

## CONSISTENCIA EN DIVULGACIÓN SOBRE SOSTENIBILIDAD EN EMPRESAS ARGENTINAS ADHERIDAS AL PACTO GLOBAL<sup>1</sup>

### CONSISTENCY IN SUSTAINABILITY DISCLOSURE IN ARGENTINE COMPANIES ADHERING TO THE GLOBAL COMPACT

Mónica Jugón<sup>2</sup>, Sandra Pastor<sup>3</sup>, Pablo Raffaelli<sup>4</sup>  
Mariano Mastropiero<sup>5</sup>, Joana Frosinini<sup>6</sup>

<https://doi.org/10.52292/j.eca.2024.4460>

*Fecha recepción: 30/09/2023*  
*Fecha aceptación: 04/04/2024*

## Resumen

Las empresas argentinas incorporan el tema del desarrollo sostenible en sus decisiones estratégicas por lo que resulta de interés analizar sus reportes y relevar lo que divulgan, en forma de definiciones y acciones. Por tal motivo,

<sup>1</sup> El trabajo es producto del Proyecto de Grupo de Investigación (PGI) titulado “Información corporativa y sustentabilidad. Su análisis en empresas que cotizan en el mercado de capitales argentino” del Departamento de Contabilidad y Auditoría de la Facultad de Ciencias Económicas de la Universidad Nacional del Centro, dirigido por Sandra Pastor y codirigido por Mónica Jugón. Vigencia del PGI: 01/01/2019 a 31/12/2023 (Código: 03/B163).

<sup>2</sup> Departamento de Administración. Centro Estudio Contabilidad, Auditoría y Costos (CECAC), Facultad de Ciencias Económicas (FCE), Universidad Nacional del Centro de la Provincia de Buenos Aires (UNICEN). Argentina. Email: monica.jugon@econ.unicen.edu.ar. ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-7968-5441>

<sup>3</sup> Departamento de Contabilidad y Auditoría. CECAC, FCE, UNICEN. Argentina. E-mail: sandra.pastor@econ.unicen.edu.ar. ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-7194-1436>

<sup>4</sup> Departamento de Contabilidad y Auditoría. CECAC, FCE, UNICEN. Argentina. E-mail: pablo.raffaelli@econ.unicen.edu.ar. ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2108-0591>

<sup>5</sup> Departamento de Contabilidad y Auditoría CECAC, FCE, UNICEN. Argentina. E-mail: mariano.mastropiero@econ.unicen.edu.ar. ORCID: <https://orcid.org/0009-0000-0231-1767>

<sup>6</sup> Departamento de Contabilidad y Auditoría. CECAC, FCE, UNICEN. Argentina. E-mail: joanafrosinini@gmail.com. ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-6339-0594>

el objetivo del trabajo consiste en identificar si la divulgación que realizan las empresas sobre sostenibilidad en los reportes y/o memorias demuestra coherencia con lo que plantean a nivel estratégico, en dichos documentos. Para ello se hace un análisis de contenido cualitativo, exploratorio, descriptivo y reflexivo de los reportes de las once empresas argentinas adheridas al Pacto Global que participaron de su Programa Acelerador Sustainable Development Goals Ambition, en el año 2021. Con los resultados relevados se puede confirmar la consistencia y alineación de su accionar con las definiciones estratégicas sobre sostenibilidad. Además, es posible concluir que, dado el amplio campo de actuación que plantean, se pueden realizar estudios sobre materialidad, medición de impactos en la cadena de valor, entre otros.

**Palabras clave:** compromiso, información, desarrollo sostenible, empresas argentinas.

## **Abstract**

Argentine companies include the issue of sustainable development in their strategic decisions, which is why it is of interest to analyze their reports and reveal what they disclose, in the form of definitions and actions. For this reason, the objective of this study is to identify whether the disclosure made by companies, on sustainability in the Reports and/or Memorandums, is consistent with what they propose at a strategic level in these documents. To this end, a qualitative, exploratory, descriptive and reflective content analysis of the reports of the eleven Argentine companies adhering to the Global Compact that participated in its Sustainable Development Goals Ambition Accelerator Program in the year 2021 is carried out. The results confirm the consistency and alignment of their actions with the strategic definitions on sustainability. Furthermore, it can be concluded that, given the broad field of action they propose, studies on materiality, measurement of impacts in the value chain, among others, can be conducted.

**Keywords:** commitment, information, sustainable development, Argentine companies.

**JEL:** M14, Q01, Q56.

## 1. Introducción

La problemática socioambiental, que atraviesa la sociedad en su conjunto, se ha transformado en el principal impulsor de la responsabilidad social, en su momento, y de la sostenibilidad, en su concepción más actual. Siendo los diversos *stakeholders*, y no solamente los consumidores, quienes exigen que las empresas se posicionen frente a los principales problemas que los afectan, actuando en consecuencia (Ramón-Llorens et al., 2021).

Ante este planteo, las organizaciones – en particular aquellas expuestas por sus impactos sociales y ambientales como las de energía, minería y financieras (Alonso-Almeida et al., 2015; Hernández-Pajares, 2018; Jara-Sarrúa, 2017; 2022; Rabasedas et al., 2016) – buscan demostrar su consideración con el tema, al actuar y comunicar todo aquello que hacen en relación con la sostenibilidad. El resultado es que esta temática ha pasado a formar parte esencial en la agenda de las organizaciones, modificando sustancialmente comportamientos en materia de transparencia y rendición de cuentas.

Los Estados miembro de la Organización de las Naciones Unidas (ONU) junto a Organizaciones No Gubernamentales (ONG) y ciudadanos del mundo generan, en el año 2015, la Agenda 2030 con los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) y las metas que se detallan en el plan de acción. Otras iniciativas de Naciones Unidas en aspectos medioambientales son Framework Convention on Climate Change (1992) y el Protocolo de Kyoto (1997). Además, las entidades que presentan sus reportes de responsabilidad social, o sostenibilidad, suelen expresar adhesión, parcial o total, a los Principios del Pacto Global de las Naciones Unidas (Pacto Mundial, s. f.). Particularmente los publicados por la Red Argentina, que incluyen al año 2021, revelan que los resultados obtenidos, hasta ese momento, no son los esperados y esto no se puede atribuir solo a la pandemia de COVID-19, pues desde antes del año 2019 los avances no eran satisfactorios poniendo en peligro el objetivo de la Agenda y con ello el futuro de las generaciones venideras. Este diagnóstico obliga a acelerar el ritmo de cambio, impulsando acciones que evidencien impactos concretos. Esto requiere del compromiso de líderes mundiales y de empresas a través de sus prácticas sociales, empresariales y políticas.

