

INCORPORACIÓN DE LA PERSPECTIVA DE GÉNERO EN LA INFORMACIÓN NO FINANCIERA: UNA CUESTIÓN PENDIENTE

Ainhoa Saitua

*Dpto. Economía Financiera I. Escuela Universitaria de Relaciones Laborales
Universidad del País Vasco*

RESUMEN:

En las últimas décadas se ha evidenciado la insuficiencia de la información financiera para valorar la capacidad de las entidades a la hora de crear valor a largo plazo, poniéndose de manifiesto la necesidad de incorporar información no financiera narrativa que la complemente. Una vez revisadas las principales teorías utilizadas para explicar el nivel de divulgación de las empresas y presentados algunos modelos que buscan la mejora de la información que se divulga, este artículo señala la laguna que existe en el cumplimiento del espíritu de las leyes y recomendaciones en términos de igualdad de género. Para ello, muestra ejemplos recientes del lenguaje que utiliza el modo masculino plural como genérico, habitual en la divulgación de información no financiera por parte de las empresas. Creemos que los organismos reguladores deberían redactar las normativas respetando las recomendaciones para incorporar la perspectiva de género en el lenguaje, y que las empresas deberían utilizar también un lenguaje no sexista, específicamente en la información sobre el capital humano, como una acción de RSC relativa a la mejora de la transparencia para dar mejor respuesta a las necesidades de los diferentes grupos de interés o *stakeholders* de una entidad y salvaguardar así mejor su legitimidad y reputación.

PALABRAS CLAVE: Información no financiera; Capital humano; Perspectiva de género; Responsabilidad Social Corporativa; Legitimidad.

ABSTRACT

In recent decades we have seen the inadequacy of financial information to assess the ability of entities in creating long-term value, which shows the need to incorporate non-financial narrative information. This article reviews the main theories used to explain the level of disclosure of business and presents some models that seek to improve the information it is reported. After that, it points out the gap that exists in fulfilling the spirit of the laws and recommendations in terms of gender equality. To this end, the paper shows recent examples of androcentric language that uses the masculine plural as generic way, which is common in reporting non-financial information by companies. We believe that regulators should draft regulations respecting the recommendations for mainstreaming gender in the language, and secondly, that companies should also use non-sexist language, specifically on the information on capital human, as a CSR action on improving transparency to better respond to the needs of the various stakeholders of the entity and to better safeguard its legitimacy and reputation.

KEY WORDS: Non financial information; Human capital; Gender perspective; Corporate Social Responsibility; Legitimacy.

1. INTRODUCCIÓN

El sistema contable tradicional ha sido criticado porque el uso casi exclusivo de datos financieros no permite valorar adecuadamente la actividad, el valor y la eficiencia de la organización (Gallardo, 2015). Los estados contables se refieren a magnitudes económicas con el objetivo de suministrar información sobre la riqueza y renta generada por la entidad, pero existen otros aspectos relevantes que también afectan a la unidad económica que no son objeto de expresión o representación contable, como por ejemplo, la capacidad de su equipo humano, la eficacia de su organización, las posibilidades de desarrollo futuro, etc. (Moneva, 1993; Sanz, 1994; Suján y Abeysekera, 2007).

Tradicionalmente, se ha prestado mayor atención al uso que pueden hacer de la información contable las personas y entidades tanto accionistas como acreedoras, pero las empresas deben ser conscientes, además, de los impactos positivos y negativos que producen en la sociedad en la que actúan, de modo que la información que divulgan también debe tenerlo en cuenta (Camúñez et al., 2003). Así, también se critica que la contabilidad tradicional no cubre los intereses de todos los grupos de interés (sobre la capacidad de creación de valor de modo sostenible, etc.), de modo que necesita ser revisado (Díez et al., 2010).

Como parte de la solución se asume la necesidad de divulgar información de tipo narrativo, ya sea para explicar determinados aspectos reflejados en los estados financieros principales, y para ofrecer información sobre nuevos aspectos que no se recogen en ellos, como para explicar otro tipo de factores que han afectado o pueden afectar al desarrollo del negocio. Todo ello, unido al movimiento hacia el desarrollo sostenible en las últimas décadas, ha resultado en un aumento de la presión de los diferentes grupos de interés para divulgar información, además de los temas económicos, sobre aspectos medioambientales, sociales y de gobierno corporativo, de forma que la mayor parte de las grandes empresas a nivel mundial ya lo hacen. En todo caso, la comunicación de las dimensiones sociales y medioambientales de la empresa desempeña un papel clave en el desarrollo sostenible de las organizaciones por lo que debería ser investigada más profundamente (Bonsón y Bednárová, 2015).

Los esfuerzos para mejorar la información financiera han logrado mejoras en áreas como son el propio proceso de preparación de los informes financieros, o la auditoría de los informes financieros, y además la conservación del medioambiente, la salud y la seguridad de las personas empleadas y de las consumidoras, la ética en los negocios y el gobierno corporativo, éstas últimas como áreas de la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), pero a pesar de ello todavía queda mucho por hacer para satisfacer las necesidades de quienes invierten y otros *stakeholders* o grupos de interés (Hooks et al., 2002; Moore, 2006; ASB of the FRC, 2007). La puesta en práctica de las posibles soluciones se encuentra, en general, con el problema de determinar hasta dónde debe llegar la obligación de informar (el debate entre información obligatoria o voluntaria), y cómo elaborar una norma o recomendación que logre que las empresas divulguen la información que es realmente relevante para las personas y entidades usuarias (Wyatt y Frick, 2010), teniendo en cuenta además que uno de los problemas de la divulgación no financiera en Europa es la falta de coordinación y homogeneidad de las normativas y su aplicación (Reverte, 2015).

Por otra parte, hay que tener en cuenta que el lenguaje no es una creación arbitraria de la mente humana, sino un producto social e histórico que influye en nuestra percepción de la realidad. Resulta que al transmitir socialmente al ser humano las experiencias acumuladas de generaciones anteriores, el lenguaje condiciona nuestro pensamiento y determina nuestra visión del mundo. El problema reside en que hoy en día los mensajes que el lenguaje sigue transmitiendo sobre las mujeres refuerzan su papel tradicional y dan una imagen relacionada con el sexo y no con sus capacidades y aptitudes, intrínsecas a todos los seres humanos. Pese a esta dimensión conservadora y su carga tradicional, el lenguaje por su estrecha relación dialéctica con el pensamiento, puede cambiar gracias a la acción educativa y cultural, e influir positivamente en el comportamiento humano y nuestra percepción de la realidad (UNESCO, 1996). En todo caso, muchas normas del trabajo que aún siguen vigentes fueron

formuladas cuando aún no existía interés por emplear un lenguaje neutral desde el punto de vista del género, esto es, una terminología según la cual no se dé por sentado que la clásica persona trabajadora es un hombre (OIT, 2008) y esto ocurre igualmente con la legislación mercantil y contable.

Con estos antecedentes, el objetivo de este artículo consiste en señalar la laguna que existe en el cumplimiento del espíritu de las leyes españolas y recomendaciones en términos de igualdad de género, tanto por la propia legislación mercantil y contable, como por parte de las empresas, en concreto, en la divulgación de su información relativa al capital humano. Para ello, muestra ejemplos recientes del lenguaje androcéntrico que utiliza el modo masculino plural como genérico, tanto en la legislación como en el informe de una empresa española de gran visibilidad mundial, Banco Santander (2013), ejemplo que coincide con la práctica habitual en la divulgación de información no financiera por parte de las empresas. Tras esta introducción, en el apartado dos se presentan algunos modelos elaborados por distintos organismos en busca de la mejora de la información no financiera. El apartado tres recoge las principales teorías utilizadas para explicar el nivel de divulgación de las empresas como la teoría de la agencia, la de los stakeholders y la de legitimidad, tal como han sido aplicadas a la divulgación sobre capital humano. El cuarto revisa algunas normativas sobre igualdad de género y muestra ejemplos de su incumplimiento tanto por parte de la legislación española como por parte de una empresa líder en su sector, incorporando la propuesta que correspondería según se desprende de las guías elaboradas al respecto. El último apartado recoge las conclusiones y reflexiones finales.

