	12.6	119.2	64.0
- Gastos operativos	67.0	55.6	44.8	49.7	52.6	52.9
Ingreso operativo	356.1	403.6	520.6	557.4	612.4	704.1
- Gastos de intereses	55.8	68.8	52.4	46.7	38.4	32.9
- Pérdida cambiaria	-75.7	-23.8	3.8	0.2	5.6	4.0
- Pérdida neta no operacional	19.3	8.0	-58.1	-53.7	-54.4	-28.4
Ingreso antes de impuestos	356.7	350.6	522.4	564.2	622.8	695.6
- Gasto de impuesto al ingreso	123.3	107.2	159.1	177.3	167.7	138.2
Ingreso antes de PE	233.3	243.4	363.3	386.9	455.1	557.4
- Pérdida extraordinaria neta antes de impuestos	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
- Intereses minoritarios	0.0	4.4	9.4	13.2	11.2	15.0
Beneficio Neto	233.3	239.0	353.9	373.7	443.9	542.4
- Efectivo dividendos preferentes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ingreso neto disponible a accionistas comunes	233.3	239.0	353.9	373.7	443.9	542.4

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 7: Estado de Situación Financiera – Ferreycorp S.A.A.

Ferreycorp S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Activos						
+ Efectivo y equivalentes	108.4	66.5	68.2	173.3	119.4	87.7
+ Inversiones a corto plazo	0.0	--	--	--	0.0	0.0
+ Cuentas y pagarés por cobrar	409.2	512.3	647.6	761.2	826.1	889.1
+ Inventarios	590.1	949.4	1,223.2	1,535.1	1,580.1	1,561.8
+ Otros activos corrientes	66.0	79.3	106.3	143.7	135.2	151.8
Activos totales actuales	1,173.7	1,607.6	2,045.3	2,613.4	2,660.8	2,690.5
+ Inversiones LP	38.3	147.6	77.7	100.1	58.9	55.8
+ Activos fijos netos	537.6	719.9	1,103.9	1,163.4	1,291.3	1,318.2
+ Activos fijos brutos	872.8	1,092.1	1,498.3	1,599.6	--	1,885.9
- Depreciación acumulada	335.2	372.3	394.4	436.2	507.8	567.7
+ Otros activos a largo plazo	67.6	65.8	132.0	195.3	397.4	436.5
Activos totales LP	643.5	933.3	1,313.6	1,458.9	1,747.7	1,810.6
Activo total	1,817.2	2,540.9	3,358.9	4,072.3	4,408.5	4,501.0
Pasivo y capital social						
+ Cuentas por pagar	213.2	298.9	394.2	445.5	406.4	447.2
+ Préstamos a corto plazo	303.7	587.6	738.6	959.1	620.4	491.7
+ Otro pasivo a corto plazo	156.3	310.1	443.1	480.0	437.7	474.3
Pasivos totales corrientes	673.2	1,196.6	1,575.8	1,884.6	1,464.5	1,413.3
+ Préstamos a largo plazo	505.2	563.5	676.6	727.9	1,240.3	1,351.7
+ Otros pasivos a largo plazo	5.9	15.3	41.1	36.4	163.3	143.1
Pasivo total a largo plazo	511.1	578.8	717.7	764.3	1,403.6	1,494.8
Pasivos totales	1,184.3	1,775.4	2,293.5	2,648.9	2,868.1	2,908.1
+ Capital preferente total	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Interés minoritario	--	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Capital en acciones y APIC	467.3	531.0	623.6	940.5	1,050.6	1,087.8
+ Beneficios retenidos y otro capital	165.6	234.5	441.8	482.9	489.8	505.1
Patrimonio total	632.9	765.5	1,065.4	1,423.4	1,540.4	1,592.9
Pasivo y capital totales	1,817.2	2,540.9	3,358.9	4,072.3	4,408.5	4,501.0
Acciones en circulación	909.8	909.8	909.8	1,014.3	1,014.3	1,014.3

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 8: Estado de Resultados – Ferreycorp S.A.A.

Ferreycorp S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ingreso	2,209.8	2,950.2	3,826.0	4,671.8	5,013.9	4,848.8
- Coste de ingreso	1,744.1	2,350.6	3,021.5	3,750.4	3,905.9	3,731.6
Beneficio bruto	465.7	599.6	804.5	921.4	1,108.0	1,117.2
+ Otros ingresos operacionales	5.4	2.3	10.3	32.3	31.7	17.3
- Gastos operativos	323.3	406.6	537.0	652.2	749.1	796.5
Ingreso operativo	147.7	195.3	277.8	301.4	390.6	337.9
- Gastos de intereses	91.1	58.5	67.4	85.9	102.9	97.3
- Pérdida cambiaria	--	--	-47.6	-79.2	146.1	99.5
- Pérdida neta no operacional	-99.5	-43.1	-26.5	-20.4	-23.9	-26.5
Ingreso antes de impuestos	156.1	179.9	284.4	315.2	165.5	167.7
- Gasto de impuesto al ingreso	56.1	58.6	89.4	94.8	65.5	76.6
Ingreso antes de PE	100.0	121.4	195.0	220.4	100.0	91.1
- Pérdida extraordinaria neta antes de impuestos	0.0	0.0	0.0	0.0	--	--
- Intereses minoritarios	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Beneficio Neto	100.0	121.4	195.0	220.4	100.0	91.1
- Efectivo dividendos preferentes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ingreso neto disponible a accionistas comunes	100.0	121.4	195.0	220.4	100.0	91.1

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 9: Estado de Situación Financiera – Graña y Montero S.A.A.

<i>Graña y Montero S.A.A.</i>						
<i>En millones de Nuevos Soles</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Activos						
+ Efectivo y equivalentes	396.7	682.9	658.2	780.1	959.4	818.4
+ Inversiones a corto plazo	--	6.6	5.3	0.0	0.0	7.1
+ Cuentas y pagarés por cobrar	330.0	396.2	882.1	969.8	521.9	1,109.2
+ Inventarios	277.3	409.1	546.3	747.4	762.8	833.6
+ Otros activos corrientes	233.6	229.4	410.3	519.8	1,659.4	1,867.5
Activos totales actuales	1,237.7	1,724.1	2,502.3	3,017.2	3,903.5	4,635.7
+ Inversiones LP	94.0	0.0	36.5	346.9	717.2	709.3
+ Activos fijos netos	425.3	498.0	686.9	953.5	952.9	1,148.7
+ Activos fijos brutos	749.0	883.2	1,157.1	1,536.7	1,674.4	1,949.6
- Depreciación acumulada	323.6	385.1	470.2	583.2	721.5	800.9
+ Otros activos a largo plazo	387.8	431.9	468.0	682.5	742.5	1,236.2
Activos totales LP	907.2	929.9	1,191.5	1,982.9	2,412.6	3,094.2
Activo total	2,144.9	2,654.0	3,693.7	5,000.1	6,316.2	7,729.9
Pasivo y capital social						
+ Cuentas por pagar	182.1	279.3	754.5	937.3	991.4	1,178.8
+ Préstamos a corto plazo	153.9	104.9	231.0	452.8	486.1	1,425.5
+ Otro pasivo a corto plazo	650.9	785.2	755.9	1,228.0	938.8	1,191.8
Pasivos totales corrientes	986.9	1,169.4	1,741.4	2,618.1	2,416.3	3,796.1
+ Préstamos a largo plazo	278.6	238.0	298.9	392.7	309.7	326.1
+ Otros pasivos a largo plazo	51.4	97.7	200.4	206.1	393.4	427.7
Pasivo total a largo plazo	330.0	335.6	499.3	598.8	703.1	753.8
Pasivos totales	1,316.9	1,505.1	2,240.6	3,216.9	3,119.5	4,550.0
+ Capital preferente total	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Interés minoritario	162.6	189.0	264.1	391.0	431.3	488.7
+ Capital en acciones y APIC	390.6	390.5	390.5	564.9	1,687.6	1,559.4
+ Beneficios retenidos y otro capital	274.8	569.3	798.5	827.3	1,077.8	1,131.8
Patrimonio total	828.0	1,148.9	1,453.1	1,783.2	3,196.7	3,179.9
Pasivo y capital totales	2,144.9	2,654.0	3,693.7	5,000.1	6,316.2	7,729.9
Acciones en circulación	558.0	558.3	558.3	558.3	660.1	660.1

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 10: Estado de Resultados – Graña y Montero S.A.A.

Graña y Montero S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ingreso	2,001.5	2,502.7	4,241.3	5,231.9	5,967.5	7,008.7
- Coste de ingreso	1,671.9	2,057.8	3,609.5	4,519.8	4,963.4	6,057.1
Beneficio bruto	329.6	444.8	631.7	712.1	1,004.1	951.6
+ Otros ingresos operacionales	–	78.0	51.4	75.9	31.0	15.1
- Gastos operativos	116.7	123.3	199.6	257.5	361.8	421.4
Ingreso operativo	212.9	399.5	483.6	530.5	673.4	545.3
- Gastos de intereses	37.7	7.1	24.2	52.8	65.7	49.6
- Pérdida cambiaria	-20.0	-8.2	-1.9	-21.1	70.4	44.3
- Pérdida neta no operacional	-21.3	-0.5	-16.4	-22.0	-57.2	-56.0
Ingreso antes de impuestos	216.4	401.0	477.6	520.8	594.5	507.4
- Gasto de impuesto al ingreso	70.2	124.3	141.4	154.6	182.3	146.2
Ingreso antes de PE	146.3	276.7	336.2	366.3	412.1	361.2
- Pérdida extraordinaria neta antes de impuestos	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
- Intereses minoritarios	11.9	23.9	47.1	76.3	92.1	61.5
Beneficio Neto	134.4	252.8	289.1	290.0	320.0	299.7
- Efectivo dividendos preferentes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ingreso neto disponible a accionistas comunes	134.4	252.8	289.1	290.0	320.0	299.7

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 11: Estado de Situación Financiera – Compañía Minera Milpo S.A.A.

<i>Compañía Minera Milpo S.A.A.</i>						
<i>En millones de Nuevos Soles</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Activos						
+ Efectivo y equivalentes	113.5	170.2	198.2	113.7	342.4	436.7
+ Inversiones a corto plazo	0.0	--	--	--	0.0	0.0
+ Cuentas y pagarés por cobrar	54.2	66.8	74.7	94.0	118.3	104.7
+ Inventarios	40.2	46.6	62.6	67.0	65.0	63.3
+ Otros activos corrientes	53.6	53.3	35.7	59.0	44.7	44.7
Activos totales actuales	261.6	336.9	371.1	333.7	570.5	649.3
+ Inversiones LP	0.5	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Activos fijos netos	392.9	359.9	403.6	514.0	460.9	435.8
+ Activos fijos brutos	853.0	925.4	1,040.0	1,025.8	1,054.6	1,111.9
- Depreciación acumulada	460.0	565.5	636.3	511.8	593.7	676.1
+ Otros activos a largo plazo	211.0	161.5	198.6	185.5	178.7	225.4
Activos totales LP	604.4	521.4	602.2	699.5	639.6	661.3
Activo total	866.0	858.2	973.4	1,033.2	1,210.2	1,310.6
Pasivo y capital social						
+ Cuentas por pagar	55.2	47.6	81.1	92.0	97.7	108.8
+ Préstamos a corto plazo	47.2	41.6	87.3	101.5	20.5	9.7
+ Otro pasivo a corto plazo	76.1	98.3	92.8	87.6	73.3	89.4
Pasivos totales corrientes	178.4	187.6	261.2	281.0	191.6	207.9
+ Préstamos a largo plazo	150.7	91.2	144.2	148.0	356.9	351.9
+ Otros pasivos a largo plazo	45.4	69.4	72.3	107.4	98.6	101.2
Pasivo total a largo plazo	196.1	160.6	216.5	255.4	455.5	453.0
Pasivos totales	374.5	348.2	477.7	536.4	647.1	660.9
+ Capital preferente total	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Interés minoritario	60.9	55.4	45.5	42.4	36.3	34.7
+ Capital en acciones y APIC	289.7	314.6	352.9	350.5	350.3	428.4
+ Beneficios retenidos y otro capital	140.8	140.1	97.2	103.8	176.5	186.6
Patrimonio total	491.4	510.1	495.6	496.7	563.1	649.7
Pasivo y capital totales	866.0	858.2	973.4	1,033.2	1,210.2	1,310.6
Acciones en circulación	1,506.2	1,331.5	1,331.3	1,322.2	1,322.2	1,323.5

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 12: Estado de Resultados – Compañía Minera Milpo S.A.A.

Compañía Minera Milpo S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ingreso	400.9	586.4	737.9	696.3	720.2	758.1
- Coste de ingreso	200.9	300.4	422.1	451.0	447.5	459.1
Beneficio bruto	200.0	286.0	315.8	245.3	272.7	299.0
+ Otros ingresos operacionales	0.3	0.3	0.5	7.1	9.5	3.0
- Gastos operativos	82.9	98.4	110.4	171.3	141.4	117.0
Ingreso operativo	117.5	187.9	205.9	81.1	140.8	185.1
- Gastos de intereses	25.2	9.2	8.9	6.8	15.6	17.2
- Pérdida cambiaria	2.2	--	--	--	--	--
- Pérdida neta no operacional	-0.9	-1.3	-1.8	0.2	-0.4	-0.5
Ingreso antes de impuestos	90.9	179.9	198.8	74.1	125.6	168.4
- Gasto de impuesto al ingreso	44.9	58.4	58.8	56.5	59.9	64.1
Ingreso antes de PE	46.0	121.5	140.0	17.6	65.7	104.3
- Pérdida extraordinaria neta antes de impuestos	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
- Intereses minoritarios	-15.2	10.5	5.7	-3.6	-6.1	-0.9
Beneficio Neto	61.2	111.0	134.3	21.2	71.7	105.2
- Efectivo dividendos preferentes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ingreso neto disponible a accionistas comunes	61.2	111.0	134.3	21.2	71.7	105.2

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 13: Estado de Situación Financiera – Cementos Pacasmayo S.A.A.

<i>Cementos Pacasmayo S.A.A.</i>						
<i>En millones de Nuevos Soles</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Activos						
+ Efectivo y equivalentes	111.7	154.5	363.3	69.8	977.0	580.5
+ Inversiones a corto plazo	0.0	0.0	0.0	404.0	0.0	0.0
+ Cuentas y pagarés por cobrar	29.7	31.8	41.7	41.2	51.4	104.9
+ Inventarios	127.3	160.3	206.1	278.1	334.5	324.1
+ Otros activos corrientes	22.3	16.0	49.0	60.3	56.5	25.3
Activos totales actuales	291.0	362.7	660.1	853.4	1,419.4	1,034.8
+ Inversiones LP	18.3	81.7	51.2	34.9	36.1	13.0
+ Activos fijos netos	675.0	1,102.0	1,197.4	1,394.8	1,537.1	2,061.0
+ Activos fijos brutos	1,897.1	1,263.8	1,498.7	1,744.0	1,941.3	2,528.9
- Depreciación acumulada	1,222.1	161.8	301.3	349.1	404.2	468.0
+ Otros activos a largo plazo	147.6	40.7	76.3	100.2	122.0	132.1
Activos totales LP	840.9	1,224.3	1,325.0	1,529.9	1,695.2	2,206.1
Activo total	1,131.9	1,587.0	1,985.0	2,383.3	3,114.5	3,240.9
Pasivo y capital social						
+ Cuentas por pagar	45.5	47.4	84.9	80.3	62.6	134.1
+ Préstamos a corto plazo	88.8	121.6	139.0	22.9	0.0	0.0
+ Otro pasivo a corto plazo	67.2	90.8	85.1	76.6	95.0	66.0
Pasivos totales corrientes	201.6	259.8	309.1	179.8	157.7	200.1
+ Préstamos a largo plazo	228.6	185.7	451.5	192.6	824.0	883.6
+ Otros pasivos a largo plazo	68.8	148.2	150.8	116.9	123.4	86.5
Pasivo total a largo plazo	297.4	333.9	602.4	309.5	947.4	970.1
Pasivos totales	498.9	593.7	911.5	489.2	1,105.1	1,170.2
+ Capital preferente total	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Interés minoritario	0.8	0.7	33.0	60.9	78.6	78.1
+ Capital en acciones y APIC	468.4	468.4	468.4	1,140.4	1,138.3	1,135.8
+ Beneficios retenidos y otro capital	163.7	524.2	572.2	692.8	792.6	856.8
Patrimonio total	632.9	993.3	1,073.6	1,894.1	2,009.5	2,070.7
Pasivo y capital totales	1,131.9	1,587.0	1,985.0	2,383.3	3,114.5	3,240.9
Acciones en circulación	468.4	468.4	468.4	582.0	582.0	582.0

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 14: Estado de Resultados – Cementos Pacasmayo S.A.A.

Cementos Pacasmayo S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ingreso	773.7	898.0	995.0	1,169.8	1,239.7	1,242.6
- Coste de ingreso	427.9	479.0	569.5	713.1	716.2	724.1
Beneficio bruto	345.8	419.1	425.5	456.8	523.4	518.4
+ Otros ingresos operacionales	27.5	92.5	9.3	7.7	8.3	10.5
- Gastos operativos	179.6	175.2	315.9	233.9	238.7	228.4
Ingreso operativo	193.6	336.4	118.9	230.5	293.0	300.5
- Gastos de intereses	17.3	15.0	19.2	23.0	34.3	26.6
- Pérdida cambiaria	-8.1	-2.6	-1.5	0.7	48.4	14.8
- Pérdida neta no operacional	0.9	-3.3	-2.7	-22.5	-24.4	-7.1
Ingreso antes de impuestos	183.5	327.2	103.8	229.3	234.7	266.3
- Gasto de impuesto al ingreso	60.3	104.1	38.4	73.7	82.4	77.5
Ingreso antes de PE	123.2	223.1	65.5	155.6	152.3	188.8
- Pérdida extraordinaria neta antes de impuestos	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
- Intereses minoritarios	0.2	-0.1	-2.2	-3.4	-3.4	-4.0
Beneficio Neto	122.9	223.2	67.7	159.0	155.6	192.8
- Efectivo dividendos preferentes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ingreso neto disponible a accionistas comunes	122.9	223.2	67.7	159.0	155.6	192.8

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 15: Estado de Situación Financiera – Corporación de Aceros Arequipa S.A.A.

<i>Corporación Aceros Arequipa S.A.A.</i>						
<i>En millones de Nuevos Soles</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Activos						
+ Efectivo y equivalentes	126.3	149.3	173.8	196.0	253.7	214.6
+ Inversiones a corto plazo	0.0	--	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Cuentas y pagarés por cobrar	68.5	86.4	91.5	165.1	137.4	201.2
+ Inventarios	762.2	982.9	1,132.2	900.4	874.5	761.4
+ Otros activos corrientes	105.4	119.8	111.4	112.5	112.7	65.2
Activos totales actuales	1,062.4	1,338.3	1,508.9	1,374.0	1,378.3	1,242.4
+ Inversiones LP	88.9	112.0	0.0	0.0	20.6	24.5
+ Activos fijos netos	551.4	621.1	911.9	1,140.0	1,632.5	1,609.3
+ Activos fijos brutos	932.2	1,070.6	1,270.2	1,518.9	--	2,256.6
- Depreciación acumulada	380.8	449.5	358.4	378.9	--	647.3
+ Otros activos a largo plazo	182.2	13.8	197.9	248.3	247.5	253.2
Activos totales LP	822.5	746.9	1,109.8	1,388.2	1,900.7	1,887.0
Activo total	1,885.0	2,085.2	2,618.6	2,762.3	3,279.0	3,129.3
Pasivo y capital social						
+ Cuentas por pagar	189.6	253.0	192.8	204.3	90.8	184.0
+ Préstamos a corto plazo	623.2	600.5	596.2	703.6	728.0	486.0
+ Otro pasivo a corto plazo	37.0	54.2	94.2	106.5	86.7	63.0
Pasivos totales corrientes	849.7	907.8	883.2	1,014.5	905.4	733.0
+ Préstamos a largo plazo	102.2	161.6	324.2	280.0	539.6	519.0
+ Otros pasivos a largo plazo	54.6	11.5	87.5	103.9	203.5	183.9
Pasivo total a largo plazo	156.8	173.1	411.7	383.8	743.1	702.9
Pasivos totales	1,006.5	1,080.9	1,294.9	1,398.3	1,648.5	1,436.0
+ Capital preferente total	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Interés minoritario	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Capital en acciones y APIC	714.9	714.9	777.4	1,088.4	1,142.8	1,142.8
+ Beneficios retenidos y otro capital	163.6	289.5	546.3	275.6	487.7	550.6
Patrimonio total	878.4	1,004.4	1,323.7	1,363.9	1,630.5	1,693.4
Pasivo y capital totales	1,885.0	2,085.2	2,618.6	2,762.3	3,279.0	3,129.3

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 16: Estado de Resultados – Corporación de Aceros Arequipa S.A.A.

Corporación Aceros Arequipa S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ingreso	1,659.6	1,946.4	2,064.8	2,165.9	2,151.0	2,403.3
- Coste de ingreso	1,573.5	1,541.3	1,600.1	1,888.2	1,753.0	1,982.6
Beneficio bruto	86.1	405.1	464.7	277.7	398.0	420.7
+ Otros ingresos operacionales	9.3	6.6	6.2	44.1	17.0	13.2
- Gastos operativos	143.3	187.1	201.6	235.4	255.4	259.3
Ingreso operativo	-48.0	224.6	269.3	86.4	159.6	174.7
- Gastos de intereses	50.8	80.1	40.9	35.6	46.5	44.1
- Pérdida cambiaria	-52.9	--	-27.0	-42.2	92.5	58.9
- Pérdida neta no operacional	-1.0	-70.0	-15.1	-14.8	-11.7	-10.7
Ingreso antes de impuestos	-44.8	214.5	270.5	107.8	32.3	82.4
- Gasto de impuesto al ingreso	-5.6	65.0	71.2	48.6	10.0	14.2
Ingreso antes de PE	-39.3	149.5	199.3	59.2	22.3	68.2
- Pérdida extraordinaria neta antes de impuestos	0.0	--	0.0	0.0	0.0	0.0
- Intereses minoritarios	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Beneficio Neto	-39.3	149.5	199.3	59.2	22.3	68.2
- Efectivo dividendos preferentes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ingreso neto disponible a accionistas comunes	-39.3	149.5	199.3	59.2	22.3	68.2

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 17: Estado de Situación Financiera – Edelnor S.A.A.

Edelnor S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Activos						
+ Efectivo y equivalentes	45.2	158.5	47.9	73.4	192.5	286.4
+ Inversiones a corto plazo	--	0.0	--	0.0	21.0	0.0
+ Cuentas y pagarés por cobrar	228.0	251.2	286.4	247.5	255.3	271.8
+ Inventarios	22.5	24.9	22.6	23.4	29.0	40.3
+ Otros activos corrientes	19.1	22.3	21.2	23.9	20.1	30.6
Activos totales actuales	314.8	457.0	378.1	368.3	518.0	629.0
+ Inversiones LP	1.8	1.0	1.9	17.0	0.0	0.0
+ Activos fijos netos	2,107.7	2,171.3	2,223.0	2,401.2	2,576.6	2,865.0
+ Activos fijos brutos	3,421.8	3,590.9	3,446.6	3,728.4	4,018.2	4,376.4
- Depreciación acumulada	1,314.1	1,419.6	1,223.6	1,327.1	1,441.6	1,511.4
+ Otros activos a largo plazo	26.8	25.2	29.3	15.6	20.2	31.5
Activos totales LP	2,136.3	2,197.5	2,254.1	2,433.8	2,596.8	2,896.5
Activo total	2,451.1	2,654.5	2,632.3	2,802.1	3,114.8	3,525.5
Pasivo y capital social						
+ Cuentas por pagar	139.8	221.7	138.5	187.3	271.6	290.8
+ Préstamos a corto plazo	85.0	116.3	150.4	165.1	172.7	143.1
+ Otro pasivo a corto plazo	125.5	132.5	248.1	293.8	282.4	379.1
Pasivos totales corrientes	350.3	470.5	536.9	646.2	726.6	812.9
+ Préstamos a largo plazo	853.8	885.6	791.9	787.3	868.2	1,125.7
+ Otros pasivos a largo plazo	391.8	370.1	302.2	290.9	266.3	210.5
Pasivo total a largo plazo	1,245.6	1,255.7	1,094.1	1,078.2	1,134.5	1,336.2
Pasivos totales	1,595.9	1,726.2	1,631.0	1,724.4	1,861.2	2,149.1
+ Capital preferente total	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Interés minoritario	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Capital en acciones y APIC	638.6	638.6	638.6	638.6	638.6	638.6
+ Beneficios retenidos y otro capital	216.6	289.7	362.7	439.2	615.0	737.8
Patrimonio total	855.1	928.3	1,001.2	1,077.7	1,253.6	1,376.4
Pasivo y capital totales	2,451.1	2,654.5	2,632.3	2,802.1	3,114.8	3,525.5

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 18: Estado de Resultados – Edelnor S.A.A.

Edelnor S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ingreso	1,630.7	1,712.0	1,879.8	2,095.7	2,234.9	2,366.5
- Coste de ingreso	1,192.2	1,239.2	1,328.1	1,550.7	1,612.4	1,729.2
Beneficio bruto	438.5	472.9	551.6	545.0	622.4	637.3
+ Otros ingresos operacionales	12.2	11.7	19.8	19.7	31.5	19.5
- Gastos operativos	139.0	147.1	202.7	185.9	198.0	198.9
Ingreso operativo	311.7	337.4	368.7	378.9	455.9	457.9
- Gastos de intereses	70.9	70.1	80.4	84.3	92.6	64.7
- Pérdida cambiaria	-1.1	-0.2	-1.1	-1.3	1.9	1.3
- Pérdida neta no operacional	-15.5	-11.0	-11.7	-21.5	-13.7	-10.9
Ingreso antes de impuestos	257.3	278.5	301.1	317.3	375.1	402.8
- Gasto de impuesto al ingreso	84.7	87.1	94.4	100.6	104.4	100.6
Ingreso antes de PE	172.6	191.4	206.7	216.7	270.7	302.2
- Pérdida extraordinaria neta antes de impuestos	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
- Intereses minoritarios	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Beneficio Neto	172.6	191.4	206.7	216.7	270.7	302.2
- Efectivo dividendos preferentes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ingreso neto disponible a accionistas comunes	172.6	191.4	206.7	216.7	270.7	302.2

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 19: Estado de Situación Financiera – Empresa Siderúrgica del Perú S.A.A.

<i>Empresa Siderúrgica del Perú S.A.A.</i>						
<i>En millones de Nuevos Soles</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Activos						
+ Efectivo y equivalentes	24.6	93.9	23.9	24.3	72.2	147.8
+ Inversiones a corto plazo	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Cuentas y pagarés por cobrar	109.5	146.2	173.0	202.4	240.0	253.7
+ Inventarios	513.3	738.8	836.7	628.3	604.8	431.4
+ Otros activos corrientes	55.5	99.4	147.7	159.3	144.2	109.1
Activos totales actuales	702.9	1,078.2	1,181.3	1,014.3	1,061.2	942.0
+ Inversiones LP	0.0	0.0	–	0.0	0.0	0.0
+ Activos fijos netos	744.3	900.1	952.9	964.6	926.5	689.3
+ Activos fijos brutos	1,605.7	1,754.3	1,848.7	1,913.1	1,922.5	1,443.7
- Depreciación acumulada	861.4	854.1	895.8	948.5	995.9	754.5
+ Otros activos a largo plazo	27.6	37.6	3.7	73.9	73.2	62.3
Activos totales LP	772.0	937.7	956.6	1,038.5	999.8	751.5
Activo total	1,474.8	2,016.0	2,137.9	2,052.9	2,061.0	1,693.6
Pasivo y capital social						
+ Cuentas por pagar	138.1	276.7	109.6	78.1	114.3	103.5
+ Préstamos a corto plazo	57.2	408.1	464.0	381.8	202.1	343.7
+ Otro pasivo a corto plazo	33.4	42.7	22.2	26.1	96.4	71.3
Pasivos totales corrientes	228.7	727.6	595.7	486.0	412.7	518.5
+ Préstamos a largo plazo	300.9	249.8	416.2	573.1	342.5	112.1
+ Otros pasivos a largo plazo	17.5	41.9	71.0	35.8	38.3	0.0
Pasivo total a largo plazo	318.4	291.7	487.2	608.9	380.8	112.1
Pasivos totales	547.1	1,019.2	1,082.9	1,094.9	793.5	630.6
+ Capital preferente total	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Interés minoritario	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Capital en acciones y APIC	1,000.7	1,000.7	1,000.7	1,000.7	1,310.9	1,310.9
+ Beneficios retenidos y otro capital	-73.0	-4.0	54.2	-42.8	-43.4	-247.9
Patrimonio total	927.7	996.7	1,055.0	958.0	1,267.5	1,063.0
Pasivo y capital totales	1,474.8	2,016.0	2,137.9	2,052.9	2,061.0	1,693.6

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 20: Estado de Resultados – Empresa Siderúrgica del Perú S.A.A.