El Pacto Global plantea acelerar y aumentar el impacto colectivo global priorizando cinco ODS: Igualdad de género (ODS 5), Trabajo Decente y Crecimiento Económico (ODS 8), Acción por el Clima (ODS 13), Paz, Justicia e Instituciones Sólidas (ODS 16) y Alianzas (ODS 17). En Argentina, la Secretaría de la red local implementó, en 2021, su propuesta de valor con programas

aceleradores e intensificó su articulación con agencias, fondos y programas de Naciones Unidas. Once empresas participaron del Track Cono Sur, junto a Chile y Paraguay, en el Programa Acelerador Sustainable Development Goals (SDG) Ambition que busca empoderar y equipar a empresas en el desarrollo e implementación de estrategias innovadoras que aumenten su impacto positivo, en los ODS. En un trabajo anterior, del grupo de investigación (Jugón-Sartorio et al., 2023), se analizaron los reportes de estas once empresas y se pudo visibilizar que divulgan un compromiso respecto a los ODS, detallan las temáticas en las que se enfocan y realizan cierta medición sobre sus acciones.

El presente trabajo avanza con el análisis y tiene por objetivo identificar si la divulgación que realizan las empresas sobre sostenibilidad, en los reportes y/o memorias, demuestran coherencia con lo que plantean a nivel estratégico en dichos documentos. Metodológicamente, para dar cumplimiento al objetivo, se plantea un estudio de enfoque cualitativo, con alcance exploratorio, descriptivo y reflexivo. Los datos se recolectan de las memorias y/o reportes de sostenibilidad de las once empresas argentinas adheridas al Pacto Global que participaron de su Programa Acelerador Sustainable Development Goals Ambition, en el año 2021, y se analizan las expresiones que ponen de manifiesto la incorporación de la sostenibilidad en la gestión.

El artículo se organiza de la siguiente manera. Primero, se consideran las temáticas de los grupos de trabajo conformados durante el Programa Acelerador, pues demuestra el tema de interés de cada empresa. Luego, se desarrolla un trabajo empírico, fundamentado en la información que exponen las organizaciones, respecto a las acciones que llevan a cabo para identificar los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS) con los que se relacionan, las dimensiones de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE), y los ejes del Pacto Global, con los que se asocian. Todo esto para definir, finalmente, la coherencia y asociación entre ellos. Se concluye con la presentación de resultados y la identificación de cuestiones a discutir en próximas investigaciones.

## **2. Marco de antecedentes**

### **2.1. Programa Acelerador. Objetivos de Desarrollo y Pacto Mundial**

En este apartado se comentan los marcos de interés regional e internacional que abordan la RSE, incluyendo el programa acelerador, los ODS y el Pacto Mundial. El análisis del accionar de las iniciativas privadas, respecto a la sos-

tenibilidad global, se vuelve trascendental al entenderlo como un proceso para alentar el crecimiento económico y social, en un continuo de transformación. Desde esta perspectiva, se plantea la necesidad de enfocar a las empresas no solo en los resultados financieros a corto plazo para satisfacer a los accionistas e inversores, sino en el diseño de una estrategia de mediano y largo plazo que incorpore los objetivos de sostenibilidad y a los restantes públicos interesados.

El Programa SDG Ambition fue de carácter global y tuvo una duración de seis meses. Buscó desafiar y apoyar a las empresas participantes del Pacto Global de Naciones Unidas (United Nations Global Compact, 2021) a establecer objetivos corporativos ambiciosos y acelerar la integración de los 17 ODS en la gestión de sus negocios.

Fue lanzado por primera vez en Argentina en alianza con las redes de Chile y Paraguay. El diseño y dictado del programa contó con la colaboración de Accenture, que ha aportado herramientas metodológicas tales como los SDG Ambition Benchmarks, una serie de diez estándares comunes a todos los sectores e industrias para acelerar la contribución de los negocios a la agenda de desarrollo. El contenido del programa se impartió en 30 horas, a lo largo de tres módulos. Cada módulo contó con sesiones *on-demand* tomados directamente en la plataforma de *e-learning* Academy, sesiones en vivo facilitadas por el equipo de Accenture Argentina y actividades de reflexión interna. En esa primera edición regional del programa, participaron 36 empresas de Argentina, Chile y Paraguay de diversos tamaños y sectores económicos, siendo 11 de ellas argentinas.

Para comprometer a los países con la sostenibilidad se presentan, en el año 2015, los 17 ODS y las 169 metas cuyo fin consiste en erradicar la pobreza, proteger el planeta y garantizar que todas las personas del mundo, sin distinción, gocen de paz y prosperidad. Estos ODS constituyen una iniciativa de la Organización de Naciones Unidas (ONU), canalizada a través del Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), estableciendo las políticas y la financiación necesarias para la consecución de esos objetivos a lo largo de los 15 años siguientes y actuando en 170 países y territorios de todo el planeta. Los ODS desafían a las empresas a alinear sus metas con las de los gobiernos nacionales, y a la comunidad internacional, en torno al desarrollo sostenible.

Este alineamiento representa, en la práctica, un cambio radical en la forma de hacer negocios, pues demanda esfuerzos y compromisos de gobiernos y organizaciones privadas en forma conjunta y la necesidad de instalar una visión de largo plazo, en las empresas, para incorporarlos de forma activa en sus estrategias de negocios. Su aplicación supone una oportunidad para ejercer un liderazgo sostenible y hacer de la estrategia, y del modelo de negocio, una

oportunidad para la revisión del propósito empresarial. Es la contribución social, como creación de valor sostenible, la que permite mostrar la capacidad de innovación, diferenciación y contribución a una mejor sociedad para todos. Sobre esto es que las empresas deberían realizar un ejercicio de reflexión en cuanto a su capacidad para incorporar los ODS, así como analizar su cadena de valor para alinear su estrategia y su modelo de negocios con la sostenibilidad.