2. REVISIÓN DE PROPUESTAS PARA LA MEJORA DE LA INFORMACIÓN NO FINANCIERA NARRATIVA

Normalmente se denomina información *financiera* a la contenida en los estados financieros, y *no financiera* a la contenida en documentos que no formen parte de los estados financieros, como sería el Informe de Gestión. También tiende a identificarse la información financiera con indicadores de tipo *cuantitativo* (que, por ejemplo, en lo relativo al personal se trataría del número de personas empleadas, la distribución en categorías de formación, la retribución al personal de la alta dirección, etc.), mientras que la información *cualitativa* (motivación, políticas de incentivación, etc.) se reservaría a documentos no financieros. Esta dicotomía, sin embargo, no es correcta porque en la Memoria de la Cuentas Anuales también se incluye información cualitativa (Martínez y Burgos, 2010). Del mismo modo, el Informe de Gestión que acompaña a las cuentas anuales se compone tanto de información financiera (relativa al reconocimiento y valoración de elementos patrimoniales) como no financiera (otro tipo de información), si bien en su mayoría, en formato narrativo.

Por otra parte, el término de información *voluntaria* es empleado para describir la revelación de cualquier dato que la empresa no está obligada a emitir por la normativa o la regulación contable (Holland, 1997). De este modo, la información voluntaria está integrada por la información no oficial que acompaña a las cuentas anuales, pero también por toda aquella emitida a través de canales como Internet, reuniones con analistas o prensa financiera, en los que se transmite información de carácter no obligatorio (García y Sánchez, 2006).

En todo caso, la información no financiera es cada vez más relevante para la toma de decisiones. Por una parte, las empresas están obligadas a satisfacer la demanda de información de sus grupos de interés a efectos de construir una buena reputación corporativa. Por otra, diferentes regulaciones a nivel nacional y europeo incluyen ya la obligatoriedad de revelar determinada información fundamentalmente en materia ambiental y laboral. Sin embargo, quedan abiertas cuestiones relativas a la relevancia que la información ambiental y laboral tiene para los diferentes stakeholders, la ausencia de un marco normativo de aplicación obligatoria o la voluntariedad de verificación, que es esencial para otorgar credibilidad a la información proporcionada, lo que suscita una reflexión sobre la necesidad de una regulación específica sobre la información a proporcionar (González, 2015).

2.1. Modelos propuestos por organismos no reguladores

No se puede crear valor a largo plazo si se perjudica a las personas o entidades clientas, las personas empleadas u otras, y por eso las empresas tienen que medir cuáles son los costes y beneficios reales de dedicar esfuerzos a satisfacer las necesidades de sus grupos de interés, pues no hacerlo es irresponsable (Messner, 2006). Pero la credibilidad de las revelaciones de las empresas se ve mejorada por las intervenciones de la auditoría, los organismos reguladores y el resto de entidades intermediarias de los mercados financieros (Healy y Palepu, 2000). Así, la responsabilidad de ampliar el marco existente no recae únicamente sobre las empresas, sino también en el resto de agentes que tienen que ver con el proceso de información, toda vez que se ha hecho relativamente poco para dirigir sistemáticamente las necesidades o los procesos para ofrecer la información que el mercado quiere conocer (Chambers 2003). En el cuadro 1 presentamos algunas de las propuestas de modelo que se han dado a conocer en los últimos 20 años por distintos tipos de organismos no reguladores, todas encaminadas a buscar las vías de mejora en la información narrativa que divulgan las empresas.

Cuadro 1: Siete modelos para la mejora de la información no financiera

Iniciativa	Explicación
El "Informe Jenkins" (AICPA, 1994)	La publicación del informe del Comité Especial para la Información Financiera, " <i>Improving Business Reporting: A customer focus. Meeting the information needs of investors and creditors</i> " supuso un punto de inflexión en la descripción de la información que las empresas deberían divulgar. El comité se nombró por el Consejo de dirección del AICPA tras una crisis de la profesión de varios años en la que varios documentos de distintos organismos reconocían la pérdida de significatividad de los informes financieros, debido principalmente a que no estaban orientados a futuro y que no ofrecían información de valor para la toma de decisiones.
El "Value Reporting Framework" (Eccles et al., 2001)	El modelo para la transparencia de PriceWaterhouse Coopers, que se explica en el libro " <i>The ValueReporting Revolution: Moving Beyond the Earnings Game</i> " aboga por preparar la segunda revolución tras la primera que consistió en la medición del rendimiento.
Los "Diez Principios" (Hermes, 2002)	En una línea de doble participación de las empresas como divulgadoras y también como partícipes comprometidas en la mejora del proceso de divulgación, esta empresa de gestión de pensiones del Reino Unido Hermes elabora su propia propuesta.
Guía para la "Revisión de las Operaciones y de la Posición Financiera" (Group100, 2003)	Esta asociación de personas ejecutivas en el área financiera de empresas australianas entiende que la preparación y presentación de un "Review of Operations and Financial Condition" que sea consistente con los requisitos de su guía constituye una parte integrante de buen gobierno corporativo y de la divulgación de información financiera de alta calidad.
Propuesta de Marco (EBRC, 2005)	Años después de haber analizado las necesidades de las personas y entidades usuarias (AICPA, 1994), se observa que las responsabilidades relacionadas con la información son cada vez mayores para las personas que trabajan en funciones contables y financieras en sus empresas. En respuesta a esta ampliación del rol del profesional contable, el AICPA aprobó en diciembre de 2002 un nuevo comité para explorar cómo mejorar la difusión y contenido de la información relacionada con los negocios. El comité trabajó durante dos años con la misión de establecer una colaboración con grupos de personas y entidades inversoras, acreedoras y analistas, organismos reguladores y emisores de normas, empresas, firmas de auditoría y otros stakeholders para la mejora de la calidad y transparencia de la información utilizada en la toma de decisiones.
Los "Siete Magníficos" (Holland, 2006)	La investigación publicada por el Institute of Chartered Accountants de Escocia busca comprender cómo gestionan las grandes empresas del Reino Unido sus comunicaciones financieras con analistas, personas y entidades gestoras de fondos y mercados de capital más amplios, y cómo su experiencia de aprendizaje modifica su comportamiento a este respecto.
El "Valiente nuevo mundo de la información financiera" (DiPiazza et al., 2006)	En noviembre de 2006 los directores y directoras ejecutivos de las grandes firmas de auditoría (PricewaterhouseCoopers, Grant Thornton International, Deloitte, KPMG International, BDO International y Ernst & Young) publicaron un informe para explicar su visión sobre las perspectivas de su actividad de auditoría en el plano internacional actual, titulado "Global Capital Markets and the Global Economy: A Vision From the CEOs of the International Audit Networks".

Fuente: Elaboración propia

Sintetizando las propuestas de estos siete modelos, podemos considerar una compañía como una “empresa conjunta” entre quienes la gestionan (la dirección) y quienes la poseen (accionistas). En este contexto, la divulgación de información es un “proceso continuo” en el que, entre otros, es necesario corregir la desinformación, para asegurar una comprensión lo más completa posible de la empresa por el mercado (Hermes, 2002).

Además de cumplir con las presiones de los reguladores, es esencial aumentar la claridad y amplitud de la información a accionistas y otros *stakeholders* para mejorar la posición competitiva de la empresa. Las expectativas de las personas y entidades inversoras tienen que ver con los retornos financieros, la estrategia, así como con otras responsabilidades de los negocios. Para que quienes invierten y el mercado puedan valorar adecuadamente una empresa, deben comprender los factores clave (portadores de valor) que ha identificado, los objetivos que ha establecido, las acciones desarrolladas, y los resultados obtenidos (Eccles et al., 2001). Las inversiones en empresas de interés público tienen mayor probabilidad de éxito si las personas y entidades inversoras comunican expectativas razonables de manera adecuada y las empresas entienden mejor lo que se les está pidiendo. Si la empresa no se comunica bien, puede que no obtenga el crédito adecuado de sus accionistas aun cuando el negocio tenga éxito. Sin la consideración de los portadores del valor, la empresa queda atrapada en el “Juego de los resultados” que se desarrolla en la prensa por las personas y entidades analistas desde el punto de vista de la venta, cuya atención se centra en el rendimiento a corto de plazo y los resultados publicados de las compañías. Las empresas manipulan expectativas, el mercado castiga las sorpresas negativas, y la dirección malgasta demasiado esfuerzo y tiempo en gestionar su relación con las personas y entidades analistas (Hermes 2002).