Empresa Siderúrgica del Perú S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ingreso	1,157.5	1,299.6	1,580.3	1,681.5	1,738.5	1,607.5
- Coste de ingreso	1,259.9	1,155.8	1,418.8	1,701.2	1,567.9	1,614.2
Beneficio bruto	-102.5	143.9	161.5	-19.7	170.6	-6.6
+ Otros ingresos operacionales	20.9	55.9	26.2	15.4	13.0	25.4
- Gastos operativos	100.1	101.7	115.0	145.3	116.1	289.8
Ingreso operativo	-181.7	98.1	72.7	-149.6	67.5	-270.9
- Gastos de intereses	136.9	49.3	76.9	28.0	14.5	10.0
- Pérdida cambiaria	--	--	--	-45.9	47.6	20.3
- Pérdida neta no operacional	-146.0	-44.7	-91.6	0.5	3.3	1.8
Ingreso antes de impuestos	-172.6	93.4	87.4	-132.2	2.1	-303.1
- Gasto de impuesto al ingreso	-51.5	25.6	32.7	-33.0	4.0	-98.3
Ingreso antes de PE	-121.1	67.8	54.7	-99.2	-1.9	-204.8
- Pérdida extraordinaria neta antes de impuestos	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
- Intereses minoritarios	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Beneficio Neto	-121.1	67.8	54.7	-99.2	-1.9	-204.8
- Efectivo dividendos preferentes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ingreso neto disponible a accionistas comunes	-121.1	67.8	54.7	-99.2	-1.9	-204.8

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 21: Estado de Situación Financiera - Volcan Compañía Minera S.A.A.

Volcan Compañía Minera S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Activos						
+ Efectivo y equivalentes	359.5	379.9	414.7	1,467.3	754.0	519.7
+ Inversiones a corto plazo	0.0	--	54.6	76.7	231.6	96.9
+ Cuentas y pagarés por cobrar	288.7	464.4	341.5	292.8	391.3	248.7
+ Inventarios	213.9	199.0	262.4	303.1	302.7	587.9
+ Otros activos corrientes	157.5	301.8	391.3	674.6	1,017.1	1,076.2
Activos totales actuales	1,019.7	1,345.2	1,464.5	2,814.6	2,696.7	2,529.4
+ Inversiones LP	69.8	--	23.0	103.1	50.8	0.3
+ Activos fijos netos	992.1	2,755.0	1,347.7	1,686.9	2,880.7	3,713.2
+ Activos fijos brutos	1,812.8	4,704.9	2,430.4	2,886.8	4,326.1	5,426.3
- Depreciación acumulada	820.8	1,949.9	1,082.8	1,199.9	1,445.4	1,713.1
+ Otros activos a largo plazo	1,637.1	113.6	1,955.9	2,142.3	2,520.7	2,689.8
Activos totales LP	2,699.0	2,868.6	3,326.5	3,932.2	5,452.2	6,403.3
Activo total	3,718.6	4,213.8	4,791.1	6,746.8	8,148.8	8,932.7
Pasivo y capital social						
+ Cuentas por pagar	181.0	292.7	398.5	476.5	703.1	682.1
+ Préstamos a corto plazo	140.5	105.1	239.5	388.9	588.2	936.0
+ Otro pasivo a corto plazo	277.8	522.6	288.6	225.0	279.4	193.9
Pasivos totales corrientes	599.3	920.4	926.5	1,090.4	1,570.8	1,811.9
+ Préstamos a largo plazo	103.9	15.3	40.3	1,565.3	1,729.3	1,884.6
+ Otros pasivos a largo plazo	427.1	413.5	491.2	576.5	723.3	792.1
Pasivo total a largo plazo	531.0	428.9	531.4	2,141.8	2,452.6	2,676.7
Pasivos totales	1,130.4	1,349.3	1,457.9	3,232.2	4,023.4	4,488.7
+ Capital preferente total	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Interés minoritario	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Capital en acciones y APIC	1,789.6	2,098.8	3,074.8	3,274.3	3,993.0	4,565.4
+ Beneficios retenidos y otro capital	798.6	765.7	258.3	240.4	132.4	-121.3
Patrimonio total	2,588.2	2,864.5	3,333.1	3,514.6	4,125.5	4,444.1
Pasivo y capital totales	3,718.6	4,213.8	4,791.1	6,746.8	8,148.8	8,932.7

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 22: Estado de Resultados - Volcan Compañía Minera S.A.A.

Volcan Compañía Minera S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ingreso	1,993.7	2,769.8	3,336.4	3,107.8	3,143.2	2,959.6
- Coste de ingreso	1,088.5	1,422.9	1,689.9	1,942.6	2,139.3	2,458.1
Beneficio bruto	905.2	1,346.8	1,646.5	1,165.3	1,003.9	501.4
+ Otros ingresos operacionales	--	147.5	108.2	171.8	150.4	528.1
- Gastos operativos	342.6	417.4	349.3	395.1	430.0	758.7
Ingreso operativo	562.6	1,076.9	1,405.3	942.0	724.2	270.8
- Gastos de intereses	3.8	57.8	6.6	90.3	55.4	84.2
- Pérdida cambiaria	29.3	--	7.3	3.2	2.2	-6.1
- Pérdida neta no operacional	-258.5	-65.1	26.2	-26.3	-24.8	-19.0
Ingreso antes de impuestos	788.0	1,084.2	1,365.2	874.8	691.5	211.7
- Gasto de impuesto al ingreso	275.7	368.4	459.5	318.4	222.9	50.3
Ingreso antes de PE	512.3	715.8	905.7	556.3	468.6	161.3
- Pérdida extraordinaria neta antes de impuestos	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
- Intereses minoritarios	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Beneficio Neto	512.3	715.8	905.7	556.3	468.6	161.3
- Efectivo dividendos preferentes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ingreso neto disponible a accionistas comunes	512.3	715.8	905.7	556.3	468.6	161.3

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 23: Estado de Situación Financiera – Minsur S.A.A.

Minsur S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Activos						
+ Efectivo y equivalentes	749.9	1,332.3	1,453.6	373.7	667.3	1,308.4
+ Inversiones a corto plazo	309.7	404.5	72.8	68.5	58.8	0.0
+ Cuentas y pagarés por cobrar	306.2	357.3	301.8	355.0	453.3	480.3
+ Inventarios	395.9	409.0	428.0	514.0	623.1	475.8
+ Otros activos corrientes	113.3	119.6	190.6	190.7	74.9	87.1
Activos totales actuales	1,875.0	2,622.7	2,446.8	1,501.9	1,877.3	2,351.6
+ Inversiones LP	251.1	257.9	272.6	455.3	542.9	1,064.3
+ Activos fijos netos	1,961.2	2,170.3	2,292.5	2,538.3	2,481.0	2,326.2
+ Activos fijos brutos	3,831.4	4,279.2	4,239.6	4,559.8	4,657.4	4,624.4
- Depreciación acumulada	1,870.2	2,108.9	1,947.1	2,021.5	2,176.4	2,298.2
+ Otros activos a largo plazo	2,012.8	2,072.3	1,653.3	3,590.8	3,815.2	3,937.9
Activos totales LP	4,225.0	4,500.5	4,218.4	6,584.4	6,839.1	7,328.4
Activo total	6,100.0	7,123.2	6,665.2	8,086.3	8,716.4	9,680.1
Pasivo y capital social						
+ Cuentas por pagar	221.4	282.9	309.6	298.3	617.7	598.4
+ Préstamos a corto plazo	748.9	676.7	166.0	859.7	429.4	351.7
+ Otro pasivo a corto plazo	323.1	468.9	306.5	320.8	62.0	86.0
Pasivos totales corrientes	1,293.4	1,428.6	782.0	1,478.8	1,109.1	1,036.1
+ Préstamos a largo plazo	0.0	–	577.1	599.4	1,017.5	1,802.9
+ Otros pasivos a largo plazo	692.1	609.8	404.6	924.8	1,002.7	1,030.1
Pasivo total a largo plazo	692.1	609.8	981.8	1,524.2	2,020.1	2,833.0
Pasivos totales	1,985.5	2,038.4	1,763.8	3,003.0	3,129.2	3,869.1
+ Capital preferente total	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Interés minoritario	169.6	312.6	271.6	712.7	784.7	809.2
+ Capital en acciones y APIC	1,127.7	2,883.0	2,426.5	2,302.1	2,522.4	2,688.1
+ Beneficios retenidos y otro capital	2,817.2	1,889.1	2,203.3	2,068.5	2,280.1	2,313.7
Patrimonio total	4,114.5	5,084.7	4,901.4	5,083.3	5,587.2	5,811.0
Pasivo y capital totales	6,100.0	7,123.2	6,665.2	8,086.3	8,716.4	9,680.1

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 24: Estado de Resultados – Minsur S.A.A.

Minsur S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ingreso	1,896.6	3,405.0	3,552.8	3,195.4	3,540.4	3,587.5
- Coste de ingreso	836.7	1,408.8	1,753.3	1,925.5	2,243.6	2,402.6
Beneficio bruto	1,060.0	1,996.2	1,799.5	1,269.9	1,296.8	1,184.8
+ Otros ingresos operacionales	176.2	93.1	--	--	54.5	53.4
- Gastos operativos	466.5	661.6	411.0	477.9	454.1	471.4
Ingreso operativo	769.7	1,427.7	1,388.5	792.0	897.3	766.9
- Gastos de intereses	33.8	44.1	107.3	96.2	92.0	183.9
- Pérdida cambiaria	-53.6	23.0	-17.6	10.9	55.7	80.3
- Pérdida neta no operacional	-157.7	-161.9	-58.5	-39.5	-113.2	-49.8
Ingreso antes de impuestos	947.2	1,522.4	1,357.3	724.3	862.7	552.4
- Gasto de impuesto al ingreso	212.0	478.4	528.2	333.7	399.5	336.7
Ingreso antes de PE	735.2	1,044.0	829.0	390.6	463.3	215.7
- Pérdida extraordinaria neta antes de impuestos	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
- Intereses minoritarios	-6.4	-6.0	0.7	-10.1	-11.1	-25.4
Beneficio Neto	741.6	1,050.0	828.3	400.6	474.4	241.1
- Efectivo dividendos preferentes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ingreso neto disponible a accionistas comunes	741.6	1,050.0	828.3	400.6	474.4	241.1

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 25: Estado de Situación Financiera Unión de Cementos Andinos S.A.A.

Unión de Cementos Andinos S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Activos						
+ Efectivo y equivalentes	164.7	313.8	83.6	181.2	322.3	107.2
+ Inversiones a corto plazo	--	0.0	0.2	0.0	0.0	0.0
+ Cuentas y pagarés por cobrar	86.1	130.5	290.0	249.3	243.7	370.1
+ Inventarios	238.8	251.2	401.7	485.8	559.2	709.3
+ Otros activos corrientes	105.0	136.8	47.3	84.8	219.8	278.1
Activos totales actuales	594.7	832.4	822.7	1,001.1	1,345.0	1,464.7
+ Inversiones LP	2.4	2.9	--	22.6	21.6	15.4
+ Activos fijos netos	2,553.2	3,047.2	5,730.1	5,938.1	6,131.6	6,995.7
+ Activos fijos brutos	--	--	--	6,775.3	--	--
- Depreciación acumulada	--	--	--	837.3	--	--
+ Otros activos a largo plazo	574.1	539.9	523.3	474.3	541.5	1,808.7
Activos totales LP	3,129.6	3,590.0	6,253.4	6,434.9	6,694.8	8,819.7
Activo total	3,724.3	4,422.4	7,076.1	7,436.0	8,039.9	10,284.4
Pasivo y capital social						
+ Cuentas por pagar	144.4	139.6	345.8	310.4	257.0	389.2
+ Préstamos a corto plazo	340.9	699.3	747.6	1,003.9	892.9	703.2
+ Otro pasivo a corto plazo	97.7	164.7	123.2	217.2	204.1	357.5
Pasivos totales corrientes	583.0	1,003.6	1,216.6	1,531.6	1,354.0	1,449.9
+ Préstamos a largo plazo	1,571.4	1,656.7	2,049.5	1,815.2	2,339.3	4,137.5
+ Otros pasivos a largo plazo	124.9	155.2	626.0	645.2	710.3	764.9
Pasivo total a largo plazo	1,696.3	1,811.9	2,675.4	2,460.4	3,049.6	4,902.3
Pasivos totales	2,279.3	2,815.6	3,892.0	3,991.9	4,403.7	6,352.2
+ Capital preferente total	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Interés minoritario	323.1	374.4	165.1	183.4	188.1	213.5
+ Capital en acciones y APIC	854.8	854.8	1,499.0	1,646.5	1,646.5	1,646.5
+ Beneficios retenidos y otro capital	267.2	377.7	1,520.0	1,614.2	1,801.6	2,072.2
Patrimonio total	1,445.0	1,606.8	3,184.1	3,444.1	3,636.2	3,932.2
Pasivo y capital totales	3,724.3	4,422.4	7,076.1	7,436.0	8,039.9	10,284.4

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 26: Estado de Resultados – Unión de Cementos Andinos S.A.A.

Unión de Cementos Andinos S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ingreso	1,280.0	1,635.4	2,082.7	2,674.7	2,894.7	3,107.8
- Coste de ingreso	742.2	1,011.1	1,262.3	1,780.5	1,941.9	2,072.1
Beneficio bruto	537.8	624.2	820.4	894.2	952.8	1,035.7
+ Otros ingresos operacionales	7.0	19.2	67.6	48.9	17.5	25.7
- Gastos operativos	241.3	326.8	335.3	364.6	367.4	395.9
Ingreso operativo	303.6	316.6	552.6	578.4	602.9	665.5
- Gastos de intereses	52.5	105.2	119.2	125.3	156.8	221.1
- Pérdida cambiaria	-24.1	--	-58.0	-105.3	187.5	145.4
- Pérdida neta no operacional	-6.2	-45.1	-2.8	-11.9	-14.4	-10.5
Ingreso antes de impuestos	281.4	256.4	494.3	570.4	273.1	309.5
- Gasto de impuesto al ingreso	82.8	92.6	147.2	170.6	79.8	5.8
Ingreso antes de PE	198.6	163.9	347.1	399.8	193.3	303.7
- Pérdida extraordinaria neta antes de impuestos	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
- Intereses minoritarios	8.0	-13.9	4.4	2.5	-2.0	-1.7
Beneficio Neto	190.5	177.8	342.6	397.3	195.3	305.4
- Efectivo dividendos preferentes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ingreso neto disponible a accionistas comunes	190.5	177.8	342.6	397.3	195.3	305.4

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 27: Estado de Situación Financiera – Sociedad Minera Cerro Verde S.A.A.

<i>Sociedad Minera Cerro Verde S.A.A.</i>						
<i>En millones de Nuevos Soles</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Activos						
+ Efectivo y equivalentes	10.2	1,089.2	3,722.5	3,643.8	2,390.0	58.3
+ Inversiones a corto plazo	577.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Cuentas y pagarés por cobrar	71.6	77.4	118.5	10.3	21.3	7.1
+ Inventarios	451.3	463.3	473.1	497.5	606.9	693.1
+ Otros activos corrientes	854.7	1,268.9	606.1	915.2	1,046.6	1,261.2
Activos totales actuales	1,964.8	2,898.8	4,920.2	5,066.8	4,064.7	2,019.7
+ Inversiones LP	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Activos fijos netos	3,123.9	3,114.9	3,283.9	4,593.8	7,919.6	13,544.6
+ Activos fijos brutos	4,396.6	4,591.5	–	6,380.4	10,170.5	16,363.0
- Depreciación acumulada	1,272.7	1,476.7	–	1,786.7	2,250.9	2,818.3
+ Otros activos a largo plazo	434.6	399.2	396.0	658.6	1,518.7	1,639.1
Activos totales LP	3,558.5	3,514.0	3,679.9	5,252.4	9,438.3	15,183.7
Activo total	5,523.3	6,412.9	8,600.1	10,319.2	13,503.0	17,203.4
Pasivo y capital social						
+ Cuentas por pagar	114.9	189.1	150.5	373.6	750.9	1,186.4
+ Préstamos a corto plazo	0.0	0.0	0.0	0.0	12.8	149.5
+ Otro pasivo a corto plazo	607.3	1,182.1	753.3	321.9	431.3	311.0
Pasivos totales corrientes	722.1	1,371.2	903.8	695.5	1,195.1	1,646.9
+ Préstamos a largo plazo	0.0	0.0	0.0	0.0	3.7	1,200.2
+ Otros pasivos a largo plazo	626.3	690.4	492.4	818.3	872.8	1,048.1
Pasivo total a largo plazo	626.3	690.4	492.4	818.3	876.5	2,248.3
Pasivos totales	1,348.4	2,061.6	1,396.2	1,513.8	2,071.6	3,895.2
+ Capital preferente total	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Interés minoritario	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
+ Capital en acciones y APIC	2,860.0	2,780.1	2,665.3	2,528.7	2,770.6	2,952.7
+ Beneficios retenidos y otro capital	1,314.8	1,571.1	4,538.6	6,276.7	8,660.9	10,355.5
Patrimonio total	4,174.9	4,351.2	7,203.9	8,805.4	11,431.5	13,308.2
Pasivo y capital totales	5,523	6,413	8,600	10,319	13,503	17,203

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 28: Estado de Resultados – Sociedad Minera Cerro Verde S.A.A.

Sociedad Minera Cerro Verde S.A.A.						
En millones de Nuevos Soles	2009	2010	2011	2012	2013	2014
Ingreso	5,289.1	6,691.4	6,939.4	5,609.6	4,896.6	4,165.6
- Coste de ingreso	1,589.1	1,613.9	2,271.0	2,114.0	2,149.1	2,264.3
Beneficio bruto	3,699.9	5,077.5	4,668.4	3,495.6	2,747.5	1,901.3
+ Otros ingresos operacionales	1.5	--	--	--	0.4	6.4
- Gastos operativos	609.3	761.7	374.7	285.3	185.0	170.6
Ingreso operativo	3,092.2	4,315.8	4,293.7	3,210.3	2,562.9	1,737.0
- Gastos de intereses	--	0.3	0.5	18.3	5.0	1.0
- Pérdida cambiaria	--	--	-5.3	-8.3	5.0	-6.5
- Pérdida neta no operacional	-5.0	-3.6	-3.0	-5.0	-5.9	-6.9
Ingreso antes de impuestos	3,097.2	4,319.1	4,301.6	3,205.3	2,558.7	1,749.4
- Gasto de impuesto al ingreso	965.0	1,340.9	1,332.0	1,169.1	901.0	677.3
Ingreso antes de PE	2,132.2	2,978.3	2,969.6	2,036.2	1,657.7	1,072.2
- Pérdida extraordinaria neta antes de impuestos	0.0	0.0	0.0	0.0	--	--
- Intereses minoritarios	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Beneficio Neto	2,132.2	2,978.3	2,969.6	2,036.2	1,657.7	1,072.2
- Efectivo dividendos preferentes	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0	0.0
Ingreso neto disponible a accionistas comunes	2,132.2	2,978.3	2,969.6	2,036.2	1,657.7	1,072.2

Fuente: Adaptado de Bloomberg

Anexo 29: Z de Altman – Empresas del IBGC

<i>Alicorp S.A.A.</i>						
Años	2009	2010	2011	2012	2013	2014
X1: Capital de Trabajo / Activos Totales	0.12	0.18	0.23	0.23	0.16	0.06
X2: Utilidades Retenidas / Activos Totales	0.23	0.31	0.33	0.29	0.25	0.19
X3: Utilidades antes de Intereses e Impuestos / Activos Totales	0.15	0.16	0.15	0.11	0.11	0.08
X4: Valor en Libros del Patrimonio / Valor Pasivos Totales	0.72	0.70	0.67	0.39	0.24	0.18
X5: Ventas / Activos Totales	1.40	1.25	1.32	1.05	0.99	0.93
Z Score	2.45	2.42	2.52	1.97	1.76	1.46

<i>Compañía de Minas Buenaventura S.A.A.</i>						
Años	2009	2010	2011	2012	2013	2014
X1: Capital de Trabajo / Activos Totales	0.25	0.22	0.16	0.10	0.04	0.03
X2: Utilidades Retenidas / Activos Totales	0.39	0.50	0.56	0.60	0.57	0.53
X3: Utilidades antes de Intereses e Impuestos / Activos Totales	0.10	0.12	0.18	0.09	0.05	0.01
X4: Valor en Libros del Patrimonio / Valor Pasivos Totales	1.87	2.25	1.91	1.56	1.36	1.07
X5: Ventas / Activos Totales	0.32	0.34	0.39	0.34	0.28	0.25
Z Score	1.92	2.22	2.33	1.85	1.50	1.21

<i>Edegel S.A.A.</i>						
Años	2009	2010	2011	2012	2013	2014
X1: Capital de Trabajo / Activos Totales	-0.01	-0.01	0.00	0.00	-0.01	0.03
X2: Utilidades Retenidas / Activos Totales	0.46	0.42	0.44	0.44	0.44	0.44
X3: Utilidades antes de Intereses e Impuestos / Activos Totales	0.08	0.08	0.11	0.12	0.13	0.16
X4: Valor en Libros del Patrimonio / Valor Pasivos Totales	0.95	0.86	0.98	1.03	1.02	1.10
X5: Ventas / Activos Totales	0.24	0.24	0.30	0.34	0.31	0.37
Z Score	1.27	1.22	1.44	1.53	1.51	1.71

<i>Ferreycorp S.A.A.</i>						
Años	2009	2010	2011	2012	2013	2014
X1: Capital de Trabajo / Activos Totales	0.28	0.16	0.14	0.18	0.27	0.28
X2: Utilidades Retenidas / Activos Totales	0.09	0.09	0.13	0.12	0.11	0.11
X3: Utilidades antes de Intereses e Impuestos / Activos Totales	0.08	0.08	0.08	0.07	0.09	0.08
X4: Valor en Libros del Patrimonio / Valor Pasivos Totales	0.39	0.30	0.27	0.36	0.37	0.37
X5: Ventas / Activos Totales	1.22	1.16	1.14	1.15	1.14	1.08
Z Score	1.91	1.72	1.72	1.75	1.85	1.76

<i>Graña y Montero S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
X1: Capital de Trabajo / Activos Totales	0.12	0.21	0.21	0.08	0.24	0.11
X2: Utilidades Retenidas / Activos Totales	0.13	0.21	0.22	0.17	0.17	0.15
X3: Utilidades antes de Intereses e Impuestos / Activos Totales	0.10	0.15	0.13	0.11	0.11	0.07
X4: Valor en Libros del Patrimonio / Valor Pasivos Totales	0.30	0.26	0.17	0.18	0.54	0.34
X5: Ventas / Activos Totales	0.93	0.94	1.15	1.05	0.94	0.91
Z Score	1.56	1.85	1.96	1.64	1.81	1.47

<i>Refinería La Pampilla S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
X1: Capital de Trabajo / Activos Totales	0.23	0.36	0.38	0.30	0.23	-0.05
X2: Utilidades Retenidas / Activos Totales	0.14	0.15	0.20	0.15	0.02	-0.04
X3: Utilidades antes de Intereses e Impuestos / Activos Totales	0.09	0.07	0.12	0.03	-0.01	-0.04
X4: Valor en Libros del Patrimonio / Valor Pasivos Totales	0.24	0.20	0.25	0.32	0.48	0.46
X5: Ventas / Activos Totales	2.86	3.17	3.10	3.37	3.27	3.25
Z Score	3.52	3.85	4.01	3.94	3.61	3.24

<i>Compañía Minera Milpo S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
X1: Capital de Trabajo / Activos Totales	0.10	0.17	0.11	0.05	0.31	0.34
X2: Utilidades Retenidas / Activos Totales	0.16	0.16	0.10	0.10	0.15	0.14
X3: Utilidades antes de Intereses e Impuestos / Activos Totales	0.14	0.22	0.21	0.08	0.12	0.14
X4: Valor en Libros del Patrimonio / Valor Pasivos Totales	0.77	0.90	0.74	0.65	0.54	0.65
X5: Ventas / Activos Totales	0.46	0.68	0.76	0.67	0.60	0.58
Z Score	1.41	2.00	1.89	1.31	1.53	1.65

<i>Cementos Pacasmayo S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
X1: Capital de Trabajo / Activos Totales	0.08	0.06	0.18	0.28	0.41	0.26
X2: Utilidades Retenidas / Activos Totales	0.14	0.33	0.29	0.29	0.25	0.26
X3: Utilidades antes de Intereses e Impuestos / Activos Totales	0.17	0.21	0.06	0.10	0.09	0.09
X4: Valor en Libros del Patrimonio / Valor Pasivos Totales	0.94	0.79	0.51	2.33	1.03	0.97
X5: Ventas / Activos Totales	0.68	0.57	0.50	0.49	0.40	0.38
Z Score	1.79	1.88	1.27	2.22	1.63	1.49

Anexo 30: Z de Altman – Empresas del IGBVL

<i>Corporación de Aceros Arequipa S.A.A.</i>						
Años	2009	2010	2011	2012	2013	2014
X1: Capital de Trabajo / Activos Totales	0.11	0.21	0.24	0.13	0.14	0.16
X2: Utilidades Retenidas / Activos Totales	0.09	0.14	0.21	0.10	0.15	0.18
X3: Utilidades antes de Intereses e Impuestos / Activos Totales	-0.03	0.11	0.10	0.03	0.05	0.06
X4: Valor en Libros del Patrimonio / Valor Pasivos Totales	0.71	0.66	0.60	0.78	0.69	0.80
X5: Ventas / Activos Totales	0.88	0.93	0.79	0.78	0.66	0.77
Z Score	1.25	1.81	1.71	1.38	1.33	1.54

<i>Edelnor S.A.A.</i>						
Años	2009	2010	2011	2012	2013	2014
X1: Capital de Trabajo / Activos Totales	1.93	1.99	3.43	4.20	5.45	6.37
X2: Utilidades Retenidas / Activos Totales	1.00	1.03	0.82	1.78	1.90	1.96
X3: Utilidades antes de Intereses e Impuestos / Activos Totales	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
X4: Valor en Libros del Patrimonio / Valor Pasivos Totales	7.45	8.18	7.14	4.44	4.01	2.16
X5: Ventas / Activos Totales	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00	0.00
Z Score	5.36	5.73	6.15	6.38	7.20	7.13

<i>Empresa Siderúrgica del Perú S.A.A.</i>						
Años	2009	2010	2011	2012	2013	2014
X1: Capital de Trabajo / Activos Totales	0.32	0.17	0.27	0.26	0.31	0.25
X2: Utilidades Retenidas / Activos Totales	-0.05	0.00	0.03	-0.02	-0.02	-0.15
X3: Utilidades antes de Intereses e Impuestos / Activos Totales	-0.12	0.05	0.03	-0.07	0.03	-0.16
X4: Valor en Libros del Patrimonio / Valor Pasivos Totales	1.83	0.98	0.92	0.91	1.65	2.08
X5: Ventas / Activos Totales	0.78	0.64	0.74	0.82	0.84	0.95
Z Score	1.36	1.33	1.45	1.14	1.85	1.38

<i>Volcan Compañía Minera S.A.A</i>						
Años	2009	2010	2011	2012	2013	2014
X1: Capital de Trabajo / Activos Totales	0.11	0.10	0.11	0.26	0.14	0.08
X2: Utilidades Retenidas / Activos Totales	0.21	0.18	0.05	0.04	0.02	-0.01
X3: Utilidades antes de Intereses e Impuestos / Activos Totales	0.15	0.26	0.29	0.14	0.09	0.03
X4: Valor en Libros del Patrimonio / Valor Pasivos Totales	1.58	1.56	2.11	1.01	0.99	1.02
X5: Ventas / Activos Totales	0.54	0.66	0.70	0.46	0.39	0.33
Z Score	1.93	2.33	2.62	1.53	1.19	0.90

<i>Minsur S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
X1: Capital de Trabajo / Activos Totales	0.10	0.17	0.25	0.00	0.09	0.14
X2: Utilidades Retenidas / Activos Totales	0.46	0.27	0.33	0.26	0.26	0.24
X3: Utilidades antes de Intereses e Impuestos / Activos Totales	0.13	0.20	0.21	0.10	0.10	0.08
X4: Valor en Libros del Patrimonio / Valor Pasivos Totales	0.18	0.40	0.36	0.28	0.29	0.28
X5: Ventas / Activos Totales	0.31	0.48	0.53	0.40	0.41	0.37
Z Score	1.24	1.61	1.79	1.04	1.13	1.03

<i>Unión Andina de Cementos S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
X1: Capital de Trabajo / Activos Totales	0.00	-0.04	-0.06	-0.07	0.00	0.00
X2: Utilidades Retenidas / Activos Totales	0.07	0.09	0.21	0.22	0.22	0.20
X3: Utilidades antes de Intereses e Impuestos / Activos Totales	0.08	0.07	0.08	0.08	0.07	0.06
X4: Valor en Libros del Patrimonio / Valor Pasivos Totales	0.38	0.30	0.39	0.41	0.37	0.26
X5: Ventas / Activos Totales	0.34	0.37	0.29	0.36	0.36	0.30
Z Score	0.82	0.76	0.84	0.91	0.94	0.78

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 31: Q de Tobin – Empresas del IBGC

<i>Alicorp S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Capitalización Bursátil o Valor de Mercado	2347.7	5383.9	5127.5	7093	7776.7	6076.1
Total Activos	2651.65	3000.64	3212.01	4278.66	5894.30	6783.28
Q Score	0.89	1.79	1.60	1.66	1.32	0.90