Según Rodríguez-Cortés (2021), la incorporación de los ODS en las empresas no solo mejora su reputación, sino que también fortalece las relaciones con la comunidad, facilita el acceso a otros mercados, otorga credibilidad, reduce riesgos y optimiza la eficiencia. Por lo dicho, la sostenibilidad es esencial para el éxito empresarial; no obstante, la supervivencia puede estar en riesgo sin estrategias efectivas y sin acciones claras y alineadas.

El Pacto Global, como iniciativa de las Naciones Unidas, cuenta con el mandato para trasladar los ODS al sector privado y hacer posible que las empresas contribuyan a su logro. Junto con el GRI han emitido el documento “Business Reporting on the SDG: An analysis of the goals and targets” (United Nations Global Compact, 2017), que sirve como guía para que las empresas divulguen información sobre los ODS y define cinco pasos: 1) entender los ODS; 2) analizar sus posibilidades y definir prioridades; 3) fijar un programa de acción, establecer indicadores y anunciar públicamente el compromiso adquirido con los ODS; 4) integrar el programa en la empresa y 5) reportar y comunicar los logros. Este escenario exige de las empresas, comprometidas con el progreso de la sociedad en la que operan, explorar alternativas, para definir su estrategia de negocio en línea con los ODS.

## **2.2. Divulgación de información sobre sostenibilidad. Teorías**

Para Gamerschlag et al. (2011) la decisión de divulgar información de sostenibilidad se ve afectada por la voluntad de la gerencia, observando una fuerte relación entre el contenido revelado y las motivaciones que han guiado la preparación del reporte, lo que deja en evidencia el compromiso asumido con una gestión socialmente responsable. Este carácter voluntario de las revelaciones sobre sostenibilidad, como también la falta de un único modelo que estandarice la presentación de la información, contribuye a la disparidad de los contenidos revelados tanto en su naturaleza, cantidad como calidad.

Un estudio de Senanayake et al. (2016), sobre divulgación de información socioambiental, analiza los determinantes de la emisión de informes de sos-

tenibilidad en Sri Lanka, específicamente en el aspecto social, estableciendo una vinculación significativa entre la revelación de indicadores sociales y los factores económicos del contexto. Este aspecto lo diferencia de la generalidad de trabajos que priorizan el análisis de la información ambiental.

Además, compartir e involucrar a los grupos de interés a través de una herramienta de comunicación clave, como los informes voluntarios, es el mejor canal para una comunicación transparente y trazable (Vegas-Tavera, 2020; Ramírez-Molina et al., 2021).

Para el estudio de la divulgación de información sobre RSE y sostenibilidad se considerarán algunas teorías de las organizaciones. En particular, los postulados de la teoría de los grupos de interés – o *stakeholders* – (Freeman, 1984), dado que el trabajo considera a aquellos grupos de interés relacionados con la entidad y la identificación de los impactos que genera; la teoría institucional (DiMaggio y Powell, 1983) por atender los principios y postulados vigentes en materia de RSE y sostenibilidad, que influyen en la manera en que la organización los integra en su estrategia; por último, la teoría de los costos políticos (Watts y Zimmermann, 1978), con el objetivo de observar si, al mejorar la relación con los grupos de poder, se produce cierta transferencia de riqueza entre la organización y otras partes interesadas, grupos no gubernamentales, reguladores y políticos.

La teoría de los grupos de interés, o *stakeholders*, entiende que la información social se presenta porque existe un numeroso grupo de agentes sociales interesados en la misma y en el funcionamiento de la entidad y sin cuyo apoyo, explícito o implícito, se pondría en peligro la propia existencia de la compañía (Freeman, 1984). Al entender la empresa como el producto de la interacción de recursos materiales y humanos, en pos de alcanzar sus objetivos estratégicos, se deben incluir todos los grupos de interés que, con diversas expectativas, se interesan por los impactos que provocan sus decisiones. Donaldson y Preston (1995) la definen como un conjunto de *stakeholders* que interactúan entre sí de manera constante y dinámica, advirtiendo de la existencia de intereses divergentes que representan conflictos a resolver por la dirección con los mejores resultados posibles. Tras estos postulados subyace la responsabilidad de la entidad de rendir cuentas a todos ellos, dejando de lado, como eje rector, la información contable y optando por el reconocimiento del valor generado por la empresa a partir de la interacción empresa-sociedad-medioambiente.

Es indispensable comprender que el centro de toda organización, con objetivo económico, es la persona y que sus actos necesitan ser legitimados socialmente para mantener su rol en la comunidad y perdurar en el tiempo.

Esta legitimidad requiere dar respuestas a las expectativas generadas y asumir compromisos coherentes con los valores organizacionales que declama. De esta forma genera la confianza indispensable para convertirse en un proyecto de largo plazo. Debe advertirse que, siendo partícipes de la misma realidad, no todos los actores o grupos revisten igual importancia para el ente, sin embargo, es legítimo su requerimiento de información sobre los impactos que las decisiones de la empresa provocan. De tal forma, la teoría de los *stakeholders* empodera a los grupos relacionados con la entidad, quienes legitiman, o no, su actividad, y deja expuesta la necesidad de comunicar y transparentar los resultados de las decisiones implementadas por la organización, redimensionando la importancia de un sistema de información que integre diversos segmentos (García-Meca y Pucheta-Martínez, 2017).

La teoría institucional, sustentada en la dependencia de las organizaciones modernas con el entorno, se desarrolla en los años 70 (Meyer, 2007). Su argumento radica en que la teoría institucional, en un contexto empresarial, puede ser relevante para la sostenibilidad de las organizaciones, pues puede influir en cómo las empresas adoptan prácticas sostenibles. Por ejemplo, las regulaciones gubernamentales, las normas de la industria y las expectativas de los consumidores pueden ser factores institucionales que motivan adoptar prácticas más sostenibles. En este sentido, las organizaciones, a través de su alta dirección, buscan la congruencia entre las acciones que realizan y los valores relevantes para sus grupos de interés (Aranguren-Gómez, 2016). Para esta teoría, las memorias de sostenibilidad se han convertido en una ley. Cuando la actividad principal del ente es cuestionada, o bien resulta conflictiva con el entorno donde opera, la legitimación se ve amenazada y se debe intentar comunicar todas las acciones que llevan adelante para remediar o compensar los impactos negativos provocados (Vera-Martínez, 2018).

La teoría de los costos políticos se vincula con los efectos económicos de la divulgación de información, basados en el supuesto de que los agentes económicos son racionales y actuarán de manera oportunista intentando maximizar su riqueza. Ness y Mirza (1991, p. 212) sostienen que los gerentes divulgarán información solo si aumenta su bienestar, es decir, cuando los beneficios de la divulgación superen los costos asociados.

