

Mohammad Talalweh

La transparencia y la información de  
responsabilidad social y  
medioambiental en las empresas del  
Mundo Islámico: la cultura como  
factor determinante.

Departamento  
Contabilidad y Finanzas

Director/es  
Llena Macarulla, Fernando

<http://zaguan.unizar.es/collection/Tesis>

Tesis Doctoral

LA TRANSPARENCIA Y LA INFORMACIÓN DE  
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL EN LAS  
EMPRESAS DEL MUNDO ISLÁMICO: LA CULTURA COMO  
FACTOR DETERMINANTE.

Autor

Mohammad Talalweh

Director/es

Llena Macarulla, Fernando

**UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA**

Contabilidad y Finanzas

2011









**UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA  
FACULTAD DE ECONOMÍA Y EMPRESA  
DEPARTAMENTO DE CONTABILIDAD Y FINANZAS**

**TESIS DOCTORAL**

**LA TRANSPARENCIA Y LA INFORMACIÓN SOBRE  
RESPONSABILIDAD SOCIAL Y MEDIOAMBIENTAL EN LAS  
EMPRESAS DEL MUNDO ISLÁMICO: LA CULTURA COMO  
FACTOR DETERMINANTE**

Realizada por

**MOHAMMAD TALALWEH**

Bajo la dirección de

**Prof. Dr. FERNANDO LLENA MACARULLA**

**Zaragoza, España**

**2011**



## AGRADECIMIENTOS

Muchas veces, mientras me esforzaba en mantener el continuo ritmo de trabajo, he pensado en la redacción de estos agradecimientos, que a la vez de darme la oportunidad de manifestar mi gratitud a todos los que me han ayudado a mí, extranjero en tierra extraña, significaría el final de una etapa y la posibilidad de retomar mi trabajo docente y regresar al abrazo de los míos y a las queridas piedras de mi hogar. Ahora que efectivamente escribo estas líneas, siento que culmina un ciclo de mi vida, en que han intervenido, directa o indirectamente, tantas personas que no podría nombrarlos a todos en el espacio razonable que se dedica a estos asuntos. Por ello, mi primer agradecimiento es para Allah, Bendito sea su Santo Nombre, el Compasivo, el Misericordioso, que ha guiado mis pasos y me ha protegido de todo mal, otorgándome las fuerzas para superar las dificultades de mi estancia en la acogedora España y la amarga separación de los míos. Por supuesto, a mi tutor y supervisor de la tesis, D. Fernando Llena, por su constante paciencia y estímulo, y su incesable esfuerzo por transmitirme los métodos de trabajo de la Universidad. También quisiera dar las gracias a todos los miembros del Departamento de Contabilidad y Finanzas de la Universidad de Zaragoza por permitirme desarrollar esta tesis, en especial a D. José Luis Sarto, que dirigió mi máster y me mostró cómo ha de realizarse un trabajo riguroso y científico.

Manifiesto mi agradecimiento a todos los que me han acompañado en lo personal y lo profesional en la universidad de Zaragoza, especialmente a mis colegas Jamal Subuh, José Álvarez y Fernando Coca.

Por supuesto, mi mayor agradecimiento es el que debo a mi mujer Amani, que permanece en Palestina cuidando de nuestros hijos Watan y Ahmad, cuyo esfuerzo –por lo discreto y amable, como el de todas las esposas- pasa desapercibido en las aulas y medios de comunicación, pero sin cuya ayuda y afecto nadie podría soportar la ausencia de la tierra de sus padres. Y a mis hijos pequeños, privados de verme, a quienes ansío abrazar cuanto antes.

Y finalmente, a mi hermano en España, Francisco, cuyos valores de amistad son un ejemplo de mejora personal y que siempre se ha mantenido a mi lado y me ha ayudado en lo posible con sus conocimientos y sus consejos.

Todo el esfuerzo que he empleado en esta tesis servirá de ayuda para mis compatriotas, y de motivo de orgullo para mis compañeros de la Universidad Abierta de Jerusalén en Palestina, espacialmente para su rector Dr. Yunis Amor.

Zaragoza, Octubre de 2011.





# ÍNDICE DE CONTENIDO

<b>INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>1</b>
<b>1. Ámbito de la investigación</b>	
1.1 Antecedentes sobre Arabia Saudita y el Mundo Islámico.....	7
1.2 Teorías principales sobre la transparencia informativa.....	10
1.3 Teorías principales sobre la RSC y la sostenibilidad.....	16
1.4 Aplicación de las teorías sobre RSC y sostenibilidad al Mundo Islámico.....	25
<b>2. Objetivo de la tesis doctoral.....</b>	<b>27</b>
<b>3. Importancia de la tesis doctoral.....</b>	<b>29</b>
<b>4. Estructura de la tesis doctoral.....</b>	<b>30</b>
<b>Referencias Bibliográficas.....</b>	<b>32</b>

## **CAPÍTULO I.**

### **La divulgación de información voluntaria en internet: Un análisis comparativo entre España y Arabia Saudita**

<b>1. Introducción.....</b>	<b>45</b>
<b>2. Antecedentes y normativas sobre la transparencia.....</b>	<b>48</b>
2.1 Investigación descriptiva.....	49
2.2 Normativa legal sobre Transparencia en España y Arabia Saudita.....	51
2.2.1 El Gobierno Corporativo y la transparencia.....	52
2.2.2 Normativa sobre transparencia en España.....	54
2.2.3 Normativa sobre transparencia en Arabia Saudita.....	54
<b>3. Hipótesis de trabajo.....</b>	<b>55</b>

<b>4.</b>	<b>Datos y Metodología.....</b>	<b>59</b>
4.1	La variable dependiente: el Índice de Transparencia Informativa.....	59
4.2	Las variables independientes.....	61
4.3	Metodología.....	61
<b>5.</b>	<b>Resultados.....</b>	<b>63</b>
<b>6.</b>	<b>Conclusiones.....</b>	<b>70</b>
	Referencias Bibliográficas.....	73
<b>ANEXOS</b>		
<b>Tabla A.</b>	<b>El nivel del cumplimiento de cada ítem de las empresas en ambos países...80</b>	
<b>Tabla B.</b>	<b>Ítems que las empresas publican en sus páginas web.....81</b>	
<b>ANEXO 2.</b>	<b>Las empresas de ambos países la muestran.....82</b>	

## **CAPÍTULO II.**

### **Voluntary Corporate Social Responsibility Disclosure: The Case of Saudi Arabia**

<b>1.</b>	<b>Introduction.....</b>	<b>86</b>
<b>2.</b>	<b>Corporate Social Responsibility Disclosure: Related Concepts .....</b>	<b>88</b>
2.1	Corporate Social Responsibility.....	88
2.2	Sustainability Development SD.....	91
2.3	Social Responsible Investments (SRI).....	92
<b>3.</b>	<b>Review of the theoretical literature.....</b>	<b>94</b>
3.1	Social Responsibility in the Western and Islamic Worlds.....	95
<b>4.</b>	<b>Data and Methodology.....</b>	<b>97</b>
4.1	Data Collection and CSR Index elaboration.....	97
4.2	Correlation Testing.....	99

4.3 Independent variables and development of hypotheses.....	99
<b>5. Results and discussion.....</b>	<b>104</b>
<b>6. Conclusions and remarks.....</b>	<b>111</b>
References and Bibliography.....	115
<b>APPENDIX 1. Survey items used in this study (Disclosure Indexes).....</b>	<b>126</b>

### **CAPÍTULO III.**

#### **Islamic World Companies Sustainability Performance: Reporting Analysis**

<b>1. Introduction.....</b>	<b>129</b>
<b>2. Historical Background of Sustainability Reporting.....</b>	<b>132</b>
<b>3. Theoretical Framework.....</b>	<b>134</b>
3.1 Accountability.....	134
3.2 The Islamic Accountability Framework.....	135
3.3 Sustainable Development and Sustainability Reports.....	137
<b>4. Methodology and data.....</b>	<b>144</b>
<b>5. Results and discussion.....</b>	<b>152</b>
<b>6. Conclusions and remarks.....</b>	<b>156</b>
References and bibliography.....	161
<b>APPENDIX . .....</b>	<b>171</b>

### **CAPÍTULO IV.**

#### **Transparencia y evaluación de la RSC en el sector bancario mundial: Análisis comparativo internacional y efectos de la crisis financiera**

<b>1. Introducción.....</b>	<b>177</b>
<b>2. Antecedentes.....</b>	<b>180</b>

<b>3. Metodología de Investigación.....</b>	<b>186</b>
3.1 La Muestra y Recopilación de Datos.....	188
3.2 Descripción de las variables independientes.....	188
<b>4. Resultados.....</b>	<b>194</b>
<b>5. Conclusiones.....</b>	<b>214</b>
Referencias bibliográficas.....	217
<b>ANEXOS.....</b>	<b>224</b>
<b>CAPITULO V.</b>	
<b>Conclusiones</b>	
Implicaciones, contribuciones y limitaciones.....	231
Alternativas futuras de investigación.....	240

## ÍNDICE DE TABLAS Y FIGURAS

### CAPÍTULO I.

<b>Tabla 1.</b> Composición de la muestra por sector empresarial.....	<b>59</b>
<b>Tabla 2.</b> Análisis descriptivo de las variables independientes.....	<b>66</b>
<b>Tabla 3.</b> Comparación de media y varianzas.....	<b>66</b>
<b>Tabla 4.</b> Resultados del análisis de regresión de España.....	<b>67</b>
<b>Tabla 5.</b> Resultados del análisis de regresión de Arabia Saudita.....	<b>67</b>
<b>Figura 1.</b> Promedio del nivel de transparencia de las distintas categorías.....	<b>64</b>
<b>Figura 2.</b> Promedio del nivel de transparencia de los distintos sector económicos.....	<b>65</b>

### CAPÍTULO II.

<b>Table 1.</b> The number of firms analyzed .....	<b>104</b>
<b>Table 2.</b> Correlation between CSR disclosure level and economic profitability and sales.....	<b>107</b>
<b>Table 3.</b> Relationship between economics sector and CSR disclosure level: ANOVA analysis.....	<b>108</b>
<b>Table 4.</b> Correlation between CSR disclosure, level and the type of auditor and regulated sector.....	<b>109</b>
<b>Figure 1.</b> CSR disclosure level by category.....	<b>105</b>
<b>Figure 2.</b> CSR disclosure, level by economic sectors.....	<b>106</b>

### CAPÍTULO III.

<b>Table 1.</b> Factors of Corporate responsibility development.....	<b>143</b>
----------------------------------------------------------------------	------------

<b>Table 2.</b> Sample composition by Business sectors.....	<b>145</b>
<b>Table 3.</b> Averages Mean of the indicators in each sector.....	<b>147</b>
<b>Table 4.</b> Constructs of the independents variables.....	<b>150</b>
<b>Table 5.</b> Models used for each of the dependents variables.....	<b>152</b>
<b>Table 6.</b> The statistically significant variables for the four models.....	<b>153</b>
<b>Figure 1.</b> Fulfillment of TBL in Islamic Companies.....	<b>146</b>

#### **CAPÍTULO IV.**

<b>Tabla 1.</b> Las entidades financieras de la muestra.....	<b>187</b>
<b>Tabla 2.</b> Numero de las entidades financieras con memoria RSC en el GRI para el ejercicio 2009 por país.....	<b>195</b>
<b>Tabla 3.</b> Promedio de indicadores por país.....	<b>197</b>
<b>Tabla 4.</b> Datos financieros (Promedio).....	<b>199</b>
<b>Tabla 5.</b> Características cualitativas (Promedio).....	<b>199</b>
<b>Tabla 6.</b> Estadísticas de contraste.....	<b>203</b>
<b>Tabla 7.</b> Descriptivas las variables independientes.....	<b>204</b>
<b>Tabla 8.</b> Modelos seleccionados para cada una de las variables dependientes.....	<b>207</b>
<b>Tabla 9.</b> Modelos explicativos de los índices del cumplimiento de memorias de sostenibilidad.....	<b>208</b>
<b>Figura 1.</b> Promedio de los índices por región.....	<b>198</b>
<b>Figura 2.</b> Configuración de estímulos derivadas (Modelo de distancia Euclides)....	<b>201</b>

## **LISTA DE ABREVIATURAS**

### **CAPÍTULO I.**

UN: Unión Europeo

PNB: producto neto bruto

OCDE: Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico

AECA: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas

### **CAPÍTULO II.**

SD: Social Development

SRI: Socially Responsible Investment

R&D: Research and Development

BSR: Business Social Responsibility

LI: Labor Information

SI: Social Information

EI: Environmental Information

ROE: Return on Equity

### **CAPÍTULO III.**

GRI: Global Reporting Initiative

CSR: Corporate Social Responsibility



TBL: Triple Bottom Line

SEC: Securities Exchange Commission

FASB: Finance Accounting Standards Board

SER: Social and Environmental Reporting

CERES: Coalition for Environmental Responsibility Economies

UNEP: United Nation Environmental Programme

#### **CAPÍTULO IV.**

UNEP-FI: United National Environmental Programme Finance Initiative

ISDJ: Índice de Sostenibilidad Dow Jones

EMAS: Eco- Management and Audit Scheme

CDP: Carbon Disclosure Project

IGRI: Índice General de la memoria sostenibilidad

IEC: Índice del aspecto económico

INE: Índice del aspecto medioambiental

ISOC: Índice del aspecto social



## INTRODUCCIÓN

Con la globalización, el mundo empresarial está incrementando cada vez más su capacidad de influencia en la sociedad. Las malas prácticas empresariales tienen el potencial del infligir un enorme daño a las comunidades y al medio ambiente, como se ha demostrado repetidamente, mientras que las buenas prácticas, basadas en la sostenibilidad y en una ética humana, pueden reparar muchos de los daños sufridos hasta ahora y asegurar la supervivencia y el confort de las generaciones venideras. Por ello, el punto de vista ético se ha arraigado en las demandas de los grupos de interés, acuciadas por las actuales crisis ambiental y económica (Kiran y Sharma, 2011).

El impacto de las empresas en la sociedad se ha convertido en un tema de preocupación universal que concierne cada vez más a los consumidores, empleados, inversores y comunidades locales. Se han desarrollado guías, normativas y códigos para controlar la conducta de las corporaciones, y tanto los gobiernos como las ONG están exigiendo una transparencia y rendición de cuentas cada vez mayor a las compañías en sus operaciones cotidianas. Hay actualmente organizaciones profesionales que se dedican a realizar auditorías sociales, gobiernos cuya legislación reclama informes sociales obligatorios, agencias de calificación que clasifican el rendimiento de las empresas según su comportamiento social, e incluso las mismas compañías optan por publicar un número cada vez mayor de informes sobre su actuación social (Brammer y Pavelin, 2004).

Todo este proceso ha provocado la aparición del concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC), de creciente importancia en la literatura de investigación de las tres últimas décadas (Gray, 2001; Rizk *et al.*, 2008).