A fin de avanzar en un modelo de transparencia hay que basarse en tres ejes: un conjunto global de principios y normas, normas específicas de cada sector para valorar y divulgar el rendimiento, y el punto de vista específico de cada empresa centrándose en información sobre la estrategia, los planes, las prácticas de gestión del riesgo, el gobierno corporativo e indicadores únicos para cada empresa (Eccles et al., 2001).

La definición de principios relacionados con las expectativas de quienes invierten ayudará a establecer un marco que facilite la creación de una plataforma constructiva de comunicación y diálogo. Según el principio referido a la *Comunicación* de “las empresas deberían buscar un diálogo honesto, abierto y continuo con la propiedad. Deberían comunicar claramente los planes que persiguen, así como las posibles consecuencias financieras y de otro tipo que pueden acarrear dichos planes. Lo ideal sería que los objetivos, planes así como su marcha se discutieran en las cuentas e informe anual” (Hermes, 2002).

Las empresas deberían reconocer su necesidad de ganar un “acuerdo” con las “fuerzas de mercado” a través de un diálogo de calidad continuado, esto es, acordar sus prácticas de comunicación junto con sus entidades gestoras de fondos principales y analistas más influyentes a lo largo del tiempo. Está claro que la experiencia de aprendizaje modifica su comportamiento a este respecto (Holland, 2006). La clave de la determinación de cómo pueden mejorar las empresas su divulgación está en el consorcio de empresas, de consultoría y otras partes interesadas, dirigidas por las empresas y en base sectorial (Eccles et al., 2001). Por una parte, las personas y entidades gestoras de fondos y analistas juegan un papel crítico en la intermediación de la información específica de la empresa hacia los precios de las acciones, la volatilidad, la liquidez o el coste de capital, de modo que se produce un feedback inmediato que se produce en los mercados de capital (Holland, 2006). Además, la red de firmas de auditoría puede ayudar a dicha conversación, incluso a iniciarla. El proceso debería ser de abajo a arriba y no de arriba a abajo (Di Piazza et al., 2006).

Además, las empresas pueden jugar un doble papel. En primer lugar, son divulgadoras de información y deberían trabajar en la mejora de dicha información, pero además en tanto que usuarias y “participantes” del proceso, también pueden implicarse en el desarrollo y mantenimiento del modelo,

tanto en la identificación de las necesidades de información como de las vías para ofrecerla de la forma más adecuada posible (AICPA, 1994). En Australia, el gobierno de la nación considera que el compromiso de la industria es vital para complementar las reformas propuestas (Group100, 2003). En este sentido, las responsabilidades relacionadas con la información son cada vez mayores para las personas que trabajan en funciones contables y financieras en sus empresas (EBRC, 2005). El éxito en la mejora de la comunicación financiera depende de la iniciativa que tome la gerencia (Eccles et al., 2001).

A nivel mundial, los grandes cambios que se prevé vendrán en el futuro se refieren esencialmente a cuatro ámbitos: periodicidad más frecuente gracias a Internet; presentación de contenidos más “a gusto de la clientela” gracias a Internet; contenidos más relevantes como respuesta a las personas y entidades usuarias sobre intangibles que conducen el rendimiento del negocio (satisfacción de clientela, personal ...) y de carácter prospectivo; aseguramiento de la información en la que se auditen los procesos de generación de la información (Di Piazza et al., 2006).

2.2. La directiva europea de información no financiera y el nuevo modelo de información integrada

En los últimos años, la preocupación por la mejora de la divulgación de información narrativa ha aumentado también en Europa, dando lugar a que en 2014 se aprobara la Directiva 2014/95 (UE, 2014) sobre divulgación de información social y medioambiental, que deberá ser traspuesta a la legislación de los Estados Miembros en el plazo de 2 años y aplicada en los ejercicios iniciados a partir del 1 de enero de 2017. Una vez aplicada, las empresas de más de 500 personas empleadas (que se calcula serán 6.000 compañías, de las cuales 600 o 700 serán españolas) deberán incluir en el Informe de Gestión, un *Estado No Financiero* que contenga información sobre las políticas, los resultados de dichas políticas y los riesgos asumidos en cuestiones relativas al medioambiente, el personal, los derechos humanos y la lucha contra la corrupción y el soborno. Entre los aspectos relacionados con la dimensión social se encuentran, entre otros, las medidas adoptadas para garantizar la igualdad de género (cuadro 2). A su vez, los aspectos relativos al gobierno corporativo incluyen la política de diversidad aplicada en relación con los órganos de administración, dirección y supervisión de la empresa por lo que respecta a cuestiones como por ejemplo, la formación y experiencia profesionales, la edad o el género.

Cuadro 2: Algunos aspectos de la dimensión social y de gobierno corporativo sobre los que exige informar la Directiva 2014/95

Aspectos de la dimensión social	Políticas que aplica	Resultados de esas políticas	Principales riesgos	Indicadores clave de resultados no financieros
Medidas adoptadas para garantizar la igualdad de género				
Aplicación de convenios fundamentales de la OIT				
Respeto de las personas trabajadoras a ser informadas y consultadas				
Aspectos de gobierno corporativo				
Política de diversidad aplicada en relación con los órganos de administración, dirección y supervisión de la empresa				

Fuente: Elaboración propia a partir de UE (2014)

En principio, esta directiva supone un reforzamiento sustancial del contenido del Informe de Gestión y una oportunidad para la mejora de la transparencia empresarial en el ámbito del reporting no

financiero pero está por ver cuál será su aplicación práctica, ya que en el pasado el Informe de Gestión, en la práctica, no ha cumplido con las expectativas que suscitaba (ICAC, 2002). El efecto final de la nueva directiva y su grado de calado entre las personas y entidades inversoras dependerá tanto de que las empresas perciban que es un elemento indispensable para el mercado y sus distintos grupos de interés confíen en ellas, como de que los respectivos estados miembros creen un clima favorable y proclive a la divulgación de este tipo de información (Reverte, 2015).

En relación con la forma de elaborar la información social, la propia Directiva 2014/95 se compromete a que la Comisión preparará unas directrices no vinculantes sobre la metodología aplicable a la presentación de información no financiera, que incluyan indicadores clave de resultados no financieros, de carácter general y sectorial, con el fin de facilitar la divulgación pertinente, útil y comparable de información no financiera por parte de las empresas. En todo caso, el Informe que sirve de moción para la resolución del Parlamento (UE, 2013) llama a la Comisión Europea a que apoye el objetivo del IIRC (*International Integrated Information Council* - Consejo para la Información Integrada Internacional), cuyo trabajo podría tomarse como referente.

El IIRC es una coalición global de organismos reguladores y normalizadores, entidades inversoras, empresas, la profesión contable y ONGs, que comparten la visión de que la comunicación sobre la creación de valor debería ser el siguiente paso en la evolución de la información corporativa. A partir de la publicación de un primer documento de discusión en septiembre de 2011 y el trabajo mediante reuniones regionales, además de un proyecto piloto aplicado por un grupo de empresas y el desarrollo de otros materiales relacionados preparados por grupos técnicos de colaboración, esta coalición ha desarrollado un “Marco para la Información Integrada <IR> Internacional” (en adelante, el Marco) publicado en diciembre de 2013 (IIRC, 2013), con el objetivo de satisfacer la necesidad detectada y de ofrecer una base fundada para el futuro.

Esta iniciativa *Integrated Reporting* pretende crear un marco de información para satisfacer las necesidades de un mundo más sostenible que incluya, aspectos sociales junto con la información financiera, ambiental, y de gobierno corporativo (Saitua, Albizu y Andicoechea, 2014). Como principios de los informes integrados se especifica que la información debería ser: relevante, interconectada, homogénea, comparable, manejable, equilibrada, estratégica a corto plazo, medio y largo plazo, y verificable (IIRC, 2013). Si bien la información integrada no es la panacea para crear una sociedad sostenible, sí que constituye una práctica empresarial importante que puede contribuir a dicho objetivo (Reverte, 2015). En Sudáfrica, después de la implementación obligatoria del informe integrado (IR), Lee y Yeo (2015) encuentran una asociación positiva entre las divulgaciones del IR y la valoración de la empresa para una muestra de cotizadas, lo que sugiere que los beneficios del IR superan los costes, y que este informe integrado ayuda a reducir las asimetrías de información en los mercados.