Watts y Zimmerman (1978, p. 115), identificaron tempranamente las “campanas de responsabilidad social en los medios” como una de las acciones que pueden adoptar las empresas para evitar tensiones que pueden provocar la obtención de altas ganancias. Esas tensiones pueden traducirse en acciones políticas adversas y con la posible generación de costos para la organización,



por ejemplo, los costos que se derivan de la negociación con los sindicatos cuando se informan beneficios por encima de lo esperado.

La decisión de divulgar información, entonces, pasa por encontrar el equilibrio entre los costos adicionales esperados y la posibilidad de contrarrestarlos en alguna medida. Para ello, las empresas intentarán revelar acciones en favor de los grupos relacionados que impliquen un costo menor al que finalmente, se generaría de no hacer nada para compensar la situación. Belkaoui y Karpic (1989) observaron, además, que las empresas pueden divulgar información de responsabilidad social por seguir una moda, pero sin dejar de sopesar el riesgo de que terceros utilicen esa información para operar en contra de la organización.

Cormier y Gordon (2001) y Cormier y Magnan (2003) examinan la divulgación dentro del marco teórico de la relación costo-beneficio, considerando tanto información como costos de propiedad. Según este enfoque, Berthelot et al. (2003) plantean que los gerentes pueden no revelar información si perciben que los inversores no la necesitan o pueden reemplazarla fácilmente; también encuentran probable que minimicen las revelaciones si esto ayudase a evitar costos políticos por acciones de terceros en contra de la entidad, entre ellos, los reguladores o grupos de presión. Dado que existe asimetría de información, en tanto los gerentes tienen acceso a datos que, en cambio, ignoran los inversores, si se considerara que las revelaciones realizadas por la empresa no son confiables, podrían asumir una posición pesimista y decidir liquidar sus acciones o incrementar las tasas en el caso de los acreedores que perciben en la negociación un riesgo mayor. La divulgación de información confiable por parte de la empresa permite a los inversores reducir costos de recopilación a partir de fuentes alternativas, lo que redundaría en una mejora de su reputación, pudiendo officiar como atenuante de otros costos políticos inevitables.

En síntesis, la literatura ha abordado el estudio de la responsabilidad social empresarial en relación con los costos políticos, atendiendo a los costos que se intentan evitar con la divulgación socioambiental. En la tabla 1, se puede observar un detalle de las características de cada teoría, así como también el fundamento que las relaciona en los términos del presente trabajo.

**Tabla 1.** Relación entre las teorías abordadas

	Teorías		
	Grupos de interés	Institucional	Costos políticos
<b>INTERÉS</b>	En los impactos a los grupos de interés	En la capacidad de afectación	En los impactos económicos
<b>DIVULGACIÓN</b>	Rendición de cuentas	Memorias. Reportes Sostenibilidad	Campañas de comunicación
<b>APORTE</b>	Empoderamiento de los grupos	Adopción de prácticas	Evitar costos de la divulgación
<b>SUSTENTO</b>	Legitimidad de los interesados	Comunicación con el entorno	Maximizar riqueza

**Fuente:** elaboración propia.

### 3. Metodología

El trabajo es producto de un proyecto de investigación sobre divulgación de información corporativa socioambiental. Se trata de un análisis de contenido con enfoque cualitativo, exploratorio, descriptivo y reflexivo.

La fuente de datos, secundaria, relacionada con información corporativa y de sostenibilidad, fue obtenida de los reportes, 2021, que publican las empresas en sus sitios web.

La población estudiada estuvo conformada por once empresas privadas, argentinas, que cotizan en la Bolsa, y participaron del Programa Acelerador SDG Ambition 2021, presentado por el Pacto Global en su Red Argentina (tabla 2). La elección de este grupo se asocia con el lanzamiento del programa cuyo objetivo era trabajar para el logro de los ODS por parte de las empresas, en este caso, de diversos sectores: financiero, energético, producción y servicios.

Con un enfoque cualitativo, mediante el análisis de contenido, se exploraron los reportes de sostenibilidad publicados por las empresas estudiadas para describir y reflexionar sobre la información allí divulgada. Este tipo de análisis es una de las metodologías de mayor utilidad en investigaciones sobre comunicación, cuyo objetivo es estudiar de manera rigurosa y sistemática la naturaleza de los mensajes que se intercambian (Krippendorff, 2004). Para ello se plantearon las preguntas de investigación y se sistematizaron los contenidos a relevar identificando los aspectos críticos relacionados con los cuatro criterios definidos para el análisis: grupos de trabajo, ODS, dimensiones de la RSE y ejes del Pacto Global. Esto facilitó integrar e interpretar los resultados.

El primer análisis consistió en la identificación de las temáticas de los grupos de trabajo. El segundo paso apuntó a la búsqueda de memorias y/o reportes de sostenibilidad de cada organización para conocer la divulgación que realizan respecto a ODS y a las acciones que llevan a cabo para su cumplimiento. Un tercer análisis relacionó ODS y dimensiones de la RSE (medio ambiente, economía y social). El cuarto análisis se basó en relacionar lo anterior con los ejes de Pacto Global (personas, planeta, prosperidad, alianzas y paz).

**Tabla 2.** Población estudiada

Empresa	Sector	Características	ODS	Reporte 2021
SANCOR	Seguros	Holding formado en 1945 en Sunchales, Santa Fe. Dedicado al mercado de seguros.	Sí	Sustentabilidad
RANDSTAND	Servicios en recursos humanos	Empresa fundada en Países Bajos en 1960 como agencia de empleo. Líder global en servicios de RR.HH. que apoyan a personas y organizaciones para alcanzar su verdadero potencial.	Sí	Sustentabilidad
ENEL	Energía	Empresa multinacional productora y distribuidora de energía eléctrica y de gas. Fundada como ente público italiano a finales de 1962. Transformada en Soc. por Acciones en 1992. Después de la liberalización del mercado de la energía eléctrica, 1999, fue privatizada. El Ministerio de Economía y Finanzas de Italia se mantiene como principal accionista. En diciembre de 2020 poseía el 23,6% del capital social. Cotiza en la Bolsa de Milán.	Sí	Sustentabilidad
RIO URUGUAY	Seguros	Cooperativa que nació en Concepción del Uruguay (E.R.) y fue desarrollándose a lo largo de la geografía argentina.	Sí	Sustentabilidad