El interés en la RSC y, subsiguientemente, en la Divulgación Social Corporativa (DSC) ha ido creciendo a todos los niveles. El debate sobre el cambio climático y la sostenibilidad, empeorado por la actual crisis financiera mundial, ha hecho que las compañías, acuciadas por grupos de interés que exigen información cada vez más detallada acerca de temas sociales y medioambientales, se hayan visto obligadas a justificar sus actividades ante la opinión pública mediante un incremento en la divulgación sobre aspectos distintos de los meramente económicos (Daub, 2007; Blowfield y Murray, 2011). La DSC se ha convertido en una herramienta clave a la hora de establecer una relación entre compañías y grupos de interés acerca de las actividades corporativas sobre responsabilidad social. Sirve además para subrayar los valores de la compañía y su ética profesional.

Parece evidente que la actual crisis económica es, en el fondo, una cuestión de carencia de principios éticos a causa del abandono de valores morales personales profundos y arraigados. Esta crisis financiera ha dejado al descubierto numerosas prácticas empresariales contrarias a la ética, así como la falta de transparencia en los procesos de préstamo, y ha transferido el riesgo de estas acciones fuera de los EEUU (Aziz, 2008; OECD, 2009, p.36). Como complicación añadida, la respuesta traducida en una regulación en exceso puede producir confusión y contradicciones que lleven a un deterioro adicional de la conducta ética o, como señala, (Hoagland, 2008): “la ética profesional en declive arruga con el crimen las inmaculadas camisas de nuestros empresarios y ejecutivos, incluso dentro del gobierno”. Para resolver y sobrevivir a esta crisis es preciso reconstruir una cultura fuertemente enraizada en los valores éticos y fundamentar la regulación económica en dichos valores.

La realización de este estudio se debe a la mencionada importancia creciente de la divulgación de RSC y la transparencia en la literatura contable más reciente. Así mismo,

y en un aspecto más personal, se corresponde en gran medida con el trasfondo social, religioso y cultural del autor, originario de una nación islámica en desarrollo en la que las compañías no sienten la obligación de divulgar acerca de responsabilidad social. En consecuencia, y a pesar del cúmulo de estudios relacionados con la DSC, se presupone la necesidad de desarrollar un modelo que ayude a comprender por qué ese tipo de divulgación no es habitual en los países del mundo islámico y cuáles son los factores que causan dicho fenómeno. Por esta razón es imprescindible comenzar analizando sus tradiciones y prácticas empresariales específicas.

El origen de los conceptos de responsabilidad social y medioambiental en el mundo islámico se remontan a la Revelación (Corán) al Profeta -bendito sea por siempre- por Allah, el Compasivo, el Misericordioso, hace unos mil cuatrocientos años, (Rizk, 2005).

Los contenidos sobre responsabilidad social y medioambiental en la literatura islámica – el Corán, la Sunna, las reflexiones de los estudiosos islámicos-, rica en preceptos y ejemplos, están dispersos a lo largo de numerosos textos que aun no se han sintetizado en un modelo sistemático, lo que hace difícil su estudio. No existe un capítulo titulado “Responsabilidad Social”, sino que los conceptos han de extrapolarse y ser sujetos a reflexión e interpretación, lo que da como consecuencia una visión poco explícita.

### *Responsabilidad Social*

*“No es bueno que volváis vuestros rostros hacia Oriente u Occidente, pero sí es bueno que creáis en Allah, y en el Día del Juicio, y en los Ángeles, y en el Libro, y en los Enviados; bueno es que dispenséis de vuestro mismo ser , por el amor de Él, lo que tenéis para vuestro hermanos, para los huérfanos, para los necesitados, para el peregrino, para el que suplica, y para la liberación de los cautivos; bueno es que seáis firmes en la oración; bueno es que seáis siempre caritativos; bueno es que cumpláis*

*con vuestra palabra; y bueno es que seáis firmes y pacientes en el dolor y el sufrimiento y en la adversidad y el temor. Quienes así hacen pertenecen a la verdad y aman a Dios”* (Corán. Sura de la Vaca, 2: 177).

Este texto contiene el precepto básico de generosidad voluntaria hacia el prójimo, fundamental para cualquier sistema ético que se plantee la responsabilidad social. Para el musulmán la verdadera riqueza está en lo espiritual, a través de sus buenas obras hacia los demás por amor a Allah, no en lo material, ya que todos serán juzgados por sus obras en el Día del Juicio (Hadith –Sahih Muslim nº 6251).

El objetivo primario del Islam es el establecimiento de la Justicia, igual para todos los hombres pues todos han sido creados por Allah. A lo largo de los textos religiosos se suceden los preceptos básicos necesarios –limosna, prohibición de la usura, caridad, diezmo- para mantener esa equidad y un ideal ético de responsabilidad social y solidaridad universal. Este ideal es eterno, como el mismo Dios, y está enraizado en la relación del creyente con El, independientemente de las leyes temporales y sin necesidad de recurrir a ellas para saber que ha de cumplirlo (Jabir Al ‘Alwani, 1995).

En un aspecto más concreto, los principios fundamentales de las actividades empresariales se conocen como *Khilafah* y *Shura*. El Primero se refiere a la responsabilidad personal ante Dios, Dueño de todas las cosas, que todo musulmán tiene al emplear los recursos que se le han confiado. El Segundo se refiere a la obligación que tienen los propietarios de los recursos de escuchar las quejas de aquellos que se han visto afectados por lo que se hace en su nombre, parte esencial del concepto de *rendición de cuentas* que fundamenta la responsabilidad social. En resumen, todo negocio implica una responsabilidad personal ante Dios y el prójimo. Aparte de eso, el Islam prescribe líneas maestras para el gobierno de las empresas, basadas en la legalidad

de las transacciones según la jurisprudencia islámica, que define las acciones como legítimas y buenas –*halal*- o ilegítimas y malas –*haram*-, e identifica formas éticamente deseables de realizar los negocios, enumerando las reglas generales de la moral y la ética de la conducta empresarial (Gambling y Karim, 1991).

### *El medio ambiente*

Es difícil encontrar alusiones al medioambiente en textos que se remontan a épocas y lugares en que este problema era prácticamente desconocido. Existen reflexiones y preceptos acerca del despilfarro (Corán, 6: 142), de la destrucción innecesaria de recursos, o de la denegación de acceso a las necesidades fundamentales de la vida (Eaton, 1994). Incluso se menciona que el empleo de recursos de un musulmán por parte de personas necesitadas se considera como si él propietario hubiera realizado un acto de caridad ( Hadith al Bokahri, vol. 8 #41).

Por tanto, la preocupación medioambiental puede considerarse como implícita en la doctrina, al ser una extensión de la responsabilidad del Creyente ante Allah a la hora de administrar los recursos que le han sido confiados, ya que el mundo no es propiedad del Hombre, sino de Dios, y el ser humano es un administrador que ha de rendir cuentas y evitar el despilfarro (Corán, 32: 7; 3: 139; 6: 142, 7:31). Podría incluso asegurarse que una sociedad que siguiera fielmente estos principios no sufriría hoy día problemas medioambientales tan severos, ya que el Islam define límites morales a la conducta humana y contiene sus excesos (Khalid, 2000).

Pese a estos principios integrados en la cultura islámica a través del Corán, la Sunna y la Shari'a, Occidente sigue estando mucho más avanzado en la cantidad y calidad de estudios de la RSC que el mundo islámico (Samuels, 1990; Kisenyi y Gray, 1998). Esto puede deberse a distintos factores:

- La cultura occidental ha conocido en las últimas décadas una mayor presión externa –por parte del Estado, los grupos de interés, la opinión pública, consumidores y ONG- sobre la divulgación de información de RSC y su práctica mediante la publicación de las memorias sostenibilidad, especialmente en los países desarrollados, lo que explicaría su mayor volumen de estudios (Moon, 2002; Matten y Moon, 2004). Así mismo, el acceso a la tecnología de la información ha acompañado a Occidente en su progreso, a diferencia del mundo islámico, que sólo en las últimas décadas se ha ido incorporando a éste, y en el que la presión externa es a menudo nula.
- La importancia percibida de las empresas occidentales en su propio entorno ha hecho surgir en la literatura y en las prácticas contables de los países avanzados una temprana preocupación por la RSC, que se ha traducido en normas, iniciativas y estudios a nivel internacional (Ethical Trading Initiative, UN Global compact, 2000; Global Reporting Initiative GRI, 1997) que ayudan al avance y desarrollo de este tema. El mundo islámico carece de estos recursos e iniciativas.

En consecuencia, el mundo islámico manifiesta un desequilibrio entre la atención a la responsabilidad social y la medioambiental, favoreciendo la primera. Esto se debería a la mayor insistencia en los preceptos religiosos integrados en su cultura, y a que los países en desarrollo potencian más los sectores de servicios y el financiero, cuya influencia sobre el medio ambiente es menor que el industrial. Esta tendencia y retraso dista aún mucho de solucionarse, (Khasharmeh y Suwaidan, 2010; Orij, 2010).



## 2. Antecedentes sobre Arabia Saudita y el mundo Islámico

El concepto “mundo islámico” agrupa a todos los países en los que el Islam es la religión predominante y oficial, y no tiene que ver con la ubicación geográfica ni con la raza. (Organización de la Conferencia Islámica).

Arabia Saudita es el arquetipo de país perteneciente al mundo islámico por numerosas razones: pertenece al mundo árabe, del cual es el centro económico, religioso e intelectual; alberga la Meca y Medina, lugares sagrados del Islam; y es confesional, con la Shari'a como ley oficial. Por todo ello se ha elegido como foco de este estudio.

La Shari'a o Ley Islámica es una compilación escrita de leyes y preceptos procedentes directamente del Corán, de los Dichos del Profeta o Sunna, y de las declaraciones acordadas de los teólogos islámicos o Ulemas. Abarca todos los aspectos de la vida del creyente y su relación con la sociedad y el mundo. Define lo que es bueno –*halal*- y malo –*haram*-, e indica castigos para lo malo, de manera semejante a un código de leyes.

Este estudio, aunque ha de tener en cuenta todos los factores que caracterizan a Arabia Saudita, se centra en sus prácticas financieras y las razones por las que éstas son así, por lo que hay que tener en cuenta varias consideraciones clave en lo **social**, **político** y **económico**, sin olvidar que este país se encuentra en una etapa temprana de desarrollo, de manera similar a muchos otros países del Oriente Medio, que condiciona la manera de afrontar numerosos problemas en los tres aspectos mencionados.

En lo **político**, la Ley Básica de Gobierno de 1992, considerada como la actual constitución de Arabia Saudita, la define como una monarquía hereditaria, con pleno poder en manos del monarca, elegido por un consejo familiar. El rey Abdalah ben Abdel-Aziz gobierna sobre un sistema político formado por tres cuerpos con autoridad para

iniciar y/o aprobar políticas, reglamentos y normativas, a saber: el Consejo de Ministros, el Consejo Consultivo, y diversos ministerios individuales. Los grupos de mayor influencia son la Familia Real, los teólogos islámicos, los altos cargos del estado, las élites liberales, los intelectuales de prestigio, los líderes tribales y los empresarios. Hay que tener en cuenta, además, la existencia de distintas facciones dentro de ellos, cada una con sus propios intereses (Al-Amari, 1989; Al-Rumaihi, 1997; Aba-Alkhail, 2001; Al-Nodel 2004).

En lo **social**, como ya se ha indicado, Arabia Saudita emplea la Shari'a como fundamento legal, al que añade códigos específicos para campos tales como el comercio los impuestos y el trabajo, pero siempre con la prevalencia de la Ley Islámica. A los valores religiosos –la práctica totalidad de los saudíes son musulmanes sunitas- se añade la herencia cultural árabe, ya que Arabia Saudita es el hogar de origen del pueblo árabe (Al-Rumaihi, 1997; Aba-Alkhail, 2001; Al-Nodel, 2004). Entre las características principales que definen su sociedad se cuentan: el impacto que tienen sobre la misma aquellos individuos particulares con personalidad y poder, que puede ejercerse para bien o para mal; la importancia de la familia y la preferencia de las relaciones familiares y de amistad sobre las normas; la importancia de las relaciones personales sobre las tareas a realizar; y la tradición de secretismo, inherente a todas las actividades y en todos los niveles (Al-Rumaihi, 1997).

En lo **económico**, Arabia Saudita es un país en desarrollo cuya economía depende de la exportación de petróleo, de la que obtiene el 90-95% de los ingresos nacionales y el 35-40% de su GDP. Cuenta con alrededor de un 20% de las reservas de crudo mundiales y seguirá siendo el primer productor del mismo –con un total del 32% de la producción de la OPEC (2005)- en un futuro próximo (Ministerio de Economía y Planificación, 2007). Los elevados niveles del precio del crudo propiciaron un crecimiento económico a un

ritmo medio del 4% entre 2005 y 2008, aunque dicho crecimiento es muy volátil por su dependencia del precio del petróleo. El empeoramiento actual de la coyuntura internacional, la caída de los precios y la demanda de crudo han provocado un crecimiento moderado de la economía, pudiéndose mitigar los efectos negativos de la crisis gracias a unas buenas condiciones estructurales, una apropiada respuesta de la política económica y la disponibilidad de cuantiosas reservas de divisas. Así mismo, el alto nivel de liquidez ha permitido que se sigan produciendo oportunidades de inversión en el país. Adicionalmente, su Bolsa es la primera del entorno árabe, y su mercado está en plena capitalización y captación de firmas extranjeras, con un sector de ingeniería y construcción de gran potencial tanto por el volumen de las adjudicaciones como por las perspectivas, ya que los ingresos del petróleo se utilizan para generar un gran número de proyectos de infraestructuras (Alsaeed, 2005; Akhtar, 2010).

Una característica fundamental en la economía saudí es la prevalencia de empresas familiares sobre las sociedades anónimas (estas últimas un 1'14% del total, que corresponde a menos del 40% del capital de las compañías que cotizan en Bolsa) (Al-Nodel, 2004). Por otro lado, las compañías extranjeras que deseen intervenir en la economía local han de asociarse con entidades domésticas –los extranjeros no pueden poseer negocios por sí solos, sin un saudí que los represente-, y ésta es otra característica significativa del sector privado saudí, fuertemente mediatizado por el gobierno (Presley, 1984; Aba-Alkhail, 2001).

Un aspecto diferenciador de Arabia Saudita con respecto al mundo occidental es la manera de gestionar los impuestos. Son recaudados por el Ministerio de Economía y Planificación Permanente de Zakat e Impuesto sobre la Renta. Son de tipo estatal y de aplicación a los beneficios corporativos, equivalentes a un diezmo religioso (Zakat) del

2'5% y sólo se aplican a las empresas. No hay impuestos sobre la renta de las personas físicas ni IVA.

En cuanto al tema de la transparencia informativa y publicación de RSC, Arabia Saudita se encuentra aun muy por detrás de occidente, a causa de la escasez de estudios y de normativas oficiales acerca de prácticas divulgativas. De hecho, sólo suele exigirse a las empresas que publiquen informes anuales de contenido básico (*Maali et al.*, 2006). Por otro lado, la presencia mayoritaria de gobiernos autoritarios y empresas de tipo familiar en el mundo islámico hace que los grupos de interés y presión, como ONG y medios de comunicación, sean también más débiles, ineficaces y vulnerables que en Occidente, redundando en la pobreza de la divulgación de información (*Al Saeed*, 2005; *Rizk et al.*, 2008).