Por lo tanto, sólo queda esperar que, tanto el trabajo de los organismos reguladores como el de otro tipo de agrupaciones, dé sus frutos en la definición de las vías que mejoren la satisfacción de las personas y entidades usuarias, de manera que las empresas en general y las cotizadas, en particular, integren esta filosofía de comunicación en su estrategia corporativa y atiendan a las sugerencias propuestas, logrando efectivamente una mejora en sus prácticas de divulgación.

3. TEORÍAS EXPLICATIVAS DEL NIVEL DE DIVULGACIÓN SOBRE CAPITAL HUMANO

Al llevar a cabo la actividad económica, las empresas deben elegir los factores de producción que satisfagan sus necesidades de la manera más óptima, en relación con la eficacia del servicio que prestan y el coste que suponen. En el ámbito de la gestión estratégica de la empresa, a la hora de realizar un análisis interno, dentro de la *Teoría de los Recursos y las Capacidades*, Grant (2004) distingue los recursos tangibles (físicos y financieros), los intangibles, y los humanos (cualificación,

entrenamiento y experiencia; adaptación; habilidades sociales y de colaboración, y compromiso y lealtad de los empleados), de modo que la cuestión de elegir los factores también se plantea con el factor trabajo.

Admitiendo la importancia que tiene la remuneración de las personas trabajadoras en la situación económica de una empresa y sabiendo que este hecho puede provocar determinados conflictos políticos, sociales y laborales (huelgas con suspensión temporal de la producción, jubilaciones anticipadas y regulaciones de empleo, etc.), el sistema ideal sería aquél que, en la medida de lo posible, lograra mantener el nivel de empleo, motivar y retener a las personas empleadas, y aumentar la productividad (Aguilar y Santidrián, 1998). Por lo tanto, corresponden al ámbito de la dirección de Recursos Humanos las actividades tendentes a atraer, estimular, desarrollar los recursos humanos precisados por las actividades primarias de la entidad, que incluyen la búsqueda, selección, contratación, promoción, formación, adiestramiento, evaluación, etc. del personal (Albizu, 2011).

Precisamente, en las últimas décadas se ha aceptado la idea de que las empresas no encuentran como único factor diferenciador la calidad intrínseca de los productos que venden, sino que deben buscar la máxima calidad en el servicio integral que ofrecen a los clientes (servicios de información de usuarios, adaptaciones a la carta de los productos, garantías post-venta, etc.). Estos aspectos sólo son mejorables partiendo de la integración de todo el personal en la nueva cultura de la empresa, aumentando su formación y capacitación técnicas, facilitando la comunicación interna de los equipos de trabajo, la comunicación de la empresa con el exterior, etc. De forma que actualmente se reconoce la fuerza de trabajo como activo altamente valioso en la organización en virtud de la contribución al proceso de creación de valor (Clark y Mortensen, 1998; Sierra y Moreno, 2000; Camúñez et al., 2003; Knauer, 2010; Gamerschlag y Moeller, 2011; Roslender et al., 2012).

Por otro lado, la información obligatoria es el mínimo nivel de información a exigir a una empresa, pero las empresas tienen incentivos para ampliar esta información de forma voluntaria (Larrán, 2004). Entre otras teorías, la *Teoría de la Señal* tiene su razón de ser en la existencia de asimetrías de información en el mercado. Las asimetrías referidas a las características de los bienes que se comercializan pueden dar lugar al problema de selección adversa propuesto por Akerlof (1970). En ese contexto, la señal puede definirse como un mecanismo que, de manera accidental o intencionada, proporciona información adicional y, por lo tanto, altera las opiniones de las personas o grupos que operan en el mercado. La información financiera divulgada por las empresas puede considerarse como una señal si refleja información sobre características no observables de las empresas y de su actividad. Ahora bien, no sólo la información en sí misma puede tener ese carácter, sino también la ausencia de información, los cambios o incluso la forma de darla (Giner, 1995).

También en el área sobre capital intelectual la falta de visibilidad produce asimetrías de la información, favoreciendo a quien tiene información privilegiada, pero existe un movimiento hacia las cuentas de Capital Intelectual (CI) basadas en narrativas porque ya se ha comprendido que el CI es una categoría importante para el negocio. En este sentido, es vital que la dirección de la empresa lo vea de forma estratégica si quieren maximizar el beneficio que puede aportar y gestionarlo efectivamente, de modo que es deseable continuar promoviendo combinaciones de números y de narrativas (Alcañiz et al., 2011). Pero existen otras posibles explicaciones para justificar un determinado nivel de divulgación, como pueden ser el propósito de *legitimación* de las empresas ante posibles comportamientos medioambientales no adecuados (Guthrie y Parker, 1989; Wilmshurst y Frost, 2000; Cho y Patten, 2007), objetivos de legitimación que también pueden obtenerse cambiando el tipo (general/específico) o reduciendo el volumen de divulgación (De Villiers y Van Staden, 2006).

Después de que, en 2001, Francia se convirtiera en uno de los pocos países en requerir información sobre Responsabilidad Social Corporativa a través de las *Nouvelles Régulations Économiques 2001-420* (NRE), tras el que el cumplimiento inicial fue bajo, Chauvey et al. (2014) analizan el cambio que se ha producido de 2004 a 2010 para una muestra de 81 cotizadas. Sus

resultados encuentran grandes aumentos en el espacio adjudicado a la información RSC, así como alguna mejora en la calidad de la información, si bien la calidad informativa se mantiene baja habiendo pocas empresas que divulguen un rendimiento negativo. Finalmente, las diferencias en espacio y calidad que en 2004 parecían relacionadas con variables basadas en legitimidad se mantienen invariables en 2010, de modo que sugieren que los objetivos de las NRE de aumentar la transparencia todavía no se han cumplido.

Para interpretar las prácticas de divulgación sobre capital intelectual por parte de las organizaciones, An et al. (2011) proponen un marco teórico “integral”, utilizando las cuatro teorías que consideran más relevantes y describiendo las relaciones entre ellas. Así, señalan como principales motivaciones por las que las sociedades divulgan información sobre CI de forma voluntaria: reducir asimetrías de información (*Teoría de la Agencia*); señalar la excelencia (o calidad superior) de la entidad (*Teoría de la Señal*); descargar responsabilidad hacia varios grupos de interés (*Teoría de Stakeholders*), y señalar la legitimidad organizacional (*Teoría de Legitimación*). Además, Cahaya et al. (2012) han utilizado la *Teoría institucional* para tratar de explicar la divulgación sobre temas laborales. Según sus resultados sobre empresas cotizadas en el ejercicio 2007 en Indonesia, cotejando un listado de 13 ítems sobre prácticas laborales y trabajo decente basado en la GRI de 2006, encuentran que la propiedad pública (la participación en cualquier porcentaje por parte del gobierno) y el nivel de operaciones internacionales, son factores asociados positivamente con el nivel de divulgación. Por ello sugieren que las empresas copian las prácticas divulgativas del extranjero y que la variabilidad de las divulgaciones sobre temas sociales puede explicarse parcialmente por la Teoría Institucional *Isomórfica*.

Por último, hoy en día, dado el carácter multidireccional de los flujos de información en las redes sociales (Facebook, YouTube, Twitter, etc.), la reputación depende tanto de la información que parte de la empresa como de los contenidos y opiniones que el resto de stakeholders considere oportuno difundir, de modo que resulta necesario disponer de una visión integral que facilite una correcta implantación de la estrategia de comunicación digital de la empresa, tanto para incentivar el consumo de sus productos como para mejorar su reputación online (Escobar y Carvajal, 2015).

Por lo tanto, observamos que en las últimas décadas se ha admitido la idea de que el capital humano es un factor clave de la competitividad de las empresas. Pero resulta que la naturaleza específica de este factor (contenido en, o desarrollado por personas), lleva a que la fuerza de trabajo constituya un objeto del que las empresas deben informar y, a su vez, constituya un colectivo destinatario en tanto que uno de los principales grupos de interés de la entidad. Así, la información sobre el capital humano debe abordarse tanto desde la perspectiva de Capital Intelectual a partir de la Teoría Recursos y Capacidades, como también en términos de Responsabilidad Social Corporativa (Teoría Stakeholders y Teoría de Legitimidad).