Empresa	Sector	Características	ODS	Reporte 2021
BBVA	Financiero	Banco español con sede social en Bilbao (Vizcaya, País Vasco). Es una de las mayores entidades financieras del mundo. Sus principales mercados son España, Argentina, Colombia, México, Perú, Venezuela, Uruguay y Turquía. Fundado como Banco de Bilbao en 1857, en Bilbao, donde mantiene su sede social.	Sí	Integrado
GALICIA	Financiero	Banco privado argentino perteneciente al Grupo Financiero Galicia. Fundado en 1905 como Banco de Galicia y Buenos Aires. Se ha convertido en una de las entidades más importantes del país. Brinda una amplia gama de servicios financieros. Sus acciones comenzaron a cotizar en la Bolsa de Comercio de Buenos Aires en 1907.	Sí	Integrado
MILICIC	Servicios infraestructura	Empresa sanjuanina, de capitales nacionales, que brinda soluciones para los desafíos más complejos en minería, Oil & Gas, energía e infraestructura.	Sí	De Progreso
YPF	Energía	Empresa argentina de economía mixta, mayoritariamente del Estado. Fundada en 1922. Dedicada a la exploración, explotación, destilación, distribución y producción de energía eléctrica, gas, petróleo y derivados de los hidrocarburos, venta de combustibles, lubricantes, fertilizantes, plásticos y otros productos relacionados con la industria.	Sí	Sustentabilidad
WHIRLPOOL	Producción	Empresa estadounidense de electrodomésticos. Es la mayor del mundo, en su campo, por unidades vendidas. Se inició en 1911 con la producción de máquinas de lavar ropa.	Sí	Sostenibilidad

Empresa	Sector	Características	ODS	Reporte 2021
TGS	Energía	Empresa transportadora de gas natural, responsable de 9.231 kilómetros de gasoductos distribuidos en siete provincias del sur de la Argentina. Comenzó sus operaciones en 1992, desde la privatización de la empresa Gas del Estado.	Sí	Sustentabilidad
SCIENZA	Servicios productos médicos	Empresa argentina, líder en la comercialización, distribución y gerenciamiento de medicamentos para tratamientos oncológicos, antirretrovirales, trasplantes y terapias especiales.	Sí	Sustentabilidad

**Fuente:** elaboración propia.

#### 4. Resultados

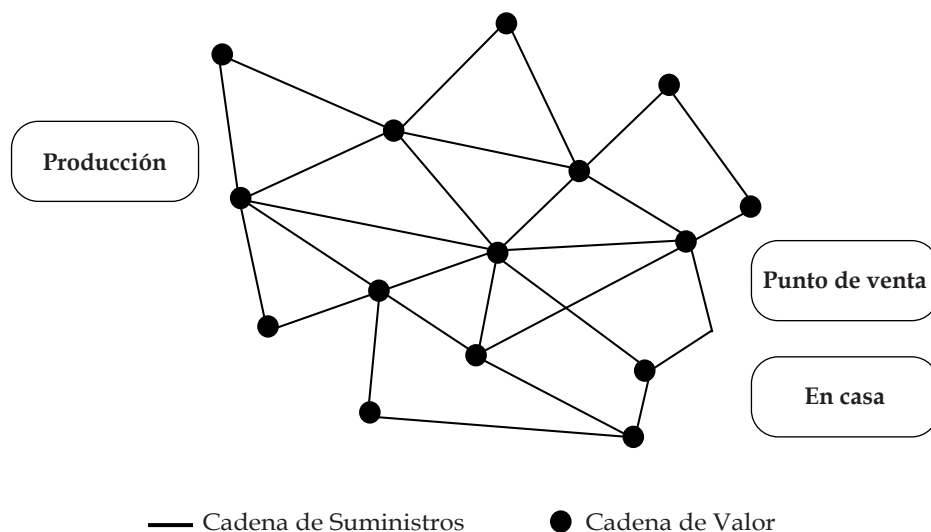
Del Informe de Actividades 2021 del Pacto Global Argentina (2022), y como primer paso, se identificaron las empresas firmantes (84) de la Red local en espacios de desarrollo de capacidades en torno a la gestión de los 17 ODS. Y de ellas se puso foco, particularmente, en las once que formaron parte del Programa Acelerador SDG Ambition por el objetivo que el programa tenía.

El primer análisis consistió en la identificación de las temáticas de los grupos de trabajo. Derechos humanos fue la temática más elegida, siguiéndole cuidado del clima, economía circular, sostenibilidad de la cadena de valor y transporte sostenible, respectivamente. Para explicar la elección de estas temáticas se podrían establecer algunas consideraciones. En primer lugar, a las empresas les interesa, y reconocen, al recurso humano como un factor importante para que la sostenibilidad, como estrategia empresarial de crecimiento a largo, impulse prácticas responsables tanto hacia la propia empresa como hacia sus empleados.

Bertels y Fraser (2010) se plantean la continuidad y mantenimiento de la sostenibilidad dentro de la organización. La cultura da la respuesta, dando forma particular a las prácticas y brindando un sentido de identidad. Por ello, atraer y retener al recurso humano es importante. Construir una cultura empresarial sostenible ayuda a crear y reforzar la importancia de la sostenibilidad no solo para la organización, sino para la cadena de suministros de la que forma parte, evitando interrupciones. Esto justifica la elección del resto de los grupos de

trabajo. Entre ellos, la temática de economía circular está ligada a la producción y consumo, haciendo que el ciclo de vida de los productos se extienda y llegue desde el punto de origen al punto de consumo, a través de un transporte que asegure la sostenibilidad, de acuerdo a Rincón-Roldán y López-Cabrales (2021). Esto está muy relacionado con lo que se expone respecto a los ODS, puntualmente con el número 12. En este camino de la cadena de suministros, cada empresa identifica las actividades que agregan valor en pos de conformar su cadena de valor. Esta relación se muestra en la figura 1.