<i>Compañía de Minas Buenaventura S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Capitalización Bursátil o Valor de Mercado	848.6	12330.9	9589	9174.1	2521.4	2705.2
Total Activos	2786.56	3279.35	3953.55	4588.65	4549.69	4672.27
Q Score	0.30	3.76	2.43	2.00	0.55	0.58

<i>Edegel</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Capitalización Bursátil o Valor de Mercado	2844.1	4587.3	4013.9	5160.8	5848.9	8601.3
Total Activos	4433.13	4759.25	4558.57	4536.26	4618.46	4540.40
Q Score	0.64	0.96	0.88	1.14	1.27	1.89

<i>Ferreycorp S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Capitalización Bursátil o Valor de Mercado	121.5	2051.4	1421.9	1767.1	1824.3	1643.2
Total Activos	1817.19	2540.88	3358.92	4072.28	4408.50	4501.04
Q Score	0.07	0.81	0.42	0.43	0.41	0.37

<i>Graña y Montero S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Capitalización Bursátil o Valor de Mercado	1579.3	3712.6	3740.5	5415.4	7854.6	4792
Total Activos	2144.85	2653.98	3693.73	5000.12	6316.16	7729.90
Q Score	0.74	1.40	1.01	1.08	1.24	0.62

<i>Compañía Minera Milpo S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Capitalización Bursátil o Valor de Mercado	907.4	3008.8	1826.7	3860.70	732.4	748.5
Total Activos	865.95	858.24	973.37	1033.15	1210.18	1310.59
Q Score	1.05	3.51	1.88	3.74	0.61	0.57

<i>Cementos Pacasmayo S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Capitalización Bursátil o Valor de Mercado	1475.3	3376.8	2013.9	3462.7	2182.4	1454.9
Total Activos	1131.8550	1587.0110	1985.0420	2383.3240	3114.5370	3240.9040
Q Score	1.30	2.13	1.01	1.45	0.70	0.45

Fuente: Elaboración Propia

Anexo 32: Q de Tobin – Empresas del IGBVL

<i>Corporación de Aceros Arequipa S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Capitalización Bursátil o Valor de Mercado	1065.8	2359	1428.9	1041.8	860.4	592.3
Total Activos	1884.95	2085.25	2618.62	2762.26	3279.02	3129.34
Q Score	0.57	1.13	0.55	0.38	0.26	0.19

<i>Edelnor S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Capitalización Bursátil o Valor de Mercado	1570.9	2439.3	2458.5	2816.1	3097	3831.4
Total Activos	2451.06	2654.51	2632.26	2802.10	3114.76	3525.51
Q Score	0.64	0.92	0.93	1.00	0.99	1.09

<i>Empresa Siderúrgica del Perú S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Capitalización Bursátil o Valor de Mercado	1128.8	1835.4	816.8	339.6	438.5	270.1
Total Activos	1474.82	2015.98	2137.87	2052.86	2060.98	1693.56
Q Score	0.77	0.91	0.38	0.17	0.21	0.16

<i>Volcan Compañía Minera S.A.A</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Capitalización Bursátil o Valor de Mercado	618.7	1020.9	679.7	759.7	808.4	677.7
Total Activos	3718.63	4213.84	4791.06	6746.80	8148.84	8932.72
Q Score	0.17	0.24	0.14	0.11	0.10	0.08

<i>Minsur S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Capitalización Bursátil o Valor de Mercado	2549.8	10958.9	2548.6	2303.5	4122.7	5189.4
Total Activos	6100	7123.15	6665.20	8086.33	8716.42	9680.07
Q Score	0.42	1.54	0.38	0.28	0.47	0.54

<i>Unión Andina de Cementos S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Capitalización Bursátil o Valor de Mercado	2438.8	4140.8	3058	5334.7	6207.3	4824.3
Total Activos	3724.34	4422.38	7076.11	7436.04	8039.86	10284.40
Q Score	0.65	0.94	0.43	0.72	0.77	0.47

<i>Sociedad Minera Cerro Verde S.A.A.</i>						
<i>Años</i>	<i>2009</i>	<i>2010</i>	<i>2011</i>	<i>2012</i>	<i>2013</i>	<i>2014</i>
Capitalización Bursátil o Valor de Mercado	23547.3	53145.8	33904.5	33953.7	23985.5	25040.2
Total Activos	5523.30	6412.86	8600.12	10319.17	13503.03	17203.40
Q Score	4.26	8.29	3.94	3.29	1.78	1.46

Fuente: Elaboración Propia



Responsabilidad social en el sector hotelero. Análisis de caso en Córdoba (Argentina)

ÁREA: 6
TIPO: Caso

AUTORES

David Flores-Ruiz¹

Universidad de Huelva (España)
David.flores@dege.uhu.es

Rosanna Elizabeth Bino-Raya

Instituto de Investigación en Turismo
Universidad Blas Pascal (Argentina)
rosannaebino@hotmail.com

María de la O Barroso-González

Universidad de Huelva (España)
barroso@uhu.es

Autor de contacto:
Departamento de Economía; Universidad de Huelva; Plaza de la Merced, 11; 21002 - Huelva; España

Social responsibility in the hotel sector. Analysis of case in Cordoba (Argentina)

A responsabilidade social no sector da indústria hoteleira. Análise do caso de Córdoba (Argentina)

El presente artículo analiza el grado de aplicación del concepto de responsabilidad social empresarial (RSE) en el sector hotelero como estrategia que contribuya a impulsar procesos de desarrollo turístico sostenible. Para ello, se describe, en primer lugar, según un análisis bibliográfico, el estado del arte sobre el grado de aplicación que está teniendo la responsabilidad social empresarial en la hotelería para, posteriormente, a partir de una encuesta estructurada, analizar el caso concreto de la ciudad de Córdoba (Argentina), con objetivo de demostrar la hipótesis de diferencias, por categorías y por dimensiones, en la aplicación de la RSE. Se llega a la conclusión de cómo a pesar de la conciencia ambiental y del conocimiento que existe del concepto, aún no se llega a aplicar de una forma integral el concepto, siendo necesario introducir determinadas medidas, entre las que destacan la información y formación en estos temas. También se ponen de manifiesto cómo existen diferencias significativas en la aplicación de la RSE por categorías y por dimensiones de la sostenibilidad.

This article analyzes the degree of implementation of the concept of corporate social responsibility (CSR) in the hospitality industry as a strategy to help promote sustainable tourism development processes. For this purpose, first, describes, according to a literature review, the state of the art about the level of application of the corporate social responsibility in this industry. Later, from a structured questionnaire, we analyze the case of the city of Cordoba (Argentina), in order to demonstrate the hypothesis of differences, by category and by size in the application of CSR. We conclude that, despite environmental awareness and knowledge that exists of this concept, yet not reached a comprehensive way to apply it. Therefore, it is necessary to introduce certain measures, like information and training on these issues. Also it shows how there are significant differences in the application of CSR by categories and dimensions of sustainability.

O presente artigo analisa o grau de aplicabilidade do conceito de responsabilidade social empresarial (RSE) no sector da indústria hoteleira como uma estratégia para ajudar a promover processos de desenvolvimento do turismo sustentável. Para isso, é descrito, em primeiro lugar, de acordo com uma análise bibliográfica, o estado sobre o grau de aplicação que está a ter a responsabilidade social empresarial no sector da indústria hoteleira, para mais tarde, a partir de um inquérito estruturado, analisar o caso concreto da cidade de Córdoba (Argentina), com o objetivo de demonstrar as hipotéticas diferenças, por categorias e dimensões, na aplicação da RSE. Neste caso chega-se à conclusão de que, apesar da consciência ambiental e o conhecimento que existe sobre o conceito, o mesmo não chega a aplicar-se na sua plenitude, tornando-se necessária a introdução de certas medidas, entre as quais se evidenciam a informação e a formação sobre estas temáticas. Torna-se evidente a existência de diferenças significativas na aplicação de RSE por categorias e dimensões de sustentabilidade.

DOI
10.3232/GCG.2016.V10.N3.04

RECEBIDO
01.10.2015

ACETADO
26.07.2016

1. Introducción

Las graves crisis económicas internacionales de la década de los setenta hacen que se comience a poner en tela de juicio los planteamientos desarrollistas sobre los que se había asentado el crecimiento económico del último siglo². De esta forma, frente al planteamiento ortodoxo de crecimiento económico ilimitado, comienza a aparecer una nueva forma de entender el desarrollo económico, en la que se incorpora no sólo la variable medioambiental sino también la social, cristalizando todo ello, a finales de los ochenta, en el concepto de desarrollo sostenible, concepto un tanto concepto complejo e integral que tiene en cuenta las dimensiones económicas, social y medioambiental que deben estar incluidas en todo proceso de desarrollo³.

En paralelo al surgimiento y evolución del concepto de desarrollo sostenible, también surge y se desarrolla el de responsabilidad social empresarial (RSE) o corporativa (RSC), mediante el cual se intenta contribuir a la sostenibilidad de los procesos de desarrollo. No en vano, Tepelus (2008), para el caso de la actividad turística, considera a la RSE como un marco conceptual guía para avanzar en el debate sobre la sostenibilidad del turismo. De tal forma, que *es el marco en el que se hace operativo el concepto de turismo sostenible* (Peña Miranda y Serra Cantallops, 2012: 1463).

En este sentido, el presente artículo, fruto de la tesis doctoral de Bino Raya (2014), a la que se le añaden nuevos análisis, parte de un análisis bibliográfico, pretende analizar en qué medida se viene aplicando el concepto de responsabilidad social empresarial en el sector hotelero como estrategia que contribuya a implementar procesos de desarrollo turístico sostenible. Posteriormente, se analiza el grado de aplicación de la responsabilidad social hotelera en la ciudad de Córdoba (Argentina), poniendo en relación la aplicabilidad del concepto respecto al marco teórico previamente elaborado, sobre el cual se construyen las hipótesis a contrastar para la hotelería de esta ciudad.

PALABRAS CLAVE

**Turismo sostenible,
Responsabilidad
social empresarial,
sector hotelero**

KEY WORDS

sustainable
tourism,
corporate social
responsibility, hotel
sector

PALAVRAS-CHAVE

**Turismo
sustentável,
Responsabilidade
social empresarial,
sector da indústria
hoteleira**

2. Estado de la cuestión. La responsabilidad social en el sector hotelero

2.1. La responsabilidad social empresarial: conceptualización y tipos de estudios

En los años 30 del S. XX surgen las primeras referencias a la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), pero no es hasta 1953 cuando se abre el debate sobre el tema con del trabajo de Bowen (1953). A partir de aquí son innumerables las publicaciones que se han elaborado al respecto. Estos estudios académicos, siguiendo a Reyes (2008), se puede dividir en: a) conceptualización del término; b) modelizaciones generales y específicas que tratan de aplicar el concepto en las empresas; c) búsqueda de relaciones entre la aplicación del concepto y los resultados empresariales; y d) análisis de casos de empresas o sectores concretos.

CÓDIGOS JEL:
**M14, M15,
L31, L83**

Por su parte, Rodríguez Martínez *et. al* (2015: 152), clasifican las investigaciones que se han hecho sobre RSE en: a) aquellas relacionadas con su influencia social (cambios en el entorno, disposición social al cambio y contexto geográfico), b) las relacionadas con su gestión (adopción e implantación); y c) las que hacen referencias a sus impactos (sociales, económicos y medioambientales). En este sentido, podría decirse que la presente investigación se centra en determinar del grado de aplicación de este concepto en el sector hotelero.

Respecto al propio concepto, el término “Responsabilidad Social Empresarial” conlleva a variadas interpretaciones. La lista de autores y organismos que interpretan conceptualmente la Responsabilidad Social Empresarial es interminable. Entre ellos, podemos citar los siguientes: Organización de las Naciones Unidas (ONU), Organización para la Corporación y Desarrollo Económico (OCDE), Organización Internacional del Trabajo, (OIT - 2006), World Business Academy, Comisión Europea (2006), Organización Mundial del Turismo (2011), IQNet SR 10 (2011:16), Instituto de Empresas y Responsabilidad Social Ethos (2008), Instituto Argentino de Responsabilidad Social Empresarial (IARSE - 2002), Carroll (1999), Castillo (1985), Blanco Prieto (2008), Túnez López y Valarezo González (2012), Valor Martínez y de la Cuesta González (2003), entre otros.

Sin embargo, observamos que las numerosas definiciones propuestas surgen de una misma base, gestada desde la creación del Libro Verde, elaborado por la Comisión Europea (2001). En el mismo se esbozan los pilares de la RSE y la define de la siguiente manera: ***es la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores. Ser socialmente responsable no significa solamente cumplir plenamente las obligaciones jurídicas, sino también ir más allá de su cumplimiento invirtiendo «más» en el capital humano, el entorno y las relaciones con los interlocutores***...

En definitiva, la RSE es una gestión voluntaria por parte de las empresas y organizaciones, más que el cumplimiento de sus obligaciones jurídicas. Es una relación ética y transparente de la empresa con su público o Stakeholder, contribuyendo al desarrollo económico a través de prácticas comerciales respetuosas e impulsoras de una estabilidad social y ambiental.

No obstante, posteriormente, el Parlamento Europeo (2013), con el deseo de fomentar e incentivar la aplicabilidad del concepto, considera que es necesario situar el debate de la RSE en un contexto más amplio que, conservando una orientación fundamentalmente voluntaria, permita el diálogo sobre las medidas normativas, neutralizando, por tanto, el enfoque voluntario y obligatorio. Así, en el **Cuadro 1** se destacan las diferentes ideas y principios que, según las definiciones consultadas, caracterizan la RSE.

2.2. La responsabilidad social en el sector hotelero: su aplicabilidad

Aunque, como se ha comentado anteriormente, el concepto de RSE surge a mediados del pasado siglo, éste ha comenzado a ser aplicado recientemente a la industria turística (Font, Guix y Bonilla-Priego, 2016; Gessa-Perea y Jiménez-Jiménez, 2015; Peña Miranda y Serra Cantallops, 2012; Rodríguez, Alonso-Almeida y Celemín, 2013; Fernández y Cuadrado, 2011; Font et al. 2012; Vaca Acosta, 2012; Tepelus, 2008; entre otros); y, sobre todo, tal y como afirma Vargas (2010), a la gestión de destinos turísticos.

Cuadro 1. Ideas-fuerza de la Responsabilidad Social Empresarial

- *Es una acción voluntaria por parte de las empresas, organizaciones e instituciones, si bien debería fomentarse mediante el uso del ordenamiento jurídico.*
- *Se concibe como una relación ética y transparente de la empresa con los Stakeholders.*
- *Es más que el cumplimiento de las obligaciones jurídicas.*
- *Postula la implementación de prácticas comerciales respetuosas.*
- *Propicia la estabilidad social, económica y ambiental, también llamado el “triple resultado / triple bottom line”⁽⁴⁾*
- *Concertar el desarrollo social con el aumento de la competitividad.*
- *Propone la ventaja competitiva si se aplica como estrategia empresarial.*
- *La RSE es una inversión y no un gasto y se tiene que proyectar a largo plazo.*
- *Se considera la Responsabilidad Social Empresarial como una herramienta que permite a las empresas involucrarse con el territorio (población local, medio ambiente, cultura, recursos, trabajadores, etc.) donde desarrollan su actividad. En relación a estas ideas, el Libro Verde apoya esta postura y lo expresa en el ítem: “Comunidad local”.*
- *Fomenta la igualdad de género: Las prácticas responsables de contratación, en particular las no discriminatorias, podrían facilitar la contratación de personas pertenecientes a minorías étnicas, trabajadores de mayor edad, mujeres, desempleados de larga duración y personas desfavorecidas.*

Fuente: Bino Raya (2014).

En este sentido, según Vaca Acosta (2012), los trabajos elaborados en las principales revistas científicas en el ámbito del turismo y del management sobre RSE en la industria hotelera son aún escasos; a pesar de las importantes interrelaciones que se establece entre la actividad turística y el territorio (Ayuso, 2006)⁵. Y, como consecuencia de ello, tal y como reconoce Vargas (2010), aún no existe consenso en cómo implementar la responsabilidad social en estos campos relacionados con la actividad turística.

Por otro lado, cabe destacar cómo, debido a esa estrecha relación que se establece entre turismo y territorio, una parte importante de la RSE se ha aplicado en la dimensión medioambiental (Fernández y Cuadrado, 2011; Font et al., 2016; entre otros). De tal forma, que existe un *gap* entre la teoría y la práctica, al llevarse a cabo iniciativas sueltas que suelen revertir en la consecución de objetivos puramente empresariales.

Así se manifiestan Font *et al* (2016), al concluir que existe un *gap* entre la divulgación de la política de RSE y las actuaciones realmente ejecutadas por las grandes cadenas hoteleras, las cuales se centran, fundamentalmente, en la dimensión medioambiental, fundamentalmente en aquellos aspectos que reducen costes y repercuten, por tanto, en el beneficio empresarial, tales como: ahorro de agua, energía, etc.⁶. Así como en aquellos aspectos legales. Y, mucho menos, en la componente ética, motivo por el cual, estos autores, consideran que la RSE se desarrollará a medida que se incremente el grado de exigencia de los consumidores y, como consecuencia de ello, la necesidad de elaborar informes de RSE⁷.

Así mismo, esa importante interrelación que se establece entre la actividad económica del turismo y el medioambiente, se pone de manifiesto en trabajos como los de Burgos *et al.* (2000) y García Rodríguez y Armas Cruz (2007), los cuales demuestran que mayores inversiones en responsabilidad social medioambiental por parte de las empresas hoteleras suele conllevar mayores niveles de rendimientos.

Sin embargo, como defienden Argandeña y Hoivik (2009), y como hemos apuntado anteriormente, la concepción ética, que es el nodo del paradigma de la RSE, debería ser la que permita la implantación de acciones integrales de RSE; no como simple imagen social que impacte en el rendimiento económico,

sino como implementación de un modelo de gestión integral que permita a la organización desarrollar su negocio de una manera responsable.

También el estudio de Casaldáliga y Horno (2012) sostiene que la implementación de la RSE en el sector hotelero español se encuentra en la fase inicial. Así, de las 111 principales empresas del ranking que elabora la revista *Hosteltur*, sólo dos cadenas hoteleras presentan una memoria independiente y completa de RSE, según los criterios del *Global Reporting Initiative* (GRI). Y, otras dos, RIU Hoteles y AC Hoteles, informan a través de las memorias del Grupo TUI y Marriot, respectivamente. De las 107 empresas restantes, 35 realizan algún tipo de acción relacionada con la responsabilidad social, dado que facilitan alguna información sobre prácticas en temas medioambientales, acción social, adhesión a códigos éticos o de conducta⁸, etc.

Sin embargo, a pesar de ello, se concluye que España es uno de los países donde más compromisos formales se están tomando por parte de las empresas hoteleras en RSE, si bien queda aún mucho por hacer.

Por su parte, respecto a las principales cadenas hoteleras a nivel mundial, Vargas (2011), a partir de un análisis de la implementación de la RSE en las 25 más grandes del mundo, también concluye que las RSE se encuentra en fase primaria, ya que tiene un carácter filantrópico y reactivo, y no estratégico, pues no se tiene en cuenta la interrelación entre la sociedad, el medioambiente y la empresa. En este sentido, podría afirmarse que no se aplica el concepto de una forma integral y proactiva que trate de buscar las sinergias entre todas las dimensiones del concepto.

En este sentido, Antón *et al.* (2013) analizan 3 importantes cadenas hoteleras españolas (NH, Meliá y Confortel), concluyendo que mientras que las dos primeras aplican una RSE basada, fundamentalmente, en temas ambientales (ahorro y reducción de emisiones⁹), la última lo hace sobre aspectos más sociales (accesibilidad y política de recursos humanos¹⁰); quedando pendiente reflejar estas políticas en modelos normalizados que contribuyan a una mayor difusión.

Gessa Perera *et al.* (2008) analizan la implementación de la RSE en la Red de Paradores¹¹, reconociendo la labor de la Red de Paradores en la implementación de la RSE como ejemplo innovador y los beneficios que ésta ha traído aparejados. Esta política empresarial, con un marcado fin público, se ha traducido en una estrategia de la RSE cuyos principios básicos son la rentabilidad, recursos humanos, sostenibilidad y calidad.

Reforzando lo comentado anteriormente, García Lombardía *et al.* (2007) concluyen que la política de protección medioambiental en el sector hotelero está especialmente enfocada a la eficiencia energética, el ahorro de agua y la preservación del entorno natural..., dirigiéndose, por tanto, a buscar su rentabilidad económica.

Por su parte, Gary y Font (2013) analizan el comportamiento de Pymes de alojamientos turísticos de Cataluña, llegando a la conclusión de que para comprender el grado de aplicación de la RSE, sobre todo para este tipo de empresas, no sólo hay que recurrir a criterios de negocio, sino que también es importante considerar otros criterios y motivaciones como el estilo de vida de los propietarios y la legitimidad social de los mismos. Estas empresas están superando un primer estadio de introducción de medidas básicas de RSE, relacionadas con el ahorro de costes, para implementar medidas más avanzadas que requieren cambios organizativos.

No en vano, como concluyen Hernández-Perlines y Sánchez-Infante (2016), a nivel general, las Mipymes también desarrollan actividades de RSE, aplicándola, en muchos casos, a su estilo y de manera instintiva, dando lugar a la denominada "responsabilidad social silenciosa". Es más, este estudio demuestra que aquéllas que las aplican obtienen mejores resultados.

Abello y Sendra (2007) analizan la utilización de indicadores de RSE en empresas de servicios turísticos. El proyecto se focaliza en diez empresas pertenecientes al sector turístico de la Costa Dorada. Como conclusión los autores exponen que: a) la RSE todavía no es de aplicación en las empresas relacionadas con el sector turístico, pero sí que se aplican una serie de buenas prácticas; b) no importa el tamaño de la empresa para la adopción de medidas; c) no existe una metodología común para todas las empresas en materia de RSE; d) falta de información: existe desconocimiento por parte de la sociedad en materia de RSE; e) como indicadores más valorados son los económicos, teniéndose en cuenta el coste de la adopción de medidas, que deben ser acorde con la situación y necesidades de la empresa; y f). las actuaciones medioambientales son las más aplicadas.

Fernández Alles y Cuadrado Marqués (2011) destacan que los estudios sobre RSE, frente a lo que se suele pasar, se deben centrar, en mayor medida, en la aplicación integral del concepto en el sector hotelero, y no únicamente en determinados aspectos como las medidas medioambientales o la comunicación de las acciones emprendidas¹². Sin embargo, la realidad, tal y como apuntan la mayor parte de los estudios anteriores, es diferente, centrándose en actuaciones concretas de RSE, conocidas como buenas prácticas.

Por su parte, Do Céu Almeida (2005) analiza el concepto de RSE en la planta hotelera, de 4 y 5 estrellas, de Portugal continental e islas, reconociendo que el concepto de RSE, al igual que ocurre en España y a nivel internacional, está dando en Portugal los primeros pasos, siendo aún un concepto nuevo y poco difundido. No obstante, existen ya algunas implementaciones aisladas, si bien la gran mayoría de las empresas parecen no haber asumido el concepto. De forma que el resultado de la investigación demuestra la necesidad latente de adoptar modelos de RSE por parte de las empresas hoteleras.

Por otro lado, la Organización Mundial del Turismo (2011) presenta el caso práctico de la implementación de la RSE en la "Asociación de Hoteles Roteiros de Charme"¹³ Brasil. Algunos logros obtenidos por estos establecimientos son: a) aprobación de un código deontológico; b) formación ambiental para empleados de los hoteles y familiares¹⁴; c) ejecución de proyectos y actividades que generen beneficios sociales o la mejora de la calidad para las comunidades locales¹⁵; e d) impulso de iniciativas de apoyo para proteger los sistemas de áreas protegidas y corredores biológicos. Sin embargo, cabe concluir, una vez más, cómo la mayor parte de las actuaciones se corresponden con la dimensión medioambiental de los conceptos de sostenibilidad y RSE.

Machuca Castro (2011) resalta la importancia de la RSE en la hotelería, analizando si su ejercicio constituye solamente un discurso publicitario o realmente la empresa busca retribuir a su personal y darles bienestar. Concluye que existen muchas prácticas de buena convivencia que se llevan a cabo en muchos hoteles, relacionadas con el cuidado del medio ambiente (manejo de residuos, ahorro del agua, uso materiales reciclables¹⁶, etc.). Además de diversas acciones de ayuda a entidades como organizaciones no gubernamentales sin fines de lucro¹⁷, entre otras. También concluye que la importancia de ser socialmente responsable con el cliente, va mas allá de una posible buena imagen, está en relación directa con la razón de ser de la organización, el hacer que cada colaborador se sienta a gusto en el puesto y valorado como ser pensante.

Por su parte, Bonomo (2010) concluye que la RSE dejó de ser una opción, para pasar a ser una necesidad, ya que el cliente potencial es más exigente a la hora de elegir las empresas en las que depositar su confianza, buscando, asimismo, mayor calidad frente al precio. Se está despertando una preocupación en la sociedad por el medio ambiente, y las empresas que se preocupen por el mismo y por la calidad de vida ocuparán un lugar privilegiado a la hora de ser seleccionadas. Es decir, la RSE no sólo da una buena imagen puertas afuera, sino también puertas adentro, ya que además cuida al empleado y hace que se sienta identificado con los objetivos de la empresa.

Fábrega (2007) considera que en Argentina se evidencia un escaso reconocimiento conceptual de la RSE; concluyendo que son pocos los hoteles que desarrollan prácticas de RSE y son casi inexistentes los ítems legales que contemplan tales prácticas.

En definitiva, a partir de la revisión bibliográfica realizada sobre el grado de aplicación de la RSE en el sector hotelero a nivel internacional se puede concluir:

- Que la RSE está en sus primeros estadios de aplicación en el ámbito hotelero como consecuencia de una aplicación más tardía del mismo al ámbito del turismo.
- A su vez, como consecuencia de ello, la bibliografía sobre RSE en la industria hotelera aún es relativamente escasa, si bien, en los últimos años, cada vez se elaboran más estudios al respecto.
- Se reconoce la importancia de la RSE, al aportar diversos beneficios, tanto para la empresa como para la sociedad, si bien existe un *gap* entre esa importancia, la publicidad que le dan las empresas y la aplicación real del mismo por parte de éstas.
- Esta aplicación real se centra, fundamentalmente, en factores ambientales que van buscando la rentabilidad económica (ahorro de agua, de energía, manejo de los recursos, reciclado de residuos, entre otras), siendo aún escasos los ejemplos de aplicación integral del concepto, sobre todo en lo que a la dimensión social respecta.
- Se reconoce que la RSE se implementa mayormente en cadenas de hoteles u hoteles de gran tamaño, que buscan la rentabilidad; si bien su aplicación se efectúa también en las Pymes del sector.
- Fruto de esa reciente aplicación, así como del debate teórico sobre el desarrollo del concepto en la industria turística, aún no existe consenso sobre una metodología común, siendo necesario establecer un modelo de informe homogéneo para que los grupos de interés tengan una mejor información y puedan tomar sus decisiones.

Este análisis del estado de la cuestión sobre el grado de aplicación de la RSE en el sector hotelero nos permite establecer las hipótesis de partidas a contrastar para la planta hotelera de la ciudad de Córdoba (Argentina), así como las variables objeto de estudio, relacionadas con la aplicación de las diferentes dimensiones de la RSE. De forma que estas variables se han venido identificando a medida que han ido apareciendo en el análisis bibliográfico anterior.

.....

3. La RSE en el sector hotelero de Córdoba (Argentina)

3.1. Objetivos, hipótesis y metodología del análisis empírico

El objetivo central de la presente investigación empírica consistirá en conocer el grado de aplicación de la RSE en los hoteles de la ciudad de Córdoba (Argentina), tratando de encontrar diferencias significativas entre la dimensión o categoría hotelera y el grado de aplicación de este concepto, así como entre las diferentes dimensiones del mismo: medioambiental, social, económica y ético-institucional.

En este sentido, según el análisis bibliográfico realizado en el epígrafe anterior, como hipótesis a contrastar se establecen las dos siguientes: a) que la RSE no se aplica, por igual, en todas sus dimensiones, siendo la dimensión ambiental la que mayor importancia adquiere; y, por otro lado, b) que se establecen diferencias significativas por categoría en lo que respecta al grado de aplicación, siendo los hoteles de categoría superior los que aplican en mayor medida este concepto.

Para ello, se elaboró una encuesta estructurada, la cual se pasó en el año 2014, de forma personal, en la mayoría de los casos, a cada uno de estos establecimientos; si bien, en otros casos, fue necesario dejar el formulario para que fuese completado por alguna persona responsable del hotel. En menor proporción, una vez entregado personalmente, algunos hoteles solicitaron que se les enviara vía mail.

Las variables que integraron este cuestionario estructurado se definieron en base a los objetivos e hipótesis, anteriormente comentados, así como al análisis bibliográfico, previamente realizado. Estas variables, que han ido apareciendo en ese análisis, son las siguientes:

- a) Como variables de control y de agrupación se incluyeron las siguientes: cargo del encuestado, sexo, categoría, tamaño y antigüedad del hotel.
- b) Como variables utilizadas en el estudio, que explican el grado de aplicación de las diferentes dimensiones de la RSE y, por tanto, de la sostenibilidad, se incluyeron cinco para cada una de esas dimensiones:
 - Dimensión medioambiental: evaluación de los impactos medioambientales, preservación del medio ambiente, educación ambiental y promoción del reciclado y el ahorro,
 - Dimensión social: procedimientos formales y explícitos de donación, políticas contra la discriminación e igualdad de oportunidades, participación en proyectos de la comunidad, alianza con organizaciones sociales y formación a los trabajadores.
 - Dimensión económica: comunicación RSE, canales de comunicación con los clientes, información a los clientes sobre la seguridad de los productos y servicios, productos de calidad acogidos a certificaciones y promoción de práctica responsables a sus proveedores.
 - Dimensión ética-institucional: declaración formal de valores, procesos formales de transmisión de esos valores, participación en políticas públicas, participación de la población local y empleados en actividades y relaciones con el gobierno.