En todo caso, una cuestión que debe plantearse (Wyatt y Frick, 2010) es si el reflejo aplicando principios y normas de contabilidad, y a través de divulgación voluntaria, facilita a los grupos de interés evaluar adecuadamente la eficiencia de las políticas y prácticas de inversión en capital humano de las empresas.

4. PROPUESTA PARA UN LENGUAJE NO SEXISTA COMO ACCIÓN DE RESPONSABILIDAD SOCIAL

A nivel internacional existe un gran número de instituciones que tratan de promover el comportamiento responsable de las empresas en unas u otras áreas como pueden ser la social o la medioambiental. En el cuadro 3 mostramos algunos ejemplos de iniciativas que tratan aspectos concretamente relacionados con el personal, incluyendo el derecho a la igualdad y a la no discriminación por cuestiones de sexo.

Cuadro 3: Algunas iniciativas internacionales de promoción de la RSC que incluyen materia laboral

Iniciativa	Disposiciones
<i>Normas Internacionales del trabajo</i> de la OIT (creada en 1919)	Inspección en el trabajo, política de promoción del empleo, política salarial, protección de la maternidad, entre otros. Resoluciones relativas a Igualdad entre hombres y mujeres en 1975, 1985 y 1991.
<i>Declaración de los Derechos Humanos</i> de las Naciones Unidas (firmada en 1948)	Derecho a la igualdad y a la no discriminación por sexo, entre otros.
<i>Directrices de la OCDE para la gestión socialmente responsable</i> (1976)	La empresa debe ser responsable en toda su cadena de valor en el cumplimiento de las directrices incluyendo, entre otros, el área de empleo y relaciones laborales.
<i>10 principios del Pacto Mundial</i> (Cumbre de Davos, 1999)	Derechos de las personas trabajadoras, entre otros.
<i>Libro Verde de la Unión Europea</i> (2001)	Inversión en aprendizaje permanente de la mano de obra, mejora de la información y comunicación continua, mayor equilibrio entre dedicación al trabajo, familia y ocio, servicio de guardería, elaboración de códigos de conducta en material laboral, entre otros.

Fuente: Elaboración propia a partir de Ferré y Tolotti (2010)

La Organización Internacional del Trabajo, en su Preámbulo de la Constitución de 1919, entiende que la paz universal y permanente solo puede basarse en la Justicia Social. Ya desde el final de la Primera Guerra Mundial entendió que la protección de las mujeres y el principio de una misma remuneración por un trabajo igual eran campos que requerían una acción inmediata. Así, los derechos de las trabajadoras constituyen una parte de sus valores, principios y objetivos esenciales para promover la justicia social y el trabajo decente productivo, remunerado debidamente y realizado en condiciones de libertad, igualdad seguridad y dignidad. Si bien reconoce que lo que ha ido cambiando considerablemente es el papel de las mujeres y hombres en la sociedad, pues las ideas acerca de una división “tradicional” entre trabajo remunerado y trabajo familiar o de cuidados no remunerado han experimentado profundos cambios, ante los cuales la OIT ha asumido el liderazgo en el cometido de configurar un futuro más igualitario en el mundo del trabajo. En concreto, en la Resolución de 2004 sobre igualdad entre hombres y mujeres se insta a una mayor contribución para eliminar la discriminación basada en género y promover la igualdad entre los sexos, y en una decisión de marzo de 2005 del Consejo de Administración de la OIT se declara obligatoria la incorporación de las consideraciones de género en todas las actividades de cooperación técnica de la OIT (2008).

En el documento “*ABC de los derechos de las trabajadoras y la igualdad de género*”, en relación con la “*Descripción del puesto de trabajo*” (aquella en la que se enumeran las características esenciales del puesto y se describen las tareas y funciones que abarca, así como las calificaciones que se requieren para el mismo), la OIT recomienda redactarla con un lenguaje en el que se recojan los matices de género, y procurar que las calificaciones requeridas no sean formuladas de una forma que induzcan a asociarlas directa o indirectamente a uno de los sexos. La organización que pretenda ser justa desde el punto de vista del género, en todas las descripciones de puestos de trabajo deberá especificar claramente que incumbirá a la persona titular del cargo incorporar según corresponda, la igualdad de género al ámbito de su trabajo y, en concreto, en la descripción del puesto de trabajo de todos los miembros del personal administrativo y de categoría profesional deberá figurar el requisito de ser capaz de realizar un análisis y una planificación elemental desde el punto de vista de género (OIT, 2008).

Pero también recuerda que muchas normas del trabajo que siguen vigentes fueron formuladas cuando aún no existía interés por emplear un lenguaje neutral desde el punto de vista del género, esto es, una terminología según la cual no se dé por sentado que la clásica persona trabajadora es un hombre (OIT, 2008). En este sentido señala que el *Manual para la redacción de Instrumentos de la*

OIT (2006) facilita orientación sobre el uso de un lenguaje incluyente, desde el punto de vista del género, al redactar normas.

Ya en 1995, en la reunión de personas expertas encargadas de preparar directrices para la incorporación de perspectivas de género convocada por el Centro de Derechos Humanos de las Naciones Unidas y el Fondo de Desarrollo de las Naciones Unidas para la Mujer, se adoptó la recomendación específica de que el lenguaje utilizado en la formulación de nuevos instrumentos y normas de derechos humanos en las normas existente deberá incluir consideraciones de género, y que la comisión de Derechos humanos, su subcomisión y los diversos mecanismos deberán esforzarse también para que el lenguaje utilizado en los informes y resoluciones incluya el género (ONU, 2000).

En algunos idiomas latinos, el género es una propiedad del sustantivo (nombre) que se refleja a través de la concordancia en el artículo, el adjetivo y el pronombre que lo reemplaza. En español existen dos géneros y todos los nombres tienen uno ya sea el masculino, al que pertenecen todos los nombres que pueden ir precedidos de “el” o de “un”, o femenino, al que pretenden los nombre que pueden ir precedidos de “la” o de “una”. La mayoría de nombres coinciden en el género y el sexo al que pretenden representar, como niño (masculino) o niña (femenino), pero según el diccionario de la Real Academia Española se conoce como “epiceno” cualquier nombre común perteneciente a la clase de los animados que, con un solo género gramatical, puede designar seres de uno y otro sexo, como pueden ser *bebé, lince, pantera o víctima*.

Lo que ocurre es que cuando se utiliza el género masculino se produce un doble fenómeno: se establece un vínculo natural con el sexo masculino y al mismo tiempo el sexo femenino queda oculto, lo que parece impedir la promoción de la igualdad deseada ente hombres y mujeres, si bien el lenguaje de los derechos humanos, incluido el relativo al derecho del trabajo, no debería promover un solo género como categoría universal ni transmitir prejuicios (OIT, 2006). En el cuadro 4 mostramos algunos de los problemas y soluciones propuestos en la guía de la UNESCO (1996) en este sentido.

Cuadro 4: Algunas soluciones para evitar el lenguaje sexista

Caso	Uso corriente	Posibles soluciones
El masculino singular utilizado como valor genérico: a) El caso de “el hombre” b) Otros casos	Los derechos del hombre El candidato El alumno debe escribir...	Los derechos humanos; Los derechos de la persona Los candidatos y las candidatas; Las personas que presenten su candidatura Escribid...
El masculino plural como valor genérico para designar grupos, categorías o pueblos	Los trabajadores	Las trabajadoras y trabajadores; Las personas empleadas
Las mujeres aparecen como apéndices de los hombres	Los trabajadores migrantes y “sus” familias	La población trabajadora migrante
Uso discriminatorio del femenino para designar ciertas profesiones	Los pilotos y las azafatas	Personal de vuelo; Miembros de la tripulación aérea

Fuente: Adaptado de UNESCO (1996, pp.19-23)

En todo caso, es evidente que queda un largo camino por recorrer en muchos aspectos de la igualdad ente mujeres y hombres, pues todavía recientemente, cerca de 80 líderes mundiales se han reunido en las Naciones Unidas para comprometerse personalmente a poner fin a la discriminación contra las mujeres de aquí al año 2030 y anunciar medidas concretas y cuantificables para iniciar un cambio rápido en sus países (ONU Mujeres, 2015).