**Figura 1.** Cadena de valor y cadena de suministros. Relación



**Fuente:** adaptada de KNAPP AG.

El segundo paso consistió en la búsqueda de las memorias y/o reportes de sostenibilidad de cada una de estas organizaciones para conocer la divulgación que realizan respecto a los ODS y las acciones que llevan a cabo para su cumplimiento. El resultado arrojó que los más elegidos fueron: el ODS8 con diez adhesiones, ODS13 con nueve, al igual que ODS17. Le siguen con ocho menciones ODS4, ODS5 y ODS12, con siete el ODS9, con seis menciones se encuentra ODS3, ODS7, ODS10 y ODS11. Con cuatro menciones: ODS1y ODS16. Con tres se encuentra ODS6 y ODS15. No se mencionan los ODS2 y ODS14. Si se toman en cuenta estos resultados y se los compara con los ODS que prioriza el Pacto Global, igualdad de género (ODS 5), trabajo decente y

crecimiento económico (ODS 8), acción por el clima (ODS 13), paz, justicia e instituciones sólidas (ODS 16) y alianzas (ODS 17), se puede confirmar que se encuentran en la misma línea, a excepción del ODS16. Aquí vale resaltar que el recurso humano es considerado pieza fundamental para el crecimiento y el logro de los mejores resultados en sostenibilidad lo cual es reconocido a través de un trabajo decente, donde se prioriza la igualdad de género, la vida sana y se promueve la creación de oportunidades de aprendizaje para el desarrollo personal. Además, la importancia de trabajar basándose en la agregación de valor y el cuidado del medio ambiente es importante dado que incentiva el desarrollo de alianzas entre los eslabones de la cadena, y con otros actores sociales, para actuar sobre el cambio climático y para promover una producción y consumo sostenibles.

Un tercer análisis relacionó los ODS mencionados con las tres dimensiones de la RSE (medio ambiente, economía y social). Este enfoque permitió identificar el campo de actuación en el que las organizaciones priorizan sus desarrollos. Efectivamente, se alinean, fundamentalmente, con lo social y medioambiental (5), siguiéndole lo económico (4).

Desde el punto de vista de los ejes en que clasifica el Pacto Global a los ODS, cuarto análisis, los resultados mostraron una distribución más uniforme entre la mayoría de los ejes. Los alineados con prosperidad, paz y alianzas se consideran todos y respecto a personas y planeta, la mención es casi total. La diferencia la marcan los ODS2 y ODS14 que no son mencionados.

En cuanto a las acciones, que describen en sus memorias y reportes, se puede resaltar que responden, mayormente, a los ODS elegidos y están en sintonía con los criterios considerados para hacer el análisis: grupos de trabajo, dimensiones de la RSE y ejes del Pacto Global. En la tabla 2, se visibiliza una clara coherencia y alineación entre estos criterios. Se parte de lo *social* hacia las *personas, la prosperidad y la paz*. Mientras que, desde el aspecto *económico*, también se prioriza la *prosperidad* y luego el *planeta*. Lo medioambiental se vincula exclusivamente con el cuidado del planeta. Esto pone en evidencia que las acciones respecto a un mismo ODS pueden estar alineadas y responder a distintos ejes y dimensiones simultáneamente, potenciando sus impactos.

**Tabla 3.** Relación de criterios de análisis

Grupos de Trabajo	ODS (número)	Dimensiones RSE	Pacto Global
Derechos humanos	Trabajo Decente y Crecimiento Económico (8)	Social	Personas
	Igualdad de Género (5)		
	Reducción de Desigualdades (10)		
	Educación de Calidad (4)		
	Salud y Bienestar (3)		
Cuidado del Clima	Acción por el Clima (13)	Medio Ambiente	Planeta
	Energía Asequible y no contaminante (7)		
Economía Circular	Ciudades y Comunidades Sostenibles (11)	Medio Ambiente	Prosperidad
	Producción y Consumo Responsable (12)		
Sostenibilidad de la Cadena	Alianzas para lograr el objetivo (17)	Económico	Alianzas
Transporte Sostenible	Industria, Innovación e Infraestructura (9)	Medio Ambiente	Paz

**Fuente:** elaboración propia.

## 5. Conclusiones

El trabajo tuvo por objetivo identificar si la divulgación que realizan las empresas, sobre sostenibilidad en los reportes y/o memorias, demuestran coherencia con lo que plantean, a nivel estratégico, dichos documentos. El análisis realizado permite concluir que las empresas intervinientes del Programa Acelerador SDG Ambition revelan información de las actividades, que explican su compromiso con el desarrollo sostenible, alineadas a su estrategia, a través de reportes de sostenibilidad con información variada y visualmente atractiva, una cuestión no menor al momento de divulgar.

Las actividades descritas ponen énfasis, fundamentalmente, en los derechos humanos, el clima y la economía circular. Promueven el trabajo decente, la educación de calidad, la igualdad de género, la producción y consumo res-



ponsable, el respeto por el medio ambiente y fomentan las alianzas para fortalecer las industrias junto a otros actores sociales. Desde lo social se remarca la importancia de las personas como eje fundamental en el desarrollo y crecimiento de cualquier sociedad. Por su parte, el cuidado del planeta tiene un doble aporte, el que proviene de la dimensión económica y el sustentado en lo medioambiental.

La consideración de los ODS, con actividades concretas para su aplicación, mejora el posicionamiento y reputación de las empresas, lo que les permite ser consideradas como líderes, pasando, sus modelos de negocios, a ser referentes para otras organizaciones. Demuestran una cadena de valor alineada a su estrategia y un modelo de negocios orientado a la sostenibilidad fortaleciendo sus vínculos con sus grupos de interés.

El análisis de materialidad promueve la aplicación de la teoría de los *stakeholders* porque los identifica e involucra en la definición de los temas materiales que impactan en la organización y es en lo que se sustenta su estrategia de negocios. Esto garantiza la alineación de las prácticas sostenibles con los valores relevantes para sus grupos de interés y la integración, a través de la teoría institucional, con su estrategia haciendo que las memorias de sostenibilidad tengan una importancia institucional. En consecuencia, la información que transmiten mejora las relaciones con la comunidad, permite acceder a otros mercados, otorga mayor credibilidad y, en relación a la teoría de los costos políticos, permite mejorar la relación con los grupos de poder y así lograr una transferencia de riqueza que optimiza su eficiencia. Esto da confianza y motiva a inversores a ser parte de las acciones que desarrollan.