Los valores que podían tomar cada una de estas variables han sido los siguientes: a) “no aplica” (cuando no aplicaba la acción que mide la variable o la aplicaba de forma esporádica); b) “sí aplica” (cuando existe un procedimiento formal o generalmente aplicaba la acción que mide la variable); y c) “no sabe no contesta” (Ns/Nc).

Una vez aplicado el cuestionario, se realizó el procesamiento de los datos mediante el programa estadístico informático SPSS en su versión 15.0, el cual nos permitió cuantificar y tabular las variables de estudio, así como hacer contrastes de hipótesis entre los valores que tomaban cada una de las variables por categoría, con objeto de validar las hipótesis extraídas de la revisión bibliográfica sobre diferentes grados de aplicación de la RSE en relación a la categoría de los alojamientos hoteleros, así como a cada una de las dimensiones que integran el concepto.

En el **Cuadro 2** se detalla, tanto el tamaño de la población como la muestra de hoteles que contestaron al cuestionario, por categoría.

Cuadro 2. Cantidad y porcentajes de hoteles que respondieron a la encuesta.

<i>Categoría</i>	<i>Total hoteles</i>	<i>Total respuestas</i>	<i>% respuestas</i>
1 estrella	21	6	29%
2 estrellas	20	8	40%
3 estrellas	13	10	77%
4 estrellas	7	5	72%
5 estrellas	3	3	100%
TOTALES	64	32	50%

Fuente: elaboración propia.

A partir de aquí, con objeto de hacer las comparaciones por categoría hotelera, se agrupó a estas cinco categorías en las siguientes tres: inferior (1 y 2 estrellas), media (3 estrellas) y superior (4 y 5 estrellas), dando lugar a una mayor representatividad por categoría, recogida en el siguiente **Cuadro 3**.

Cuadro 3. Agrupación y grado de respuestas de los hoteles por categorías.

<i>Categoría</i>	<i>Total hoteles</i>	<i>Total respuestas</i>	<i>% respuestas</i>
Inferior	41	14	34%
Media	13	10	77%
Superior	10	8	80%
TOTAL	64	32	50%

Fuente: elaboración propia.

No obstante, dado que, tanto el tamaño de la población como el de la muestra de cada uno de estos grupos, siguen siendo reducidos para comparar el grado de aplicación de la RSE por categoría, se recurrirá al análisis o contrastes no paramétricos, ya que estos no necesitan establecer supuestos exi-

gentes sobre las poblaciones de donde se extraen las muestras, tales como existencia de normalidad y homocedasticidad de las mismas (Berlanga Silvente y Rubio Hurtado, 2012). En concreto, dentro de las pruebas no paramétricas utilizaremos la de Kruskal-Wallis, diseñada para K-muestras independientes. En nuestro caso tenemos tres categorías de alojamientos hoteleros. A partir de este análisis, con un grado de significación de un 5% (0,05), se establecerá las diferencias significativas que se pueden llegar a identificar para estas categorías, en lo que a la aplicación de la RSE respecta.

La hipótesis nula (H_0) hace referencia a que no existen diferencias significativas entre categorías en la aplicación de la RSE, frente a la hipótesis alternativa (H_1) que hace referencia a la existencia de diferencias significativas en la aplicación, reflejada en las variables del estudio, anteriormente comentadas.

Posteriormente, para contrastar estos resultados, se realizará un análisis clúster mediante la técnica HJ-Biplot, para lo cual se utilizará el programa estadístico Multiplot. El objetivo de este análisis es el de crear grupos de hoteles con comportamientos semejantes en lo que respecta al grado de aplicación de la RSE (distribución de las variables objeto de estudio). De forma que, si, a posteriori, los grupos o clusters que se obtienen de este análisis coinciden con las categorías de alojamientos, establecidas a priori, volveremos a contrastar la hipótesis de diferencias significativas entre categorías hoteleras en la aplicación de la RSE.

El análisis Biplot, desarrollado por Gabriel (1972), consiste en el cálculo de ejes de representación a través de la descomposición factorial y el cálculo de valores y vectores propios en la matriz de datos, empleando la información de filas (individuos) y columnas (variables). Gabriel creó GH y JK biplot en los que se representan variables (en GH) e individuos (en JK) perfectamente. Galindo (1986) presentó HJ biplot que consigue representar variables e individuos en el mismo plano en calidad máxima conjunta. En esta investigación se utiliza la técnica HJ Biplot para representar los datos.

3.2. Presentación e interpretación de los principales resultados.

Aunque, tal y como se ha apuntado en el apartado metodológico, se pasó la encuesta a todos los hoteles de la ciudad de Córdoba, como se recoge en los cuadros 2 y 3, sólo respondieron el 50 % del total de estos. Los restantes hoteles no participaron, justificándose con los siguientes motivos: falta de tiempo, desconocimiento del tema, reticencia, falta de interés y/o falta de aplicabilidad por ser empresa familiar o muy pequeña.

Así, como observamos en el **Cuadro 2**, el mayor nivel de respuestas se encuentra en los hoteles de 3, 4, 5 estrellas, lo cual indica que los hoteles de mayor categoría, tal y como se ha recogido en el marco teórico, implementan, en mayor medida, estrategias de RSE o, al menos, una serie de buenas prácticas. Ello puede deberse, dadas las respuestas que nos dieron quiénes no contestaron, a una insuficiencia de recursos, tales como: falta de tiempo para responder, para formarse, escasez recursos financieros para inversiones, etc. En este sentido, autores como Perrini *et al.* (2006) y Caro *et al.* (2007), también concluyen que estos son algunos de los obstáculos que hacen que la RSE no termine por implementarse y desarrollarse en las pymes.

En efecto, para comprobar si hay diferencias significativas en la aplicación de la RSE entre hoteles de diferentes categorías, en el **Cuadro 4** se recoge la salida que genera en el SPSS el contraste de las hipótesis nulas de no existencia de diferencias en las variables dependientes. La prueba no paramétrica que se utiliza es la de Kruskal-Wallis.

Cuadro 4. Estadísticos de contraste para la prueba de Kruskal-Wallis.

	<i>Chi-cuadrado</i>	<i>gl</i>	<i>Sig. asintót.</i>
M_A_Educación	13,727	2	,001
M_A_Reciclado	5,898	2	,052
L_Decl_Val	7,696	2	,021
L_Conoc_Val	12,020	2	,002
L_Part_Polit	,355	2	,837
L_part_act	3,355	2	,187
L_relc_gober	2,647	2	,266
S_Donaciones	4,654	2	,098
S_polit_discrim	10,928	2	,004
S_proyec_comun	10,655	2	,005
S_alianza_org	7,510	2	,023
S_form_trab	8,679	2	,013
Conoce_conc_RSE	4,824	2	,090
Grado_implem	7,345	2	,025
Antigüedad_hotal	,741	2	,690
E_comunicación	8,365	2	,015
E_comun_clientes	7,795	2	,020
E_inform_clientes	12,264	2	,002
E_proc_calidad	10,650	2	,005
E_inform_proveed	13,727	2	,001
M_A_ahorro	2,430	2	,297
M_A_preserv.	11,049	2	,004
M_A_evaluación	9,473	2	,009
M_A (Medio ambiente)	11,567	2	,003
I (Institucional)	11,050	2	,004
S (Social)	8,237	2	,016
E (Económica)	16,668	2	,000

Fuente: elaboración propia a partir del SPSS.

A partir del cuadro anterior, puede decirse que las diferencias son significativas entre categorías y, por tanto, se rechaza la hipótesis nula de igualdad, al ser la significación menor que 0,05 (5%), para las siguientes variables dependientes: educación medio ambiental, declaración y conocimiento de valores, política contra la discriminación, proyectos sociales, alianza con organización sociales, formación a los trabajadores, grado de implementación, comunicación, comunicación a los clientes, información a los

clientes, productos de calidad, información a proveedores, preservación y evaluación de los impactos medio ambientales.

Analizando las proporciones que adquieren estas variables por categorías, se puede concluir que los alojamientos de categoría superior aplican todas estas dimensiones de la RSE en mayor proporción, tal y como se apuntaba en el marco teórico. Ello también se pone de manifiesto en la variable “grado de implementación”, en la cual también se establecen diferencias significativas a favor de los hoteles de categoría superior. En cambio, respecto al conocimiento de la RSE, no existen diferencias significativas entre grupos, lo cual se pone de manifiesto en la variable “conocimiento de la RSE”.

Por otro lado, se agrupan las diferentes variables en las cuatro dimensiones de la RSE: medio ambiental (M_A), institucional (I), social (S) y económica (E), para ver cuál de ellas se aplica en mayor proporción. Esta agrupación hace que esas nuevas 4 variables, representativas de las 4 dimensiones, puedan tomar valores que van desde 0 (no realizan ninguna de las 5 actuaciones observadas en esa dimensión) hasta 5 (aplican las 5 actuaciones observadas en esa dimensión).

Se concluye que en el grado de aplicación de todas estas dimensiones hay diferencias significativas a favor de los hoteles de categoría superior. De hecho, los grados de significación de estas dimensiones son 0,003; 0,004; 0,016; 0,000, respectivamente, es decir, inferiores a 0,05. Se demuestra, por tanto, que existen diferencias significativas en la aplicación de la RSE a favor de los hoteles de categoría superior. Por otra parte, tal y como se desprende del **cuadro 5**, se comprueba cómo la dimensión medio ambiental, con una puntuación media de 1,7, es la que más se viene aplicando, siendo la social, con una puntuación de 1, la de menor grado de implementación, lo cual se corresponde con las conclusiones a las que se ha llegado en el marco teórico.

Cuadro 5. Grado de aplicación de las dimensiones de la RSE.

	<i>N</i>	<i>Mínimo</i>	<i>Máximo</i>	<i>Media</i>	<i>Desv. típ.</i>
M_A	32	,00	5,00	1,7188	1,54991
I	32	,00	5,00	1,5000	1,45912
S	32	,00	5,00	1,0000	1,58623
E	32	,00	5,00	1,2813	1,59099
N válido (según lista)	32				

Fuente: elaboración propia a partir del SPSS.

Si aplicamos la prueba no paramétrica de la mediana para ver posibles diferencias en el grado de aplicación de estas dimensiones por categoría, al igual que anteriormente, nos sale, tal y como se recoge en el cuadro 6, que existen diferencias significativas en las dimensiones medio ambiental (0,017), institucional (0,011) y económica (0,00), a favor de los hoteles de categoría superior. Si bien esta diferencia no es tan significativa, según esta prueba, para la dimensión social (0,089>0,05).

Cuadro 6. Estadístico de contraste para la prueba no paramétrica de la mediana.

	<i>I</i>	<i>S</i>	<i>E</i>	<i>M_A</i>
N	32	32	32	32
Mediana	1,0000	,0000	1,0000	2,0000
Chi-cuadrado	8,961(a)	4,833(b)	18,086(c)	8,191(d)
gl	2	2	2	2
Sig. asintót.	,011	,089	,000	,017

Fuente: elaboración propia a partir del SPSS.

a 2 casillas (33,3%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 4,2.

b 3 casillas (50,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 3,7.

c 3 casillas (50,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 3,1.

d 3 casillas (50,0%) tienen frecuencias esperadas menores que 5. La frecuencia de casilla esperada mínima es 1,4.

e Variable de agrupación: G

Respecto al conocimiento de la RSE, destacamos que la mayoría de los hoteles conocen la existencia del concepto (71,9%). Esto nos permite deducir que el tema de la RSE está cobrando trascendencia en el sector, lo cual se deducía también en el análisis bibliográfico. Sin embargo, respecto a la aplicación, el 56,3% lo aplica de una forma parcial y sólo un 9,4% contestan que lo implementa totalmente. Ello se corresponde con lo expuesto en el análisis bibliográfico, en el sentido de que la mayor parte de las empresas hoteleras no aplican la RSE de una forma integral, encontrándonos en los comienzos de su aplicación.

De hecho, un 40,6% responde que aplican algunas prácticas de RSE, pudiéndose agrupar éstas en: a) acciones a favor del cuidado del medio ambiente (ahorro de energía, agua, reciclado de aceite combustible biodiesel, cartones y plásticos; b) reforestación de especies autóctonas; c) zonas libres de humo; c) cambio de tecnología para reducir consumos; d) donaciones y apoyo a distintos organismos y fundaciones; e) cartelera para una concientización del uso responsable de los recursos; f) controles periódicos y reportes especiales; y g) capacitación de los recursos humanos. Por consiguiente, como apuntábamos anteriormente, se puede afirmar que la mayor parte de las prácticas están referidas a la dimensión medio ambiental, buscando, al mismo tiempo, la rentabilidad de tales acciones.

Sin embargo, a pesar de que una gran proporción de hoteles no aplican sistemas de gestión integrales de RSE, una parte importante de estos (66,7%) consideran que ello contribuye a mejorar la sostenibilidad y competitividad de sus empresas. Por lo que el grado de concientización de los beneficios que estas estrategias pueden reportar a las empresas en que las implementan, una vez más, es elevado.

En cuanto a actuaciones en pos de impulsar determinadas políticas públicas, puede observarse cómo una parte importante de los hoteles (55,6%) no realizan este tipo de actuaciones. De tal forma que, todo ello, pone de manifiesto que es importante seguir profundizando en la dimensión socio-institucional de la RSE, ya que, como muestran los resultados, éstas dimensiones del concepto no están aún lo suficientemente desarrolladas.

En definitiva, se hace necesario implementar un programa de concientización, información y formación sobre RSE en los hoteles de todas las categorías con el objeto de que tomen conciencia de la aplicación

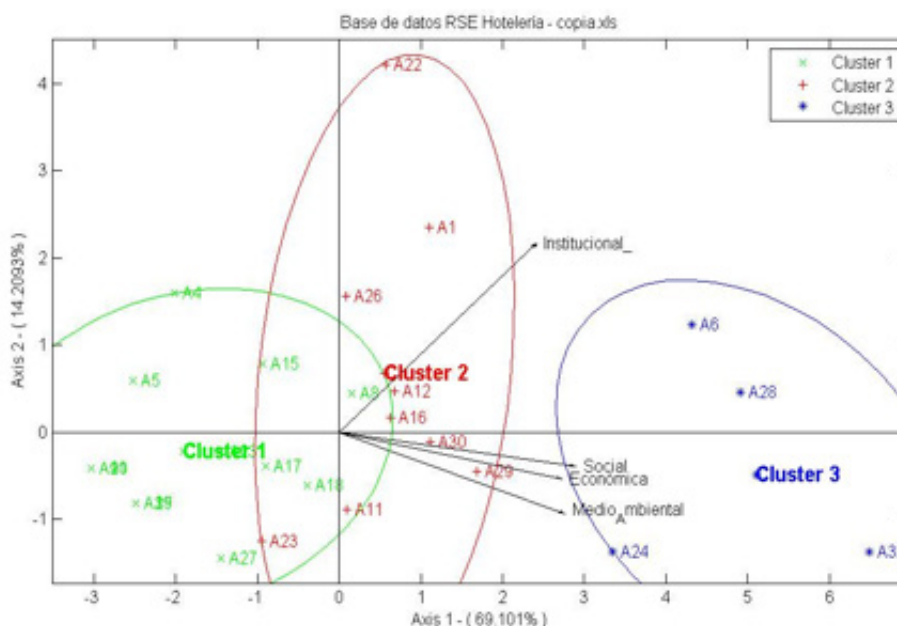
de este concepto en todas sus dimensiones, así como de los beneficios que pueden generar en el desarrollo de las propias empresas y de la ciudad de Córdoba, donde se localizan. No obstante, estos programas tendrán que prestar especial atención a los hoteles de menor categoría, así como a la dimensión más social de la RSE, ya que son las variables donde el grado de aplicación disminuye sustancialmente. Por otra parte, para contrastar estos resultados de diferencias significativas de aplicación de la RSE hotelera por categoría, se realizará un análisis clúster con objeto de agrupar a los hoteles según ese grado de aplicación. De tal forma que si se obtienen grupos de hoteles semejantes a las categorías en los que éstos se ubican las conclusiones anteriores quedarán ratificadas.

Para ello, se utilizará el programa estadístico Multiplot, el cual agrupará a los hoteles según su posición respecto al grado de implementación de las 4 variables dependientes, que pueden tomar valores de 0 a 5, las cuales hacen referencia, tal y como comentábamos anteriormente, a las 4 dimensiones de la sostenibilidad.

De hecho, tal y como recogen Cárdenas, Galindo y Vicente-Villardón (2007), la aproximación Biplot de una matriz, sin hacer supuestos sobre distribuciones probabilísticas subyacentes, proporciona gráficamente una ventana sobre la estructura geométrica de los datos, mostrando la variabilidad del conjunto de individuos y variables. El prefijo bi se refiere a la representación simultánea de filas y columnas de la matriz.

En este sentido, de la salida generada por dicho programa, aplicando el análisis HJ-Biplot para el conjunto de hoteles y los valores que toman cada uno de ellos en esas cuatro dimensiones, pueden establecerse 3 clústers, recogidos en el **Gráfico 1**.

Gráfico 1. Representación gráfica de la salida generada por el análisis HJ-Biplot.



Fuente: elaboración propia a partir del programa estadístico Multiplot.

Así, respecto al gráfico anterior se concluye: a) que las cuatro dimensiones de la RSE están relacionadas, sobre todo las dimensiones medio ambiental, social y económica, ya que los ejes que las representan forman un ángulo menor de 90 grados. De forma que los hoteles que aplican una de ellas, en mayores proporciones, tienen más probabilidades de aplicar las restantes, también en mayores proporciones; b) por otro lado, se puede observar cómo se establecen 3 clusters que equivalen a las categorías de los alojamientos hoteleros. De forma que las observaciones más a la derecha, y hacia el cuadrante inferior, se corresponden con los hoteles de categoría superior (A32, A28, A34, etc.), mientras que las observaciones más a la izquierda se corresponden con los de categoría inferior (A2, A4, A5, A11, etc.). De forma que mientras que eje de las "x" explica en un 69,101% la pertinencia a una categoría u otra, el eje de las "y" lo hace en un 14,300%.

En definitiva, con este análisis volvemos a demostrar, una vez más, que existen diferencias significativas en lo que respecta a la aplicación de la RSE por categoría en los hoteles de la ciudad de Córdoba, lo cual deberá ser considerado a la hora de diseñar un programa de concientización y formación en materia de RSE.

4. Conclusiones

La revisión bibliográfica pone de manifiesto que cada vez es más creciente la importancia de la RSE en la gestión de la actividad turística, en general, y en el sector hotelero, en particular, como instrumento que contribuye a impulsar procesos de sostenibilidad y competitividad de los destinos turísticos.

En el presente trabajo hemos considerado relevante determinar el grado de conocimiento y aplicación de la RSE en el sector hotelero, centrándonos en el análisis de la planta hotelera de la ciudad de Córdoba, con objeto de contrastar el nivel de aplicación en función a las diferentes dimensiones de la sostenibilidad y por categoría hotelera.

En relación al estado del arte de la RSE en el sector hotelero, se ha detectado que existe conocimiento, estrategias, instrumentos y acciones concretadas en cuanto a su aplicación; si bien, falta mucho camino por recorrer, en lo que respecta a su implementación integral, sobre todo en los aspectos socio-institucionales. En este sentido, podemos decir que la RSE es aplicada, fundamentalmente, por las grandes cadenas hoteleras, siendo el aspecto ambiental, y la búsqueda de una mayor rentabilidad, a través del mismo, la dimensión más desarrollada.

No obstante, la aplicación de la RSE no es exclusiva de los hoteles de categoría superior, si bien éstos dedican un mayor esfuerzo de comunicación de la misma. Al mismo tiempo que los pequeños y medianos establecimientos encuentran en la falta de recursos una de sus mayores barreras para avanzar en la aplicación integral de concepto y, a su vez, comunicarlo y darle publicidad al mismo.

Respecto a las principales conclusiones sobre el grado de aplicación de la RSE en la planta hotelera de la ciudad de Córdoba, cabe destacar:

- En línea con la literatura consultada, también en la ciudad de Córdoba nos encontramos ante los comienzos en la aplicación de la RSE.
- En este sentido, su aplicación no es aún integral, implementándose determinadas actuaciones y buenas prácticas. En relación a las cuatro dimensiones analizadas (institucional, económica, sociocultural, ambiental), la dimensión más considerada es la ambiental, en línea con la reducción de costes y búsqueda de una mayor rentabilidad de las actuaciones.
- No obstante, se demuestra que existe correlación entre estas cuatro dimensiones, de forma que los hoteles que apliquen una de ellas tienen más probabilidad que también implementen prácticas relacionadas con las restantes.
- En relación al conocimiento de la RSE se detectó un importante porcentaje de respuesta de los establecimientos hoteleros de todas las categorías. Sin embargo, en cuanto a la implementación, los porcentajes de respuestas fueron más bajos en las categorías inferiores, como se concluye en la literatura consultada.
- Entre las razones por las que no se aplica la RSE destacan: la falta de tiempo y de recursos (económicos y humanos), motivos por los cuales, una parte importante de los hoteles de categoría menor aún no la implementan.
- En este sentido, se destaca que la planta hotelera de Córdoba, en su mayoría, está constituida por pequeñas y medianas empresas, predominando los pequeños hoteles, muchos conducidos por grupos familiares. De tal forma que, los porcentajes de respuestas fueron más bajos en los hoteles de categoría inferior.

Se concluye que el grado de aplicación de la RSE en la planta hotelera de la ciudad de Córdoba se corresponde, en buena medida, con los comentados en la literatura consultada.

En este sentido, se hace necesario seguir fomentando la aplicación integral de la RSE en el sector hotelero, independientemente de su dimensión, al configurarse como una de las herramientas más importantes a la hora de dinamizar procesos de desarrollo turístico sostenible en aquellos territorios donde se implementen. No obstante, esa política de formación y concientización sobre las RSE deberá diferenciar a la planta hotelera por categoría, dadas las diferencias detectadas en la presente investigación.

Por otro lado, se detecta la necesidad de apoyar a las pymes con recursos financieros, humanos, etc., para que se impliquen en la implementación integral del concepto, ya que muchas de ellas lo conocen, realizan determinadas buenas prácticas, pero no las transmiten a la sociedad.

.....

Referencias

- Abello, A.; Sendra Vellvé, J. (2007), *RSC y empresa turística. Evaluación de parámetros de Responsabilidad Social Corporativa: Desarrollo de aplicación piloto en la Costa Dorada*. Comisión de Medio Ambiente de Cambra, Tarragona.
- Antón, J. M. R., Almeida, M. D. M. A., y Pedroche, M. S. C. (2013). *Responsabilidad social corporativa en las cadenas hoteleras españolas: un estudio de casos*. *Revista de responsabilidad social de la empresa*, (13), 15-50.
- Argandoña, A. y Høivik, H. (2009), "Corporate social responsibility: One size does not fit all. Collecting evidence from Europe", *Journal of Business Ethics*, 89(3), pp. 221-234.
- Ayuso, S. (2006), "Adoption of voluntary environmental tools of sustainable tourism: analysing the experience of Spanish hotels", *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 13, p.p. 207-220.
- Berlanga Silvente, V. y Rubio Hurtado, M^a. J. (2012): "Clasificación de pruebas no paramétricas. Cómo aplicarlas en SPSS", *Revista REIRE*, Vol. 5, n^o 2, p.p. 101-113.
- Bino Raya, R. E. (2014): *La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero como instrumento que contribuye al desarrollo turístico sostenible, en la ciudad de Córdoba*. Argentina. Universidad Internacional de Andalucía, Sede Iberoamericana, La Rábida, Huelva, España.
- Blanco Prieto, A. (2008), *Atención al Cliente, Pirámide, Madrid*.
- Bowen, H. (1953), *Social Responsibilities of the Businessman*, New Cork, Harper & Row.
- Bonomo, M. (2010), *RSE aplicada a hoteles tres estrellas de la ciudad de La Plata*. Escritos en la Facultad n^o 64, Trabajos Finales de Grado aprobados, julio-octubre 2010, Año VI, Vol. 64, diciembre 2010, Buenos Aires Argentina.
- Burgos, J. Cano, C.J. y Céspedes, J.J. (2010): "La planificación y el control del rendimiento ambiental en los establecimientos turístico-hoteleros", *I Congreso Internacional sobre Turismo y Mediterráneo*, Almería.
- Cárdenas, O., Galindo, P. y Vicente-Villardón, J.L. (2007), "Los métodos Biplot: evolución y aplicaciones", *Revista Venezolana de Análisis de la Coyuntura*, Vol. XIII, N^o 1, pp. 279-303.
- Caro, F.J., Castellano, M. y Martín, I. (2007), "Propuesta de una escala de medición de la responsabilidad social corporativa", *XVII Jornadas Hispano-Lusas de Investigación Científica*, Universidad de La Rioja, 8 y 9 de febrero de 2007.
- Carroll, A.B. (1999), "Corporate Social Responsibility: Evolution of a Definitional Construct", *Business and Society*, Vol. 38, n^o 3, p.p. 268-295.
- Casaldáliga, N. y Horno, S. (2012), *¿Es el sector hotelero socialmente responsable?*, Cátedra Lebrija-Santander, pos-publicado junio 2012, en <http://www.hosteltur.com/192100-es-sector-hoteler-socialmente-responsable.html> (consultado 1/2/2015).
- Castillo Clavero, A. (1985), *La responsabilidad de la empresa en el contexto social: su articulación, gestión y control*. Tesis Doctoral. Universidad de Málaga. Facultad Ciencias Económicas y Empresariales.
- Comisión Europea (2001), *Libro verde. Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*, Comisión Europea, Bruselas.
- Do Céu Almeida, M. (2005), "La empresa socialmente responsable: estudio empírico en el sector hotelero", *Revista Iberoamericana de Contabilidad de Gestión*, Vol. III, n^o 5, enero-junio.
- Elkington, J. (1994), "Towards the Sustainable Corporation: win-win-win Business Strategies for Sustainable Development", *California Management Review*, vol. 36, n^o 2, p.p. 90-100.
- Fábrega, F. (2007), *¿Respalda el marco legal argentino a los hoteles que respetan las normas de Responsabilidad Social Empresarial?*, Tesis EMBA, Universidad Torcuato Di Tella, Buenos Aires, Argentina.

Fernández Alles, M.T. y Cuadrado Marqués, R. (2011), "La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero. Revisión de la literatura científica", *Cuadernos de Turismo*, nº 28, p.p. 47-57.

Font, X., Guix, M. y Bonilla-Priego, M.J. (2016), "Corporate social responsibility in cuising: Using materiality análisis to create sbares value", *Tourism Management*, 53, pp. 175-186.

Font, X. et al. (2012), "Corporate social responsibility: The disclosure-performance gap", *Tourism Management*, 33, pp. 1544-1553.

Gabriel, K. R. (1972), "Analysis of meteorological data by means of canonical descompositon and Biplots", *Journal of Applied Meteorology*, 11, pp. 1071-1077.

Galindo, P. (1986), "Una alternativa de representación simultánea HJ-Biplot", *Questiio*, 10 (1), pp. 13-23.

García Lombardía, P.; De la Torre Gracia, C. y Fuertes Zurita, A. (2007), *El desafío empresarial de la gestión de la Responsabilidad Social Corporativa: un enfoque sectorial. Avanzando hacia una empresa socialmente responsable*, Vol. 1, IESE, Universidad de Navarra, CR-Works Responsabilidad Corporativa, España.

García Rodríguez, F.J. y Armas Cruz, Y.M. (2007), "Aproximación a la incidencia de la responsabilidad social-medioambiental en el rendimiento económico de la empresa hotelera española", *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, Vol. 16, nº 1, p.p. 47-66.

Garay, L. y Font, X. (2013), "Motivaciones, prácticas y resultados del comportamiento responsable en las pequeñas y medianas empresas turísticas", *Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 13 (Vol. 5, nº 1), p.p. 51-84.

Gessa Perera, A.; Ruiz Jiménez, A. y Jiménez Jiménez, M. (2008), "La Responsabilidad Social Corporativa como modelo de gestión hotelera. Implicación y desarrollo en la Red de paradores", en Pindado García, J. y Payne, G. (coord.): *Estableciendo puentes en una economía global*, Asociación Europea de Dirección y Economía de la empresa, en <http://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=2732443> (consultado 15/6/2015).

Gessa Perea, A. y Jiménez-Jiménez, M. A. (2015), "Accountable Management in Spanish Hotels: an Exploratory Analysis of the Stakeholders' Relationships", *European Journal of Tourism, Hospitality and Recreation*, Vol. 6, Issue 1, pp. 123-146.

Hernández-Perlins, F. y Sánchez-Infantes, J.P. (2016), "Análisis del efecto de la responsabilidad social empresarial en los resultados empresariales de las Micros, Pequeñas y Medianas Empresas (Mipymes)", *Revista de Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, Vol. 10, nº 1, pp. 110-123.