En España, en 1980 se ratificó la Carta Europea de Derechos Sociales que, entre otros temas, incluye la igualdad de remuneración. Posteriormente, en 1995 se publicó la Orden del Ministerio de

Educación y Ciencia, de 22 de marzo, por la que se adecúa la denominación de los títulos académicos oficiales a la condición masculina o femenina de quienes los obtengan. Desde entonces se han publicado guías para un lenguaje no sexista (Emakunde, 1995; Fevecta, 2010), que recuerdan que la utilización del masculino genérico es uno de los fenómenos que contribuye a la ocultación de las mujeres y, por tanto, al sexismo lingüístico.

Sin embargo, a pesar de la promulgación de la Ley de Igualdad para la Igualdad de 2007, el uso del lenguaje en igualdad aún no está garantizado en la docencia universitaria (Mora y Pujal, 2009; UPV/EHU, 2015) ni en la docencia no universitaria de la economía (Mohr, 2014) en otros países de lengua hispana, y tampoco lo está en el lenguaje económico-financiero que divulgan las empresas, ni siquiera en la propia redacción de las distintas normativas mercantiles y contables. Así, la legislación española promulga la igualdad de trato entre hombres y mujeres pero, entre otros ámbitos, la normativa mercantil y contable no lo tienen en cuenta o no lo hacen en su totalidad a la hora de regular (ver cuadro 5), pues continúan utilizando un lenguaje androcéntrico, esto es, que utiliza el masculino plural como genérico del colectivo que quiere representar por igual a mujeres y hombres, resultando que el mundo empresarial todavía no ha culminado el paso al uso de un lenguaje en igualdad.

Cuadro 5: Algunos ejemplos de lenguaje sexista en la legislación mercantil y contable española

Norma	Apartado	Disposición
RD 1514/2007 por el que se aprueba el Plan General de Contabilidad	3ª parte. Normas de elaboración de Cuentas Anuales, Memoria	12. Número medio de <i>trabajadores</i> : Para la determinación del número medio de trabajadores se considerarán (...)
RD Legislativo 1/2010 por el que se aprueba el Texto Refundido de la Ley de Sociedades de Capital (Texto consolidado a fecha 21 de julio de 2015)	Art. 260	Décima. El número medio de personas empleadas en el curso del ejercicio, expresado por categorías, así como los gastos de personal que se refieran al ejercicio, desglosando los importes relativos a sueldos y salarios y los referidos a cargas sociales, con mención separada de los que cubren las pensiones, cuando no estén así consignadas en la cuenta de pérdidas y ganancias. La distribución por sexos al término del ejercicio del personal de la sociedad, desglosado en un número suficiente de categorías y niveles, entre los que figurarán el de altos <i>directivos</i> y el de <i>consejeros</i> ...

Fuente: Elaboración propia

Por otra parte, en el ámbito de la investigación sobre comportamientos en términos de RSC de las empresas, el sector de servicios financieros parece ser el más estudiado, y también en el que aparecen más empresas firmantes, por ejemplo, del Pacto Mundial (Ferré y Tolotti, 2010). En España, destaca el caso del Banco Santander porque recientemente ha accedido a la presidencia de la entidad una mujer, Ana Patricia Botín, que se enfrenta al reto de servir de ejemplo en materia de gestión de igualdad. Sin embargo, a pesar de reconocer que la igualdad se ha convertido en una exigencia legal, y de que la entidad realiza esfuerzos por implantar acciones como planes de carrera enfocados a mujeres con potencial, entre otros (Cruzado, 2015), observamos que aún es mayoritario el uso del genérico masculino en la designación de diferentes colectivos de personas.

Figura 1: Detalle de la nota “42. Gastos de Personal” de la Memoria de las Cuentas Anuales

b) Número de empleados

El número medio de empleados del Banco, distribuido por categorías profesionales, es el siguiente:

	Número medio de empleados		
	31-12-2013	01-01-2013 (*)	31-12-2012
Altos cargos (**)	132	110	96
Técnicos	23.579	24.284	16.545
Administrativos	3.452	3.825	2.845
Servicios generales	28	36	29
Sucursales en el extranjero	357	388	382
	27.548	28.643	19.897

(*) Véase Nota 1.b.

(**) Categorías de Subdirector general adjunto y superiores, incluida la alta dirección.

La distribución funcional por género a 31 de diciembre de 2013, se indica a continuación:

	Distribución por género					
	Directivos		Técnicos		Administrativos	
	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres	Hombres	Mujeres
A 31 de diciembre de 2013	87%	13%	59%	41%	57%	43%

Las relaciones laborales entre los empleados y las distintas sociedades del Grupo se encuentran reguladas en los correspondientes convenios colectivos o normas afines.

Fuente: Cuentas Anuales e Informe de Gestión de Banco Santander, SA 2013, pág. 167

Así, por ejemplo, en la Memoria de las Cuentas Anuales (Banco Santander, 2013) se cita a “empleados”, “técnicos” o “administrativos”, cuando en su lugar debería decir “personas empleadas”, “personal técnico” o “Administración”.

Figura 2: Detalle de la nota “2.7 Cuestiones relativas a recursos humanos” del Informe de Gestión

	31.12.13	31.12.12
Plantilla		
Número de empleados	182.958	186.763
Edad media plantilla	37,6	36,9
Antigüedad media	10,0	9,7
Directivos	11,61%	11,86%
Atracción		
CV recibidos	893.652	776.618
Cobertura de vacantes con candidatos internos	54,45%	66,70%
Nuevas incorporaciones al Grupo	18.133	20.894
Rotación		
Rotación anual	14,15%	12,10%
Rotación directivos	9,23%	7,38%
Formación		
Empleados formados	98%	96%
Horas de formación por empleado	51,7	35,5
Inversión total en formación (euros)	110.905.342	123.244.454
% formación e-learning	34,46%	34,60%
% horas con formadores internos	30,71%	38,20%
Gestión		
Empleados promocionados	10,41%	10,40%
Empleados en movilidad internacional	1.153	1.266
Directivos en país de origen*	90,25%	90,60%
Retribución		
Empleados con retribución variable	100%	100%
Diversidad e igualdad		
% mujeres	55%	54%
Salud y seguridad laboral		
Tasa de absentismo	3,7	3,3

* Directivos Top Red y Dir Red.

Fuente: Cuentas Anuales e Informe de Gestión de Banco Santander, SA 2013, pág. 43

Igualmente, en el Informe de Gestión que acompaña a las Cuentas Anuales (Banco Santander, 2013) se cita a “directivos”, “candidatos” o “formadores”, cuando debería decir, por ejemplo, “Dirección”, “personas candidatas” o “formadores y formadoras”. Creemos que si bien el listado de cuentas que utiliza el Plan General Contable español (RD 1514/2007) para identificar las partidas patrimoniales del Balance de Situación conlleva el uso de un lenguaje androcéntrico con denominaciones como “Clientes”, “Proveedores”, etc.”, quizá en aras a un ahorro del número de palabras, la divulgación narrativa permite una mayor flexibilidad para que las organizaciones utilicen un lenguaje no sexista, especialmente en los idiomas latinos como el español, francés o portugués que diferencian el género en nombres, artículos y pronombres, lo que podría dar mejor respuesta a las necesidades de los diferentes grupos de interés y salvaguardar así mejor la legitimidad de las entidades.