En las empresas estudiadas, que son del sector privado, el Pacto Mundial ha logrado trasladar la importancia de alinearse a los ODS y hacer posible que las mismas contribuyan a su logro utilizando el GRI como guía para su divulgación. Esta difusión de acciones, en algunos casos, ha sido exhaustiva abarcando múltiples aspectos que hacen a cada ODS, mientras que en otros se muestra mucho más acotado y con una expresión muy general que no permite dimensionar el alcance de su implementación. Pero esta no ha sido la debilidad más marcada como sí lo es la cuestión de la medición de resultados. Es cierto que esto, en muchos casos, responde a una cuestión cultural. Por lo que se puede concluir que la participación y compromiso asumido por las empresas, en el Programa de Aceleración, se refleja en las decisiones estratégicas y en las acciones que se explicitan en sus reportes de sostenibilidad y demuestra una clara alineación entre las temáticas, los ODS, las dimensiones de la RSE y los ejes del Pacto Global a los que adhieren.

Mostrar la alineación entre prácticas y acciones, con el mensaje que se transmite y la información que se reporta es señal del compromiso de la entidad. A su vez, un comportamiento coherente es de suma importancia para dar credibilidad y confianza a los grupos de interés, pues son ellos los que legitiman la actividad y redimensionan la importancia de un sistema de información y comunicación que integre los diversos segmentos. Además, la forma en que las organizaciones llevan a la práctica su compromiso con la sostenibilidad pone de manifiesto la congruencia institucional con el valor que desean agregar a sus grupos de interés y fortalece el sistema de toma de decisiones respecto a lo que ejecutan.

Por todo esto es que se puede concluir que se advierte coincidencia, en las entidades observadas, entre la estrategia aplicada y el compromiso alcanzado por su participación en este tipo de programas. Esta alineación fortalece el compromiso de qué hacer basado en la estrategia legítima, agrega valor institucional y confianza a los grupos de interés. Se espera profundizar el estudio considerando el análisis de oportunidades y riesgos, a partir de un análisis de materialidad, así como la medición de impactos, y la cadena de valor asociada a la cadena de suministros, pues ellos reforzarían el trabajo desarrollado hasta aquí por las empresas.

Las conclusiones, derivadas de los resultados obtenidos, no fueron confrontadas con investigaciones similares, dado que, luego de entrada en vigencia el programa Acelerador SDG Ambition, no se detectaron estudios que aplicaran misma base de información y similar enfoque.

### **Declaración de conflictos de interés**

No declaran.

### **Contribución de cada autor**

*Sandra Pastor* participó en la conceptualización del trabajo, en la etapa de investigación, en el diseño de la metodología, en el análisis de la información, en la redacción, revisión y edición del trabajo.

*Mónica Jugón* participó en la conceptualización del trabajo, en la etapa de investigación, en el diseño de la metodología, en el análisis de la información, en la administración, supervisión, visualización, redacción del borrador original y redacción, revisión y edición final.

*Mariano Mastropierro* participó en la conceptualización del trabajo, en el análisis de la información y en la etapa de investigación.

*Pablo Raffaelli* participó en la etapa de investigación y en el análisis de la información.

*Joana Frosinini* participó en la etapa de investigación y en el análisis de la información.

### **Uso de inteligencia artificial generativa (IAG)**

Los autores declaran no haber empleado herramientas de IAG en la elaboración del presente trabajo.

### **Referencias**

- Alonso-Almeida, M. M., Marimon, F. y Llach, J. (2015). Difusión de las memorias de sostenibilidad en Latinoamérica: análisis territorial y sectorial. *Estudios Gerenciales*, 31(135), 139-149. [https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios\\_gerenciales/issue/view/215](https://www.icesi.edu.co/revistas/index.php/estudios_gerenciales/issue/view/215)
- Aranguren-Gómez, N. (2016). Divulgación de información social y medioambiental: un análisis de los patrones de comportamiento de empresas europeas cotizadas desde la teoría neo-institucional. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 45(2), 199-230. <https://doi.org/10.1080/02102412.2016.1140393>
- Belkaoui, A. y Karpik, P. G. (1989). Determinants of the corporate decision to disclose social information. *Accounting, Auditing and Accountability*, 2(1), 36-51. <https://doi.org/10.1108/09513578910132240>
- Bertels, S. y Fraser S. (2010). *Embedding Sustainability in Organizational Culture. A how-to Guide for executives*. Network for Business Sustainability. [http://livebettermagazine.com/eng/reports\\_studies/pdf/Executive-Report-Sustainability-and-Corporate-Culture.pdf](http://livebettermagazine.com/eng/reports_studies/pdf/Executive-Report-Sustainability-and-Corporate-Culture.pdf)
- Berthelot, S., Cormier, D. y Magnan, M. (2003). Environmental disclosure research: review and synthesis. *Journal of accounting literature*, 22, 1-44. <https://www.researchgate.net/publication/285059735>
- Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. (11 de diciembre 1997). *¿Qué es el Protocolo de Kyoto?* [https://unfccc.int/es/kyoto\\_protocol](https://unfccc.int/es/kyoto_protocol)

- Convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático. (21 de marzo 1994). *¿Qué es la convención Marco de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático?* <https://unfccc.int/process-and-meetings/what-is-the-united-nations-framework-convention-on-climate-change>
- Cormier, D. y Gordon, I. M. (2001). An examination of social and environmental reporting strategies. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 14(5), 587-617. <https://doi.org/10.1108/EUM0000000006264>
- Cormier, D. y Magnan, M. (2003). Environmental reporting management: a continental European perspective. *Journal of Accounting and Public Policy*, 22(1), 43-62. [https://doi.org/10.1016/S0278-4254\(02\)00085-6](https://doi.org/10.1016/S0278-4254(02)00085-6)
- DiMaggio, P. J. y Powell, W. W. (1983). The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields. *American Sociological Review*, 48(2), 147-160. <https://doi.org/10.2307/2095101>
- Donaldson, T. y Preston, L. E. (1995). The Stakeholder Theory of the Corporation: Concepts, Evidence, and Implications. *The Academy of Management Review*, 20(1), 65-91. <https://doi.org/10.5465/amr.1995.9503271992>
- Freeman, R. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9781139192675>
- García-Meca, E. y Pucheta-Martínez, M. C. (2017). How institutional investors on boards impact on stakeholder engagement and corporate social responsibility reporting. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 25(3), 237-249. <https://doi.org/10.1002/csr.1451>
- Gamerschlag, R., Möller, K. y Verbeeten, F. (2011). Determinants of voluntary CSR disclosure: Empirical evidence from Germany. *Review of Managerial Science*, 5(2), 233-262. <https://doi:10.1007/s11846-010-0052-3>
- Hernández-Pajares, J. (2018). Influencia de la naturaleza internacional de empresas peruanas en su información de sostenibilidad. *Revista de Comunicación*, 17(1), 74-92. <https://doi.org/10.26441/RC17.1-2018-A4>
- Jara-Sarrúa, L. (septiembre, 2017). Comparabilidad de las Memorias de Sostenibilidad elaboradas con el estándar GRI-G4 opción Core. El caso de Argentina, Chile, Colombia, México y Perú [Ponencia]. 11th Centre for Social and Environmental Accounting Research (CSEAR) Spain Conference. Zaragoza, España. [https://www.observatorioifrs.cl/wp-content/uploads/2020/06/CSEAR\\_2017.pdf](https://www.observatorioifrs.cl/wp-content/uploads/2020/06/CSEAR_2017.pdf)
- Jara-Sarrúa, L. (2022). *Reportes de sostenibilidad en Latino América: una exploración a través del análisis de redes* [Tesis de Doctorado, Universidad de Zaragoza]. <https://zaguan.unizar.es/record/112133/files/TESIS-2022-074.pdf>