### **3. Teorías sobre divulgación voluntaria de información o Transparencia**

#### **Informativa**

Cuando una empresa divulga información voluntaria contribuye a la mejor asignación de recursos, tanto en lo que se refiere a la distribución de riqueza entre los individuos como a la formación de Capital Productivo, imagen corporativa y hace más eficiente el funcionamiento de los mercados, ya que los inversores precisan información para la toma de decisiones, y la divulgación corporativa es la base para que puedan tomarlas (*Giner*, 1995; *Guo et al.*, 2004; *Cheung et al.*, 2010).

La transparencia es el flujo de información económica oportuna y confiable, tanto sobre aspectos sociales como de política interna, entre la empresa y sus inversores. Esa información es también clave para los acreedores financieros que evalúan la solvencia

de los prestatarios y para las actividades de las instituciones internacionales, (OCED, 2006).

La falta de transparencia ocurre cuando se deniega el acceso a la información, o cuando ésta es irrelevante, tergiversada, inexacta, o fuera de tiempo. Se entiende, por tanto que la transparencia debe abarcar atributos tales como la posibilidad de acceso, la exhaustividad, la pertinencia, la calidad y la fiabilidad (Vishwanath y Kaufmann, 2001).

La divulgación se está apoyando progresivamente en medios informáticos que mejoran el suministro de información. Con la globalización de la economía mundial, la demanda de divulgación ha aumentado en todo el mundo, tanto en las economías emergentes como en las desarrolladas, y la transparencia informática ha pasado a constituirse en herramienta imprescindible (McIvor *et al.*, 2002). Esto implica que los países con mayor acceso a internet y con sistemas de soporte informático sofisticados son los que disfrutan de mayores posibilidades de realizar una divulgación adecuada y alcanzar la transparencia exigida. Los países en desarrollo deben aspirar a esos niveles de rendimiento si desean ser competitivos e entregarse en el mercado financiero global (Lymer y Debreceny, 2003).

La divulgación voluntaria se constituyó en área de investigación preferente para la literatura contable ya en los años sesenta (Cerf, 1961). De esos primeros momentos proceden las principales aproximaciones teóricas enmarcadas dentro de la línea de la teoría Positiva de la Contabilidad, que procuran explicar las razones de la divulgación voluntaria; se conocen generalmente como la Teoría de Agencia, la de Señales, la de Costes del Propietario y Proceso Político. En todas ellas se presupone que las empresas buscan la obtención de beneficios a cambio de divulgación (Prencipe, 2004). Así,

aunque son anteriores a la creación de Internet, sus principios siguen manteniendo su validez teórica (Lymer y Debreceeny, 2003).

### ***La teoría de la agencia***

Se centra en analizar la forma de los contratos formales e informales mediante los que una o más personas -denominadas como “principal”- encargan a otra u otras -denominadas “agente”- la defensa de sus intereses, delegando cierto poder de decisión. La empresa, bajo esta teoría, está formada por un nexo de contratos entre los diferentes grupos que lo integran. Esta hipótesis de partida supone que los integrantes defienden cada uno sus objetivos particulares, lo cual incentiva la presencia de conflictos de intereses (Jensen y Meckling, 1976). Es lógico esperar que el “agente” no siempre haga las cosas de la manera más favorable al “principal”, en especial si redunda para él. Si a esto se añade un intercambio incompleto de información –una asimetría de información entre el *principal* y el *agente*-, los conflictos de intereses aumentarán del rendimiento de la empresa. Por tanto, a mayor divulgación de información entre *principal* y *agente*, mayor rendimiento y beneficio.

En aspectos más específicos, algunos determinantes pueden influir en la divulgación de información voluntaria tal como la plantea la Teoría de Agencia.

Por ejemplo, una empresa de mayor *tamaño* que otra tiene la posibilidad de recurrir a una mayor divulgación para disminuir los costes (Rodríguez Pérez, 2004). En las empresas de alta *rentabilidad* es más probable que los principales divulguen más información voluntaria para mejorar el mecanismo de compensación (Giner, 1995). Aquellas empresas con *deuda* grande se ven obligadas a proporcionar más detalles en su divulgación para afrontar y satisfacer las presiones de sus acreedores (García-Meca *et al.*, 2005). Y, finalmente, la *cotización bursátil* de una empresa, en especial si está

presente en el mercado internacional, suele obligar a divulgar mucha más información que aquellas empresas pequeñas o locales que no lo necesitan (Giner, 1995; García-Meca *et al.*, 2005).

### ***La Teoría de las señales***

Esta teoría se centra en una de las imperfecciones características de los mercados de capitales: la existencia de asimetrías informativas entre los gestores de la empresa y los propietarios o accionistas de la misma. Dicha asimetría provoca que el inversor externo descuenta los flujos de caja futuros con la información incompleta que posee, y que los gestores o accionistas próximos a la dirección, con información más completa, anticipen de forma más exacta los flujos de caja futuros (Chiang, 2005).

(Akerlof, 1970) establece que la existencia de asimetrías informativas, traducidas en que los vendedores posean mayor información que los compradores sobre la calidad de los productos que comercializan, puede originar el fenómeno de selección adversa; es, que existan problemas a la hora de asignar precios a los bienes de distintas calidades, proporcionando incentivos para ofertar proyectos de inversión de baja calidad, e impidiendo el funcionamiento correcto de los mercados. Según el mismo autor, el nivel de la asimetría de información suele ser más alto en las empresas grandes (*tamaño*), que han de justificar más información para mitigarla (Rodríguez Perez, 2004). Las empresas con más *rentabilidad*, por su parte, prestarán mayor atención a la divulgación de información voluntaria (transparencia informativa), para así aumentar la confianza de sus inversores (Singhavi y Desai, 1971). Finalmente, el crecimiento de la empresa y la transparencia informativa están relacionados estadísticamente de manera positiva (Lev y Penman, 1990), puesto que las empresas con alto ritmo de crecimiento y más transparencia se perciben como más atractivas en el mercado.

Por ello, aquella empresa que pretenda garantizar una correcta valoración de la sociedad en cuya bolsa cotizan, deberá disponer de un mecanismo que trasmita información relevante a los inversores y permita diferenciar las calidades de los proyectos de inversión disponibles (Akerlof, 1970). De acuerdo con (Giner, 1995), la Teoría de las Señales considera la información financiera divulgada por ese mecanismo como equivalente a una **señal**, siempre que la información revelada aporte nuevos datos sobre las características de las empresas y su actividad. La respuesta que dé el mercado a dicha señal dependerá de la credibilidad de la información y de su relevancia respecto a la determinación de distribución de resultados futuros; pero también se verá afectada por la disponibilidad y propiedades de otras señales alternativas. Adicionalmente, los gerentes con buenas noticias tendrán incentivos para revelarlas al mercado; y en cuanto a las noticias falsas, se supone que la publicación de datos manipulados será descubierta por el mercado puesto que las empresas carecerán de garantías o mecanismos verificadores de dicha información falsa (Ross, 1979).

### ***La Teoría de Costes Propietarios***

En lo que se refiere a la Teoría de los Costes Propietarios, se presupone que la divulgación proporciona informaciones a las empresas rivales, lo que potenciaría la posibilidad de pérdida de ventajas competitivas. Esto redundaría en costes adicionales del propietario de la empresa divulgadora. Por tanto, aunque la divulgación de información voluntaria puede inducir a precios de mercado más altos, también pueden aumentar los costes del propietario. (Larrán y García-Meca, 2004; Gallhofer y Haslam, 2007).

La teoría de las Señales está íntimamente relacionada con la teoría de la Agencia, puesto que en ambas se considera la existencia de costes de transacción y se supone al sujeto



como un individuo racional. Ambas intentan demostrar que el *agente* tiene incentivos suficientes para revelar, de forma voluntaria, información contable. Sin embargo, las desventajas competitivas y los costes de elaboración de información pueden desincentivar la divulgación de información favorable y relevante. Así, la teoría de los Costes Propietarios supone dificultar la comprensión del comportamiento de la empresa sugerido por la teoría de las Señales (Giner *et al.*, 2003). Por tanto, aunque la revelación de información voluntaria puede inducir a precios de mercados más altos, lo cierto es que también pueden aumentarse los costes del propietario. En consecuencia, la decisión de divulgar información, según esta teoría, dependerá de la reacción esperada de los usuarios externos, de los efectos en precios, y de la existencia de barreras de entrada que minimicen las desventajas competitivas.

### ***Teoría del Proceso Político***

En opinión de (Larrán y Garía- Meca, 2004) la Teoría del proceso Político es menos popular que las anteriores. Esta teoría parte de la asunción de que las políticas fiscales o de fijación de precios están basadas mayoritariamente en los datos contables, lo cual favorece que las empresas divulguen información cuando sus administradores, encargados de la política empresarial, perciban que les puede ser favorable. Ejemplos claros son la esperanza de obtener una subvención o la justificación de elevados beneficios (Larran y García-Meca, 2004). Se considera que el objetivo de dichos administradores o gerentes es transferir riqueza de las empresas a su propia base de recursos, con el fin de aumentar su poder (Watts y Zimmerman, 1986). Las empresas por su parte, intentan minimizar estas transferencias de riqueza, lo que les implica costes de información, influencia y coalición. Para reducir estos costes y restringir las iniciativas disponibles a los administradores, el empleo de información contable y la

divulgación de información voluntaria son recursos especialmente útiles (Gray *et al.*, 1995).

Estas teorías no logran responder a las cuestiones de por qué la transparencia informativa es diferente de una empresa de otra, de un sector a otro, o incluso de un país a otro. En la literatura de investigación los estudios revelan niveles de transparencia informativa muy desiguales, así como diferentes efectos por parte de numerosas variables explicativas, tanto tradicionales como innovadoras (Gallego Álvarez *et al.*, 2009).

Para el primer capítulo se constata que la transparencia informativa de las empresas españolas quedaría mejor explicada por la Teoría de Agencia, (Isabel- María *et al.*, 2011) mientras que en el caso de Arabia Saudita lo haría la de Señalización. Factores tales como la cultura corporativa, las tradiciones nacionales o la calidad del equipo directivo podrían ser relevantes, pero no necesariamente fiables. Es especialmente difícil medir la *cultura* de un país dado, máxime cuando la investigación sobre el mismo es aun escasa. Por esta razón, es fundamental profundizar en las tradiciones empresariales islámicas y compararlas con las tendencias y estudios más actuales si se quiere ser más preciso y riguroso en la aplicación y validación de las teorías sobre la transparencia.

#### **4. Las teorías principales sobre la RSC y la transparencia de las memorias de sostenibilidad**

El desempeño y la información de RSC es el motor de la presente investigación. Su incidencia cultural en los países de las empresas que la implantan aconseja un estudio de las principales teorías que justifican dicho desempeño e información. Para esta tesis de

investigación nos centraremos en las tres siguientes teorías: la de los grupos de interés o *stakeholders*, la de legitimidad y la institucional.

La primera señala que las empresas informan sobre RSC para responder a las expectativas y demandas de sus grupos de interés, que tienen el legítimo deseo de conocer la actuación de las empresas (Donaldson y Preston, 1995; Deegan y Unerman, 2006).

La segunda considera que los directivos aspiran a una legitimación y una reputación positiva en la sociedad, con la que establecen un contrato social que implica derechos y obligaciones para mantenerse en el mercado (Lindblom, 1994; Deegan, 2002).

La tercera y última señala que, sin la presión institucional –Estado, ONG, asociaciones internas, medios de comunicación, grupos de presión variados- que regula el funcionamiento de las organizaciones en la sociedad en la que están integradas, las firmas podrían dedicarse a la obtención de beneficios sin sentirse obligadas a ser socialmente responsables, recurriendo incluso a prácticas dañinas, amorales y criminales (Albert, 1993, Crouch y Streeck, 1997). Las instituciones -cuya función es el adecuado funcionamiento de la sociedad de la que forman parte en todos sus aspectos- hacen atractivo para las empresas que al comportarse de forma socialmente responsable, se integren en un contexto de armonía institucional que las legitima a la vez que les permite seguir siendo competitivas (Di Maggio y Powell, 1983). Es decir, la Teoría institucional indica que las empresas son socialmente responsables porque quieren integrarse en ese entorno ordenado institucional que a la vez ejerce control sobre ellas.

### ***Teoría de los Grupos de Interés (Stakeholder Theory)***

Freeman (1984: 25) señala en su estudio “*Strategic management: A stakeholder approach*” que los grupos de interés (o Partícipes) de la empresa “son cualquier grupo o individuo que influye o es afectado por la actividad o los objetivos de la compañía, que pueden tener un sin fin de formas y clasificaciones y que, además, estarán determinados en buena parte por las propias características y dimensiones de la empresa”. Entre dichos partícipes se encuentran los propietarios de los bienes tangibles o intangibles, los empleados, el Estado y los clientes. Pero actualmente se ha extendido la definición a proveedores, competidores, consumidores, sociedad, bancos, gobiernos locales, abastecedores, corporaciones industriales o comerciales, sindicatos, gobiernos extranjeros, generaciones aún sin nacer y hasta especiales casos de vida animal y vegetal -como señalan (Gray *et. al.*, 1996)-, ya que participan del desarrollo de los fines y del éxito de la estrategia de negocio que la empresa junto con ellos establece.

Esta teoría razona que la comunicación entre empresa y grupos de interés es de trascendental importancia para el desarrollo equilibrado de la empresa, como se ha revelado en los últimos años, en los que la divulgación de información y la contribución a la comunidad es un importante actor social. Esto se debe a las nuevas exigencias y problemas emergentes de una sociedad que desea obtener un estado de bienestar general actual y futuro. (Maignan y Ferrell, 2004).

Para una óptima eficacia y resultados, la empresa debe identificar a los grupos de interés que verdaderamente le afectan, para interrelacionarse con ellos y atender a sus múltiples expectativas. De ese modo mejora la capacidad de crear beneficios a la vez que atiende a una humanidad cada vez más exigente.

En su relación con los grupos de interés, la empresa ha de realizar una rendición de cuentas que involucre las responsabilidades de la firma y la transparencia de sus acciones y, a la vez, proporcione a dichos grupos una aproximación normativa, descriptiva y explicativa del poder que tienen en el contexto de la RSC (Gray *et al.*, 1996).

Uno de los elementos primordiales que la empresa puede emplear para gestionar la relación con sus grupos de interés es la divulgación de información voluntaria (financiera o de sostenibilidad, o ambas) ofrecida a los partícipes para que den su apoyo y aprobación a la estrategia de la firma. Esta divulgación es, por tanto, una parte importante en la justificación de la teoría de los partícipes, ya que posibilita un canal apropiado de retroalimentación de las relaciones entre los diferentes grupos de interés y las corporaciones.