Jiménez, M.A. y Gessa, A. (2010), "La responsabilidad social empresarial en el sector hotelero. Revisión y análisis de la producción científica (2000-2010)", *XXI Jornadas Hispano-Lusas de Investigación Científica*, Córdoba, España.

Lindgreen, A. y Swaen, V. (2010): "Corporate Social Responsibility", *International Journal of Management Reviews*, 12 (1), pp. 1-7.

Machuca Castro, G. V. (2011), "Responsabilidad social empresarial en hotelería", *Escritos en la Facultad*, nº 71, *Proyectos de Graduación*, Edición XV, Año VII, Vol. 71, Buenos Aires, Argentina.

Organización Mundial del Turismo (2002), *Contribuciones de la Organización Mundial del Turismo a la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible*, OMT, Madrid.

Organización Mundial del Turismo (2004), *Indicators of sustainable development for tourism destinations*, OMT, Madrid.

Organización Mundial del Turismo (2011), *Políticas y prácticas para el turismo mundial*, OMT, Madrid.

Parlamento Europeo (2013): *Informe sobre responsabilidad social de las empresas: comportamiento responsable y transparente de las empresas y crecimiento sostenible*, Documento de sesión A7-0017/2013, en <http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?pubRef=-//EP//NONSGML+REPORT+A7-2013-0017+0+DOC+PDF+V0//ES> (18/3/2016).

Peña Miranda, D.D. y Serra Cantallops, A. (2012), "Responsabilidad social empresarial en el sector turístico. Estudio de caso en empresa de alojamiento en la ciudad de Santa Marta, Colombia", *Estudios y Perspectivas en Turismo*, Vol. 21, p.p. 1456-1480.

Perrini, F, Pogutz, S. y Tencati, A. (2006), "Corporate Social Responsibility in Italy: State of the Art", *Journal of Business Strategies*, 23 (1), pp. 65-91.

Rodríguez-Antón, J.M., Alonso-Almeida, M.M. y Celemin Pedroche, M.S. (2013), "Responsabilidad Social Corporativa de las cadenas hoteleras españolas. Un estudio de casos", *Responsabilidad Social de la Empresa*, nº 13, Vol. 5, p.p. 15-50.

Rodríguez Martínez, A. Moyano Fuentes, J. y Jiménez Delgado, J.J. (2015), "Estado actual de la investigación en responsabilidad social corporativa a nivel organizativo: consenso y desafíos futuros", *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, 85, p.p. 143-179.

Reyes, L.E. (2008), "La investigación en responsabilidad social en los últimos diez años: un análisis de la publicaciones en business and management", *Estableciendo puentes en una economía global*, Vol. 1, Editorial ESIC.

Tepelus, C.M. (2008), *Destination Unknown: The Emergente of Corporate Social Responsibility for de Sustainable Development of Tourism*, Lund University, Suecia.

Túnez López, M. y Valarezo González, K. (2012), RSC: "Reputación, sostenibilidad, compromiso", *Revista Latinoamericana de Comunicación*, nº 117, p.p. 61-66.

Vaca Acosta, R.M. (2012), *Responsabilidad social corporativa en las cadena hoteleras españolas: factores determinantes de su nivel de desarrollo y consecuencias*, Universidad de Huelva, España.

Valor Martínez, C. y De la Cuesta González, M. (2003), "Responsabilidad social de la empresa. Concepto, medición y desarrollo en España", *Boletín Económico del ICE*, nº 2755, p.p. 7-20.

Vargas, A. (2011), *La RSE en las grandes cadenas hoteleras, aún en fase primaria*, *Hosteltur*, 11 de agosto de 2011, en http://www.hosteltur.com/128050_rse-grandes-cadenas-hoteleras-aun-fase-primaria.html (consultado febrero 2013).

Vargas, A. (2010), "Book Reviews. Destination Unknown: The Emergente of Corporate Social Responsibility for de Sustainable Development of Tourism, Lund University, Suecia", *Tourism Management*, nº 31, p.p. 691-692.

Notas

²Este modelo desarrollista se basa en la producción y el consumo de masas, considerándose que los recursos utilizados son ilimitados, por lo que en dicho modelo no se tiene en cuenta la variable medioambiental, de tal forma que éste se caracteriza por una total ausencia de relación entre los sistemas económico y medioambiental.

³Entre los principales acontecimientos que contribuyeron a este cambio de paradigma en la forma de entender el desarrollo económico destacan: el Informe del Club de Roma (1972), La Conferencia de las Naciones Unidas sobre Medio Ambiente Humano en Estocolmo (1972), la Conferencia de las Naciones Unidas sobre Población (1974), el informe *Nuestro Futuro Común* (1987) elaborado por la Comisión Mundial para el Medio Ambiente y el Desarrollo para la Asamblea General de las Naciones Unidas, la Conferencia de las Naciones Unidas para el Medio Ambiente y el Desarrollo celebrada en Río de Janeiro y más conocida como la Cumbre de la Tierra (1992), la II Cumbre de la Tierra celebrada en Nueva York (1997), las diferentes cumbres sobre el cambio climático, la Cumbre Mundial sobre Desarrollo Sostenible de Johannesburgo (2002) y los Programas Marcos de la Unión Europea respecto al Medio Ambiente.

⁴Triple Resultado o triple bottom line, expresión inglesa utilizada por primera vez por John Elkington en 1994 en sus artículos. Es un término utilizado en los negocios sustentables y se refiere al resultado neto expresado en el último renglón del estado de resultados contables de una empresa, relacionado a las tres dimensiones: social, económica y ambiental (Elkington, 1994).

⁵Según un estudio elaborado por Jiménez y Gessa (2010), sólo el 2,6% de las investigaciones publicadas en las principales revistas de turismo y de gestión españolas y de las incluidas en la base de datos Web of Science se dedicaban al análisis de la responsabilidad social empresarial en el sector hotelero.

⁶Estas actuaciones se incluyen en el cuestionario del análisis empírico en la variable “aborro” que se integra en la dimensión medioambiental.

⁷En este sentido, uno de los principales retos de la investigación en RSE es la necesidad de avanzar en la medición de ésta y la elaboración de informes que midan el grado de desempeño de las empresas en esta materia, con objeto de que exista transparencia y, de esta forma, los consumidores puedan comparar (Lindgreen y Swan, 2010).

⁸Todos los temas relacionados con la conducta ética de la empresa se recoge en el cuestionario estructurado en las variables: “declaración formal de valores” y “procesos formales de transmisión de valores”, integradas en la dimensión ético-institucional de la RSE.

⁹Las reducciones de emisiones, al igual que otras actuaciones dirigidas a preservar el medioambiente se recoge en la variable: “preservación del medioambiente” de la dimensión medioambiental del cuestionario.

¹⁰Las actuaciones en materia de accesibilidad, así como otras parecidas, van incluidas en la variable “políticas contra la discriminación e igualdad de oportunidades”, y las relacionadas con los recursos humanos dentro de la variable “formación a los trabajadores”, ambas integradas en la dimensión social de la RSE.

¹¹La Red de Paradores está conformada por “Paradores de Turismo SA”. Es una empresa pública, cuyos orígenes son del 1928. En la actualidad gestiona un total de 93 establecimientos hoteleros, con una oferta de más de 10.000 plazas.

¹²La comunicación de las acciones emprendidas, así como cualquier otra actividad relacionada con los proveedores y el marketing, dirigido a los turistas, se encuentran recogidos en el cuestionario dentro de la dimensión económica de la RSE, concretamente en variables como: “comunicación de la RSE”, “canales de comunicación con los clientes”, “información a los clientes sobre la seguridad de los productos y servicios”, etc.

¹³La Asociación de Hoteles Roteiros de Charme fue fundada en Brasil en 1992 como organización sin fines de lucro. En la actualidad engloba a 50 hoteles, posadas y refugios ecológicos. Disponible en: www.roteirosdecharme.com.br. Consultada en mayo 2013.

¹⁴Estas actuaciones, así como otras relacionadas con las mismas, se encuentran recogidas en la variable del cuestionario “educación ambiental”, de la dimensión medioambiental de la RSE.

¹⁵Estas actuaciones se intentan recoger en las variables “participación en proyectos de la comunidad” y “procedimientos formales y explícitos de donación”, integradas en la dimensión social de la RSE.

¹⁶Este tipo de actuaciones se recoge en la variable “promoción del reciclado”.

¹⁷Esta actuación se recoge en la variable “alianza con organizaciones sociales”.



Influence of abilities for searching commercial information online on e-shopping: when inequality affects business

AREA: 1
TYPE: Application

AUTHORS

Stefano De Marco¹
Universidad Complutense de Madrid, Spain
s.demarco@cps.ucm.es

Jose Manuel Robles
Universidad Complutense de Madrid, Spain
jmrobles@ucm.es

Mirko Antino
Instituto Universitário de Lisboa (ISCTE-IUL), Lisboa, Portugal
Business Research Unit (BRU-IUL)
Universidad Complutense de Madrid, Spain
mirko.antino@iscte.pt

Ernesto Ganuza Fernandez
Instituto de Estudios Sociales Avanzado – IESA-, CSIC, Spain
eganuza@iesa.csic.es

1. Contact Author:
Department of Sociology
Section III, Faculty of Economics and Business Administration;
Universidad Complutense de Madrid; Campus de Somosaguas; 28223 Pozuelo de Alarcón; Madrid; Spain

La influencia de las habilidades digitales para la búsqueda de información comercial on-line sobre el e-shopping: cuando las desigualdades digitales afectan a los negocios
A influência do competências digitais sobre e-shopping: quando as desigualdades digital afetar os negócios

Following Technology Acceptance Model (TAM), we study how abilities for searching and verifying commercial information online affect the adoption of e-shopping behaviors by internet users. Secondly, we study how these kinds of skills are positively influenced by the adoption of informative Internet uses. Finally, we reflect about the implications that digital inequality, i.e. the unequal distribution of beneficial uses of the Internet among the population, as informative ones are, can have on electronic commerce.

De acuerdo con el Modelo de Aceptación de las Tecnología (TAM), en este artículo se estudia cómo las habilidades para la búsqueda y verificación de la información comercial on-line afectan a la adopción de hábitos de compra a través de Internet. En segundo lugar, se estudia cómo este tipo de habilidades están positivamente influidas por la capacidad para buscar, en general, contenidos en Internet. Por último, reflexionamos sobre las implicaciones que la desigualdad digital, es decir, la distribución desigual de los usos beneficiosos de Internet entre la población, como por ejemplo los informativos, pueden tener sobre el comercio electrónico.

De acordo com a tecnologia Modelo de aceitação (TAM), este artigo examina como as habilidades de pesquisa e verificação de informações de negócios on-line afetam a adoção de hábitos de compra através da Internet. Em segundo lugar, nós estudamos como essas habilidades são positivamente influenciados pela capacidade de pesquisar, em, conteúdo geral Internet. Finalmente, refletimos sobre as implicações da desigualdade digitais, ou seja, a distribuição desigual dos usos benéficos da Internet entre a população, tais como notícias, pode ter sobre o comércio eletrônico.

DOI
10.3232/GCG.2016.V10.N3.05

RECEBIDO
26.04.2016

ACETADO
19.10.2016

1. Introduction

In recent years the academic community has started to consider e-shopping –in other words, the purchase of goods and services via the Internet (Peterson et al. 1997; Shanthi and Kannaiah, 2015)-, as an innovative resource for the business sector (Capineri and Leinbach 2004). Many specialists hold that online shopping has many advantages, both for companies and for consumers, compared to its offline equivalent (Wang et al. 2002; Yan et al. 2016).

However, the prevalence of this type of practice in the Western world has not yet reached the levels expected (Horriagan 2008). In Spain, for instance, compared to an Internet penetration rate among the population of 74% (INE 2014), only 10% of companies sell products online (EUROSTAT 2011) and only 27,5% of the population engages in e-shopping (INE 2014).

Thus, many authors have looked at how it might be possible to encourage the adoption of e-shopping among the general population (Grewal et al. 2004; Ahn et al. 2004; Abdul-Muhmin 2010; Rouibah et al, 2016). On the one hand, some researchers have analyzed what segments of the Internet user population are inclined to these practices and what characteristics differentiate them from those who do not shop via the Internet (Wu and Chou 2011; Phan and Vogel 2010). The aim is thus to facilitate the development of strategies for increasing the prevalence of online commerce, adapting them to the specific characteristics of potential consumers.

On the other hand, research has been carried out into the factors positively related with e-shopping practices. In this field, researchers have focused on the characteristics of the services provided by online stores (Collier and Bienstock 2006; M. Kim and Lennon 2008; Eastlick et al. 2006; J. Kim et al. 2009; Bilgihan and Bujisic, 2015), as well as on the attitudes, abilities and capabilities of clients (Deng et al. 2010; Shanthi and Kannaiah, 2015). Among the most influential theories in this field of study is the Technology Acceptance Model (Davis 1989). According to this model, the greatest influence on the implementation of online shopping processes would be the Perceived Usefulness of said practices.

One of the factors with the greatest influence on Perceived Usefulness is the level of information available to the Internet user with regard to the product they want to purchase (Barkhi and Wallace 2007; Chen and Tan 2004). Thus, specialists have analysed three aspects of digital information regarding products and services. The first two refer to Internet users' abilities for searching for information in general and for searching for and verifying commercial information in particular. The second aspect is related with the characteristics of the company's website and the information available on it.

There are studies that show that both the capabilities of Internet users and the informational characteristics of the website have an influence on e-shopping (Kan-Min 2010; Zillien and Hargittai 2009). However, the information is more effective as a stimulus for online consumption if it is the product of a process of actively searching for and verifying the information by the Internet user (Rowley 2000). It is for this reason that Internet users' abilities to perform this type of search become a central issue for the study of e-shopping.

This paper aims to advance in the study of the determining factors of e-shopping practices among Internet users. In line with the Technology Acceptance Model, we first test the extent to which Internet users' abilities and the characteristics of the commercial site facilitate the purchase of products through e-shopping.

KEY WORDS

E-shopping, influence factors, TAM, digital skills, digital inequality

PALABRAS CLAVE

E-shopping, factores de influencia, TAM, habilidades digitales, desigualdad digital

PALAVRAS-CHAVE

E-compras, influenciadores, TAM, competências digitais, desigualdades digitais

JEL CODES:

M15, M30

Secondly, an attempt is made to clarify which, among the three variables observed (ability to search for general information, ability to search for and verify commercial information and the characteristics of the commercial websites), favors e-shopping to a greater extent. We show that only the ability to search for commercial information and verify it remains significant when analyzing jointly the effect of the three variables on e-shopping.

Thirdly, we attempt to respond to the question as to how the necessary capabilities for searching for commercial information and verifying it are acquired. Authors such as Kan-Min (2010) and Zillien and Hargittai (2009) suggest that these capabilities develop through the daily use of the Internet for informational purposes. Thus, the ability to search for general information would not directly affect e-shopping, except in a mediated way, through the ability for searching for commercial information and verifying it.

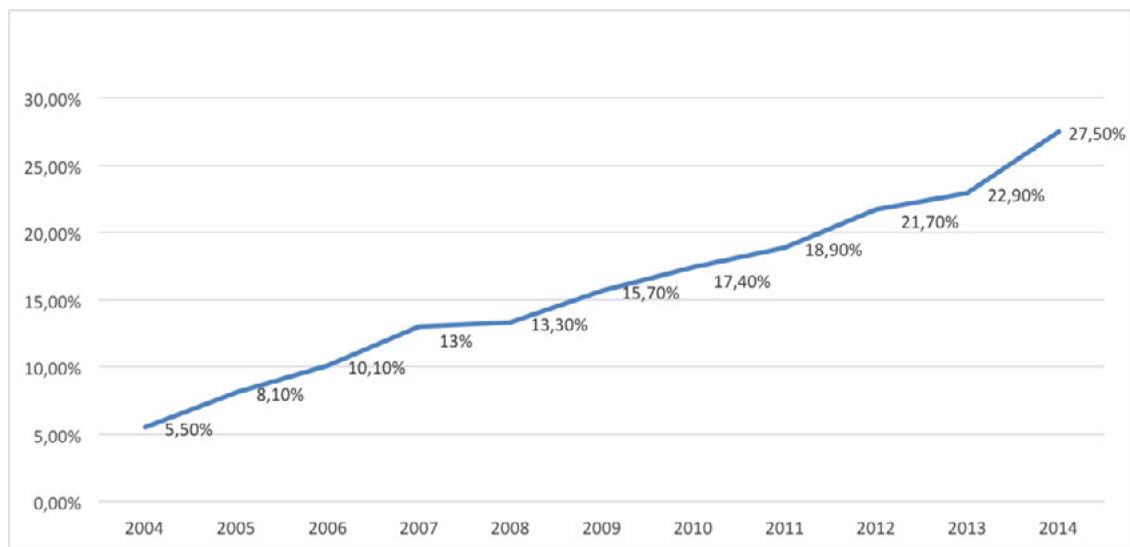
Fourth, we shall put forward some hypotheses, based on our empirical study, to explain the limited development of e-shopping over recent years. Digital inequality experts (DiMaggio et al. 2001 2001; Hargittai and Hinnant 2008; van Dijk 2006; Bonfadelli 2002; Robinson et al. 2003; Van Dijk 2005; Peter and Valkenburg 2006) suggest that informational uses of the Internet are not equally distributed across the population, but rather that they are distributed more frequently among Internet users with greater resources or with a higher level of education. If the relationship between the informational use of the Internet, the ability for searching for commercial information and online purchasing were to be shown, we might point to Digital Inequality as the cause of the low level of adoption of e-shopping among the population.

To test our hypotheses, we shall use the survey of the Institute for Advanced Social Studies (Instituto de Estudios Sociales Avanzado –IESA-) of Córdoba "El papel de las nuevas tecnologías en el perfil de compra de la persona consumidora en Andalucía" (E1111) (The role of new technologies in the purchasing profile of consumers in Andalusia) of 2011. Despite the universe of reference of this study being the Andalusian population, the data it provides are essential for clarifying the online consumption practices of Internet users.

2. Theory Section

The purchase of products and services online has many advantages, both for the consumer and for the companies that engage in this type of business (Leonard and Cronan 2001; Wang et al. 2002; Shanthi and Kannaiah, 2015). For consumers, e-shopping is an opportunity to buy cheaper, reduce costs associated with travel or take advantage of offers of products and services that are not always accessible via "traditional" media. Some of the advantages for sellers are lower expenses, new channels for communicating advertising messages, new retail models and an increase in sales volume.

According to data from Eurostat (2013), the number of Spanish companies that sold a product or service online increased from 2% in 2002 to 10% in 2008. On the other hand, the data from the Spanish National Statistics Institute (Instituto Nacional de Estadística –INE-) of 2014 offers us a chart of the evolution of the prevalence of e-shopping among Spanish Internet users from 2004 to 2014. These data are summarized in figure 1 and show us how the percentage of e-shoppers in Spain has increased in recent years, from 5.5% in 2004 to 27,5% in 2014.

Graph 1: People who have shopped via the internet in the last 3 months.

Despite this upward trend, the prevalence of e-shopping in Spain is still low compared to the advantages offered by this use of the Internet. This statement is supported by the data of Internet access prevalence among the Spanish population, which reached 60% in 2011, with peaks of up to 90% in the youngest age brackets (INE, 2012). In this regard, authors such as Soopramanien and Robertson (2007), point to e-shoppers having a series of specific characteristics that make them different from Internet users in general and hold that there is not a direct correlation between Internet access and online shopping.

As a result of this evidence, academics are turning their attention towards the study of the mechanisms and factors that favor the adoption of e-commerce practices by Internet users (Grewal et al. 2004; Ahn et al. 2004; Kim et. Al, 2014).

On the one hand, some authors have applied segmentation techniques to seek the variables that best discriminate Internet users who engage in e-commerce (Wu and Chou 2011; Phan and Vogel 2010). For instance, authors such as Barnes et al.(2007) build different categories of online consumers. To do so, they use psychographic variables, behavioral variables that are inherent to shopping and specific cultural characteristics of each country. The authors thus generate three types of Internet users based on their attitudes with regard to e-shopping: the skeptics-adverse to risk, open-minded online shoppers and information seekers. The authors also suggest the relevance of certain variables, such as "neuroticism", the "will to shop" and the "pleasure of shopping" in generating these attitudes in Internet users. Brashear et al. (2009) describe the characteristics of e-shoppers of 6 countries (USA, UK, New Zealand, China, Brazil and Bulgaria) that contribute to differentiate them from other Internet users. The results show that shoppers have several similar characteristics in the different countries: attitude towards convenience, impulsivity and attitudes favourable to advertising. They also tend to be Internet users with high socio-economic resources and with a greater competence in using the Internet.

The factors that lead Internet users to adopt e-shopping practices have also been studied. One of the most significant lines of research analyses the effects of the very structure of online businesses

on online shopping intentions of Internet users (Bilgihan and Bujisic, 2015). Thus, research has been carried out regarding the effects of the quality of the website of the online store (J. Kim et al. 2009), the level of safety and privacy guaranteed by the site (Eastlick et al. 2006), the product information (M. Kim and Lennon 2008) and the quality of the completion of the purchase or return process (Collier and Bienstock 2006).

In parallel, another branch of research has focused on the study of the individual characteristics of Internet users that lead to online shopping practices (Deng et al. 2010; Baubonienė and Gulevičiūtė, 2015). In this context of research, special attention has been paid to the Technology Acceptance Model (TAM) theory, put forward by Davis (1989). According to this model, perceived usefulness (PU) and perceived ease of use (PEU) are the main determining factors of the adoption of new technologies by users. In this specific case, the effects of perceived usefulness and perceived ease of use on the adoption of e-commerce would be trust and risk perception (Bruner li and Kumar 2005; Hernández et al. 2010; Bigné et al. 2010). In this model, it is essential that the e-shopper has an adequate level of information regarding the products and modes of purchase. Handling this information would reduce the level of distrust of Internet users towards online shopping and, as a result, would increase their levels of perceived usefulness with regard to that practice (Barkhi and Wallace 2007; Chen and Tan 2004). In this process, the information affects to a greater extent the perception of the usefulness of the medium to the extent that it is the result of an active search by the consumer (Rowley 2000). In other words, the information has a direct effect on the Internet user's trust, but this effect is greater if the information available is the result of their own search.

Having arrived at this point, the main issue is to find out how Internet users acquire the resources required to search for information autonomously and independently. Some authors suggest that an Internet user's ability to search for information online results from prolonged usage of the Internet for informational purposes (Kan-Min 2010; Zillien and Hargittai 2009). In other words, it is prolonged practice that gives Internet users the resources required for this kind of informational activity.

Research on Digital Inequality has suggested, however, that the informational uses of the Internet are not equally distributed across the population. This result is important for our research given that it could be interpreted as a cause of the limitations for the greater prevalence of e-commerce and, at a deeper level, as a basic element for explaining the existence of a commercial Digital Divide.

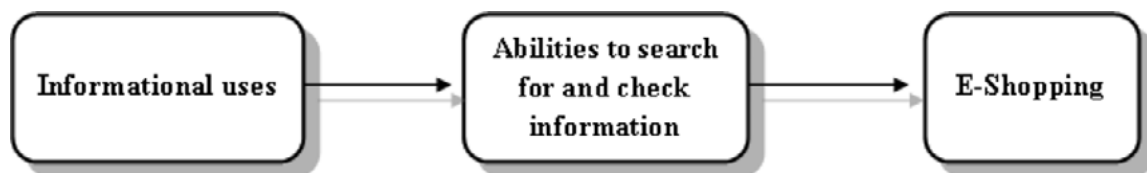
Digital inequality experts suggest that not all Internet uses are evenly distributed across Internet users (DiMaggio et al. 2001; Hargittai and Hinnant 2008; van Dijk 2006). In a context such as the Western world, where Internet access is progressively spreading across the population (Attewell 2001), there remain differences in the uses Internet users make of this technology. More specifically, the informational uses of the Internet and the benefits they bring Internet users, would appear to be more frequent in segments of the population with the high levels of resources and high levels of education (Zillien and Hargittai 2009). For instance, Bonfadelli (2002) shows that people with the highest educational levels use the Internet to search for information more actively. Robinson, DiMaggio and Hargittai (2003), show that citizens with a higher level of education get more advantages from the websites they visit. According to the authors, education, and, occasionally, socioeconomic level, is associated with a more consistent Internet use in the long term. Education is also related with a lower use of the Internet as a means of entertainment. Van Dijk(2005) underlines the fact that the most advanced Internet applications, related with information, education, communication and work, are associated with high social status. Peter and Valkenburg (2006), in a study on Dutch adolescents, have shown that there are differences in Internet

users according to the socioeconomic resources and cognitive resources at their disposal. Adolescents with the greatest resources use the Internet more frequently to obtain information and less frequently for entertainment purposes.

The first goal of this research paper is to find out whether, if indeed, Internet users' abilities for searching and verifying commercial information online have an impact on e-shopping practices. Likewise, their influence will be compared with the influence of searching for general information and the characteristics of commercial websites. This comparison will allow us to understand which variable has the greatest influence on e-shopping practices. For this purpose, a multiple stepwise regression model will be used. This analysis will allow us to show, as the literature holds, the importance of information and verification of commercial information online for explaining e-shopping.

Once this analysis has been carried out, we shall attempt to answer the question as to how Internet users acquire their abilities to search for and verify commercial information. We shall attempt to understand whether, as the studies indicate, experience in searching for information is at the base of the development of this type of digital ability. For this purpose, the mediation model proposed by Baron and Kenny (1986) will be implemented. We seek to find out whether, as the figure below shows, abilities to search for and check information mediate between informational uses and e-shopping.

Figure 1: Relationship between "Informational uses", "Abilities to search for and check information" and "E-Shopping"



The data used have been provided by the survey from the IESA of Córdoba (Spain) "El papel de las nuevas tecnologías en el perfil de compra de la persona consumidora en Andalucía" (The role of new technologies in the purchase profile of consumers in Andalusia) (E 1111) of 2011. Thus, our case study coincides with the Andalusian population.

Lastly, if our model were to be empirically supported, we could speculate with the idea that e-shopping is facing significant limitations for its development and adoption among the general population. This limitation results from, as Digital Inequality maintains, the informational uses of the Internet being much more common among citizens with the greatest educational resources and, therefore, being much less frequent among the population with fewer resources.

.....

3. Methodology

3.1. Data and Sample

To meet the goals established, we have used the study on "El papel de las nuevas tecnologías en el perfil de compra de la persona consumidora en Andalucía" (The role of new technologies in the shopping profile of consumers in Andalusia), carried out by the IESA-CSIC of Córdoba in 2011 (ref. E-1111). This survey aims to provide a view of the consumption behavior of Andalusians, including online consumption behavior. It also includes indicators such as Internet access, type of connection and connection device available to Internet users, Internet uses, attitudes towards shopping and behavior related with searching for information online.

The survey has a sample of 809 subjects from a universe comprised of a population resident in Andalusia of both sexes, aged 18 or over². Computer assisted telephone interviews (CATI) were carried out by means of a structured questionnaire. Interviews were carried out both to landlines and mobile phones.

The questionnaire has a total of 35 questions, plus a further 11 to gather information regarding the subjects' socio-economic characteristics. Questions from Q11 to Q35 regard Internet uses, Internet user profiles and behaviors and attitudes inherent to online shopping. Q12 was used as a filter to select only those subjects who had used the Internet in the last 3 months. This way, we obtain a sample of 561 subjects, comprised exclusively of Internet users.

3.2. Independent variables

As mentioned above, we are interested in the first place in seeing the influence of Internet users' abilities for searching and checking information online on their e-shopping practices. We also want to compare the effect of these abilities and the effect of the information available on online store sites.

To operationalize search abilities, we decided to use a broad variety of online sources with commercial information on products or services (Johnson et al. 2004). Study E1111 contains 8 dichotomous items that measure different sources used by Internet users (P15). These are included in **table 1**:

Table 1: Indicators of diversity of online information sources on products (source: own elaboration based on data from the survey E111 of IESA-CSIC)

<i>When searching for commercial information on Internet products or services, which of the following sources do you use?</i>
General search engine
News and reportages on electronic media
Opinion forums, blogs, social networks
Traditional company websites (mercadona, mediamarket)
Virtual commercial sites (amazon, e-bay, rumbo)
Product brand sites (nike.com, pepsi.es, etc...)
Price comparison engines (rastreator, trivago)
Discount and coupon sites (groupon)

To operationalize the presence of commercial information on the website of the online store, we have used the indicators of study E1111 that measure the importance for Internet users of the presence of information on the product or terms of purchase on the website when it comes to making the purchase. **Table 2** includes these indicators. The higher the score of one of these indicators, the greater the importance of the specific information measured by the indicator.

Table 2: Indicators of the information that is considered to be important to figure on the website where the purchase is made (source: own elaboration based on data from the study E111 of IESA-CSIC)

<i>When it comes to shopping on a website, how important are the following characteristics? Very important, fairly important, slightly important or not important</i>
Clear and comprehensive information regarding mailing and transport
Adequate information regarding how to cancel the purchase
Clear and comprehensive information regarding contractual terms and conditions
Clear and comprehensive information regarding the product/service
Return policy is stated
Prices are clearly indicated

Lastly, in order to implement the necessary analyses for this research, it is necessary to operationalize the informational uses of the Internet. As we have said above, the aim is to find out whether these uses have any role in the development of Internet users' abilities for searching and checking commercial information online. **Table 3** shows the indicators of study E1111 that measure the informational uses of the Internet. These are related mainly with online consumption of new, specialized information regarding education, health or employment issues and geographic information, such as addresses or city maps. These indicators have been widely used by digital inequality researchers.