- Jugón-Sartorio, M., Pastor-Espada, S. P., Raffaelli-Cáceres, P., Mastropietro-Marchen, M. M. y Frosinini-Ramallo, J. D. (2023). La contribución al desarrollo sostenible de empresas argentinas intervinientes en el programa acelerador Ambition. *CAPIC Review*, 21, 1-14. <https://doi.org/10.35928/cr.vol21.2023.186>
- Krippendorff, K. (2004). Reliability in content analysis: Some common misconceptions and recommendations. *Human Communication Research*, 30(3), 411-433. <https://doi.org/10.1111/j.1468-2958.2004.tb00738.x>
- Lindblom, C. (1993). The implications of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure: critical perspectives on accounting. In *Critical Perspectives on Accounting Conference*. New York, United States.
- Meyer, I. (2007). Prejudice and discrimination as social stressors. En I. Meyer y M. Northridge (Eds.), *The health of sexual minorities: Public health perspectives on lesbian, gay, bisexual, and transgender populations* (pp. 242-267). Springer. [https://doi.org/10.1007/978-0-387-31334-4\\_10](https://doi.org/10.1007/978-0-387-31334-4_10)
- Ness, K. E. y Mirza, A. M. (1991). Corporate social disclosure: A note on a test of agency theory. *The British Accounting Review*, 23(3), 211-217. [https://doi.org/10.1016/0890-8389\(91\)90081-C](https://doi.org/10.1016/0890-8389(91)90081-C)
- Pacto Global Argentina. (2022). *La década de la acción y las empresas responsables. Informe actividades 2021*. UN Global Compact. <http://pactoglobal.org.ar/memoria>
- Pacto Mundial. (s.f.). *Los 10 Principios*. UN Global Compact. <https://www.pactomundial.org/que-puedes-hacer-tu/diez-principios/>
- Rabasedas, M. L., Del Barco, M. A. y Jara-Sarrúa, L. A. (2016). Análisis intersectorial de las memorias de sostenibilidad publicadas por empresas cotizadas en Argentina. *Revista Saberes*, 8(2), 133-160. <https://doi.org/10.35305/s.v8i2.123>
- Ramírez-Molina, R. I., Ríos-Pérez, J. D., Lay-Raby, N. D. y Ramírez-Molina, R. J. (2021). Estrategias empresariales y cadena de valor en mercados sostenibles: Una revisión teórica. *Revista de Ciencias Sociales*, 27, 147-161. <https://doi.org/10.31876/rcs.v27i.36999>
- Ramón-Llorens, M. C., Martínez-Ferrero, J. y García-Meca, E. (2021). Los ODS en Latinoamérica: compromiso y relación con la responsabilidad social. *Contaduría Universidad de Antioquia* (79), 63-78. <https://doi.org/10.17533/udea.rc.n79a03>
- Rincón-Roldán, F. y López-Cabrales, A. (2021). Valores de la economía social: Gestión de recursos humanos y sostenibilidad. *CIRIEC-España, Revista de*

*economía pública, social y cooperativa*, (102), 33-59. <https://doi.org/10.7203/ciriec-e.102.18291>

- Rodríguez-Cortés M. (2021). La implementación de los ODS como herramienta de sostenibilidad en las empresas del IBEX35. *RA & DEM Revista de Administración y Dirección de empresas*, (5), 246-265. <https://dialnet.unirioja.es/servlet/articulo?codigo=8260693>
- Senanayake, J., Dissanayake, D., Mayadunna, B. y Weerasekera, W. (2016). An approach to delineate groundwater recharge potential sites in Ambalantota, Sri Lanka using GIS techniques. *Geoscience Frontiers*, 7(1), 115-124. <https://doi.org/10.1016/j.gsf.2015.03.002>
- United Nations Global Compact. (2017). *Business Reporting on the SDGs: An analysis of the goals and targets*. <https://unglobalcompact.org/library/5361>
- United Nations Global Compact. (2021). *SDG Ambition*. <http://unglobalcompact.org/sdgambition>
- Vegas-Tavera, D. (2020). *Estrategias de branding para comunicar a sostenibilidad de las empresas B*. [Tesis de Grado, Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas]. <http://hdl.handle.net/10757/653314>
- Vera-Martínez, P. S. (2018). *El desarrollo sostenible y su inserción en la empresa ¿Institucionalización o más de lo mismo?* [Ponencia]. XXIII Congreso Internacional de Contaduría, Administración e Informática. Ciudad de México, México. <https://investigacion.fca.unam.mx/docs/memorias/2018/4.03.pdf>
- Watts, R. L. y Zimmerman, J. L. (1978). Towards a positive theory of the determination of accounting standards. *The Accounting Review*, 53(1), 112-134. <https://www.jstor.org/stable/245729>

© 2024 por los autores; licencia otorgada a la revista *Escritos Contables y de Administración*. Este artículo es de acceso abierto y distribuido bajo los términos y condiciones de una licencia Atribución-No Comercial 4.0 Internacional (CC BY-NC 4.0) de Creative Commons. Para ver una copia de esta licencia, visite <https://creativecommons.org/licenses/by-nc/4.0/>