Rovira (2002) aduce que “la teoría de los *stakeholders* ofrece una visión más realista de las interacciones entre la empresa y su entorno socio-político”, aunque la identificación de las partes relacionadas, “puede ser difícil”. Así como el proceso de diálogo y compromiso con partícipes, que será de delicada administración en caso de haber grupos con intereses opuestos y, por tanto, un distinto nivel de atención a los mismos, atendiendo principalmente a demandas sociales de partícipes clave (Van derLaan Simith *et al.*, 2005).

Consideramos que esta teoría no es aplicable al entorno empresarial islámico, ya que la mayoría de sus empresas, aun las mayores, son de tipo familiar, controladas rígidamente por su propietario. No hay grupos de interés como tales, y los que hay tienen escaso poder para influir en las decisiones de la dirección. Así, cualquier divulgación

voluntaria dependería en este caso de la decisión del Director y de sus opciones morales personales.

### ***La teoría de legitimidad***

El punto de partida de esta teoría consiste en la presuposición de que una empresa no opera en un entorno aislado e independiente, sino formando parte de las actividades de la sociedad en cuyo seno opera, con la que se interrelaciona y de la que depende como fuente de recursos, mercado y consumidor de productos.

Liu *et al.* (2008) y Cho y Patten (2007) argumentan que buena parte de la literatura contable emplea la Teoría de la Legitimidad para explicar los incentivos que llevan a la divulgación corporativa voluntaria. De acuerdo con la Teoría de Legitimidad, la RSC pretende legitimizar la conducta de una compañía mediante la entrega de información que se presume influirá en la percepción de cómo es la compañía por parte de los grupos de interés y, eventualmente, por la sociedad entera (Hooghiemstra, 2000).

La Teoría de Legitimidad sugiere que las compañías emplean la RSC como un medio para prevenir problemas debidos a la exposición a la opinión pública, donde está es influyente. Como (Patten, 2002) indica, las diferencias en la amplitud de RSC están en directa proporción con las diferencias en las presiones públicas a las que se enfrentan las compañías individuales: a mayor presión externa, mayor respuesta preventiva de la RSC, y viceversa.

En la mayoría de los casos, el individuo ignora cuál es el mejor curso de acción para obtener un objetivo determinado, o incluso si hay un objetivo que sea mejor que ese. Ante tal incertidumbre, los sistemas sociales responden con el desarrollo de reglas, normativas, valores y modelos que son aceptados por los actores sociales como

legítimos (aceptables, deseables o apropiados). Cuando han de hacer frente a decisiones inciertas -aquellas que no se sabe si son las mejores o qué medios elegir-, los actores sociales se refieren a dichas reglas, normas, valores y modelos como referencia para resolver sus opciones con una sensación de certeza y legitimidad (Zimmerman y Zeit, 2002). Las compañías precisan mantenerse en acuerdo con las reglas de la sociedad para ganar la aceptación (legitimidad) por parte de todas las áreas de ésta. De acuerdo con (Zimmerman y Zeit, 2002), la legitimidad no se ve a simple vista, y ha de concebirse como una valoración o estimación social de la aceptación, la deseabilidad y lo que es apropiado. El concepto de Legitimidad es, por tanto, un fenómeno constituido por múltiples aspectos y dimensiones (Aerts y Cormier, 2006).

(Tilling, 2004) argumenta que hay dos clases principales de Teoría de Legitimidad: -la legitimidad institucional, que se refiere al tipo de estructura organizativa (gobierno o capital) que ha ganado aceptación por parte de la sociedad como un todo; -y legitimidad organizativa (legitimidad estratégica), que se refiere a aquellas compañías que buscan su legitimación mediante la aprobación por parte de grupos de la sociedad, o mediante el empeño por evitar sanciones por parte de esos mismos grupos. La teoría de legitimidad organizativa sugiere que una compañía puede estar ocupando una de las siguientes cuatro etapas en relación con la Legitimidad: 1) establecimiento de la legitimidad; 2) mantenimiento de la legitimidad; 3) extensión de la legitimidad; y 4) defensa de la legitimidad. (Tilling, 2004) sugiere que, para desarrollar adecuadamente la Teoría de la Legitimidad, debe incluirse en el modelo la posibilidad de que una empresa pueda no ser capaz de defender con éxito su legitimidad y, por lo tanto, empezar a perderla. Lo más probable es que esta etapa de pérdida sea precedida por el escrutinio, regulación y monitorización sostenidos de los medios de comunicación, las ONG y el Gobierno. Durante dicha etapa de pérdida, es muy posible que la empresa incremente su

divulgación social y medioambiental para enfrentarse a la amenaza específica que la acosa.

Suchman (1995) señala que la Teoría de Legitimidad, considerada desde el punto de vista institucional, se refiere a los directores, las compañías, las medidas de rendimiento y las necesidades de la audiencia, a su vez componentes de una superestructura cultural institucionalizada superior, la cual produce demandas en cada uno de ellos.

La Teoría de Legitimidad está íntimamente relacionada con la Teoría de los *Stakeholders*, (Islam y Deegan, 2008). La exigencia de una divulgación mejorada ha recibido su impulso de la creciente popularidad de la Teoría de los *Stakeholders*, lo que a su vez ha originado un mayor reconocimiento de que las interacciones de una compañía no se limitan a sus accionistas (Boesso y Kumar, 2007), de los que puede depender su capital, sino que se extiende a otros grupos que puedan ejercer presión sobre las actividades que realiza, y ante los cuales ha de presentar una información adecuada.

La Teoría de la Legitimidad comprende dos conceptos básicos: 1) las compañías necesitan legitimizar sus actividades; y 2) este proceso de legitimidad les proporciona algunos beneficios. El primer elemento –la necesidad de legitimidad- es consistente con la discusión de que la RSC no existiría sin presión social. Dentro de este contexto se puede argumentar que la necesidad de legitimidad no es igual para todas las compañías, ya que hay diferencias tanto en el grado de la presión social que cada una sufre como en el nivel de respuesta de cada una a dicha presión. Hay una cierta cantidad de factores que determinan el grado de presión social a la que se enfrentan las compañías y sus respuestas a ella. Esos factores son los determinantes potenciales de la RSC. El segundo elemento –los beneficios de la legitimidad- se refiere a que las compañías esperan



obtener beneficios mediante la consecución de legitimidad a través de la RSC, ya que la RSC da legitimidad, y la legitimidad da beneficios. Por tanto, la Teoría de Legitimidad proporciona un marco de trabajo que explica tanto los determinantes como las consecuencias de la RSC. La legitimación se manifiesta a través de la emisión de resultados que sean por todos conocidos, no sólo por sus grupos de interés o partícipes. Por eso, las memorias de RSC son estrictamente esenciales para refrendar su actuación con legitimidad.

En línea con lo anterior, este estudio sobre el Mundo Islámico basa su fundamento en la Teoría de la Legitimidad. Sin embargo, cuando se afronte este tema en el segundo y tercer capítulo se emplearán algunas variables diferentes, adecuadas a su entorno cultural específico, en el que se presupone una persistente presión social procedente de los preceptos coránicos (Mirfazli, 2008), que en muchos países no sólo responden a una tradición milenaria, sino que están integrados en las mismas leyes nacionales. Esto lleva a pensar que ciertos conceptos propios de la RSC y la Teoría de Legitimidad estarían ya enraizados en la cultura islámica tradicional, e integrados en sus prácticas contables, de acuerdo con observaciones similares sobre la influencia de la cultura en la divulgación de RSC (orijo, 2010). Además, muchas empresas islámicas no dependen de la presión de *stakeholders*, puesto que son estatales o familiares: sin embargo han de probar su legitimidad ante el conjunto de los fieles musulmanes.

### ***La teoría institucional***

La perspectiva de la teoría institucional es más amplia que la teoría de la legitimación. En lugar de explorar directamente el sistema de baluartes de la sociedad para su supervivencia como un marco de convivencia eficiente y organizado, contempla el patrón de las instituciones establecidas como representación simbólica –estructurada y

perpetuada oficialmente- del sistema de valores sociales. Una institución es cualquier estructura o mecanismo del orden social y de la cooperación que gobierna la conducta de un conjunto de individuos dentro de una comunidad humana concreta, y que se identifica con un propósito social establecido y una permanencia que trascienden las vidas e intenciones de los individuos concretos, así como con el planteamiento y ejecución de reglas que gobiernan la conducta humana cooperativa (Stanford Encyclopedia, 2007). En el mismo sentido, Campbell (2007) indica que en ausencia de las instituciones, las empresas serían propensas a comportarse de forma no responsable - malas prácticas, abusos, despilfarro, contaminación a gran escala-, algo que no sería posible si hay instituciones que las controlen en nombre de la sociedad en la que operan: en este caso se supone que la actividad se dirige desde las instituciones hacia las empresas.

Aquellas empresas que deseen optimizar su relación armónica con las instituciones pueden acudir al empleo de la RSC por iniciativa propia, expresando así su buena voluntad, su actitud cooperativa, su deseo de legitimidad y su competitividad. En este caso, la actividad se dirige de las empresas hacia las instituciones, y concibe la RSC como un proceso desde dentro, y considera que las empresas poseen un dominio y control concedido por sus representados, que les confiere la capacidad para afrontar las decisiones y los costos de su actuación, (Ruiz, 1994).

Además de estas teorías hay otras, como la Crítica, basada en la praxis marxista y el idealismo hegeliano, que de forma equivalente a la lucha de clases, plantea una oposición entre el mercado (la clase de los propietarios) que impone su dominio y la sociedad de consumidores (la clase proletaria) que ha de emanciparse para acceder a un estado ideal, en el que todos sus miembros tengan capacidad de decisión y elección, de forma similar al modelo más radical de democracia. Según esta teoría, sería preciso

formular una solución que aunara todas las ciencias sociales gracias a un auto reflexión crítica, para establecer los principios que permitan a la sociedad alcanzar esa emancipación frente. La divulgación sería uno de los principios más importantes para dar a los ciudadanos opciones de conocimiento y elección, y privar a los dominadores de la inmunidad, y la contabilidad actual debería adaptarse al modelo, aunque reconociendo los sistemas actuales de producción capitalista. Esta teoría ha sido desarrollada fundamentalmente por Jürgen Habermas y otros sociólogos de UK y Estados Unidos (Habermas, 1984; Mathews. 1993; Kincheloe y McLaren, 1997; Llana, 1999; Axel Honneth, 2004).

## **5. Aplicación de las teorías principales de la RSC y la transparencia de las memorias sostenibilidad al Mundo Islámico**

Las tres teorías –Grupos de Interés, Legitimidad, Institucional- son complementarias, ya que se refieren a un fenómeno común analizado desde distintos puntos de vista. Esto permite proporcionar un adecuado marco teórico, capaz de cubrir adecuadamente los distintos aspectos a estudiar del comportamiento responsable de las empresas.

Sin embargo, faltan en la actualidad investigaciones que confirmen la validez de estas teorías en el contexto del mundo Islámico, en el cual todavía son escasos los estudios sobre las prácticas de la divulgación de información de RSC y la transparencia. La religión islámica no está en absoluto en contra de ellas, posiblemente porque muchos de sus elementos básicos –compromiso social, solidaridad, respeto por los derechos de todos- ya están entrelazados en el interior de la misma y expresados a través de los preceptos coránicos y de la Shari'a. Así pues, la búsqueda de explicaciones a dicha escasez y un análisis profundo y detenido de las prácticas financieras islámicas desde el

punto de vista de la RSC y la transparencia serán los objetivos fundamentales de este estudio.

#### *Teoría de Legitimidad y el Mundo islámico*

Las empresas de los países musulmanes, llevadas por musulmanes, y por tanto definidas de partida con una connotación cultural basada en una religión específica, han de satisfacer la presión social de su comunidad para que ésta las considere legítimas –en este caso, deseables y apropiadas para que un buen musulmán las emplee o trabaje para ellas. Para lograr esto, han de ser percibidas como comportándose según las normas de conducta expresadas a través del Corán, la Sunna y los Ulemas (Al Qaradawi, 2002).

Los Ulemas, sabios teólogos de renombre y reconocimiento general, tienen un papel muy importante a la hora de considerar qué acciones se adecúan a los principios islámicos y guían la conciencia de los musulmanes para conocer y hacer lo que es bueno –*halal*– y evitar lo malo –*haram*–, examinando las nuevas situaciones a las que se enfrentan los creyentes en el devenir del mundo, y manteniendo así actualizada y modernizada la Shari’a, (Haniffa y Cooke, 2005).

Se ha de precisar que este fenómeno es específico de los países con fuerte presencia islámica, (Arabia Saudita, Irán y Sudan) sobre todo en los de confesionalidad musulmana. En aquellos donde hay una mezcla religiosa más compleja y difusa, el seguimiento de la Shari’a afecta sólo a las comunidades de religión musulmana, aunque puede contaminar o influir las prácticas de las otras comunidades. (Jordania, Egipto entre otros).

#### *La teoría institucional y el mundo islámico.*

En algunos lugares, la Shari’a, el referente a seguir para todo buen musulmán que desee servir a Dios, se transforma en ley oficial y es proclamada como tal y con castigos y penas adjudicados a obras *haram*. Estas pasan de considerarse pecado a definirse

también como delitos contra la sociedad y las instituciones del Estado. Este es el caso de Arabia Saudita, Irán y otros países y regiones, en los que es el mismo Estado el garante del respeto a la Shari'a.

El caso de los bancos islámicos - instituciones sociales y financieras al mismo tiempo- es especial, ya que todos ellos, sin distinción de ubicación, tradición o pertenencia a un colectivo dado, están obligados a regirse por unos principios muy claros expresados directamente en la Shari'a que les prohíben expresamente la usura y les obligan a realizar limosnas y comportarse caritativamente. Por ello, en algunos sitios –aquellos en los que la Shari'a es la ley prevalente y respaldada por el Estado- podría aplicarse la teoría institucional para aquellas empresas que deben ser *halal* si quieren ser legales. Sin embargo, todos los bancos islámicos han de ser *halal* siempre y en todo lugar, incluso en países donde los musulmanes son una minoría, y la teoría institucional se les aplicaría plenamente ( Siddiqi, 2000; AL- Refaâi, 2004).

## **6. Objetivo de la tesis**

Este trabajo pretende estudiar y comparar las características y factores que explican la divulgación de información sobre responsabilidad social y medioambiental en las empresas del mundo islámico y comparativamente con las occidentales, analizando las variables fundamentales para que dicha divulgación sea transparente. En este sentido, para el logro de este objetivo principal hemos planteado mediante el cumplimiento de los objetivos específicos lo siguiente:

1. Analizar comparativamente las culturas contables de España y Arabia Saudita para mostrar el nivel de *Transparencia informativa* que publicaban por internet las empresas españolas y saudíes de la muestra, e identificar de forma empírica la relación entre el nivel de transparencia y las variables explicativas determinantes.

2. Proporcionar una descripción actualizada de la divulgación de RSC en el contexto particular de Arabia Saudita, y examinar empíricamente la asociación entre el nivel de dicha divulgación y una serie de características seleccionadas de los informes anuales y las páginas-web de las empresas que cotizan en la Bolsa de Riad. Se evaluó dicho nivel a través de tres categorías juzgadas como fundamentales para la transparencia y establecidas en los índices social, laboral y medioambiental.