Table 3: Indicators of the informational uses of the Internet. (source: own elaboration based on data from the study E111 of IESA-CSIC)

<i>Please state how frequently you do each of the following activities through the Internet: Daily, every week, at least once a month, not every month, or never</i>
Read or consult specialised information regarding an issue of your interest (health, education, employment, etc.)
Read or download news items, newspapers or current affair magazines online
Consult maps or other geographic information
Listen to radio online and/or watch TV online

For each of these dimensions, a factorial analysis has been implemented. This has allowed us to summarize information, calculating unit indicators for each dimension and, in addition, studying the possible presence of sub-dimensions (Lawley and Maxwell 1962).

In each of the analyses implemented, the values of the sample adjustment indices and of the determining factor have legitimized the factorialization procedures³. In no case have the constructs under study been broken down into subdimensions. For reasons of space, factor saturation of each item is not discussed.

The three factors thus extracted are referred to respectively, as *Abilities for searching and checking commercial information online*, *Importance of the information available on the website* and *Informational uses*

of the Internet. These factors have been used as independent variables in a multiple linear regression model.

In addition, a variable was constructed to include the indicators linked to issues of Internet access and which is related with first level digital divide (DiMaggio et al. 2001). Thus, an index has been built that includes the items of the survey E1111 that measure ownership of a DSL Internet connection by the subject, frequency of connection, use of the Internet on mobile phone and ownership of WI-FI devices at home. All these characteristics allow us to measure the *Appropriation of the Internet in the everyday life* of Internet users, distinguishing those with a low access level from those that are more prone to using the Internet (Hassani 2006; Attewell 2001). This variable has been used as a control variable, together with socio-demographic variables, in the multiple regression model and in the mediation model in order to rule out influences attributable to the first level digital divide.

3.3. Dependent variable

Study 2736 contains a battery of 19 dichotomous items created to explore the different types of products or services that the Internet user has purchased online in the 12 months prior to the survey. These items are included in **table 4**.

Table 4: Products/services purchased online in the last 12 months (source: own elaboration based on data from study E111 of the IESA-CSIC)

<i>Products/services purchased online in the last 12 months</i>
Books, music, series or films
Travel or other tourist products or services (hotel, car rental, trips)
Tickets to cinema or other shows
Courses or other educational services
Videogames or online games
Electronics and computing
Furniture
Food
Medicine or other health products (health food and herbalist)
Phone
Auctions
Bank product or service
Lottery, betting
Job seeking services (infojobs)
Contact services for friendship and dating (meetic, badoo)
Fashion
Sports items
Beauty and cosmetics
Other

The dependent variable has been constructed adding the number of positive replies of each subject for each of the items. This way a numeric variable is obtained ranging from 0 (no positive replies) to 19 (all positive replies).

3.4 Analysis

Initially a stepwise multiple regression model was implemented, to see the relative weight on the dependent variable of each of the three independent variables: Importance of the information available on the shopping website, Informational uses of the Internet and Abilities for searching and checking commercial information online. The introduction of each of these variables in the model corresponded to a new "step" of the model. Thus, the increase of R² has informed us which of the two variables, Abilities for searching and checking commercial information online or Importance of the information available on the shopping website, has a greater influence on the adoption of e-shopping practices by Internet users. In addition, it has given us information regarding a possible influence in the model of the Informational uses of the Internet, a prior and basic step for being able to implement the subsequent mediation model.

In order to show this mediation we shall use the tool proposed by Baron and Kenny (1986). In general terms, this establishes that 4 conditions be met: 1) an effect of the independent variable on the dependent variable, 2) an effect of the treatment on the mediator, 3) the effect of the mediator on the dependent variable, controlling for the treatment, and 4) the effect of the direct treatment on the dependent variable should be lower (in absolute value) than the global effect of the treatment when the mediator is included. If the fourth condition is met, we would be looking at a full mediation if the effect of the treatment were not significant, whereas there would be a partial mediation if the effect were significantly reduced.

4. Results

4.1. Multiple regression

The first step of the regression model includes as independent variables the control variables. In other words, on the one hand, the socio-demographic variables such as level of education, sex, age and professional situation of interviewee and, on the other, the *Appropriation of the Internet in everyday life* by Internet users. In the second step the variable *Importance of the information available on the shopping website* was introduced. The variables *Informational uses of the Internet and Abilities for searching and checking commercial information online* were introduced in steps three and four respectively. **Table 5** shows the summary indices of the model.

Table 5: Summary indices of model. (source: own elaboration based on data from the study E111 of the IESA-CSIC)

Model	R	R squared	R squared corrected	Change in R squared
1	.479a	.230	.222	.230
2	.481b	.231	.221	.001
3	.518c	.269	.258	.038
4	.614d	.377	.367	.108

As we can see, the final model explains almost 37% of the variance of the dependent variable. Of the independent variables, the one which contributes the most in terms of explained variance is *Abilities for searching and checking commercial information online*. In fact, the fourth model, where this variable is introduced, contributes only 10% more of explained variance. The *Informational uses of the Internet*, introduced in the third model, is the second variable in order of influence on the dependent variable. Lastly, it must be pointed out that the introduction of the variable *Importance of the information available on the shopping website*, that is, the second model, leaves without change the percentage of variance explained.

On the other hand, the Anova analysis underlines an increase in the F values corresponding to the introduction of the Importance of the information available on the shopping website and Informational uses of the Internet. These values go from 29.115 in the first model ($p < 0.001$) to 36.650 in the fourth model ($p < 0.001$). These data are a further proof of the increase in the precision of the model due to the introduction of these two variables (Field 2005). This cannot be said about the second model, whose F value drops significantly with regard to the previous model, to 24.363.

Below are the regression coefficients:

Table 6: Regression coefficients. (Source: own elaboration based on data from the study E1111 del IESA-CSIC)

Variables	B	S.E.	Beta
MODEL 1			
(Constant)	-2.753	0.801	
Level of education	0.928	0.173	0.299***
Sex	-0.337	0.198	-0.069
Age	-0.028	0.008	-0.143**
Professional situation	-0.057	0.027	-0.085
Appropriation of the Internet in Everyday Life	0.361	0.051	0.302***
MODEL 2			
(Constant)	-2.708	0.803	
Level of education	0.921	0.173	0.227***
Sex	-0.336	0.198	-0.069
Age	-0.028	0.008	-0.146***
Professional situation	-0.057	0.027	-0.085
Appropriation of the Internet in Everyday Life	0.361	0.051	0.302***
Importance of the information available on the shopping site	0.119	0.143	0.033
MODEL 3			
(Constant)	-1.148	0.843	
Level of education	0.635	0.178	0.156***
Sex	-0.228	0.194	-0.047
Age	-0.023	0.008	-0.116**
Professional situation	-0.061	0.027	-0.091
Appropriation of the Internet in Everyday Life	0.255	0.054	0.214***
Importance of the information available on the shopping site	0.033	0.14	0.009
Informational uses of the Internet	0.577	0.115	0.238***

	MODEL 4			
(Constant)	-0.674	0.781		
Level of education	0.538	0.165	0.133**	
Sex	-0.119	0.18	-0.024	
Age	-0.012	0.007	-0.062	
Professional situation	-0.039	0.025	-0.058	
Appropriation of the Internet in Everyday Life	0.148	0.052	0.124*	
Importance of the information available on the shopping site	0.052	0.13	0.015	
Informational uses of the Internet	0.178	0.115	0.074	
Abilities for searching and checking commercial information online	1.005	0.11	0.415***	

***p<0.001.

**p<0.005.

*p<0.01.

The only control variables significant in all four models are "Level of Education" and "appropriation of the Internet in everyday life ". Age goes from being significant in the first 3 models to not being significant in the last.

The variable *Importance of the information available on the shopping site* is not significant in any of the models in which it appears.

The variable *Informational uses of the Internet* is significant in the third model but, when the variable *Abilities for searching and checking commercial information online* is introduced in the fourth model it becomes non-significant. This result is compatible with the presence of a mediation⁴.

The variable *Abilities for searching and checking commercial information online*, in addition to being significant, is the variable with the greatest effect on the dependent variable. The beta coefficients on the table corroborate this statement.

4.2. Mediation

Table 7 shows the descriptive statistics and the regression coefficients of the mediation model⁵.

Table 7: Coefficients of regression of the mediation model. Own elaboration based on the data of study E111 of IESA-CSIC

Variables	B	Typ. Error	Beta	R ²
STEP 1				
<i>Informational uses of the Internet</i>	0.563	0.113	.238***	0.04
STEP 2				
<i>Informational uses of the Internet</i>	0.392	0.044	.392***	0.1
STEP 3				
<i>Informational uses of the Internet</i>	0,170	0,112	0,072	0,151
<i>Variety of commercial information sources</i>	1.001	0.107	0.423	

In the first step of the mediation model *Informational uses of the Internet* are related significantly with the dependent variable, e-shopping ($\beta = 0.563$ $p < .001$). In the second step, *Informational uses of the Internet* are related significantly with the Variety of commercial information sources ($\beta = 0.392$ $p < .001$). Lastly, upon the introduction of *Abilities for searching and checking commercial information online* in the regression equation, the coefficient of the independent variable *Informational uses of the Internet* ($\beta = 0.17$, $p > .10$) ceases to be significant with regard to e-shopping. This is empirical proof of the mediation, operated by the variable *Abilities for searching and checking commercial information online*, on the relationship between *Informational uses of the Internet* and Internet users' e-shopping practices.

5. Conclusions

In this paper we have aimed to study in further depth the determining factors that influence adoption by Internet users of practices of shopping for products and services via the Internet. In addition, we might point to Digital Inequality as the cause of the low level of adoption of e-shopping among the population

As has been said before, this is a practice that brings many advantages, both for consumers and for the companies that decide to enter into this type of business. In fact, the Spanish data speak of an increase in recent years of the prevalence of these practices among Internet users (INE 2011). In addition, an increasing number of companies sell products online (EUROSTAT 2011). However, this growth continues to be slow, especially if compared with the penetration of Internet use among the population (INE 2011). Therefore, it is important to understand the reasons behind the slow spread of this use of the Internet among the population and what mechanisms would facilitate the adoption of this practice. With this aim in mind, several authors have designed models of segmentation of Internet users that distinguish e-shoppers from those who do not shop online, underlining the characteristics peculiar to each of these groups. These characteristics would make it possible to implement ad hoc strategies to spread e-shopping. This is the direction taken by studies by authors such as Brashear et al. (2009) and Barnes et al. (2007).

There has also been research geared to understanding the explanatory mechanisms that, on an individual level, influence the adoption of e-shopping practices (Deng et al. 2010). In this regard, the Technology Acceptance Model has achieved important results (Davis 1989; Bruner II and Kumar 2005; Hernández et al. 2010; Bigné et al. 2010). Within this line of research, different authors have underlined how the information available to the consumer reduces trust towards online shopping and, in turn, increases the perceived usefulness of the Internet as a medium for consumption (Barkhi and Wallace 2007; Chen and Tan 2004).

Our paper is framed within this latter research context, attempting to clarify, in the first place, whether the *Abilities for searching and checking commercial information online* favour the adoption of e-shopping practices. More specifically, the aim has been to find out whether it is the abilities for searching and checking commercial information online, more than the mere availability of information on the shopping site, that favour these types of online practices. For this aim, a multiple, stepwise regression model was implemented, that included socio-demographic control variables, the *Internet user status*, the *Importance of the information available on the shopping site* and the *Abilities for searching and checking commercial information online*.

The results show that the multiple regression model, as a whole, has proven to be significant and to explain almost 40% of the dependent variable. This means that the variables chosen have a considerable influence on e-shopping practices. More specifically, among the socio-demographic and control variables, the importance of the level of education of Internet users and of their level of appropriation of the Internet in everyday life is apparent. Both have a positive influence on e-shopping. In addition, the *Importance of the information available on the shopping site* has not been shown to be significant, unlike the *Abilities for searching and checking commercial information online*. This latter variable, in addition to having a positive influence on e-shopping, is the variable that, in absolute terms, explains the greatest variance of the dependent variable. Lastly, also the *Informational uses of the Internet* have proven to be significant within the model, but only if the variable *Abilities for searching and checking commercial information online* is not entered in the model. This result is perfectly compatible with a possible mediation. Having carried out this analysis, we have observed how the relationship between *Informational uses of the Internet* and e-shopping is measured by the *abilities for searching and checking commercial information online*.

Lastly, the fact that the information and the layout of commercial sites have a low level of incidence on e-shopping compared with the individual variables limits the ability of companies to promote this type of practice and increases the weight of the social and individual variables. The impact of factors such as level of security or privacy guaranteed by the website (Eastlick et al. 2006), the management of the product information (M. Kim and Lennon 2008) or the quality of the end of the purchasing or return process (Collier and Bienstock 2006), may not be sufficient to spread this practice among Internet users. Comprehensive and reliable information provided by the company through the Website is not a sufficient incentive to stimulate e-shopping.

However, in order to achieve a deeper understanding of the development of e-shopping, we should take into account the concept of Digital Inequality. (Hargittai and Hinnant 2008) have seen how the informational uses of the Internet are particularly prevalent among citizens with greater resources and a higher level of education (Bonfadelli 2002; Robinson et al. 2003; Van Dijk 2005; Peter and Valkenburg 2006). Given that our results have confirmed the central nature of *Abilities for searching and checking commercial information online* when it comes to adopting e-shopping practices and that these abilities are the result of the ability to use the Internet to search for general information, it seems reasonable to suggest that e-shopping practices could be affected, at their base, by a bias related with Digital Inequality. This thesis would be supported by another of the results of our analysis. The level of education and appropriation of the Internet in the everyday life of Internet users are manifested as significant variables throughout the 4 steps of the regression model. This would imply the existence of a commercial digital divide that prevents the development of e-shopping among groups that are socially less educated and with fewer digital resources.

.....

Referências

- Abdul-Muhmin, A. G. (2010). "Repeat Purchase Intentions in Online Shopping: The Role of Satisfaction, Attitude, and On-line Retailers' Performance". *Journal of International Consumer Marketing* 23(1): 5-20.
- Abn, T., Ryu, S., & Han, I. (2004). "The impact of the online and offline features on the user acceptance of Internet shopping malls". *Electronic Commerce Research and Applications* 3(4): 405-420.
- Attewell, P. (2001). "The first and second digital divides". *Sociology of Education* 74(3): 252-259.
- Barkbi, R., & Wallace, L. (2007). *The impact of personality type on purchasing decisions in virtual stores. Information Technology and Management* 8(4): 313-330.
- Barnes, S. J., Bauer, H. H., Neumann, M. M., & Huber, F. (2007). "Segmenting cyberspace: a customer typology for the internet". *European Journal of Marketing* 41(1/2): 71-93.
- Baron, R. M., & Kenny, D. A. (1986). "The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations". *Journal of Personality and Social Psychology* 51(6): 1173-1182.
- Baubonienė, Z. and Gulevičiūtė, G. (2015). "E-commerce factors influencing consumers' online shopping decision". *Social Technologies*, 5(1) : 74-81.
- Bigné, E., Sanz, S., Ruiz, C., & Aldás, J. (2010). *Why Some Internet Users Don't Buy Air Tickets Online. In Information and Communication Technologies in Tourism*, eds. U. Gretzel, R. Law, & M. Fuchs, pp. 209-221. Vienna: Springer
- Bilgihan, A. and Bujisic, M. (2015). "The effect of website features in online relationship marketing: A case of online hotel booking". *Electronic Commerce Research and Applications*, 14: 222-232.
- Bonfadelli, H. (2002). "The Internet and Knowledge Gaps". *European Journal of Communication* 17(1): 65-84.
- Brashear, T. G., Kashyap, V., Musante, M. D., & Donthu, N. (2009). "A Profile of the Internet Shopper: Evidence from Six Countries". *The Journal of Marketing Theory and Practice* 17(3): 267-282.
- Bruner II, G. C., & Kumar, A. (2005). "Explaining consumer acceptance of handheld Internet devices". *Journal of Business Research* 58(5): 553-558.
- Capineri, C., & Leinbach, T. R. (2004). "Globalization, economy and trade". *Transport Reviews* 24(6): 645-663.
- Chen, L.-D., & Tan, J. (2004). "Technology Adaptation in E-commerce: Key Determinants of Virtual Stores Acceptance". *European Management Journal* 22(1): 74-86.
- Collier, J. E., & Bienstock, C. C. (2006). "Measuring Service Quality in E-Retailing". *Journal of Service Research* 8(3): 260-275.
- Davis, F. D. (1989). "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology". *MIS Quarterly* 13(3): 319-340.
- Deng, Z., Lu, Y., Wang, B., Zhang, J., & Wei, K. K. (2010). "An empirical analysis of factors influencing users' adoption and use of mobile services in China". *International Journal of Mobile Communications* 8(5): 561-585.
- DiMaggio, P., Hargittai, E., Neuman, R. W., & Robinson, J. P. (2001). "Social implications of the Internet". *Annual Review of Sociology*, 27: 307-336.
- Eastlick, M. A., Lotz, S. L., & Warrington, P. (2006). "Understanding online B-to-C relationships: An integrated model of privacy concerns, trust, and commitment". *Journal of Business Research*, 59(8): 877-886.

EUROSTAT (2011). "E-Commerce by individuals and enterprises". 10th of March of 2011, database available at http://epp.eurostat.ec.europa.eu/cache/ITY_SDDS/en/isoc_ec_esms.htm.

Field, A. P. (2005). *Discovering statistics using SPSS*. London: Sage Publications.

Grewal, D., Iyer, G. R., & Levy, M. (2004). "Internet retailing: enablers, limiters and market consequences". *Journal of Business Research* 57(7): 703-713.

Hargittai, E., & Hinnant, A. (2008). "Digital Inequality: Differences in Young Adults' Use of the Internet". *Communication Research* 35(5): 602-621.

Hassani, S. N. (2006). "Locating digital divides at home, work, and everywhere else". *Poetics* 34(4-5): 250-272.

Hernández, B., Jiménez, J., & Martín, J. M. (2010). "Customer behavior in electronic commerce: The moderating effect of e-purchasing experience". *Journal of Business Research* 63(9-10): 964-971.

Pew Internet and American Life Project (2008). "Online Shopping". Database available at <http://www.pewinternet.org/Reports/2008/Online-Shopping.aspx>.

INE (2011). "Encuesta sobre equipamiento y uso de tecnologías de la información y comunicación en los hogares". 5th of October 2011, database available at <http://www.ine.es/jaxi/menu.do?type=pcaxis&path=%2Ft25%2Fp450&file=inebase&L=0>.

Johnson, E. J., Moe, W. W., Fader, P. S., Bellman, S., & Lobse, G. L. (2004). "On the depth and dynamics of online search behavior". *Management Science* 50(3): 299-308.

Kan-Min, L. (2010). "E-Learning continuance intention: Moderating effects of user e-learning experience". *Computers & Education* 56(2): 515-526.

Kim, C., Galliers, R. D., Shin, N., Ryoo, J., and Kim, J. (2014). "Factors influencing Internet shopping value and customer repurchase intention". *Electronic Commerce Research and Applications*, 11: 374-387.

Kim, J., Jin, B., & Swinney, J. L. (2009). "The role of retail quality, e-satisfaction and e-trust in online loyalty development process". *Journal of Retailing and Consumer Services* 16(4): 239-247.

Kim, M., & Lennon, S. (2008). "The effects of visual and verbal information on attitudes and purchase intentions in internet shopping". *Psychology and Marketing* 25(2): 146-178.

Lawley, D. N., & Maxwell, A. E. (1962). "Factor analysis as a statistical method". *The statistician* 12(3): 209-229.

Leonard, L. N. K., & Cronan, T. P. (2001). "Electronic commerce success theory: A proposed model for supply chain management success". *Journal of Information Technology Theory and Application (JITTA)*, 3(2): 3.

Peter, J., & Valkenburg, P. M. (2006). "Adolescents' internet use: Testing the "disappearing digital divide" versus the "emerging digital differentiation" approach". *Poetics* 34(4-5): 293-305.

Peterson, R., Balasubramanian, S., & Bronnenberg, B. (1997). "Exploring the implications of the internet for consumer marketing". *Journal of the Academy of Marketing Science* 25(4): 329-346.

Phan, D. D., & Vogel, D. R. (2010). "A model of customer relationship management and business intelligence systems for catalogue and online retailers". *Information & Management* 47(2): 69-77.

Robinson, J. P., DiMaggio, P., & Hargittai, E. (2003). "New social survey perspectives on the digital divide". *IT & Society* 1(5): 1-22.

Rouibab, K., Lowry, P. B. and Hwang, Y. (2016). "The effects of perceived enjoyment and perceived risks on trust formation and intentions to use online payment systems: New perspectives from an Arab country". *Electronic Commerce Research and Applications*, 19: 33-43.

-
- Rowley, J. (2000). "Product search in e-shopping: a review and research propositions". *Journal of Consumer Marketing* 17(1): 20-35.
- Shanthi, R. and Kanniah, D. (2015). "Consumers' Perception on Online Shopping". *Journal of Marketing and Consumer Research* 13: 14-21.
- Soopramanien, D. G. R., & Robertson, A. (2007). *Adoption and usage of online shopping: An empirical analysis of the characteristics of "buyers" "browsers" and "non-internet shoppers"*. *Journal of Retailing and Consumer Services* 14(1): 73-82.
- Van Dijk, J. (2005). *The deepening divide: Inequality in the information society*. London: Sage Publications.
- van Dijk, J. (2006). "Digital divide research, achievements and shortcomings". *Poetics* 34(4-5): 221-235.
- Wang, F., Head, M., & Archer, N. (2002). "E-tailing: An analysis of web impacts on the retail market". *Journal of business strategies* 19(1): 73-93.
- Wu, R.-S., & Chou, P.-H. (2011). "Customer segmentation of multiple category data in e-commerce using a soft-clustering approach". *Electronic Commerce Research and Applications* 10(3): 331-341.
- Qiang Yan, Q., Wu, S., Wang, L., Wu, P., Chen, H., Wei, G. (2016). "E-WOM from e-commerce websites and social media: Which will consumers adopt?" *Electronic Commerce Research and Applications*, 17: 62-73.
- Zillien, N., & Hargittai, E. (2009). "Digital Distinction: Status-Specific Types of Internet Usage". *Social Science Quarterly* 90(2): 274-291.



El ISO 9001 y TQM en las empresas de Ecuador

ÁREA: 5
TIPO: Aplicación

ISO 9001 and TQM in companies in Ecuador
ISO 9001 e TQM em empresas no Equador

El presente estudio muestra el impacto de tener un Sistema de Gestión de Calidad (SGC) certificado con ISO 9001 en las empresas en Ecuador en base a nueve factores de éxito usados para medir la implementación de la Administración de la Calidad Total (TQM). Se analizaron 163 empresas con la finalidad de hacer una comparación entre las que tienen dicha certificación y aquellas que no la tienen. Se encontró que las empresas con certificación ISO 9001 obtienen un mejor promedio que aquellas empresas que no cuentan con la certificación. Estos resultados respaldan los estudios similares realizados en Perú y Colombia.

This study shows the impact of having a Quality Management System certified to ISO 9001 in companies in Ecuador, based on the nine factors that measure the success of Total Quality Management (TQM) implementation. 163 companies were analyzed with the aim to compare the ISO 9001 certified companies and those without the certification. The results showed that the companies with ISO 9001 certification obtained better average than those companies that do not have the certification. These results support the similar studies conducted in Peru and Colombia.

Este estudo mostra o impacto de ter um sistema de Gestão da Qualidade ISO 9001 em empresas na Equador sobre a base dos nove fatores que medem o sucesso da Gestão da Qualidade Total (GQT). 163 empresas foram analisadas com o objetivo de estabelecer uma comparação entre as empresas certificadas ISO 9001 e aqueles sem a certificação. Este estudo propõe igualmente que metodologia utilizada neste estudo pode ser aplicada em outros países latino-americanos. Os resultados mostraram que as empresas com certificação ISO 9001 obtiveram melhor desempenho do que aquelas empresas que não possuem a certificação. Estes resultados suportam a estudos semelhantes realizados no Peru e na Colômbia.

AUTORES

Jorge Benzaquen-De las Casas¹
CENTRUM Católica
Graduate Business
School,
Pontificia Universidad
Católica, Perú
jbenzaq@pucp.pe

Maximiliano Pérez-Cepeda
QUEJATEAQUI
S.A., Ecuador
mperezc@
quejateaquei.ec

1. Autor de contacto:
CENTRUM Católica
Graduate Business School;
Pontificia Universidad
Católica del Perú; Lima;
Perú.

DOI
10.3232/GCG.2016.V10.N3.06

RECIBIDO
09.08.2016

ACEPTADO
26.10.2016

1. Introducción

La gestión de la calidad es un tema crucial en las organizaciones. Muchas de ellas optan por implementar el estándar y norma ISO 9001. El objetivo de esta investigación es comparar el desempeño de las empresas ecuatorianas que cuentan con la certificación ISO 9001 y las que no la tienen y, así, analizar cómo impacta en los factores de éxito de la Administración de la Calidad Total (TQM, por sus siglas en inglés) de acuerdo a la metodología usada.

Este estudio toma como referencia la metodología utilizada por el autor con los países Perú y Colombia donde se evidencia que aquellas empresas certificadas con ISO 9001 tienen un mejor promedio en los factores de TQM. El presente artículo describirá el nivel de calidad en las empresas ecuatorianas con respecto a los nueve factores de TQM estudiados.

PALABRAS CLAVE
TQM, ISO 9001, calidad, empresas en Ecuador

KEYWORDS
TQM, ISO 9001, quality, companies in Ecuador

PALAVRAS-CHAVE
GQT, ISO 9001, qualidade, empresas na Ecuador

2. Revisión de la Literatura

2.1. Calidad

De acuerdo a The W. Edwards Deming Institute (2014), William Edwards Deming es considerado el padre de la calidad puesto que cuenta con cientos de publicaciones en el tema y es un reconocido consultor de líderes empresariales. Luego de la Segunda Guerra Mundial, desarrolló trabajos vitales para que la calidad total se considere como una teoría aplicable a la gestión, en forma de una guía para lograr optimizar procesos y orientarlos hacia la máxima percepción de calidad por parte de los clientes de la empresa. Las principales teorías desarrolladas por Deming fueron: (a) el sistema de conocimiento profundo, (b) los catorce puntos para la transformación de la gerencia, (c) las siete enfermedades mortales, (d) el ciclo PHVA (planificar, hacer, verificar y actuar), (e) el experimento del grano rojo, y (f) el experimento del embudo.

Las contribuciones de Juran a la gestión de la calidad parten de definir la calidad de una forma concreta y que se pueda traducir a los procesos de manufactura. El autor reconocía que, entre las diversas formas de concebir la calidad, hay dos significados que orientan su trabajo: (a) la satisfacción que se adquiere con un producto cuando logra llenar características de importancia para los clientes, y (b) la ausencia de deficiencias, teniendo en cuenta que las deficiencias no solo pueden estar en el producto en sí, sino en los servicios asociados como la facturación, las entregas y otros (Juran, 1990).

Asimismo, Philip Crosby, considerado como el fundador del programa “cero errores o cero defectos”, indicaba que para llevar a cabo una adecuada gestión, “la calidad partía de hacer bien las cosas desde el primer momento” y, adicionalmente, la alta dirección debía cumplir con 14 principios básicos los cuales son: (a) compromiso de la dirección, (b) equipos de mejora de calidad, (c) medidas de calidad, (d) el costo de calidad, (e) tener conciencia de la calidad, (f) acción correctiva, (g) planificación de cero defectos, (h) capacitación del supervisor, (i) día

CÓDIGOS JEL:
L10, L15

de cero defectos, (j) establecimiento de metas para reducir errores, (k) eliminación de las causas del error, (l) reconocimiento, (m) consejos de calidad, y (n) empezar de nuevo mediante la mejora continua (Crosby, 1979).

De acuerdo a la vasta literatura relacionada a la calidad, se tiene que los profesionales más destacados por su aporte al estudio de la gestión de la calidad son los siguientes: Walter A. Shewart, W. Edwards Deming, Joseph M. Juran, Philips B. Crosby, Armand V. Feigenbaum, Kauro Ishikawa, Genichi Taguchi, entre otros. Todos tienen diferentes puntos de vista en la materia. Sin embargo, es importante recalcar que coinciden en dos aspectos muy importantes: (a) el producto, ya sea un bien o un servicio, debe satisfacer los requerimientos de los clientes, y (b) la elaboración del producto se debe realizar a través de un proceso. Por consiguiente, evaluar solo la calidad del producto es un error porque los procesos malos pueden entregar productos buenos o malos, pero los procesos buenos siempre darán productos buenos (D'Alessio, 2012).

Por otro lado, en una investigación más reciente, el estudio de González y Pelegrin (2014) menciona que la calidad es una cualidad deseable por todas las empresas o productos. Se señala también que su objetivo es satisfacer al usuario. En la actualidad, la mayoría de empresas se preocupan por la calidad como una forma de mejorar su competitividad; por ello, la implementación de la calidad ha abierto un camino para que se desarrollen modelos y guías de gestión como las normas de la Organización Internacional de Normalización (ISO, por sus siglas en inglés).