5. CONCLUSIONES

El objetivo de este trabajo consiste en señalar la laguna que existe en el cumplimiento del espíritu de las leyes y recomendaciones en términos de igualdad de género en el lenguaje que utilizan tanto los propios organismos reguladores como las empresas en la divulgación de información no financiera. Para ello, una vez presentados algunos de los modelos que se han propuesto para mejorar la información narrativa en los últimos 20 años, y algunas de las teorías que tratan de explicar el nivel de divulgación por parte de las empresas, el artículo muestra ejemplos del uso del genérico masculino para designar colectivos que incluyen hombres y mujeres, tanto en las disposiciones normativas, como en la Memoria de las Cuentas Anuales y en el Informe de Gestión de una empresa de gran visibilidad, como es el Banco Santander (2013), con el fin de llamar la atención para que se sustituya por otro lenguaje más adecuado en términos de igualdad. Creemos que ello redundaría en una visión más fiel de la pluralidad que conforma el colectivo de personas profesionales de cada organización y que, en concreto, ayudaría a que las mujeres vieran más reconocido el papel activo que desempeñan. En todo caso, recomendamos que los organismos reguladores y otras instituciones tomen conciencia de la importancia de cuidar el lenguaje que utilizan, así como de regular y asegurar el cumplimiento de las normas en consecuencia.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- AGUILAR, P.; SANTIDRIÁN, A. (1998): “La información contable en las relaciones laborales”. *III Jornadas sobre enseñanzas en Relaciones Laborales*, octubre, Tarragona.
- AICPA (1994): *Improving Business Reporting - A Customer Focus. Meeting the Needs of Investors and Creditors. Comprehensive Report of the Special Committee on Financial Reporting*. Disponible en: <http://www.aicpa.org/InterestAreas/FRC/AccountingFinancialReporting/DownloadableDocuments/Jenkins%20Committee%20Report.pdf>
- AKERLOF, G. (1970): “The market of lemons: Quality uncertainty and the market mechanism”. *The Quarterly Journal of Economics*, agosto, 84(3), 488-500 doi:10.2307/1879431
- ALBIZU, E. (2001): Capítulo 9: La dirección estratégica de los Recursos Humanos. En E. Albizu y J. Landeta (coord.), *Dirección Estratégica de los Recursos Humanos. Teoría y Práctica* (pp. 267-322). Madrid: Ed. Pirámide.
- ALCAÑIZ, L.; GOMEZ-BEZARES, F.; ROSLENDER, R. (2011): “Theoretical perspectives on intellectual capital: A backward look and a proposal for going forward”. *Accounting Forum*, 35(2), 104-117.
- AN, Y.; DAVEY, H.; EGGLETON, I., R.C. (2011): “Towards a comprehensive theoretical framework for voluntary IC disclosure”. *Journal of Intellectual Capital*, 12(4), 571-585.
- ASB (Accounting Standards Board) of the FRC (Financial Reporting Committee) (2007): *A review of narrative reporting by UK listed companies in 2006*. Enero, obtenido en <http://www.frc.org.uk> el 15 enero 2007.
- BANCO SANTANDER (2013): *Cuentas anuales e Informe de Gestión junto con el Informe de auditoría del ejercicio cerrado a 31 de diciembre de 2013*. Obtenido de la página www.cnmv.es.

- BONSÓN, E.; BEDNÁROVÁ, M. (2015): “CSR reporting practices of Eurozone companies”. *Revista de Contabilidad-SAR*, 18 (2), 182–193.
- CAHAYA, F.R.; PORTER, S.A.; TOWER, G.; BROWN, A. (2012): “Indonesia's low concern for labor issues”. *Social Responsibility Journal*, 8 (1) 114-132.
- CAMÚÑEZ, J.A.; SIERRA, G.J.; MORENO, I. (2003): “La valoración, por analistas financieros, de la utilidad de la información contable sobre el capital humano”. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, ISSN 0210-2412, nº 117, 539-569.
- CHO, C.H.; PATTEN, D.M. (2007): “The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: A research note”. *Accounting, Organizations and Society*, 32 (7–8), 639-647. doi:10.1016/j.aos.2006.09.009
- CLARK, E.; MORTENSEN, J. (1998): *Report of the Intellectual Capital Roundtable*. Centre for European Policy Studies. Draft. September.
- CRUZADO, M. (Consejera Delegada de Comunicación de Valor Añadido de Banco Santander) (2015): “Banco Santander en femenino singular”. *Capital Humano*, 294, 96-98.
- CHAMBERS, T. (2003): “Value reporting: A bigger, more accurate picture than traditional financial reporting”, *Ivey Business Journal Online*, july/august. Ontario, Canadá.
- 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*, 130 (4) 789-803.
- DE VILLIERS, C.; VAN STADEN, C.J. (2006): “Can less environmental disclosure have a legitimising effect? Evidence from Africa”. *Accounting, Organizations and Society*, 31, 763-781.
- DÍEZ, J.M.; OCHOA, M.L.; PRIETO, M.B.; SANTIDRIÁN, A. (2010): “Intellectual capital and value creation in Spanish firms”. *Journal of Intellectual Capital*, 11 (3), 348-367.
- DIPIAZZA, S.A. (PricewaterhouseCoopers International Limited); McDonnell, D. (Grant Thornton International); PARRETT, W.G. (Deloitte); RAKE, M.D. (KPMG International); FRANS, S. (BDO International) y TURLEY, J.S. (Ernst & Young) (2006): *Global Capital Markets and the Global Economy: A Vision From the CEOs of the International Audit Networks*, November.
- EBRC (Enhanced Business Reporting Consortium) (2005): *The Enhanced Business Reporting Framework*. Disponible en: <http://www.aicpa.org/InterestAreas/FRC/AccountingFinancialReporting/EnhancedBusinessReporting/Pages/EBRFramework.aspx>.
- ECCLES, R.G.; HERZ, R.H.; KEEGAN, E.M.; PHILLIPS, D.M.H. (2001): *The ValueReporting Revolution: Moving Beyond the Earnings Game*. New York: Wiley.
- EMAKUNDE (Instituto de la Mujer) (1995): *El lenguaje, más que palabras. Propuesta para un uso no sexista del lenguaje*. Gobierno Vasco. Vitoria-Gasteiz.
- ESCOBAR, T.; Carvajal, E. (2015): “Lo que no se mide no se gestiona: El éxito empresarial en las redes sociales”, *Revista AECA*, 110:13-16. Madrid: AECA.
- FERRÉ, C.; Tolotti, C. (2010): “Un modelo de análisis en Latinoamérica: La Responsabilidad Social Corporativa (RSC) de las empresas de comunicación”. *Cuadernos de Información*, 27, julio-diciembre, 97-110.
- FEVECTA (Federación Valenciana d'Empreses Cooperatives de Treball Associat) (2010): Guía de lenguaje no sexista de FEVECTA. Disponible en: <http://www.fevecta.coop/ficheros/documentos/GuiaLenguajeNoSexista.pdf>.
- GALLARDO, D.A. (2015): “Reporting integrado: ¿Perdemos información o ganamos más por menos?”, *Revista AECA*, 110:9-12. Madrid: AECA.
- GAMERSCHLAG, R.; MOELLER, K. (2011): The positive effects of human capital reporting. *Corporate Reputation Review*, 14 (2) 145-155.
- GARCIA, E.; SANCHEZ, J.P. (2006): “Un estudio meta-analítico de los factores determinantes de la revelación de información”. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 35 (132), 761-788.
- GINER, B. (1995): *La divulgación de información financiera: Una investigación empírica*. ICAC (Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas). Madrid: Ministerio de Economía y Hacienda.