3. Examinar las memorias de sostenibilidad de las empresas del mundo islámico para el ejercicio del 2009, con el propósito de analizar las prácticas de desempeño económico, ambiental y social recogidas en éstas, averiguar si cumplimentan adecuadamente los indicadores del GRI (G3) vigentes, determinar las variables tradicionales y no tradicionales que han definido sus prácticas de sostenibilidad, y comprobar si se puede validar para ellas la teoría de legitimidad como fundamento de la divulgación.

4. Comprobar si el sector financiero internacional ha incorporado la RSC a través de memorias de sostenibilidad en sus sistemas de gestión, procurando detectar posibles factores determinantes diferenciadores entre los distintos bancos, y evaluar el posible impacto de la crisis económica en la aplicación de la RSC en sus estrategias.

## **7. Motivación y la importancia de la tesis doctoral**

La presente tesis doctoral pretende cubrir el vacío existente en la literatura de investigación sobre RSC en el mundo islámico y profundizar en sus características específicas, aportando nuevas ideas y reflexiones. Los puntos determinantes que han dado lugar a este estudio son los siguientes:

- La influencia de internet como medio de divulgación y recurso de publicidad y transparencia, que redundará en beneficios para las empresas que lo emplean, y que permite el acceso a la información a muy distintos grupos de interés.

- La importancia de la Responsabilidad Social y Medioambiental en la actualidad, especialmente por su relevancia para las empresas que deseen satisfacer las exigencias de sus inversores y usuarios de información. La actual crisis, tanto económica como ecológica, ha agudizado la percepción de estos temas y los ha vuelto aún más acuciantes.
- La comparación empírica entre los dos tipos de cultura económica y social permitirá señalar los factores diferenciales entre ambas, en especial en la consideración de la responsabilidad social, para averiguar si las empresas islámicas la tienen en cuenta, cómo se realiza, y cómo se refleja.
- La cultura islámica contempla de modo diferente a la occidental la Responsabilidad Social, al considerarla parte de los preceptos religiosos que la conforman. Esto puede afectar a las dimensiones de la divulgación.
- El tema de la investigación está escasamente estudiado en la literatura académica del mundo islámico, más aún si se compara con el corpus ya existente en los países occidentales.
- La importancia del mundo islámico como mercado emergente y necesitado de prácticas de transparencia actualizadas para ser competitivo.

## **8. Estructura de la Tesis Doctoral**

La presente tesis doctoral emplea enfoques metodológicos novedosos para medir los constructos de la transparencia informativa en la divulgación de RSC y de las prácticas de RSC a través de la publicación de memorias de sostenibilidad. Con ello se persigue mitigar, en la medida de lo posible, las deficiencias encontradas en trabajos similares. Aunque en cada capítulo se introduzca un objetivo concreto, la evaluación conjunta de los mismos determinará el grado de alcance del objetivo global de la tesis doctoral. Su

estructura consiste en introducción y cinco capítulos. Los cuatros primeros se corresponden con cuatro trabajos sucesivos y escalonados de investigación, estrechamente encadenados uno con otro y ordenados desde un punto de vista más general hasta el más particular. El último capítulo recoge las conclusiones, contribuciones y limitaciones identificadas en la tesis doctoral, así como las posibles alternativas de investigación para el futuro en el área.

En el primer capítulo se analizan comparativamente las culturas contables de España y Arabia Saudita para mostrar el nivel de transparencia que publican por internet las principales empresas españolas y saudíes de la muestra, e identificar de forma empírica la relación entre el nivel de transparencia y las variables explicativas determinantes.

La metodología utilizada consistirá en aplicar la técnica de análisis de contenido de una forma más robusta de lo habitual en este tipo de investigaciones, calculando por primera vez el índice informativo de la transparencia por internet de empresas de Arabia Saudita. También se examinarán algunas variables explicativas del contexto de su cultura específica mediante la metodología de la regresión lineal multivariante.

En el capítulo II se evalúa el nivel de divulgación de RSC de las empresas saudíes que cotizan en la Bolsa de Riad, ya que Arabia Saudita es el punto de referencia del mundo islámico y un modelo de las prácticas económicas de dicha cultura. La información de RSC tiene como principal referencia las memorias de sostenibilidad de acuerdo al GRI, y la convicción de que éstas son la expresión más completa y adecuada de la transparencia de una empresa nos motiva a ampliar este estudio al resto del mundo islámico, y examinar aquellas empresas que publican memorias y siguen las normativas del GRI. De esa manera podremos examinar las variables explicativas tradicionales y no tradicionales y centrarnos en la variable de la cultura de los directores, teniendo en



cuenta que en Arabia Saudita la mayoría de los negocios son familiares y rígidamente controlados, con escasa aportación exterior.

En el capítulo III se evaluarán las memorias sostenibles publicadas en el GRI por las empresas de la Conferencia Islámica para descubrir si presentan diferencias debidas a la Cultura del Director. A pesar del escaso número de memorias publicadas, las conclusiones señalan que la divulgación de las empresas islámicas tiene sus propias características con respecto a la del mundo occidental, por lo que parece preciso realizar un análisis más profundo de éstas bajo su contexto particular, centrándose para ello en un sector concreto. Las opciones de elección del sector a estudiar vienen determinadas por la condición de países en desarrollo de la mayoría de los componentes de la Conferencia Islámica; en estos países son los sectores Servicios y Financiero los más representativos. El financiero ha sido gravemente afectado por la actual crisis, es crucial para la economía moderna y afecta a todos los otros sectores.

En el capítulo IV el sector bancario islámico es sujeto a un análisis comparativo con entidades internacionales representativas de ese mismo sector, a través de las memorias de sostenibilidad y los factores determinantes de las mismas, considerando a la vez el actual contexto económico y los efectos de la actual crisis financiera.

Por último, el Capítulo V concluye la tesis con el resumen de las principales conclusiones obtenidas a lo largo del desarrollo de los capítulos previos, con la propuesta de extensiones y ampliaciones del análisis realizado, y la recomendación de futuras líneas de trabajo.

## Referencias Bibliográficas

- Aba-Alkhail, K. (2001): “Regulating the auditing profession in Saudi Arabia: the formulation of early auditing standards,” PhD Thesis, University of Essex.
- Aerts, W. & Cormier, D., (2006): “The Association between Media Legitimacy and Corporate Environmental Communication,” *ESG UQAM working Paper 2006-07*.
- Akerlof, G.A. (1970): “The market for lemons: Quality uncertainty and the market mechanism,” *Quarterly Journal of Economics*, 488-500.
- Akhtar, M.H. (2010): “Are Saudi Banks productive and efficient?” *International Journal Middle Eastern Finance and Management*, Vole, **3**, (2), 95-112.
- Al – Refaâi, M.F. (2004): “Los bancos Islámicos, primer edición en Árabe)” Ed. AL-halabi , Beirut.
- Al Hadith (n.d): CD-ROM (electronic copy), Cairo: Global Islamic Software.
- Al Qaradawi, Y. (2002): “The lawful and the prohibited in Islam, Indianapolis,” USA: American Trust Publications.
- Al-Amari, S. (1989): “The development of accounting standards and practices in the Kingdom of Saudi Arabia,” PhD Thesis, University of Glasgow.
- Albert, M. (1993):”Capitalism vs. Capitalism,” New York: Four Wallis Eight Windows.
- Al-Nodel, A. (2004): “The business risk audit approach: international dissemination and the impact of a business orientation on auditors’ perceptions of risks,” PhD Thesis., University of Manchester.

Al-Rumaihi, J. (1997): "Setting accounting standards in a non-western environment with special reference to the Kingdom of Saudi Arab. Unpublished PhD Thesis., University of Dundee.

Alsaeed, K. (2005): "The association between Firm-Specific Characteristics and Disclosure: The case of Saudi Arabia," *Journal of American Academy of Business*, **17**, 310-322.

Aziz, Z.A. (2008): "Enhancing the resilience and stability of the Islamic financial system", paper presented at the Islamic Financial Services Board and Institute of International Finance Conference.

Blowfield , M. y Murray , A.(2011): "Corporate Responsibility," Oxford University Press: New York.( *Accounting Forum*,35,205-207).

Boesso, G, y Kumar, K. (2007): "Drivers of Corporate Voluntary Disclosure: A Framework and Empirical Evidence from Italy the United States," *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 20:269-296.

Brammer , S. y Pavelin, S.(2004): "Voluntary Social Disclosure by Large UK Companies," *Business Ethics : European Review*.13(2-3)86-99.

Brown, S, y Hillegeist , S. (2005): "How disclosure quality affects the long –run level of information asymmetry ,"*INSEDA working paper*.

Campbell, J.L. (2007): "Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility," *Academy of Management Review*, **32**, (3), 946-967.

- Cerf, R. A. (1961): "Corporate Reporting and Investment Decisions," Berkeley, CA: The University of California Press.
- Cheung, L.Y, Jiang, P. y Tan, W. (2010): "A transparency Disclosure Index measuring disclosures: Chinese listed companies," *Journal Account. Public Policy*
- Chiang, H. (2005): "An Empirical Study of Corporate Governance and Corporate Performance," *The Journal of American Academy of Business*, Cambridge 95-110.
- Cho, C., y Patten, D. (2007): "The role of environmental disclosures as tools of legitimacy: A Research note," *Accounting, Organizations and Society* **32**(7/8), 639-647.
- Corán (edición analítica 1996): "El noble Corán y su tradición – Comentario en la lengua Española. Complejo del Rey Fahad para la edición del texto del Corán," Median Al- Munawwara, As. Sura, La Vaca ,2/177.
- Crouch, C., y Streeck, (W. (Ends, 1997): "Political economy of modern capitalism," Thousand Oaks, CA: Sage.
- Daub, C.H. (2007): "Assessing the Quality of Sustainability Reporting: An Alternative Methodological Approach," *Journal of Cleaner Production*, **15**(1): 75-85.
- Deegan, C. (2000): "Introduction the legitimizing effect of Social and environmental disclosure – a theoretical foundation," *Accounting, Auditing Forum* Vol. **28**, 87-97.
- Deegan, C. y Unerman, J. (2006): "Financial Accounting Theory," European Education, Maidenhead, McGraw-Hill.

- Di Maggio, Paul j., y Walter W. Powell. (1983): “The Iron Cage Revisited: Institutional Isomorphism and Collective Rationality in Organizational Fields,” *American Sociological Review* 48, 147-160.
- Donaldson, T. y Preston, L. (1995): “The Stakeholder theory of the Corporation concepts, evidence and implication,” *Academy of Management Review*, 20, 65-91.
- Eaton, G. (1994): “Islam and the Destiny of Man,” Islamic Texts Society Cambridge.
- Freeman, R.E. (1984): “Strategic Management: a stakeholder approach,” Boston: Pitman.
- Gallego, Álvarez, I., García Sánchez, I.M. y Rodríguez Domingo. (2009): “La eficacia del Gobierno corporativo y la divulgación de información en Internet,” *Investigaciones Europeas de Dirección y Economía de la empresa*, Vol., 15, (1), 109-135.
- Gallhofer, S. y Haslam, J. (2007): “Exploring Social, Political and economic dimensions of accounting in global context: the International Accounting Standards Board and accounting disaggregation,” *Socio –Economic Review*, Vol.5, (4), 633-664.
- Gambling, T. y Karim , R.A.(1991): “Business and Ethics in Islam ,” London : Mansell.
- García , M.I, Rodriguez, L y Gallego, A.I(2011): “Corporate governance and strategic information on the internet Study of Spanish listed companies,” *Accounting , Auditing & Accountability Journal* , Vol., 24,(4) ,471-501.

- García –Meca, E., Parra, I., Larrán, J., y Martínez, I. (2005): “The explanatory factors of intellectual capital disclosure to financial analysts,” *European Accounting Review* **14** (1): 63-94.
- Giner Inchausti, B., Arce Gisbert, M.; Cervera Millán, N.; y Ruiz Lpis, A. (2003): “Incentivos para la divulgación voluntaria de información: evidencia empírica sobre la información segmentad,” *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, vol. **12**, (4), 69-86.
- Giner, B. (1995): “La divulgación de información Financiera: una investigación empírica, “Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas. Ministerio de Economía y Hacienda (Madrid).
- Gray, R. (2001): “Thirty years of social accounting, reporting and auditing: What (if anything) have we learnt?” *Business Ethics: A European Review*, **10**(1): 9-15.
- Gray, R., Kouhy, R. y Lavers, S. (1995): “Corporate Social and Environmental Reporting A Review of the Literature and A Longitudinal Study of UK Disclosure,” *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, **8**(2):47-77.
- Gray, R., Owen, D. y Adams, C. (1996): “Accounting and Accountability. Changes and Challenges in Corporate Social and environmental reporting,” Prentice Hall, London.
- Guo,R., Lev, B. y Zhou, N.(2004): “ Competitive costs of disclosure by biotech IPOs ,” *Journal of Accounting Research*, Vol.42, 319-355.
- Habermas, J. (1984): The theory of communicative Action Vol. 1: *Reason and the Rationalization of society*, translated by T.MCCarthy , polity press , Cambridge.

- Hanffa, R.M y Cooke, T.E. (2005): “The Impact of Culture and Governance on Corporate Social Reporting, *Journal of Accounting and Public Policy*, **24**, 391-430.
- Hoagland, L, S (2008): “*Ethics, hard world keys to recovery*, *Post-Tribune*, October 27, <http://www.post-trib.com/news/hoagland-smith/124923,bizcol.article>.
- Honneth , A. (2004): A social pathology of reason : on the intellectual legacy of critical theory .In F.Rush (Ed),*Cambridge companion to critical theory* .Cambridge: Cambridge University press.
- Hooghiemstra, R. (2000): “Corporate Communication and Impression Management. New Perspectives Why Companies Engage in Corporate Social Reporting,” *Journal of Business Ethics*, 27: 55-68.
- Hopkins, M. (2004): “Corporate Social Responsibility an issues paper, working papers No .27, world commission on social Dimensions of Globalization,” International labour office (ILO), Geneva.
- Islam, M.A., y Deegan, C. (2008): “Motivations for an organization within a developing country to report social responsibility information: Evidence from Bangladesh,” *Accounting and Accountability Journal*, **21**, (6).850-874.
- Jabir al Alwani, T. (1995): “The Islamization of Knowledge :Yesterday and Today . Translation into English by Yusuf Talal DeLorenzo,” Hendon, Virginia International Institute of Islamic Thought.