2.2. Norma ISO 9001

La norma ISO 9001 es un conjunto de recomendaciones o reglas que incorpora el ciclo de Planificar, Hacer, Verificar y Actuar (PHVA), así como la gestión basada en riesgos. El enfoque basado en procesos desarrolla, implementa y mejora la eficacia para aumentar la satisfacción del cliente mediante el cumplimiento de los requisitos. Asimismo, este enfoque permite las interrelaciones e interdependencias entre procesos abarcando así el desempeño global de la organización (ISO, 2008).

La norma ISO 9001 en su versión del año 2008 está estructurada en cinco elementos principales: (a) requisitos generales, (b) responsabilidad de la Dirección, (c) gestión de los recursos, (d) realización del producto, y (e) medición, análisis y mejora. (ISO, 2008)

Caso contrario, en la versión del año 2015 la norma ISO 9001 está estructurada en siete elementos principales: (a) contexto de la organización, (b) liderazgo, (c) planificación, (d) apoyo, (e) operación, (f) evaluación del desempeño y (g) mejora. (ISO, 2015)

Esta certificación se enfoca en el establecimiento de un sistema de gestión de calidad que ofrece confianza en la capacidad de su organización para proporcionar productos que cumplan con las necesidades y expectativas del cliente y así asegurar que los clientes obtengan productos o servicios de buena calidad que a su vez trae beneficios para la compañía. (ISO, 2014).

Asimismo, esta certificación especifica que los requisitos para un sistema de gestión de calidad en toda organización son: (a) demostrar su capacidad para proporcionar puntualmente productos que satisfagan los requisitos del cliente, los legales y reglamentarios aplicables; y (b) esperar incrementar la satisfacción del cliente a través del sistema, incluida la mejora continua del sistema y el aseguramiento de la conformidad (Vázquez, Martirena, & Trama, 2008).

Entre los estudios más recientes acerca de la efectividad de la ISO 9001 en las organizaciones, cabe mencionar a Psomas & Antony (2015), quienes realizaron una investigación en Grecia para validar la efectividad de la estructura conceptual de la certificación ISO 9001 en las empresas de manufactura y así poder determinar los factores críticos que impactaban la efectividad en una muestra conformada por 163 empresas griegas certificadas con ISO 9001. El análisis confirmó la estructura conceptual de la ISO 9001 (SGC) en tres dimensiones, las cuales fueron la prevención de no conformidades, mejora continua y el enfoque en la satisfacción del cliente. Se incluyeron también los factores que afectan la efectividad tales como motivación interna de la compañía, presión del entorno externo, atributos de la compañía, atributos de los empleados y atributos de la gerencia de la calidad. Sin embargo, solo los factores internos impactaron significativamente en la ISO 9001.

2.3. Administración de la Calidad Total (TQM)

Básicamente, la filosofía de la TQM plantea que una empresa tiene como objetivo mantenerse en el mercado para así satisfacer las necesidades de sus clientes externos, promoviendo la estabilidad de la sociedad y proporcionando satisfacción y desarrollo a los mismos miembros de la propia organización (Deming, 1986; Ishikawa, 1985; & Juran, 1969). Es decir, si bien el foco está en la preservación de la organización y su capacidad de subsistir, existen también una serie de valores sociales presentes e insoslayables en la aproximación de la TQM.

En la literatura, diversos autores han definido la TQM. Para Hauser y Clausing (1988), el principio más importante es el enfoque en los clientes, con la meta de satisfacer sus expectativas. Esto es básico para la calidad total y se refleja al interior de la organización en sus intentos por atender los requerimientos de sus clientes e implementar estos en sus diseños y procesos. En la medida en que se logra esto la organización garantiza su desarrollo en el largo plazo, pero se requiere que todos los empleados, sin importar el área o proceso en la que trabajen, tengan el mismo enfoque. Total Quality Forum definió la Calidad Total como: "...es un sistema de administración que persigue el incremento continuo de la satisfacción del consumidor a un continuo bajo costo real. Calidad Total es una propuesta de sistema total (no un área separada o programada), y una parte integral de la estrategia de alto nivel. Trabaja horizontalmente atravesando funciones y departamentos, involucrando a todos los empleados, de categorías altas y bajas, y que se extiende hacia atrás y hacia adelante para incluir la cadena de proveedores y la cadena de consumidores..." (Rampey & Roberts, 1992). Según lo mencionado por Cuatrecasas (2012) el concepto de Calidad Total está estrechamente relacionado a la mejora continua de los procesos productivos y de prestación de servicios, con el fin último de acrecentar la satisfacción de los clientes, internos y externos, todo ello orientado a mantener competitividad y brindar valor agregado a los productos y servicios ofrecidos. Asimismo, la TQM se puede definir como una filosofía gerencial orientada a mejorar el desempeño operacional de una organización a través de la mejora continua. La implementación de la TQM implica realizar cambios tanto en la cultura organizacional, como en la forma de trabajo dentro de la empresa y también busca evitar errores antes que corregirlos, debido al alto costo que esto implica. Esta práctica involucra a los empleados de la empresa y, sobre todo, a la alta dirección (Pastor, Otero, Portela, Viguera, & Repeto, 2013).

Por otro lado, Kaur, Singh, e Ahuja (2012) afirman que hay diversos motivos para adoptar la TQM en las organizaciones. Algunas de estas son: la presión ocasionada por la disminución de los ingresos, los obstáculos encontrados para ingresar a nuevos mercados, la competencia que cada vez se intensifica más y los clientes, puesto que en la actualidad son conscientes de la calidad y requieren que las

empresas brinden productos y servicios mucho mejores. La TQM toma en cuenta todas las medidas de calidad en todos los niveles e involucra a todos los trabajadores de una empresa. No obstante, este sistema es una integración de dos funciones básicas: el control de calidad total y la gestión de la calidad. Por consiguiente, la TQM en una organización une a las personas para asegurar y mejorar la calidad de los procesos relacionados con los productos, el ambiente de trabajo y la cultura de trabajo (Kaur, Singh, & Ahuja, 2012).

Dedy et al. (2016) nos brinda una definición más reciente de la TQM. Los autores consideran que esta sistema se puede considerar como una de las filosofías de gestión caracterizada por sus principios, implementación y estrategias que enfatizan la mejora continua en materia de calidad, aumento del fortalecimiento de los trabajadores, respaldo de la alta gerencia, mejora del desempeño de los trabajadores, trabajo en equipo, liderazgo transformacional, recompensas e incentivos y gestión de proveedores.

2.4. Relación entre la certificación ISO 9000 y la implementación de la TQM

Yung (1997) estableció que los sistemas ISO eran el primer paso hacia la creación de un entorno de la conciencia de la calidad total. Por lo tanto, se podría pensar que para poner en práctica los principios de TQM de manera eficiente, resulta importante la incorporación de los estándares de calidad. Bajo esta línea, una estrategia de gestión de calidad supone la creación de un entorno de conciencia de calidad total.

Magd, Kadasah y Curry (2003) en su investigación revisaron una extensa literatura acerca de un SGC y el TQM para luego determinar la relación existente entre ellas. En su estudio concluyeron que existe una relación positiva, dado que la implantación de ambos sistemas conduce al éxito organizacional de la empresa otorgándole una ventaja competitiva frente a sus competidores. Además, los autores indicaron que un SGC debe ser implementado primero para generar estabilidad y consistencia en el trabajo de la organización con el fin de cumplir las directrices del sistema de calidad. A partir de ello, se debe implementar el modelo de calidad TQM con la finalidad de mejorar la motivación de los empleados y la eficiencia operativa de la organización.

Martínez A. y Martínez (2008) mencionaron que la versión de la norma ISO 9001 del año 2000 introdujo algunos conceptos de TQM. Ello hacía suponer que las empresas que aplicasen tal versión, convencidas de la mejora en su gestión, se acercarían a la implantación de un sistema de TQM y, por lo tanto, podían mejorar sus resultados en los siguientes años.

Asimismo, Martínez-Costa, Choi, Martínez, y Martínez-Lorente (2009) realizaron un estudio acerca del impacto de las certificaciones ISO 9000, ISO 9001 y la TQM en el desempeño de las empresas. En este estudio se realizó un análisis estructural de la media y covarianza para evaluar las diferencias de las dimensiones del TQM entre las empresas certificadas con ISO 9001 y las que no están certificadas. El estudio obtuvo resultados que demostraban diferencias pequeñas a medianas entre los grupos de empresas en alguna de las dimensiones de la TQM. Sitki y Aslan (2012) en su estudio en Turquía, encontraron que las prácticas de calidad en las empresas certificadas tuvieron una diferencia significativa mayor que las empresas sin certificación.

En los estudios enfocados en empresas en el Perú se halló la existencia de una relación entre los factores tomados para medir la TQM con los principios de la Norma ISO 9000:2005. Benzaquen (2014) realizó una investigación en el 2011 en donde evaluó nueve factores de la TQM, evidenciándose que existe una influencia positiva en las empresas con certificación ISO 9001 a comparación de los que no cuentan con dicha certificación. De los nueve factores, los que tuvieron mayor promedio fueron la Alta Gerencia y Planeamiento de la Calidad. La participación de la Alta Gerencia tiene un mayor interés en los planes de calidad, ya que son fundamentales para la implementación y desarrollo de la gestión de la calidad (Benzaquen, 2014).

Benzaquen y Convers (2015) realizaron otra investigación en las empresas de Colombia. El estudio halló que, de los nueve factores de la TQM evaluados en una muestra de 207 empresas, se obtuvo diferencias significativas en los nueve factores de TQM respecto a las empresas que no están certificadas. El factor de mayor promedio fue Liderazgo y Enfoque hacia la Satisfacción del Cliente (Benzaquen & Convers, 2015).

3. Calidad en Ecuador

La calidad en Ecuador está regulada mediante el Sistema Ecuatoriano de la Calidad (SEC), el cual es el conjunto de procesos, procedimientos e instituciones públicas responsables de la ejecución de los principios y mecanismos de la calidad y la evaluación de la conformidad. Este sistema está conformado por varias instituciones gubernamentales, tales como: (a) Comité Interministerial de la Calidad (CIMC), (b) Instituto Ecuatoriano de Normalización o actualmente conocido como Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN), (c) Organismo de Acreditación Ecuatoriano (OAE), (e) Ministerio de Industrias y Productividad (MIPRO) y (f) Corporación Ecuatoriana de Calidad Total (CECT) (León, 2011).

De estas instituciones podemos resaltar al Servicio Ecuatoriano de Normalización (INEN) que es el eje principal del SEC y es el principal ejecutor de la Política de la Calidad. Asimismo, está encargado de la normalización, reglamentación técnica y metrología. Esta institución fue creada el 28 de mayo de 1970 mediante el Decreto Supremo N° 357 publicado en el Registro Oficial N° 54 del 7 de setiembre de 1970. Esta institución se encarga de elaborar normas de calidad con el sector público y privado para construir políticas y/o normas idóneas en materia de calidad. En los dos últimos ocho años se llegaron a realizar 6,940 normas, mientras que los de sello de calidad se han elevado de 86 a 731 (Servicio Ecuatoriano de normalización, 2015).

Por otro lado, cabe mencionar a la Corporación Ecuatoriana de Calidad Total (CECT), creada en abril de 1992 mediante Decreto Ejecutivo de 1994 en la ciudad de Quito, como una Sociedad Jurídica de carácter privado y sin fines de lucro. La Corporación Ecuatoriana de Calidad Total otorga y fomenta en las empresas la inmersión de la cultura de calidad a través del Premio Nacional de Calidad (PNC). Las empresas son premiadas con la Medalla de Oro a la Excelencia y se entrega a 67 países en el mundo y en el Ecuador se hace mediante el Decreto Presidencial N° 1659 del año 1994. Este reconocimiento se otorga una vez al año a las empresas que obtengan más de 500 puntos en una evaluación de siete criterios, tales como: (a) Resultados del negocio, (b) Gestión de procesos, (c) Enfoque en el RRHH

(Capacitación, competencia), (d) Análisis y gerencia del conocimiento, (e) Enfoque en el cliente y mercado, (f) Planificación estratégica y (g) Liderazgo de la gerencia, que componen el modelo internacional Malcolm Baldrige (Corporación Ecuatoriana de la Calidad Total, 2015).

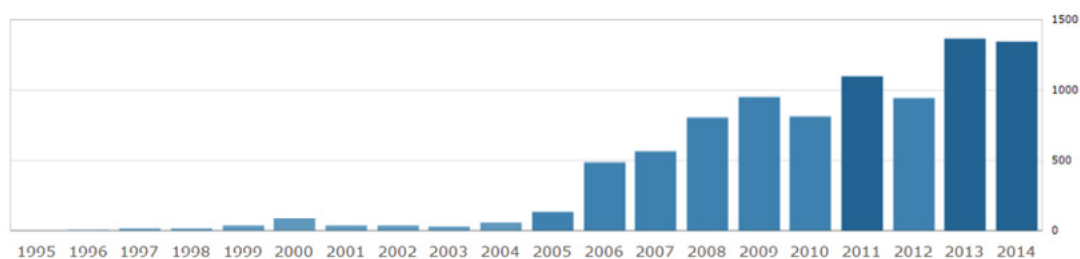
Gracias a las actividades de dichas instituciones se logró la promoción de políticas y normativas técnicas para el desarrollo de la calidad y en cumplimiento con la Organización Mundial del Comercio. Algunas de estas normativas son: (a) acuerdos con organizaciones internacionales de estandarización, (b) desarrollo de infraestructura, (c) asistencia técnica para el cumplimiento de las normativas y del sistema de gestión de calidad y (d) acuerdos comerciales con otros países, lo cual permite el reconocimiento mundial de la calidad en los productos de las empresas certificadas.

Ecuador es uno de los países que impulsa su sistema nacional de Calidad a través de distintas normativas como la Ley del Sistema Ecuatoriano de la Calidad aprobada en 2010 y cuyo objetivo principal es dar el marco jurídico del sistema ecuatoriano de la calidad para (a) regular los principios y políticas relacionadas con la conformidad de bienes y servicios, (b) garantizar los derechos de los ciudadanos a tener productos de calidad e (c) incentivar una cultura de calidad y mejorar la competitividad en la sociedad ecuatoriana. (Ley del sistema ecuatoriano de la calidad, 2010)

Cabe destacar que la demanda de certificaciones en Ecuador se ha concentrado en las siguientes: ISO 9001, ISO 14001 Medio Ambiente y la ISO 22000 de Inocuidad Alimentaria, las cuales son entregadas por el Servicio de Acreditación Ecuatoriano. La historia de la acreditación en el país empezó desde el 2006 concentrándose en los Sistemas de Gestión de Calidad para productos y personas. Existen actualmente 20 organismos de certificación como es el caso del INEN y Servicio Ecuatoriano de Capacitación Profesional (SECAP) que pertenecen al ámbito público y en el sector privado son: SGS, Icea Ecuador, Icontec, Bureau Veritas, Lenor Ecuador, entre otras. (Revista EKOS, 2015).

La **Figura 1** presenta la evolución del número de empresas certificadas en ISO 9001 en Ecuador desde 1995 hasta 2014.

Figura 1. Evolución de empresas con certificación ISO 9001 en Ecuador



Nota. Tomado de International Organization for Standardization (2015).

Como se indica en la **Figura 1**, el crecimiento ha sido escalonado y sostenido a diferencia de otros países como Perú y Chile que han presentado altibajos. En el año 2004, 57 empresas obtuvieron el certificado ISO 9001. Asimismo, el número de empresas certificadas en 207 fueron 559. En el año 2009, las empresas con certificado ISO 9001 siguieron aumentando y sumaron 949. Finalmente, en 2014 el

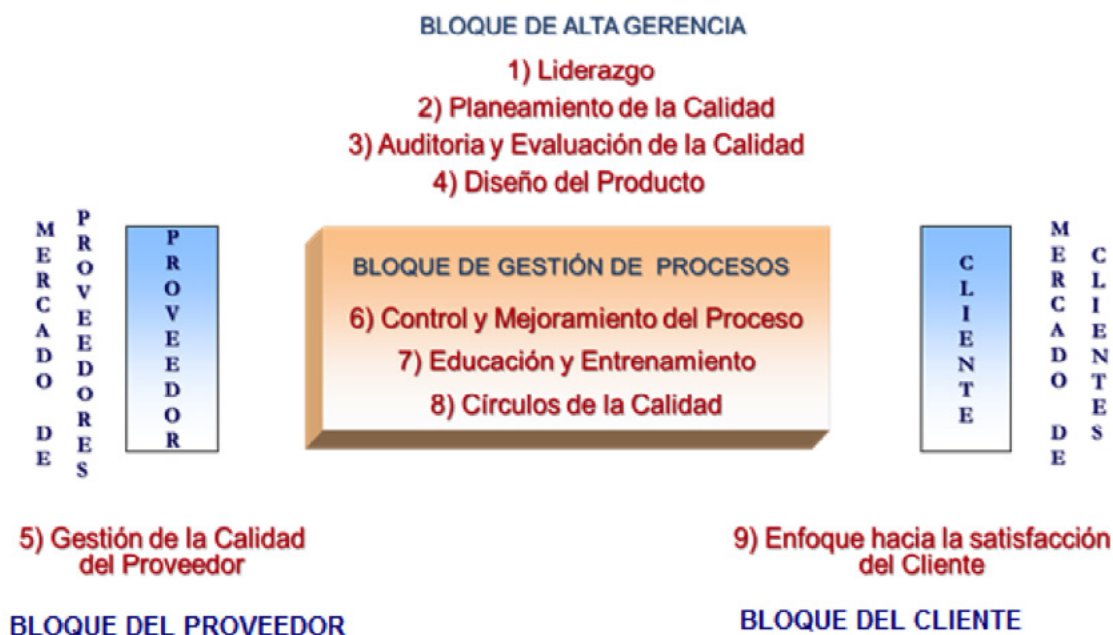
número incrementó de manera significativa a 1, 348 empresas certificadas con ISO 9001 (International Organization for Standardization, 2015).

4. Metodología

En la investigación se analiza el impacto de la certificación ISO 9001 en la TQM. Se compararan los nueve factores del TQM entre empresas certificadas y aquellas empresas que no poseen la certificación. Los factores de TQM analizados son los siguientes: (a) Liderazgo; (b) Planeamiento de la calidad; (c) Control y mejoramiento del proceso; (d) Auditoría y evaluación de la calidad; (e) Gestión de la calidad del proveedor; (f) Educación y entrenamiento; (g) Enfoque hacia la satisfacción del cliente; (h) Círculos de la calidad e (i) Diseño del producto, de acuerdo al instrumento detallado del modelo utilizado en 2013 en Colombia (Benzaquen & Convers, 2015).

En la **Figura 2** se muestran los factores agrupados en los cuatro bloques principales de la organización. En este estudio se quiere identificar si las empresas ecuatorianas con certificación ISO 9001 tienen diferencias significativas al medir los nueve factores del TQM comparado con aquellas que no están certificadas y también validar si existe un impacto positivo de una certificación ISO 9001 en el nivel de calidad de las empresas ecuatorianas considerados los principios de la norma ISO 9000:2005.

Figura 2. Modelo de Nueve Factores de TQM en la Empresa.



Nota. Tomado de Benzaquen y Convers (2015).

5. La población y muestra

Para realizar el estudio se consideró la base de datos de las empresas registradas en el Organismo de Acreditaciones Ecuatorianas (OAE) del año 2015, en donde las ventas registradas en el año están en el rango de 1.8 billones de dólares y un millón de dólares. Asimismo, las empresas están operativas en el mercado durante más de tres años. En la **tabla 1** se muestran las características de las 6012 empresas que conforman la población para este estudio.

Se administraron las encuestas a la población de 6012 empresas, de las cuales se recibió respuesta efectiva de 163 empresas (la muestra) en territorio ecuatoriano. Los criterios de selección incluyeron ubicación geográfica, periodo de establecimiento, tipo de empresa según sus operaciones productivas, número de personas empleadas, entre otras. Las empresas son de bienes y servicios, todas son sociedades con fines de lucro. La población no incluye empresas públicas ni oficiales. Cabe indicar que no hubo una definición de la población basada en su representatividad sino en la disponibilidad de los datos.

Tabla 1: Descripción de las empresas de la población considerada para el estudio

<i>Descripción de Población</i>	
<i>Total de empresas</i>	6012 (100%)
<i>Tamaño de empresa: (número de trabajadores)</i>	
Empresa grande (201 a más)	706 (11,76%)
Empresa mediana (51 - 200)	1522 (25,31%)
Empresa pequeña (11 - 50)	2672 (44,45%)
Microempresa (1 - 10)	1112 (18,49%)
<i>Tipo de empresa</i>	
Empresas de bienes	2087 (34,72%)
Empresas de servicios	3925 (65,28%)

La obtención del tamaño de la muestra se realizó en base a la población mencionada con un intervalo de confianza de 95% y un margen de error aproximado de 7.5%, lo que nos da un total de 163 empresas. La selección de la muestra se llevó a cabo usando un muestreo probabilístico aleatorio y para calcular el tamaño de la muestra se consideró la siguiente fórmula:

$$n = \frac{N \times (\alpha_c \times 0.5)^2}{1 + (e^2 \times (N-1))}$$

Donde:

n: Tamaño de la muestra;

N: Tamaño de la población (6,012 empresas);

α_c : Valor correspondiente a la distribución de Gauss (1.96 para un intervalo de confianza de 95%); y

e: Margen de error permitido (7.5%).

El cuestionario se realizó en el primer semestre del año 2016 y se obtuvieron 163 respuestas voluntarias que se pudieron utilizar en el estudio. De la muestra, el 26.38% posee certificación ISO 9001 (43 empresas), mientras que el 73.62% restante (120 empresas) no están certificadas. El 62% de la muestra esta contestada por la Alta Gerencia. El perfil del informante se describe en la Tabla 2.

Del total de empresas encuestadas (muestra), 112 son micro y pequeña empresas. Finalmente, son 78 las empresas con más de 16 años de funcionamiento en el mercado, de las cuales solo el 37.18% cuentan con ISO 9001.

Las empresas de servicios están conformadas por grupos distribuidos en logística, bienestar y seguridad siendo representados por 107 empresas (65.6% de la muestra). Las empresas que forman parte de logística incluyen el almacenamiento, transporte y comercial, que esto representa el 33.13% de la muestra. Las empresas de bienes están conformadas por grupos de manufactura, conversión y reparación siendo un total de 54 empresas que lo conforman (34.4% de la muestra). Las empresas de manufactura incluyen construcción, fabricación y ensamblaje, siendo 41 las empresas que lo conforman, lo que equivale al 25.15% de la muestra. De dicha muestra el 68.71% son micro y pequeñas empresas. Por otro lado, las empresas de servicios están conformadas por grupos distribuidos en Logística, bienestar y seguridad siendo representados por 107 empresas. Las empresas que forman parte de logística incluyen el almacenamiento, transporte y comercial, esto representa el 33.13% de la muestra.

5.1. Instrumento

El cuestionario final tiene 35 preguntas acerca de la implementación de la TQM en las empresas nacionales e internacionales que están constituidas en Ecuador (ver Apéndice A). Se analizó las preguntas del cuestionario calculando el Alfa de Cronbach para medir la confiabilidad asociada a la relación entre las preguntas y los factores evaluados. George y Mallery (2003) indicaron que el valor del Alfa de Cronbach: mayores de 0.8 son muy buenos y mayores de 0.7 son buenos. La **Tabla 3** muestra que, en este estudio, en todos los factores se obtuvo un valor mayor a 0.7, el cual es aceptable. Cabe señalar que el correlativo de las preguntas no guarda el orden consecutivo de los factores que se midieron.

Tabla 2: Descripción de empresas participantes en la muestra

<i>Descripción</i>	<i>Año 2016 Total</i>
<i>Total de empresas (Número de empresas)</i>	163 (100%)
Empresas de Manufactura: construcción, fabricación y ensamblaje	41 (25.15%)
Empresas de Conversión: extracción, transformación y reducción	9 (5.52%)
Empresas de Reparaciones: reconstrucción, renovación y restauración	4 (2.45%)
Empresas de Logística: almacenamiento, transporte, comercio	54 (33.13%)
Empresas de Seguridad: protección, financiamiento, defensa y orden	3 (1.84%)
Empresas de Bienestar: salud, educación y asesoría	50 (30.67%)

Otras	2 (1.23%)
Tamaño de empresa (por número de trabajadores)	
Empresa grande (201 a más)	20 (12.27%)
Empresa mediana (51-200)	31 (19.01%)
Empresa pequeña (11-50)	75 (46.01%)
Microempresa (1-10)	37 (22.70%)
Tiempo de Fundación:	
Más de 20 años	59 (36.20%)
16 a 20 años	19 (11.66%)
11 a 15 años	34 (20.86%)
6 a 10 años	35 (21.47%)
0 a 5 años	16 (9.81%)
Persona que contestó:	
Miembro de Directorio	10 (6.13%)
Presidente o Gerente General	91 (55.83%)
Gerente de Área o Jefe de Departamento	49 (30.06%)
Otro	13 (7.98%)

La escala TQM es una encuesta que utiliza la escala Likert, que consta de un conjunto de preguntas y está dividida en 9 factores: Liderazgo, Planeamiento de la Calidad, Auditoría y Evaluación de la Calidad, Diseño del Producto, Gestión de la Calidad del Proveedor, Control y Mejoramiento del Proceso, Educación y Entrenamiento, Círculos de la Calidad y Enfoque hacia la Satisfacción del Cliente. La escala Likert es una escala comúnmente utilizada en cuestionarios, la cual fue desarrollada por Rensis Likert. (Bertram, 2007).

Tabla 3: Resultados del Alpha de Cronbach

<i>Factor</i>	<i>Alpha de Cronbach</i>	<i>N°</i>
<i>Liderazgo</i>	<i>0,882</i>	<i>5</i>
<i>Planeamiento de la Calidad</i>	<i>0,849</i>	<i>3</i>
<i>Auditoría y Evaluación de la Calidad</i>	<i>0,728</i>	<i>3</i>
<i>Diseño del Producto</i>	<i>0,855</i>	<i>3</i>
<i>Gestión de la Calidad del Proveedor</i>	<i>0,773</i>	<i>4</i>
<i>Control y Mejoramiento del Proceso</i>	<i>0,806</i>	<i>5</i>
<i>Educación y Entrenamiento</i>	<i>0,846</i>	<i>4</i>
<i>Círculos de la Calidad</i>	<i>0,850</i>	<i>4</i>
<i>Enfoque hacia la Satisfacción del Cliente</i>	<i>0,826</i>	<i>4</i>

6. Análisis de los resultados

La **Figura 3** muestra el comparativo de los resultados obtenidos por factores de las empresas certificadas y no certificadas con ISO 9001. Las empresas certificadas obtienen mayor valor que las que no lo están en todos los factores.

Los resultados obtenidos en relación a los factores de la calidad total se detallan en el Apéndice B. Se halló que el promedio en todos los factores es 3,44 en las empresas sin ISO 9001 y 4,00 para las empresas con ISO 9001. Esto muestra un mejor promedio en aquellas que implementan de prácticas de calidad en las empresas en Ecuador, quizás influenciada por las exigencias de calidad en el mercado nacional e internacional e impulsada por una política de Estado orientada a mejorar la competitividad y productividad de las empresas a través de la regulación en la calidad, todo ello en el marco de la apertura económica iniciada en el país desde 1990.