- GONZÁLEZ, S. (2015): No me informes tanto, infórmame mejor, *Revista AECA*, 110:6-8. Madrid: AECA.
- GRANT, R.M. (2004): *Contemporary Strategy analysis: Concepts, techniques, applications*. Malden (MA): Blackwell.
- GROUP100 (an association of Australia's senior Finance Executives from the nation's business enterprises) (2003): *Guide to Review of Operations and Financial Condition, Australia*. Obtenido en <http://www.group100.com.au/> el 24 de mayo de 2006.
- GUTHRIE, J.; PARKER, L.D. (1989): "Corporate Social Reporting: A Rebuttal of Legitimacy Theory". *Accounting and Business Research*, 19 (76), 343-352.
- HATHERLY, D. (2006): Book Review of A Model of Corporate Communications, de John Holland, editado por The Institute of Chartered Accountants of Scotland, Edinburgh, en *The British Accounting Review*, 39(1), 110-111.
- HEALY, P.M.; PALEPU, K. (2000): "Information Asymmetry, Corporate Disclosure and the Capital Markets: A Review of the Empirical Disclosure Literature", JAE Rochester Conference, Abril. Disponible en SSRN: <http://ssrn.com/abstract=258514>
- HERMES PENSIONS MANAGEMENT LIMITED (2002): *The Hermes Principles. What shareholders expect of public companies - and what companies should expect of their investors*, Obtenido en su página web www.hermes.co.uk.
- HOLLAND, J. (1997): *Corporate communications with institutional shareholders*. Institute of Chartered Accountants of Scotland.
- HOLLAND, J. (2006): *Model of Corporate Communications*. The Institute of Chartered Accountants of Scotland, Edinburgh (ISBN:1-904574-17-3).
- HOOKS, J.; COY, D.; DAVEY, H. (2002): "The information gap in annual reports". *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15 (4): 501-522.
- ICAC (Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas (2002): *Informe sobre la situación actual de la Contabilidad en España y líneas básicas para abordar su Reforma*, Madrid.
- IIRC (International Integrated Reporting Council) (2013): *International Integrated Reporting Framework*. 8 de diciembre. <http://www.theiirc.org/wp-content/uploads/2013/12/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK-2-1.pdf>
- KNAUER, T. (2010): "Relevance, quality and determinants of human capital disclosure -an empirical analysis of the German HDAX companies". *Zeitschrift fur Personalforschung*, 24(3), 205-230.
- LEE, K.W.; YEO, G.H.H. (en prensa): "The association between integrated reporting and firm valuation". *Review of Quantitative Finance and Accounting*, doi: 10.1007/s11156-015-0536-y. Publicado online el 14 de septiembre de 2015.
- LARRÁN, M. (Presidente de la Comisión de Valoración y Financiación de Empresas de AECA) (2004): *Efectos de la divulgación de información en el valor empresarial: percepciones de las grandes compañías españolas*. Obtenido de: <http://www.aeca.es/comisiones/financiacionyvaloracion/efectosdeladivulgaciondeinformacion.doc> el 8 de enero de 2006.
- LEY ORGÁNICA 3/2007, de 22 de marzo, para la Igualdad efectiva de mujeres y hombres (BOE de 23 de marzo).
- MARQUES, A. (2006): "SEC interventions and the frequency and usefulness of non-GAAP financial measures". *Review of Accounting Studies* (11): 549-574.
- MARTÍNEZ, A.; BURGOS, M.C. (2010): "La contabilidad del Capital Humano: Lecciones aprendidas y desafíos futuros". *Revista de Contabilidad y Tributación*, CEF, 334, 127-180.
- MESSNER, M. (2006): "Interview with Michael Jensen. On corporate governance, value maximization, and integrity", *Eanewsletter* 4/2006: 9-11.
- MOHR, R. (2014): "El contenido de los manuales escolares de Economía respecto a la construcción social de la cuestión de géneros. Resultados de la investigación. Enseñanza de la economía: Aportes para repensar la tarea educativa". *Actas de las IV Jornadas sobre Enseñanza de la Economía*. Instituto del Desarrollo Humano. Universidad Nacional de General Sarmiento. ISSN 2362-4205. Los Polvorines, provincia de Buenos Aires. Argentina. Disponible en:

- http://www.ungs.edu.ar/ms_idh/wp-content/uploads/2014/06/Actas-de-las-IV-Jornadas-sobre-Ense%C3%B1anza-de-la-Econom%C3%ADa.pdf
- MONEVA, M. (2003): “Transparencia, Responsabilidad Social e Información no Financiera de la Empresa”. *Revista AECA n° 64*, 76-77.
- MOORE, P. (2006): “The next stage for corporate disclosure”. *Corporate Responsibility Management*, 2 (4): 30-34.
- MORA, E.; PUJAL, M. (2009): *Introducción a la perspectiva de género en la docencia universitaria*, Univest, Girona (citado por UPV/EHU, 2015).
- OIT (Organización Internacional del Trabajo) (2008): *ABC de los derechos de las trabajadoras y la igualdad de género, 2ª edición*. Oficina Internacional del Trabajo. Ginebra. Obtenido de: http://www.ilo.org/wcmsp5/groups/public/---dgreports/---gender/documents/publication/wcms_094520.pdf el 15 de octubre de 2015.
- OIT (Organización Internacional del Trabajo) (2006): *Manual de redacción de los instrumentos de la OIT, 2ª edición*. Oficina del Consejero Jurídico. Ginebra. Obtenido de: <http://www.ilo.org/public/spanish/bureau/leg/download/manual.pdf> el 15 de octubre de 2015.
- ONU (Organización de las Naciones Unidas) (2000): *Integración de los derechos humanos de la mujer y la perspectiva de género*. Comisión de derechos humanos, 21 diciembre 1999. Obtenido de: <http://www.unhchr.ch/Huridocda/Huridoca.nsf/TestFrame/aa3412d97ffde5768025688f004219e0?Opendocument> el 15 de octubre de 2015.
- ONU (Organización de las Naciones Unidas) Mujeres (2015): Comunicado de prensa: “Las y los líderes del mundo coinciden: Debemos cerrar la brecha de género”, 27 September, Nueva York. Obtenido en: <http://www.unwomen.org/es/news/stories/2015/9/press-release-global-leaders-meeting> el 14 de octubre de 2015.
- REVERTE, C. (2015): “La nueva Directiva Europea de Reporting no Financiero: Una excelente oportunidad para la mejora de la transparencia empresarial y del contenido del Informe de Gestión”, *Revista AECA*, 110:17-22. Madrid.
- ROSLENDER, R.; STEVENSON, J.; KAHN, H. (2012): “Towards recognising workforce health as a constituent of intellectual capital: Insights from a survey of UK accounting and finance directors”, *Accounting Forum* 36(4), 266-278.
- SAITUA, A.; ANDICOECHEA, L.; ALBIZU, E. (2014): “El informe integrado: Una propuesta de encaje para la información sobre capital humano”. *Revista Perspectiva Empresarial*, 1 (1), 33-47. Disponible en: <http://rpe.ceipa.edu.co/index.php/perspectiva-empresarial/article/view/10>.
- SANZ, C.J. (1994): “El factor humano de la empresa y la información contable”. *Actualidad Financiera* 25, 20-26, C487-C503.
- SIERRA, G.J.; MORENO, I. (2000): “La información contable sobre el capital humano”. *Partida Doble*, 116, 60-71. ISSN 1133-7869.
- SUJAN, A.; ABEYSEKERA, I. (2007): “Intellectual Capital Reporting Practices of the Top Australian Firms”. *Australian Accounting Review*, 17(42), 71-83.
- UE (Unión Europea) (2013): *Report on corporate social responsibility: Accountable, transparent and responsible business behaviour and sustainable growth (2012/2098 (INI))*, 28 de enero.
- UE (Unión Europea) (2014): *Directiva 2014/95/UE del Parlamento Europeo y del Consejo, de 22 de octubre de 2014, por la que se modifica la Directiva 2013/34/UE en lo que respecta a la divulgación de información no financiera e información sobre diversidad por parte de determinadas grandes empresas y determinados grupos*. DOUE n° 330, de 15 noviembre 2014.
- UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) (1996): *Recomendaciones para un uso no sexista del lenguaje*. Servicios de Lenguas y Documentos. París. Obtenido de: <http://unesdoc.unesco.org/images/0011/001149/114950so.pdf> el 15 octubre 2015.
- UPV/EHU (Universidad del País Vasco/Euskal Herriko Unibertsitatea) (2015): *Mapa de Grados. Incorporación de la perspectiva de género en los Grados*. Obtenido de: <http://www.ehu.es/documents/2007376/2105779/Mapa-Grados.pdf> el 26 febrero 2015.
- WILMHURST, T.D.; FROST, G.R. (2000): “Corporate environmental reporting: A test of legitimacy theory”. *Accounting, Auditing and Accountability Journal* 13, 1, 10-26.

WYATT, A.; FRICK, H. (2010): “Accounting for investments in human capital: A review”. *Australian Accounting Review*, 20 (3) 265-273.

Ainhoa Saitua Iribar



Licenciada en Ciencias Económicas y Empresariales por la Universidad del País Vasco / Euskal Herriko Unibertsitatea (UPV/EHU), imparte regularmente materias de Contabilidad, tanto en euskera como castellano, en el Grado de Relaciones Laborales y Recursos Humanos y en el Master Oficial de Gestión de los Recursos Humanos y del Empleo. También ha impartido docencia sobre Instrumentos Financieros y Patrimonio Neto en diversos cursos de reciclaje profesional y en los Títulos Propios de “Contabilidad y Aplicación de las Normas Internacionales de Información Financiera” y de “Auditoría de Cuentas” organizados por el Departamento de Economía Financiera I de dicha universidad. Sus principales áreas de interés se centran en la Responsabilidad Social Corporativa y la divulgación de información sobre personal en documentos como el Informe de Gestión. Miembro de ASEPUC y de AECA ha presentado comunicaciones en jornadas y congresos nacionales e internacionales y ha publicado artículos en varias revistas.