- Jensen, M. C, y Meckling , W. H. (1976) :“Theory of the Firm : Managerial Behaviour , Agency Costs and Ownership Structure,” *Journal of Financial Economics*, 3,305-360.
- Khalid, F.M. (2000):“Islamic Pathways to Ecological Sanity –An Evaluation for the New Millennium, *Ecology and Development*,” Bandung, Indonesia (*Journal Institute Ecological*).
- Khasharmeh, H. and Suwaidan, M, S. (2010): “Social responsibility disclosure in corporate annual reports evidence from the Gulf corporation council countries”, *International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation*, vol. 6, (4): 327-345.
- Kincheloe , J.L, McLaren, P.(1997): Critical Theory .In : Grant CA, Ladson- Billings, G, editors Dictionary of multicultural education Phoenix , Arizona: Oryx Press.
- Kiran, R, y Sharma, A. (2011): “Corporate Social Responsibility: A corporate Strategy For New Business Opportunities,” *Journal of International Business Ethic*, Vol.4, (1), 10-17.
- Kisenyi, V, y Gray, R. (1998): “Social Disclosure in Uganda,” *Social and Environmental Accounting*, 18(2):16-18.
- Lev, B. y Penman, S.H. (1990): “Voluntary forecast disclosure, nondisclosure, and stock prices,” *Journal of Accounting Research* 31(2):137-159.
- Lindblom, C., K. (1994): “The implication of organizational legitimacy for corporate social performance and disclosure,” *Critical perspectives on Accounting Conference, New York, N.Y., U.S.A.*



- Liu, X, y Anbumozhi , V. (2008): “Determinant Factors of Corporate Environmental Information Disclosure :An empirical Study of Chinese Listed Companies,” *Journal of Cleaner Production*, xxx,1-8.
- Llena, F. (1999): “La contabilidad en la interacción Empresa-Medio Ambiente. Su contribución a la gestión medioambiental, “Tesis de doctoral en la Universidad de Zaragoza.
- Lymer, A. y Debreceeny, R. (2003): “The auditor and corporate reporting on the internet: Challenges and institutional responses,” *Journal International Audit*, 7, 103-120.
- Maali, B., Casson, P., y Napier, C. (2006): “Social Reporting by Islamic Banks,” *Abacus*, 42, (2): 266-289.
- Maignan, I. y Ferrel , O.C. (2004):“Corporate social responsibility and marketing : an integrative framework,” *Journal of the Academy of Marketing Science*, Vol,32,1,3-19.
- Mathews, M.R. (1993): *Social Responsible Accounting*. Chapman& Hall,London.
- Matten , D, y Moon, j.(2004): “Implicit and Explicit CSR Conceptual Framework for Understanding CSR in Europe, International Centre for Corporate Social Responsibility,” *Research Paper Series* No 29-2004.
- McIvor, R. McHugh, M. and Cadden, C. (2002): “Internet technologies: Supporting Transparency in the public sector,” *The International Journal of Public Sector Management*, 2002,15,3, ABI/INFORM Global P.170 McKenna College.

- Mirfazli, E, (2008): “Corporate Social Responsibility (CSR) information disclosure by annual reports of public companies listed at Indonesia Stock Exchange (IDX)”, *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. **1**, (4): 275-284.
- Moon, J. (2002): “Corporate Social Responsibility: An Overview international Directory of corporate philanthropy, “London: Europe.
- OECD (2009): “*Financial crisis: Reform and exist Strategies*,” Organization for Economic Co- operation and Development, Paris.
- OPEC (2005): “Annual Statistical Bulletin Organization of the Petroleum, Exporting Countries. Austria: Uberreuter print and Digimedia.
- Orij, R. (2010): “Corporate social disclosures in the context of national cultures and stakeholder theory,” *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, Vol. **23**, (7), 10-17.
- Patten, D. M., (2002): “Media Exposure, Public Policy Pressure, and Environmental Disclosure: An Examination of the Impact of Tri Data Availability;” *Accounting Forum*, **25**(2):152-171.
- Presley, R. (1984): “A guide to the Saudi Arabian economy,” London, Macmillan Press.
- Principe, A. (2004): “Proprietary costs and determinants of voluntary segment disclosure: evidence from Italian listed company,” *European Accounting Review* 13(2), 319-340.
- Rizk, R. (2005): “The holy Quran: A 1400 years old Doctrine of CSR? 3<sup>rd</sup> International Conference on Corporate Social Responsibility,” Udaipur, India.

- Rizk, R., Dixon, R., y Woodhead , A. (2008): “Corporate Social and Environmental Reporting :A Survey of Disclosure Practices in Egypt,” *Social Responsibility Journal* , **4**(3):306-323.
- Rodríguez Pérez, G. (2004): “Factores explicativos de la revelación voluntaria de información sobre fuentes de ventaja competitiva empresarial,” *Revista Española de Financiación y Contabilidad* **23**(122)705-739.
- Ross, S.A. (1979): “Disclosure regulation in the financial markets: implications of modern finance theory and signaling theory,” *Issues in Financial Regulation*, New York. McGraw-Hill.
- Rovira, Ma. R. (2002): “El proceso de elaboración del informe medioambiental, Tesis doctoral del Departamento de Contabilidad de la División de Ciencias Jurídicas, Económicas y Sociales,” Universidad de Barcelona, España.
- Ruíz, E. (1994): “Determinantes Sociopolíticos en la fijación de normas contable, Tesis doctoral del Departamento de Economía de la Empresa,” Universidad de Cádiz, España.
- Samuels, J.M. (1990): “Accounting for Development: An Alternative Approach”, *Research in Third World Accounting*, 2, 19-25.
- Siddiqi, N. M. (2000): “Evaluation of Islamic Banking and insurance as systems Rooted in Ethic, Working paper Conference New York in Takaful Form,”[http://www.soundvision.com/info/money/islamic\\_banking.asp](http://www.soundvision.com/info/money/islamic_banking.asp). [acceso el 10 de Mayo de 2011].
- Singhvi, S. y Desai, H. (1971): “An empirical analysis of the quality of corporate financial disclosure,” *The Accounting Review* **46**:129-138.

Suchman, M. C. (1995): “Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches”, *Academy of Management Review*, **20**(3): 571-610.

Tilling, M., (2004): “Refinements to Legitimacy Theory in Social and Environmental Accounting,” Commerce Research Paper Series, Working Paper No. 04-6. Adelaide, Australia: Flinders University School of Commerce.

Van der Laan Smith, J, Adikhari, A. y Tondkar, R.H. (2005): “Exploring differences in social disclosures internationally: a stakeholder perspective,” *Journal of Accounting and Public Policy*, vol.**24**, (24), 123-151.

Vishwanath ,T, y Kaufmann, D.(2001) :The World Bank Observer , vol.**16**,(1),(Spring 2001) 41-57.

Watts, R.L., y Zimmerman, J.L. (1986): Positive Accounting Theory Prentice –Hall, Englewood Cliffs, NJ.

Zimmerman, M. A. & Zeitz, G.J., (2002): “Beyond Survival: Achieving New Venture Growth by Building Legitimacy,” *Academy of Management Review*, **27**: 414-431.

# **CAPÍTULO I**

**La divulgación de información voluntaria en internet: un  
análisis comparativo entre España y Arabia Saudí**





## **1. Introducción**

Actualmente se percibe la transparencia empresarial como un factor decisivo para el éxito en el cada vez más competitivo mercado económico global.

La transparencia podría denominarse como aquella cualidad que permite a todos los grupos de interés conocer y descubrir el funcionamiento y la identidad de una entidad. En el ámbito de las organizaciones, la transparencia se podría identificar como un valor, una actitud, un comportamiento, una percepción, un principio de confianza o un instrumento de buen gobierno y gestión. Es decir, podemos entender la transparencia como la claridad de lo que la organización hace o no hace (Herranz, 2006).

Más concretamente, para el mundo empresarial, Bushman y Smith (2003, p. 66) definen la transparencia como “la disponibilidad de información relevante y confiable acerca del desempeño periódico, la posición financiera, las oportunidades de inversión, el gobierno corporativo, el valor y el riesgo de las empresas”. Es decir, la “disponibilidad de información corporativa para aquellos que son ajenos a la misma” (Bushman *et al.*, 2004.P.210)

La transparencia informativa evidencia la honestidad y fiabilidad de la empresa, su implicación en la responsabilidad social demuestra su compromiso con la sociedad, y es necesaria para que los inversores perciban que su capital no corre riesgos innecesarios y el mercado sea fluido. Cuanto mayor sea la exigencia en la transparencia, mayor será el grado de responsabilidad social, y mayor su impacto en la sociedad. Esto crea un círculo de confianza que hace las empresas más transparentes y comprometidas especialmente atractivas a los inversores actuales (Lizcano, 2006).



En definitiva, la Transparencia mejora la cotización de la empresa, optimiza su asignación de recursos, disminuye la asimetría de información y aumenta la liquidez del mercado, redundando en su rentabilidad (Lev, y Penman, 1990), fortalece la confianza del mercado y aumenta las inversiones exteriores (Groom *et al.*, 2004).

Los principales organismos contables, apoyados por numerosos expertos, han mostrado que la divulgación de información contable mediante los medios tradicionales resulta insuficiente porque aporta exclusivamente datos financieros y cuantitativos, olvidando los no financieros, cualitativos, que pueden resultar indispensables para que los grupos de interés tomen decisiones apropiadas (Bonsón *et al.*, 2001), y no tiene en cuenta las necesidades del mercado contemporáneo globalizado. Para satisfacer las necesidades de los usuarios es preciso un sistema de divulgación que resuelva los problemas debidos a la forma, frecuencia y naturaleza de la información divulgada por las empresas y propiciada por la revolución tecnológica de la información, que redundará en la transparencia deseada (AECA, 2004), internet “ofrece múltiples posibilidades para que las compañías divulguen más y mejor información financiera, a un coste razonable, y dirigida a una audiencia multitudinaria y geográficamente dispersa” (Gandía y Andrés 2005). Su capacidad de publicar un gran volumen de datos y actualizarlos continuamente se ha revelado como medio imprescindible de comunicación. El uso de internet ha supuesto un paso fundamental en el desarrollo de la “sociedad de la información”, abriendo nuevas relaciones de las empresas con los grupos de interés y el público en general, y permitiendo a las empresas aumentar el valor de su información corporativa. Adicionalmente, los diferentes usuarios externos disponen de una amplia gama de información adicional de carácter no financiero a la que se puede acceder bajo demanda. Por esa razón, la divulgación que las empresas realizan a través de internet ha despertado un creciente interés en los reguladores y la comunidad científica. Su estudio

científico, iniciado en 1997-1998 (Allam y Lymer, 2003), es reciente, con las investigaciones centradas mayoritariamente en el estudio de las páginas web de las empresas occidentales (Ettredge *et al.*, 2001).

Por el contrario, este tema ha recibido escasa atención en Arabia Saudita, una de las economías de mayor importancia en Oriente Medio y con cada vez mayor importancia a nivel internacional (Alsaeed, 2005). Arabia Saudita es el corazón del mundo islámico en lo religioso y en lo económico<sup>1</sup> Su estudio dispone de mayor volumen de datos accesibles que el resto de su entorno a la vez que comparte con otros países islámicos características culturales y usos institucionales. Las conclusiones derivadas de su estudio servirán de referente en el futuro para el estudio de dichos países.

España ocupa dentro de la U.E. un puesto entre los países mediterráneos, más próximos a los de oriente medio que otras naciones europeas, y su empleo para un análisis comparativo ofrece menos diferencias extremas. A la vez, es el de mayor transparencia dentro de dicho ámbito mediterráneo (Bonsón y Escobar, 2002).

La comparación entre las empresas de un país occidental desarrollado y las de uno en vías de desarrollo y de cultura diferente, servirá para analizar y descubrir los factores explicativos de ambas economías. La mayoría de los trabajos anteriores examinan las relaciones entre las variables determinantes del nivel de la transparencia para un solo país o para diferentes países con una cultura contable parecida.

El objetivo de este capítulo consiste en analizar comparativamente las culturas contables de España y Arabia Saudita para mostrar el nivel de *Transparencia* que publican por

---

<sup>1</sup> PNB totaliza un 25% del total del mundo árabe, es el vigésimo-quinto exportador-importador en el ranking mundial, su Bolsa es la primera del entorno árabe, y su mercado está en plena capitalización y captación de firmas extranjeras.

internet las empresas españolas y saudíes de la muestra, e identificar de forma empírica la relación entre el nivel de transparencia y las variables explicativas determinantes.

Este Capítulo está estructurado de la siguiente forma: el segundo apartado se dedica a los antecedentes, la normativa sobre la transparencia y las hipótesis. En el tercero, los datos y la metodología. En el cuarto se presentan los resultados obtenidos, con una estadística descriptiva de las variables utilizadas a la que sigue un análisis de regresión. En el último apartado se resumen las conclusiones.

## **2. Antecedentes, normativa sobre la transparencia e hipótesis**

La literatura sobre la divulgación de información de las empresas a través de internet ha seguido dos etapas: un primer momento de investigación descriptiva, seguido de otro de análisis explicativo cada vez más específico. España se encuentra ya muy adentrada en la segunda etapa, mientras que Arabia Saudita, como otros países en vías de desarrollo, se encuentra todavía en la primera (Al Saeed, 2005).

### **2.1 Investigación descriptiva**

En un primer momento, los estudios se limitaron a constatar y describir el recurso de las empresas a este nuevo medio de comunicación digital que se añadía a los tradicionales sobre papel. Dichos estudios se circunscribían a un solo país, sin establecer comparaciones entre las respuestas de distintos entornos y culturas.

Según Ettredge *et al.* (2001), la mayoría de las principales empresas norteamericanas poseen una página-web ya en 1998, y los datos incluidos más a menudo son los informes semestrales y las noticias de empresa. También observan que las firmas de mayor tamaño y antigüedad presentan mayor divulgación que las modernas. Deller *et al.* (1999) señalan que las empresas de EE.UU son las que mejor contacto mantienen con

sus inversores, y Lymer (1997) descubre que las empresas británicas de química y farmacéutica divulgan más información que las bancarias y de seguros, apuntando a una diferenciación de difusión según sectores.

Otros autores estudian el rápido incremento del empleo de páginas-web corporativas con información financiera a disposición de los usuarios (Fisher *et al*, 2004), poniendo de manifiesto las diferencias en su adopción en las distintas zonas geográficas, con un predominio claro en las regiones de países avanzados, como Europa y Norteamérica, y un retraso más o menos notable en Asia, Sudamérica y África (Gowthorpe y Amat, 1999).

Puede observarse que los países en los que más estudios se han realizado pertenecen a Estados Unidos y las naciones avanzadas de Europa Occidental, lugar de origen o trabajo de los principales investigadores.

Estos trabajos proporcionan una visión del empleo de internet en la divulgación en el mundo económico, pero no aportan razones que expliquen las diferencias en cantidad y cualidad encontradas en dicha difusión.

## **2.2 La investigación analítica explicativa.**

Internet ha revolucionado las relaciones entre compañías, inversores y accionistas, haciendo que sean fluidas hasta extremos imposibles de imaginar unos años antes. Los continuos avances tecnológicos incrementan esta situación día a día, llegando al comercio pleno y directo por internet, a escala corporativa e individual, sin necesidad de intermediarios (Jones y Zezhong, 2004).

Tras la primera etapa, la investigación se centró en aspectos más concretos, como los diversos factores que influían en la difusión, así como su efecto sobre la transparencia

empresarial. Igualmente se llevaron a cabo estudios comparativos entre países – principalmente del entorno occidental- en busca de rasgos comunes y diferenciadores.