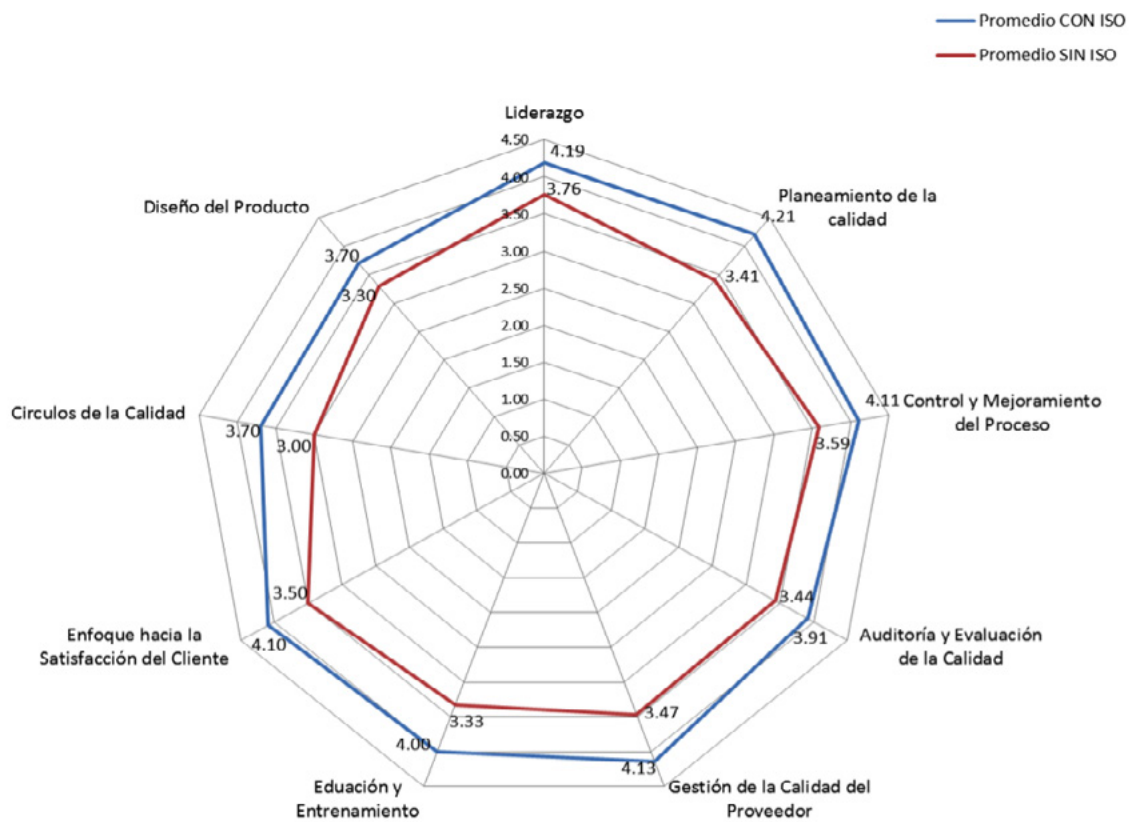
Se analizó la distribución de la muestra a fin de decidir el uso de pruebas paramétricas o no paramétricas para el estudio. Para ello se aplicó la prueba de Kolgorov-Smirnov, la cual determinó la no normalidad de la distribución muestral. Los resultados se muestran en el Apéndice C. Con la finalidad de cada uno de los factores en empresas certificadas con ISO 9001 respecto a las no certificadas y analizar si existen diferencias significativas en el desempeño en los nueve factores estudiados, se utilizó la prueba de U de Mann Whitney para muestras independientes, por las características de la distribución muestral, y para el total se usó la prueba T, por cumplir los criterios para su aplicación. En el Apéndice D se encuentran los resultados obtenidos, evidenciando si existe o no diferencias significativas en la TQM, en las empresas en Ecuador, en función a la implementación de la ISO. Se obtuvieron diferencias significativas estadísticamente entre empresas certificadas y empresas no certificadas con ISO 9001.

En cuanto al Bloque de Alta Gerencia tenemos cuatro factores. A través de la muestra observamos que el promedio general obtenido por el **factor Liderazgo (X_1)** ha sido el mayor de los nueve factores estudiados (3,88). La diferencia en los valores obtenidos entre empresas con ISO y empresas sin ISO es significativa diferente en todas las variables del factor; esto puede explicarse por la participación activa de los líderes de las organizaciones en la implementación de procesos de gestión calidad, motivando al personal, fomentando su colaboración en estos procesos y asignando los recursos para el logro de los objetivos empresariales. Este factor se relaciona con el principio de la Norma ISO 9000:2005, "Liderazgo", que indica el establecimiento de la unidad de propósito y la orientación de la organización desde los líderes. Este factor obtiene los valores más altos, lo cual indica la importancia de la alta gerencia dentro de una organización y la percepción de que busca el éxito a largo plazo.

En la muestra, respecto al **factor Planeamiento de Calidad (X_2)** las empresas con certificación ISO 9001 poseen un promedio superior y una diferencia significativa a las empresas sin la certificación en todas las variables del factor, el promedio es 4.21 y 3.41 respectivamente. Este resultado puede deberse a que la norma ISO 9001 exige el planeamiento de políticas, objetivos y planes de calidad en una organización, así como el involucramiento de todo el personal en los mismos, favoreciendo la percepción de los colaboradores acerca de la calidad en su organización. Este factor está relacionado con el principio de la calidad "Enfoque de Sistema para la Gestión" de la norma ISO 9000:2005, que recomienda identificar, entender y gestionar los procesos interrelacionados como un sistema, lo cual mejorará la eficacia y eficiencia de una organización en el logro de sus objetivos. Según la percepción de los encuestados de las empresas con certificación ISO, su organización tiene metas específicas y

detalladas en cuanto a calidad, además, presta atención al cumplimiento de las normas relacionadas a ella. En las empresas sin certificación la percepción de estas características dentro de la organización es menor, evidenciando la importancia de la implementación de la norma en el planeamiento de la calidad.

Figura 3. Comparación de factores en empresas con y sin certificación ISO 9001 en el 2016.



A través de la muestra observamos, en el **factor Auditoría y Evaluación de la Calidad (X_3)**, se obtuvo una calificación de 3.91 en las empresas con certificación ISO, en comparación a un 3.44 de las empresas sin esta certificación. Esta diferencia es significativa y puede deberse a que la auditoría y la evaluación regular de las políticas y planes de calidad son requerimientos de la certificación y se realizan constantemente, elevando la percepción de evaluación y auditoría en la organización. Este factor se relaciona con el principio de “Enfoque basado en hechos para la toma de decisiones” al establecer indicadores de calidad para la evaluación y auditoría.

En el **factor Diseño del Producto (X_4)**, el grupo de empresas con certificación ISO 9001 posee una diferencia significativa y promedio superior de 3.70 en comparación a las empresas no certificadas que tienen un promedio de 3.30, la norma ISO 9001 considera los requerimientos del cliente para el proceso de diseño y desarrollo del producto, proceso que requiere planeamiento para su éxito. Eso podría explicar la diferencia entre ambos grupos en relación al uso de un método para desarrollar el diseño del producto.

En el Bloque del Proveedor tenemos según la muestra, en el **factor Gestión y Calidad del Proveedor (X_5)**, existe en todas sus variables una diferencia significativa entre los valores obtenidos en este factor por empresas con ISO 9001 con respecto a las que no la tienen, siendo 4.13 y 3.47 respectivamente. Esto se puede explicar porque la norma recomienda establecer relaciones de cooperación a largo plazo entre la organización y los proveedores, gestionar el control de calidad en los productos suministrados por los proveedores (insumos o indirectos) y recoger información acerca de su desempeño en calidad. Este factor se relaciona con el principio "Relaciones mutuamente beneficiosas con el proveedor" de la norma ISO 9000:2005, que establece la interdependencia entre proveedores y organizaciones, fomentando relaciones beneficiosas para ambos lados. Asimismo, Ecuador forma parte de una economía globalizada que ha suscrito varios Tratados de Libre Comercio y existe una tendencia a conformar redes de valor, donde la relación con los proveedores adquiere mayor importancia. Las empresas certificadas con ISO 9001 son percibidas como mejores gestores de sus relaciones con los proveedores respecto a las que no lo están, aumentando de esta forma su competitividad y extendiendo o trascendiendo su sistema de gestión de la calidad hacia organizaciones externas. Esta percepción es beneficiosa, tanto dentro como de la organización como fuera de la misma.

En el Bloque de Gestión de Procesos, en el **factor Control y Mejoramiento del Proceso (X_6)** se observa, en la muestra, que las empresas con certificación ISO 9001 poseen una diferencia significativa en comparación a las empresas no certificadas. Este puntaje puede explicar porque la norma ISO 9001 promueve la adopción del enfoque de procesos en las empresas con el propósito de analizar los procesos internos y realizar cambios para conseguir mayor eficiencia y rentabilidad. Asimismo, se observa que en las empresas sin certificación ISO 9001, cuyo promedio es 3.59, es la segunda en importancia al igual que el promedio general de los nueve factores estudiados. La variable con la calificación más baja dentro del factor fue la relacionada al uso de las siete herramientas de control de calidad en ambos grupos; asimismo, en las empresas sin ISO 9001 obtuvo la calificación más baja de todas las variables analizadas en el estudio. Considerando que estas herramientas sirven para mejorar la eficiencia y la administración de costos de los procesos, y que en la norma ISO 9001 figura dentro de los requisitos de medición análisis y mejora, se explica un mejor resultado en las empresas que tienen una certificación ISO 9001. En relación a la variable sobre si el proceso operativo de la empresa satisface los requerimientos de plazo de entrega a los clientes, la diferencia entre las calificaciones de ambos grupos es marginal. Esto podría deberse a si bien la Norma ISO 9001 tiene un enfoque al cliente, hoy en día las empresas tienden a centrarse en el cliente y en satisfacer sus requerimientos independientemente si se cuenta con una certificación, puesto que es un aspecto fundamental en la gestión empresarial, al igual que en la variable X_{41} . Este factor se relaciona con el principio de "Enfoque basado en procesos" porque las actividades se administran como procesos para poder evaluarse y mejorarse.

En la muestra se observa que en el factor **Educación y Entrenamiento (X_7)**, la variable sobre si los empleados de la empresa se encuentran activamente involucrados en las actividades relacionadas con la calidad posee un promedio de 3.99 en empresas con certificación y 3.35 en empresas sin certificación. Esta diferencia también es significativamente diferente y podría evidenciarse debido a una mejor percepción de la participación, entrenamiento y capacitación en cuestiones de calidad de los trabajadores de empresas con certificación ISO 9001, en comparación a las no certificadas. Este factor se relaciona con el principio de "Participación del Personal" de la norma ISO 9000:2005 que recomienda el compromiso del personal, a todos los niveles, por ser esenciales dentro de la organización, lo que posibilita que sus habilidades se utilicen de manera beneficiosa.

En la muestra, el **factor Círculos de Calidad (X_9)** posee un promedio de 3.70 en empresas con certificación ISO 9001 y 3.00 sin certificación y tienen una diferencia significativa que podría estar influenciada por el hecho que la norma promueve los círculos de calidad en relación a la mejora continua del desempeño de la organización; sin embargo, el promedio obtenido por las empresas con ISO 9001 en este factor es el menor en todos los factores analizados, lo que hace suponer que las empresas ecuatorianas certificadas podrían no hacer uso constante o adecuado de ésta técnica. Este factor se relaciona con los principios de “Mejora Continua”, por la evaluación constante y búsqueda de soluciones para las dificultades encontradas; y “Participación del Personal” por la necesidad de incluir a varios integrantes de la organización para que se lleve a cabo esta técnica.

En el Bloque del Cliente, el **factor Enfoque hacia la Satisfacción del Cliente (X_9)**, según la muestra observada, obtiene un promedio de 4.10 para las empresas con certificación ISO y un valor de 3.50 en las empresas sin la certificación, tienen una diferencia significativa y puede deberse a que la norma tiene un enfoque al cliente y promueve la satisfacción de sus requerimientos (necesidades y expectativas). Se resalta la influencia de la certificación en el resultado, al ser un requerimiento de la norma evaluar la satisfacción de los clientes. Este factor se relaciona con el principio de “Enfoque al cliente” que resalta la importancia de satisfacer las necesidades actuales y futuras de los clientes, sus requisitos y el esfuerzo en exceder sus expectativas.

7. Conclusiones

La muestra de 163 empresas en este estudio tiene 66% de empresas de servicios, el 76% son micro y pequeñas empresas; por otro lado, el 62% es contestado por la Alta Gerencia.

En la evaluación del nivel de calidad en la muestra de las empresas ecuatorianas, en función a nueve factores de TQM estudiados, se encontraron diferencias significativas en todos los factores entre las empresas con certificación ISO 9001 y las que no cuentan con la certificación, siendo mayores en las primeras.

Los resultados confirman que las empresas con certificación ISO 9001 tienen mejor promedio en los nueve factores de TQM analizados en el estudio al ser comparadas con empresas no certificadas. Este resultado en la muestra resalta la importancia y los efectos positivos de la certificación en el nivel de calidad de las empresas ecuatorianas.

De los nueve factores, los de mayor promedio en las empresas con certificación fueron: Planeamiento de la calidad, Liderazgo y Gestión de la Calidad del Proveedor con un promedio de 4.21, 4.19 y 4.13 respectivamente.

Los principios de gestión de la calidad y los factores del instrumento están representados por los factores evaluados que consideran la satisfacción al cliente, los procesos y la mejora continua como parte esencial en su Sistema de Gestión de Calidad.

A través de la muestra se puede observar la relevancia del liderazgo para la implementación de la calidad total, tanto en empresas con ISO 9001 así como en las no certificadas, acentuando la necesidad de la capacitación de la alta gerencia en las empresas ecuatorianas en un marco de apertura económica, exigencia de los socios comerciales y competencia en el mercado global.

La implementación de las teorías de la calidad en las empresas ecuatorianas favorecerá el enfoque desde sus líderes para asegurar la competitividad y calidad en el mercado nacional e internacional, buscando el éxito a largo plazo y la sostenibilidad de la organización. El líder es percibido como responsable en la implementación de la gestión de la calidad que define la política, establece los objetivos y metas de calidad, asigna los recursos apropiados para el cumplimiento de los mismos y alienta la participación de sus colaboradores.

De acuerdo a la muestra, la mayoría de las empresas ecuatorianas se enfocan en la satisfacción de las necesidades de sus clientes en un promedio de 4.10 en las empresas con ISO. Este interés es mayor en las empresas con certificación ISO debido a las exigencias planteadas por la norma, que considera a las organizaciones como dependientes de sus clientes. El conocimiento de las necesidades está siendo implementado en los objetivos y procesos en las empresas.

Es necesaria la capacitación para el uso de Círculos de Calidad. La percepción de su correcta utilización tiene una tendencia a no hacerse en las empresas sin certificación y es la más baja en las empresas certificadas. De acuerdo a la muestra, las empresas ecuatorianas sin certificación, en la percepción de la educación y el entrenamiento recibido en aspectos de calidad muestra una tendencia a no hacerse. De la misma manera, se aconseja mejorar los aspectos relacionados al diseño del producto, considerando plenamente los requerimientos de los clientes en el mismo.

Se espera que los resultados de esta investigación sirvan de aliento para que las empresas ecuatorianas obtengan una certificación ISO 9001, debido al impacto favorable de ésta en la calidad de sus procesos y productos y, por lo tanto, en la satisfacción de sus clientes.

Por último, la metodología utilizada para el presente estudio puede ser replicarse en otros países latinoamericanos a fin de generar investigaciones que ilustren el panorama de la gestión de calidad en los países de la región y respaldan los resultados obtenidos en Perú y Colombia.

Bibliography

Benzaquen, J. & Convers, J. (2015). *El ISO 9001 y TQM en las empresas de Colombia. Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 9(3), 107-128.

Benzaquen, J. (2014). *La ISO 9001 y TQM en las empresas latinoamericanas: Perú. Globalización, Competitividad y Gobernabilidad*, 8(1), 67-89.

Bertram, D. (2013). *Likert Scale is the meaning of life. Yugoslavia: University of Belgrade. Recuperado de <http://poincare.matf.bg.ac.rs/~kristina/topic-dane-likert.pdf>*

Corporación Ecuatoriana de la Calidad Total. (2015). Premio nacional de calidad. Recuperado de <http://www.calidadtotal.org/index.php/premio-nacional-de-calidad>

- Crosby, P. (1979). *Quality is free: The Art of Making Quality Certain*, Nueva York, NY: McGraw-Hill.
- Cuatrecasas, L. (2012). *Organización de la producción y dirección de operaciones*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- D'Alessio, F. (2012). *Administración de las operaciones productivas: Un enfoque en procesos para la gerencia*. México D.F., México: Pearson.
- Dedy, A., Zakuan, N., Omain, S., Rabim, K., Ariff, M., Sulaiman Z., & Saman, M. (2016). *An Analysis of the Impact of Total Quality Management on Employee Performance with mediating role of Process Innovation*. *IOP Conference Series: Materials Science and Engineering*, 31(1), 1-9.
- Deming, W. E. (1986). *Out of the crisis*. Boston, MA: MIT Press.
- George, D; Mallery, P. (2003). *SPSS for Windows step by step: A simple guide and reference 11.0 update (4th ed.)*. Boston, MA: Allyn and Bacon.
- Gonzales, C., Gonzales, L., Juaneda, E., & Pelegrin, J. (2014). *La Calidad en la Organizaciones Turísticas*. Madrid, España: Paraninfo.
- Hauser, J. & Clausing, D. (1988). *The house of quality*. *Harvard Business Review*, 66(3), 63-73.
- International Organization for Standardization [ISO]. (2014). *Standards*. Recuperado de <http://www.iso.org/iso/home.html>
- International Organization for Standardization (2015). *The ISO Survey of Management System Standard Certifications*. Recuperado de <http://www.iso.org/iso/home/standards/certification/iso-survey.htm?certificate=ISO%2013485&countrycode=#standardpick>
- Ishikawa, Kaoru (1985). *What is Total Quality Control: The Japanese Way*. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Juran, J. (1969). *Managerial Breakthrough: A New Concept of the Manager's Job*. New York, NY: McGraw-Hill.
- Juran, J. (1990). *Juran y el liderazgo para la calidad*. Madrid, España: Díaz de Santos.
- Kaur, M., Singh, K., & Abuja, I.S. (2012). *An evaluation of the synergic implementation of TQM and TPM paradigms on business performance*. *International Journal of Productivity and Performance Management*, 62(1), 66-84.
- León, B. (2011). *El sistema ecuatoriano de la calidad*. *Derecho Ecuador*. Recuperado de <http://www.derechoecuador.com/articulos/detalle/archive/doctrinas/derechoconstitucional/2011/04/28/el-sistema-ecuatoriano-de-la-calidad>
- Ley del sistema ecuatoriano de la calidad. (2010). *Ley 76, Capítulo I*. Recuperado de <http://www.acreditacion.gob.ec/wp-content/uploads/2014/05/LSEC-3.pdf>
- Magd, H., Kadasab, N., & Curry, A. (2003). *ISO 9000 implementation: A study of manufacturing companies in Saudi Arabia*. *Managerial Auditing Journal*, 18(4), 313-322. doi: 10.1108/02686900310488258
- Martínez, A., & Martínez, M. (2008). *Sistemas de gestión de calidad y resultados empresariales: Una justificación desde la teoría institucional y de recursos y capacidades*. *Cuadernos de Economía y Dirección de la Empresa*, 34(1), 7-30.
- Martínez-Costa, M., Choi, T., Martínez, J., & Martínez-Lorente, A. (2009). *ISO 9000/1994, ISO 9001/2000 and TQM: The performance debate revisited*. *Journal of Operations Management*, 27, 495-511.
- Organización Internacional de Normalización (2008). *Norma Internacional ISO 9001. Sistemas de gestión de la calidad*. Génova, Suiza: ISO
- Organización Internacional de Normalización (2015). *Norma Internacional ISO 9001:2015. Sistemas de gestión de la calidad*. Génova, Suiza: ISO
- Pastor, A., Otero, M., Portela, J., Viguera, J., & Repeto, D. (2013). *Sistemas Integrados de Gestión*. Cádiz, España: Universidad de Cádiz.

Psomas, E. & Antony, J. (2015). *The effectiveness of the ISO 9001 quality management system and its influential critical factors in Greek manufacturing companies*. *International Journal of Production Research*. Recuperado de http://www.academia.edu/9550561/ISO_9000_Quality_Management_System_Effectiveness

Rampey, J. & Roberts H. (1992). *Perspectives in Total Quality*. *Proceeding of Total Quality Forum IV, Procter & Gamble, Cincinnati, Ohio, November*. Recuperado de <https://www.iso.org/obp/ui/#iso:std:iso:9001:ed-5:v1:es>

Revista EKOS. (2015). *Certificación: un pase a la excelencia, un objetivo empresarial*. *Ekos negocios*. Recuperado de <http://www.ekosnegocios.com/revista/pdfTemas/1259.pdf>

Servicio Ecuatoriano de Normalización. (2015). *La Industria Ecuatoriana obtiene más sellos de calidad INEN*. Recuperado de <http://www.normalizacion.gob.ec/la-industria-ecuatoriana-obtiene-mas-sellos-de-calidad-inen/>

Sitki, M.; Aslan, E. (2012). *The effect of the ISO 9001 quality management system on the performance of SMEs*. *International Journal of Quality & Reliability Management*, 29(7), 753-778

The W. Edwards Deming Institute. (2014). *The man: Overview*. Recuperado de <https://www.deming.org/theman/overview>

Vázquez, C., Martirena, H. & Trama, L. (2008). *Guía para la interpretación de la norma IRAM-ISO 9001:2008 en actividades de investigación, desarrollo e innovación*. Recuperado de: <http://www.mendoza-conicet.gob.ar/portal/upload/guia-iram-iso.pdf>

Yung, W. (1997). *The values of TQM in the revised ISO 9000 quality system*. *International Journal of Operations & Production Management*, 17(2), 221-230.

APÉNDICE A
Preguntas de los Factores de la Calidad

<i>Factores de la Calidad</i>	<i>Variables (preguntas)</i>
<i>Alta Gerencia – X₁</i>	La alta gerencia participa activamente en la Gestión de la Calidad en la empresa – X ₁₁
	La alta gerencia de la empresa alienta firmemente la participación de los empleados en la Gestión de la Calidad – X ₁₂
	La alta gerencia de la empresa se reúne de manera regular para discutir temas relacionados con la Gestión de la Calidad – X ₁₃
	La alta gerencia de la empresa proporciona los recursos apropiados para elevar el nivel de la calidad – X ₁₄
	La alta gerencia busca el éxito de la empresa a largo plazo – X ₁₅
<i>Planeamiento de la Calidad – X₂</i>	La empresa tiene metas específicas y detalladas en cuanto a la calidad – X ₂₁
	La empresa presta atención al cumplimiento y éxito de sus políticas y planes relacionados con la calidad – X ₂₂
	La empresa involucra a sus empleados para hacer las políticas y planes de calidad – X ₂₃
<i>Auditoría y Evaluación de la Calidad – X₃</i>	La empresa evalúa regularmente sus políticas y planes de la calidad – X ₃₁
	El <i>benchmarking</i> se utiliza ampliamente en la empresa – X ₃₂
	La empresa obtiene datos objetivos para la toma de decisiones – X ₃₃
<i>Diseño del Producto – X₄</i>	Los requerimientos de los clientes son plenamente considerados en el diseño del producto – X ₄₁
	La empresa invierte en el diseño del producto – X ₄₂
	La empresa tiene un método para desarrollar el diseño del producto – X ₄₃
<i>Gestión de la Calidad del Proveedor – X₅</i>	La empresa ha establecido relaciones de cooperación a largo plazo con sus proveedores – X ₅₁
	La empresa posee información detallada acerca del desempeño de los proveedores en cuanto a calidad – X ₅₂
	La calidad de los productos que los proveedores suministran a la empresa es adecuada – X ₅₃
	La empresa realiza auditorías o evaluaciones de sus proveedores – X ₅₄
<i>Control y Mejoramiento de Proceso – X₆</i>	El proceso operativo en la empresa satisface los requerimientos de plazo de entrega de los clientes – X ₆₁
	Las instalaciones y la disposición física del equipo operativo en la empresa funcionan apropiadamente – X ₆₂
	Los equipos operativos de la empresa reciben buen mantenimiento – X ₆₃
	La empresa utiliza las siete herramientas de Control de la Calidad para el control y mejoramiento del proceso (Diagrama de Flujo, Diagrama de Ishikawa o Causa - Efecto, Lista de Verificación, Diagrama de Pareto, Histograma, Gráficos de Control, Diagrama de Relaciones) – X ₆₄
	La empresa implementa el control de calidad con eficacia – X ₆₅

<i>Educación y Entrenamiento – X₇</i>	La mayoría de empleados de la empresa reciben educación y entrenamiento en cuanto a calidad – X ₇₁
	La mayoría de los empleados de la empresa son capaces de utilizar las herramientas para la gestión de la calidad – X ₇₂
	Los empleados de la empresa se encuentran activamente involucrados en las actividades relacionadas con la calidad – X ₇₃
	La conciencia de los trabajadores de la empresa hacia la calidad es fuerte – X ₇₄
<i>Círculos de Calidad – X₈</i>	La empresa está capacitada para realizar círculos de calidad – X ₈₁
	La mayoría de los empleados de la empresa realiza actividades de círculos de calidad – X ₈₂
	Se utilizan las herramientas adecuadas para realizar los círculos de calidad en la empresa – X ₈₃
	La empresa ha obtenido ahorros por los círculos de calidad – X ₈₄
<i>Enfoque hacia la satisfacción del cliente – X₉</i>	La empresa cuenta con medios para obtener información sobre los clientes – X ₉₁
	La empresa lleva a cabo una encuesta de satisfacción del cliente todos los años – X ₉₂
	El personal de todos los niveles de la empresa presta atención a la información sobre las quejas de los clientes – X ₉₃
	La empresa realiza una evaluación general de los requerimientos de los clientes – X ₉₄

APÉNDICE B
Valores promedios por factor

	<i>Empresas Encues- tadas (163)</i>	<i>Empresas con ISO (43)</i>	<i>Empresas sin ISO (120)</i>
Alta Gerencia - Liderazgo - X_1	3.88	4.19	3.76
X_{11}	3.9	4.2	3.7
X_{12}	3.9	4.2	3.8
X_{13}	3.6	3.9	3.5
X_{14}	3.7	4.2	3.6
X_{15}	4.3	4.4	4.3
Planeamiento de Calidad - X_2	3.63	4.22	3.42
X_{21}	3.9	4.4	3.7
X_{22}	3.5	4.1	3.3
X_{23}	3.5	4.1	3.3
Auditoría y evaluación de la calidad - X_3	3.57	3.91	3.44
X_{31}	3.6	4.0	3.5
X_{32}	3.3	3.6	3.2
X_{33}	3.8	4.1	3.7
Diseño del Producto - X_4	3.40	3.70	3.40
X_{41}	3.4	3.7	3.3
X_{42}	3.7	3.9	3.6
X_{43}	3.3	3.5	3.2
Gestión de la Calidad del Proveedor - X_5	3.65	4.13	3.48
X_{51}	3.9	4.1	3.8
X_{52}	4.1	4.2	4.0
X_{53}	3.5	4.2	3.3
X_{54}	3.1	4.0	2.8
Control y Mejoramiento del Proceso - X_6	3.73	4.11	3.59
X_{61}	4.0	4.1	3.9
X_{62}	4.1	4.3	4.0
X_{63}	4.0	4.3	3.9
X_{64}	2.9	3.7	2.7
X_{65}	3.7	4.1	3.5
Educación y Entrenamiento - X_7	3.52	3.99	3.35
X_{71}	3.4	4.0	3.2

X_{72}	3.4	4.0	3.2
X_{73}	3.6	4.0	3.5
X_{74}	3.6	4.0	3.5
Círculos de la Calidad – X_8	3.20	3.70	3.00
X_{81}	3.4	3.9	3.2
X_{82}	3.3	3.7	3.1
X_{83}	3.2	3.7	3.0
X_{84}	3.1	3.5	2.9
Enfoque hacia la Satisfacción del Cliente – X_9	3.60	4.10	3.50
X_{91}	3.7	4.0	3.5
X_{92}	3.7	4.0	3.6
X_{93}	3.4	4.3	3.1
X_{94}	3.7	4.1	3.6
Valor Promedio (Y)	3.59	4.00	3.44

Nota. Los Valores del 1 al 5 significan:

- 1- Totalmente en desacuerdo;
- 2- En desacuerdo;
- 3- Neutral;
- 4- De acuerdo; y
- 5- Totalmente de acuerdo.

APÉNDICE C
Resumen de la prueba de normalidad de Kolmogorov Smirnov en la muestra

<i>N°</i>	<i>Hipótesis Nula</i>	<i>Sig.</i>
1	La distribución de Liderazgo no es normal con la media 2,349 y la desviación estándar 2,00.	,000 ¹
2	La distribución de Planeamiento de la Calidad no es normal con la media 2,198 y la desviación estándar 1,90.	,000 ¹
3	La distribución de Control y Mejoramiento del Proceso no es normal con la media 2,262 y la desviación estándar 1,90.	,000 ¹
4	La distribución de Auditoría y Evaluación de la Calidad no es normal con la media 2,161 y la desviación estándar 1,85.	,000 ¹
5	La distribución de Gestión de la Calidad del Proveedor no es normal con la media 2,214 y la desviación estándar 1,89.	,000 ¹
6	La distribución de Educación y Entrenamiento no es normal con la media 2,131 y la desviación estándar de 1,84.	,000 ¹
7	La distribución de Enfoque hacia la Satisfacción del Cliente no es normal con la media 2,208 y la desviación estándar 1,90.	,000 ¹
8	La distribución de Círculos de Calidad no es normal con la media 1,948 y la desviación estándar 1,71.	,000 ¹
9	La distribución de Diseño del Producto no es normal con la media 2,089 y la desviación estándar 1,84.	,000 ¹
10	La distribución de Total es normal	,200 ¹

Nota. Se muestran significaciones asintóticas. El nivel de significancia es 0.05.

¹ Corrección de significación de Lilliefors.

APÉNDICE D

Resumen de la prueba U de Mann-Whitney para heterogeneidad muestras independientes

	<i>p</i> Sig. asintótica (bilateral)
<i>Alta Gerencia - Liderazgo - X₁</i>	,000
<i>Planeamiento de Calidad - X₂</i>	,000
<i>Auditoría y evaluación de la calidad - X₃</i>	,001
<i>Diseño del Producto - X₄</i>	,005
<i>Gestión de la Calidad del Proveedor - X₅</i>	,000
<i>Control y Mejoramiento del Proceso - X₆</i>	,000
<i>Educación y Entrenamiento - X₇</i>	,000
<i>Círculos de la Calidad - X₈</i>	,000
<i>Enfoque hacia la Satisfacción del Cliente - X₉</i>	,000

Nota. * $p < 0.05$ = diferencia significativa en la calificación a un nivel de error de 0.05%

* $p > 0.05$ = no existen diferencias significativas