En esta segunda etapa, el estudio se centra en la relación entre el nivel de transparencia con ciertas variables no humanas tradicionales de los estudios estadísticos (Bozzolan *et al.*, 2003). Se emplean metodologías similares que consideran ciertas variables independientes como críticas para determinar la extensión de la transparencia. Entre ellas destacan el tamaño, la rentabilidad, el sector, la localización geográfica, la auditora y la capitalización bursátil. Así mismo, se aumenta el número de estudios en países no occidentales: por ejemplo, Al Saeed (2005) examina las características sobre la divulgación de información voluntaria no financiera de las empresas que cotizan en la Bolsa de Riad en el periodo 2002-2003 y encuentra que el tamaño está positivamente relacionado con la transparencia; y Ahmed y Nicholls (1994) señalan que las empresas de Bangladesh que contratan una auditora de las *Big Four*<sup>2</sup> presentaban un nivel de transparencia muy superior a las que no lo hacen, independientemente del tamaño de la empresa; y Dahawy (2009) indica un efecto similar del tipo de auditora para las empresas de la Bolsa de El Cairo, lo que apunta a que la variable tipo de auditora puede ser explicativa sobre el nivel de la transparencia en países en vías de desarrollo, como Arabia Saudita.

Siguen siendo, sin embargo, mucho más abundantes los trabajos sobre países occidentales, como el de Gandía y Andrés (2005) sobre empresas españolas, que no encuentra relación entre el nivel de transparencia y el tipo de auditora, o el de Depoers

---

<sup>2</sup> Es habitual utilizar esta expresión para referirse a las cuatro firmas de mayor tamaño y presencia en el mercado de auditoría, Deloitte, Ernest& Young, KPMG y Price Waterhouse Coopers.

(2000) sobre empresas francesas que llegó a una conclusión similar -lo que nos lleva a considerar que podría no ser un factor decisivo en las empresas occidentales.

Bonsón y Escobar (2004) llegan a la conclusión de que la variable sector económico es significativa para el nivel de transparencia en la Unión Europea, aunque esto fue contestado por Larrán y Giner (2002), Lopes y Rodrigues (2007).

Otros autores como Marston y Polei (2004), Larrán y Giner (2002) llegan al resultado de que, para las empresas occidentales, no hay relación estadística significativa entre la rentabilidad y el nivel de la transparencia.

De manera similar a las distintas teorías –de agencia, señalización o coste-beneficios- que intentan explicar el origen de la divulgación voluntaria sin que ninguna pueda dar una razón satisfactoria para todas las empresas, las variables explicativas tradicionales tampoco sirven para proporcionar una razón común que explique las diferencias en el nivel de transparencia. Cada empresa, enclavada en su entorno cultural específico, muestra un comportamiento diferente, y el efecto de unas variables en un lugar puede ser el opuesto en otro, como se ha visto en los resultados de los trabajos antes indicados.

### **2.3 Normativa legal sobre Transparencia en España y Arabia Saudita**

Tras los escándalos financieros en Estados Unidos, especialmente de ENRON, la confianza bursátil mundial se resintió, y la cotización de las acciones se desplomó. Las Bolsas se vieron obligadas a adoptar leyes y normativas para recuperar la confianza de los accionistas e inversores, y en Estados Unidos apareció la Ley Sarbanes-Oxley (SOX) para regular la actuación de las sociedades cotizadas.

En la Unión Europea también se resiente la confianza en las empresas a causa de escándalos similares, y se forma la comisión del Grupo Winter para elaborar un informe

que sirva de base para nuevas leyes reguladoras del buen gobierno de las sociedades cotizadas y para erradicar el fraude, restaurando así la confianza de accionistas, inversores y profesionales de la economía financiera. Varias de las principales naciones europeas realizan sus propios estudios locales y mejoran sus códigos legales (Basanta, 2004), pero este proceso no tiene lugar en el mundo islámico, donde muchas de las empresas, de tipo familiar o estatal, no dependen de accionistas ni inversores.

### **2.3.1 El Gobierno Corporativo y la transparencia**

La pérdida de credibilidad de las corporaciones que genera la necesidad de restablecer la confianza en el mercado da lugar a proponer mejoras de las prácticas corporativas que incrementen la transparencia. Si los gobiernos corporativos son capaces de responder al desafío de una transparencia incrementada, avanzarán en el objetivo de la sostenibilidad, meta cada vez más prioritaria para el mundo entero.

Según el Informe Cadbury (1992) la gobernanza corporativa se define de una manera extremadamente genérica como “aquel sistema por el que las compañías se dirigen y controlan”, y MacAvoy y Millstein amplían la definición (2003), indicando que consiste en “un conjunto de relaciones estructurales que determinan la autoridad y la responsabilidad de la conducta de una organización y su dirección”. Estas definiciones sirven para cualquier tipo de organización, pero el gobierno corporativo debe considerarse desde el punto de vista económico; como una organización cuyo objetivo es la obtención legal de beneficios materiales de la manera más eficaz posible. Eficacia quiere decir empleo óptimo de los recursos para maximizar los resultados. Una empresa bien gobernada es más eficaz y, por lo tanto, más competitiva. Es decir, el gobierno corporativo como mecanismo afecta sobre la divulgación (Kanagaretnam *et al.*, 2007).

La mayoría de las empresas importantes dependen de elementos internos y externos, como su infraestructura y grupos de interés. Para ser verdaderamente eficaz, ha de satisfacer las necesidades de los grupos de presión, y eso es algo que compete al Gobierno Corporativo. No es de extrañar que Parkinson (1994, p. 159) lo defina como “el proceso de supervisión y contra que se pretende que asegure que los actos de la dirección de la compañía se conformen a los intereses de los accionistas”. La inflexión se ubica ahora en la *accountability*. La verdadera eficacia consistirá en estar al tanto de las necesidades y requerimientos del resto de los grupos de interés para satisfacerlos, por lo que es lógico extender dicha *accountability* a todos los que se reconozcan como cruciales, incluyendo la sociedad en la que la compañía opera y evoluciona. Esto es, la Transparencia es una función principal de aquel gobierno corporativo que desee una verdadera eficacia y competitividad (OCDE, 2004).

Muchas de las definiciones de Gobierno Corporativo subsiguientes coinciden en expresar que es un mecanismo para garantizar a los actores de las empresas su bienestar, equidad, responsabilidad social, transparencia y *Accountability*, diferenciándose es su discusión de los distintos aspectos de la gobernabilidad. Lizcano (2006) indica que el buen gobierno ha generar necesariamente responsabilidad social si el fin que se persigue es el bien de la sociedad y responder ante ella. Análogamente, la responsabilidad social tendría que generar un alto grado de transparencia empresarial. Así pues, uno de los principios del buen gobierno pretende que quien tome las decisiones sea capaz de interiorizar las consecuencias de las mismas sobre el conjunto de sus *stakeholders* y de responder por ellas. Esta premisa sintoniza plenamente con la preocupación de realizar el bien de la responsabilidad social y genera como resultado un mejor gobierno en la empresa. En definitiva, la evidencia demuestra que transparencia empresarial y



responsabilidad social son dos conceptos íntimamente ligados cuya evolución posee un alto grado de interdependencia.

### **2.3.2 Normativa sobre transparencia en España**

Para responder a la internacionalización de su economía y adaptarla al mercado único europeo, el estado español promovió un proceso culminado con la publicación del Código Unificado *Conthe* (Enero de 2006), cuyo objetivo era sugerir unas normas para el buen gobierno corporativo y establecer un código ético empresarial de uso general. Se considera a las empresas como elemento integrante y fundamental de un organismo social dinámico sostenible, cuya salud requiere evitar la corrupción y el abuso.

Estas normas facilitan la eficacia interna de la empresa y su autocontrol frente a la corrupción, establecen los derechos de los grupos de interés frente al Consejo de Dirección, y promueven unas relaciones adecuadas que hagan a la empresa útil, rentable y competitiva.

Aparte de dicho Código, se promulga la Ley 26/2003, de 17 de julio, por la que se modifican la ley 24/1998, de 28 de julio, del Mercado de Valores, y el texto refundido de la ley de Sociedades Anónimas, con el fin de reforzar la transparencia de las sociedades anónimas cotizadas, y que obliga a las empresas a tener una página web.

### **2.3.1 Normativa sobre transparencia en Arabia Saudita**

En Arabia Saudita no hay leyes aparece específicas sobre la transparencia y ni siquiera se requiere de las empresas que tengan página web. La crisis global actual ha dejado al descubierto esta insuficiencia, y exige de Arabia Saudita una pronta actualización de sus leyes y normas contables si quiere mantener su competitividad en el mercado internacional

## 2.4 Hipótesis

Para seleccionar las variables explicativas del nivel de transparencia hemos considerado a autores como Debreceny *et al.* (2002), a las teorías que explican la divulgación voluntaria en internet, y el contexto cultural. Se han seleccionado las variables *país de origen de la empresa, tamaño, rentabilidad, sector económico, tipo de auditora y edad de la empresa*. Emplearemos seis hipótesis alternativas para analizar cada una de estas dimensiones y su influencia sobre el nivel de transparencia en ambos países.

### *País de origen de la empresa*

Craven y Otsmani (1999) consideraron que la cultura propia de cada país da a su visión de la transparencia particularidades que pueden afectar a la divulgación. Las actividades empresariales de una nación están influenciadas por características específicas procedentes de valores culturales nacionales, tales como los estándares y las prácticas de la contabilidad (Zarzeski, 1996), así como por la propiedad corporativa, la estructura del capital y los mercados de capitales corporativos. Todo ello incide y conforma el sistema legal del país en los aspectos económicos (Bonsón y Escobar, 2002). Se puede sostener que el impacto de valores culturales en la divulgación financiera se refleja a través del sistema legal del país. Por lo tanto, se puede argumentar que la información proporcionada por las sociedades en forma voluntaria u obligatoria en Internet depende de la cultura de los países. España y Arabia Saudita, dos culturas diferenciadas, son idóneas para un análisis comparativo.

H1: Existe una relación significativa entre el país de origen de la empresa y el nivel de la divulgación a través de internet.

### *Tamaño de la empresa*

Watts y Zimmerman, (1990), Xiao *et al* (2004) y Brennan y Hourigan (2000) señalan que el tamaño es crítico por muchos motivos: cuanto mayor es la empresa, mayor el abaratamiento de costes de monitorización del ejecutivo, más eficiente y competitiva su propaganda, y mejor la información aportada para permitir a los inversores realizar decisiones rápidas y adecuadas. Esto aumenta la visibilidad de la empresa y reduce los costes políticos. Adicionalmente, los costes de divulgación serían más baratos y fáciles de asumir para las empresas de envergadura.

H2: Existe una relación significativa entre el tamaño de la empresa y el nivel de divulgación de información a través de internet.

### *Rentabilidad.*

Ng y Koh (1994) y Ashbaugh *et al.* (1999) sugieren que las empresas con mayor rentabilidad atraen más la atención pública, utilizan elementos de auto-regulación para evitar la regulación externa, y disponen de más recursos para ampliar su cantidad y calidad de información. Así mismo, los inversores perciben una mayor transparencia como señal de fiabilidad, mientras que una divulgación escasa o restringida se percibe como señal de culpabilidad o mala gestión (Lev y Penman, 1990).

H3: Existe una relación significativa entre la rentabilidad de la empresa y el nivel de la divulgación de información a través de internet.

### *Sector económico.*

Las opiniones sobre esta variable están encontradas. Lymer y Tallberg (1997) señalan que hay relación entre la divulgación de información financiera a través de internet y el

tipo de sector industrial al que pertenece la empresa, Cooke (1992) indica que las empresas de alta tecnología tienden a utilizar internet y la divulgación de información como vehículo para mostrar sus logros y capacidades, y Ettredge *et al.* (2001) apuntan que esta variable podría explicar la cantidad de información suministrada.

La pertenencia a un sector económico determinado podría resultar importante para la divulgación, como indican Ferguson *et al.* (2002). Las empresas de determinados sectores pueden tener la necesidad de presentar una buena imagen corporativa para captar capital y proporcionar una información adecuada para la toma de decisiones, a diferencia de las de otros sectores. Adicionalmente, cada sector tendría necesidades financieras específicas, que se reflejarían en la divulgación de información.

Como la división de sectores en los países de la muestra se articula de forma diferente, se simplificará en cinco sectores coherentes para ambos.

H4: Existe una relación significativa entre el sector y el nivel de la divulgación de información a través de internet.

#### *Tipo de la auditora.*

Las empresas de auditoría se dividen principalmente en las *Big 4* y el resto. Las primeras son internacionales, mientras que las segundas se dedican a intereses domésticos. Las grandes prosperan gracias a su reputación, y se espera que sean estrictas y metódicas, y aporten un superior nivel de transparencia a quienes contratan sus servicios. El hecho de que una empresa contrate una de las *Big 4* señala al mercado que es solvente, que está comprometida con la transparencia, y que es rentable (Bar-Yosef y Livnat, 1984).

Por el contrario, las pequeñas auditoras no disponen de suficiente poder como para influenciar las prácticas de divulgación de sus clientes, limitándose a satisfacer sus necesidades para retenerlos, y a cumplir con las obligaciones legales (Wallace *et al*, 1994).

En el caso de España, todas las empresas de la muestra emplean las *Big 4*. Esta variable explicativa se utilizará exclusivamente en el modelo de Arabia Saudita, donde no se da ese caso.

H5: Hay una relación significativa entre el tipo de la Auditora y la divulgación de información a través de internet.

#### *Edad de la empresa.*

Hemos seleccionado la edad de la empresa como variable a considerar porque las empresas españolas de la muestra tienen más antigüedad que las sauditas, y porque, según Camfferman y Cooke (2002), la edad de la empresa puede ser un factor crítico para la difusión, ya que las empresas de mayor edad tendrían más experiencia sobre la misma.

Cuanto más tiempo lleve una empresa en el mercado, mayor será su base de datos acumulada, mayor la experiencia de sus empleados en recoger y contrastar dichos datos, y más eficiente su divulgación.

Esta variable podría matizar la situación de Arabia Saudita, con la reciente apertura de su mercado y la existencia de empresas de escasa antigüedad.

H6: Existe relación entre la edad de la empresa y la divulgación de información por internet.

### 3. Datos y Metodología

Se han escogido para la recopilación de datos 50 empresas españolas y 50 saudíes, representativas de cinco sectores de ambos países. Se han eliminado las financieras y aseguradoras, porque como indica Depoers (2000), los requisitos de estas empresas sobre el nivel de la divulgación de información voluntaria son diferentes y específicos. Considerando que el modo de clasificación por sectores es diferente en ambos países, hemos utilizado la clasificación de sectores empleado por la Bolsa de Madrid (Tabla 1).

Las empresas seleccionadas se caracterizan por el impacto de su actividad en la economía y por formar parte de las empresas cotizadas con mayor valor de capitalización bursátil en ambos mercados, y por tanto más visibles de cada país.

Como dato de interés, el sector de la Construcción y Materiales de Construcción severamente afectado por la actual crisis económica y financiera, ha tenido un gran peso en el empleo y la producción en ambos países.

**Tabla 1. Composición de la muestra por sector empresarial**

Grupo	Sector Empresarial	Empresas Españolas	Empresas Sauditas
1	Petróleo y Energía	11	16
2	Construcción e Ingeniería y otros	15	13
3	Transporte	2	3
4	Materiales de Construcción	16	14
5	Telecomunicaciones y Sistemas Informáticos	6	4
	Total	50	50

#### 3.1 Variable dependiente: el Índice de Transparencia Informativa

En los estudios publicados sobre la difusión de información voluntaria a través de los informes anuales se suele emplear una lista que contiene elementos a comprobar en cada empresa. El nivel acreditado en el cumplimiento de cada elemento conforma un indicador del nivel de transparencia (Meek *et al.*, 1995). Para el caso de la difusión a

través de páginas-web, Gandía y Andrés (2005) elaboran listas mucho más comprensivas, aunque en este trabajo adoptaremos los principios de evaluación de Pirchegger y Wagenhofer (1999) para la revisión de las páginas-web, analizando la divulgación de información de cada empresa mediante la revisión de la conformidad de una serie de ítems. La opción utilizada en este trabajo empleará las asignaciones 0, 0.5 ó 1, siguiendo el ejemplo de Allam y Laymer (2003).

La escala asigna 0 cuando no hay información sobre el concepto analizado; 0.5 cuando el ítem está presente, pero con un nivel de detalle muy limitado o información ambigua; y 1 cuando la información es completa. Esto nos dará el Índice de Transparencia informativa.

La lista de comprobación, basada en los trabajos de Bonsón *et al.* (2006) sobre la divulgación, contiene treinta y seis ítems de información de naturaleza financiera y no financiera, obligatoria y voluntaria (ver Anexo1 en la tabla A), desglosados en las categorías:

- Información legal para accionistas e inversores
- Información de gobierno corporativo
- Información de responsabilidad social
- Comunicación
- Accesibilidad
- Navegación.

### 3.2 Variables independientes

Para medir las variables independientes relacionadas con el Índice de Transparencia se acostumbra a recurrir a una serie de dimensiones arbitrarias basadas en la intuición, la experiencia o resultados estadísticos previos conocidos por el investigador. Por ello emplearemos varias formas alternativas de computar cada una de las variables explicativas. Nuestro objetivo consiste en establecer la relación de cada dimensión con el nivel de divulgación de información, y proponer aquellas variables que mejor caracterizan esta relación en cada dimensión.

Las dimensiones y las variables independientes a considerar en función de las hipótesis planteadas son las siguientes:

- La *rentabilidad*, medida por la rentabilidad financiera y la rentabilidad económica, dado que hay varios sectores.
- El *tamaño*, medido por las ventas, total activo y la capitalización bursátil.
- El *sector* económico de cada empresa, según la clasificación de la **Tabla 1**.
- La *edad* de la empresa, medida por número de años desde su creación.
- El tipo de la *auditora*, dependiente de si es o no una de las *Big 4*.

### 3.3 Metodología

Para comprobar si hay una diferencia estadísticamente significativa entre las medias de los índices de transparencia informativa de España y Arabia Saudita utilizaremos la prueba *t* de igualdad de medias, que nos permite contrastar la hipótesis nula de que las dos medias son iguales frente a la alternativa que la contradice.



Antes de proceder a aplicar este contraste es necesario comprobar la igualdad de varianzas en las poblaciones de las que provienen nuestras muestras. La razón es que la versión del estadístico  $t$  cambia en función de que supongamos o no varianzas poblacionales iguales. En este contexto, utilizaremos el contraste de *Levene* con el objeto de decidir sobre la homogeneidad de varianzas.

Para analizar la variación del índice de transparencia para Arabia Saudita y España, debido a diversas variables, recurriremos a un modelo lineal de regresión múltiple. Con el objetivo de seleccionar las variables explicativas relevantes hemos utilizado el método de búsqueda secuencial de estimación por etapas ya empleado por Bonsón y Escobar (2004).<sup>3</sup>

En esta metodología por etapas realiza la selección paso a paso de las variables con mayor poder explicativo, apoyándose en test estadísticos F, parciales en cada momento. En este sentido, se especifica un nivel de significación del estadístico F para la entrada de las variables al modelo (probabilidad inferior a 0.05), mientras se especifica un nivel de significación mayor de 0.05 para resolver la exclusión de las variables del modelo. Nótese que el nivel de significación se ha escogido de tal manera que se evite la redundancia, es decir, las variables que puedan entrar y salir repetidamente en el cálculo del modelo. Para la selección del mejor modelo también consideramos el nivel de multicolinealidad entre las variables seleccionadas. En este sentido, nos apoyamos en el indicador VIF (factor de inflación de la varianza).

---

<sup>3</sup> Los métodos de búsqueda secuencial recurren a la aproximación general de estimación de ecuaciones de regresión con un conjunto de variables, para a continuación añadir o eliminar selectivamente variables, considerando su valor F parcial, hasta que se consiga algún criterio conjunto. Como resultado se obtiene un conjunto de variables independientes que maximizan la predicción y minimizan simultáneamente el número de variables empleadas.

La relación entre la variable dependiente (el índice de transparencia informativa) y nuestro conjunto de variables independientes queda definida de la siguiente forma:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 X_{1i} + \beta_2 X_{2i} + \dots + \beta_k X_{ki} \quad ; \quad i = 1, 2, \dots, T.$$

Donde:

$Y_i$ : Variable dependiente que representa el Índice de Transparencia informativa.

Término independiente del modelo de regresión.

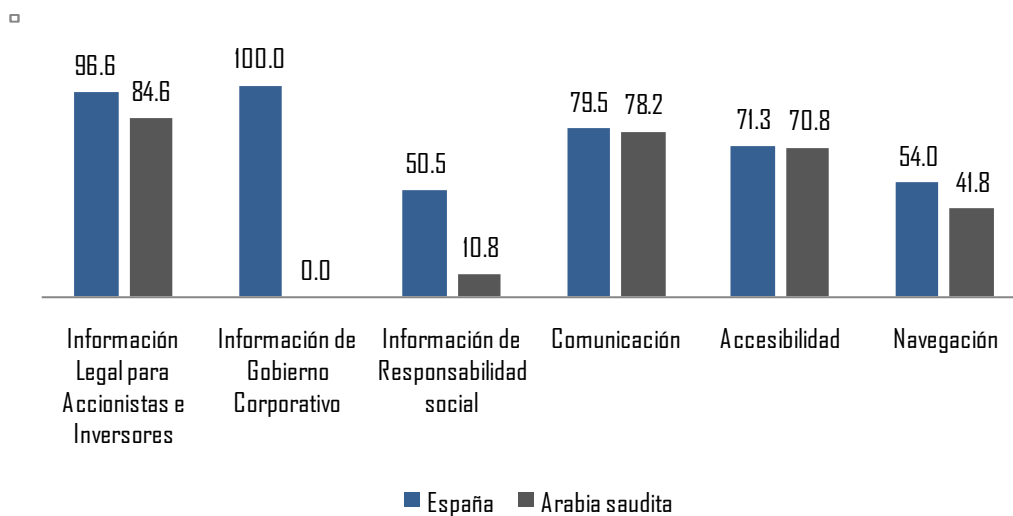
, : Coeficientes de regresión de todas las variables explicativas del modelo.

$X_{1i}, X_{2i}, \dots, X_{ki}$ : Factores determinantes del nivel de información voluntaria publicada en internet.

En este modelo de regresión múltiple por etapas, el coeficiente de regresión parcial indica el cambio que experimenta la variable dependiente ante un cambio unitario en la variable independiente, manteniendo constantes los efectos producidos por el resto de variables independientes.

## 4. Resultados

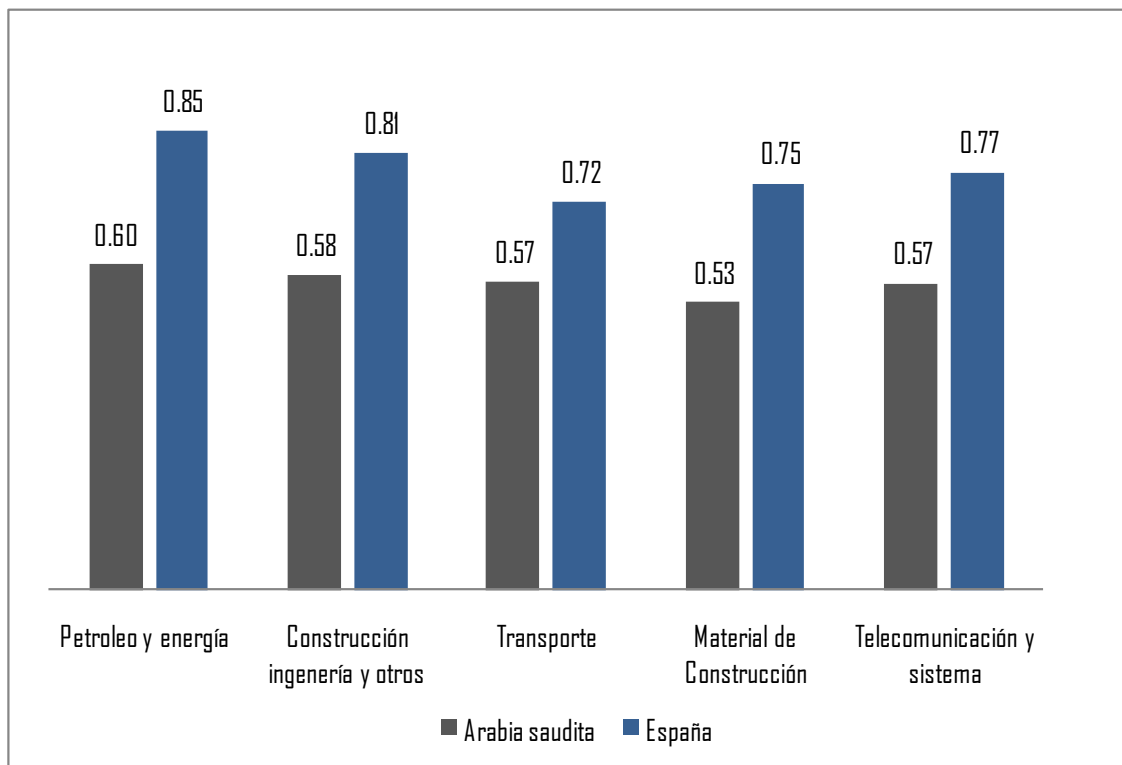
Los resultados de este capítulo comprenden el análisis descriptivo de los datos de la muestra y el contraste de las seis hipótesis planteadas, que se amplía con análisis estadístico de otros elementos de interés, como el promedio del nivel de transparencia de las categorías y el promedio del nivel de transparencia informativa de los sectores económicos, expresados mediante Figuras descriptivos.

**Figura 1. Promedio del nivel de transparencia de las distintas categorías**

*Fuente:* elaboración propia

El análisis descriptivo del **Figura 1** analiza el Índice del Transparencia informativa entre las distintas categorías que aparecen en la divulgación a través de páginas web en ambos países. Se observa que el promedio del nivel de la transparencia de las diferentes categorías es más alto en España que en Arabia Saudita. Las categorías de información del gobierno corporativo y de información de responsabilidad social son muy bajas en Arabia Saudita, puesto que carece de normativa sobre el gobierno corporativo. La RSC es muy inferior en Arabia Saudita respecto a España puesto que es un tema todavía muy poco desarrollado en ese país. Pueden verse más detalles del cumplimiento de cada ítem en la Tabla A del Anexo 1.

**Figura 2. Promedio del nivel de la transparencia de los distintos sectores económicos**



*Fuente: elaboración propia*

La Figura 2 indica el promedio del nivel de transparencia de los diferentes sectores en cada país. De él se puede concluir que la cultura influye en el sector, así como que las normas específicas de cada uno afectan a la decisión de divulgar mayor información (Wallace *et al.*, 1994; Gibbinest *et al.*, 1990). Como puede verse, el sector del nivel más alto en el caso de España es el de petróleo y energía, cuyas empresas son más sensibles a la revelación de información a los competidores que otros sectores, debido al uso de tecnología sofisticada y el gasto que realizan en investigación y desarrollo (Meek *et al.*, 1995). Sin embargo, en el caso de Arabia Saudita todos los sectores presentan un bajo nivel de transparencia, relacionado con su cultura y la carencia de normas de gobierno corporativo.

**Tabla 2. Análisis descriptivo de las variables independientes**

Variable		Capitalización bursátil	Ventas	Total activos	Rentabilidad financiera	Rentabilidad económica	Edad
Unidad		Miles de €	Miles de €	Miles de €	(%)	(%)	años
España	<i>Máximo</i>	74.574.194	83.290.000	99.869.000	37,00	46,00	100,00
	<i>Mínimo</i>	6.435	20.806	97.946	-18,00	-26,00	7,00
	<i>Promedio</i>	6.130.272	9.754.086	15.674.061	8,80	4,46	48,24
	<i>Mediana</i>	762.497	1.479.435	2.070.976	8,00	4,00	43,50
	<i>Desviación típica</i>	13.321.034	17.787.246	26.545.155	10,28	9,01	29,57
Arabia Saudita	<i>Máximo</i>	32.184.000	30.162.000	543.512.000	16,00	44,60	56,00
	<i>Mínimo</i>	29.000	1.000	90.000	-25,00	-19,20	1,00
	<i>Promedio</i>	3.410.420	1.186.134	13.224.520	4,88	7,81	22,86
	<i>Mediana</i>	795.000	167.000	708.500	6,70	7,50	20,00
	<i>Desviación típica</i>	6.887.594	4.437.158	76.689.201	8,19	10,58	16,22

En la **Tabla 2** observamos que las elevadas desviaciones típicas en ambos países demuestran la diversidad de las empresas escogidas. En este sentido, el intervalo entre el máximo y el mínimo de cada variable es amplio. Así, aunque en esta muestra la mayoría de las empresas presentan un volumen de negocios que las clasifica como grandes firmas, dentro de cada sector hay un fuerte contraste entre ellas.

Para realizar la comprobación de las seis hipótesis planteadas utilizamos la prueba *t* para las medias y la *F* de Levene para las varianzas, con el objetivo de determinar si existe una diferencia estadísticamente significativa entre los niveles de transparencia de las empresas de España y de Arabia Saudita.

**Tabla 3. Comparación de medias y varianzas**

<i>Prueba de Levene</i>		<i>Prueba T</i>	
F-test	p-valor	t-test	p-valor
<b>1,98</b>	<b>0,067</b>	<b>8,33</b>	<b>0,000</b>

Como se puede observar en la **Tabla 3**, el p-value 0,067 asociado a la prueba de Levene es mayor que 0,05 y, por tanto, podemos concluir que la hipótesis nula de igualdad de varianzas no se rechaza con un nivel de confianza del 95%. De esta manera podemos usar la prueba *t* de igualdad de medias que asume igualdad de varianzas.

La probabilidad (p-value) asociada al estadístico t de Student toma el valor 0,000 que es menor que 0,05, por lo que se confirma la hipótesis alternativa: Existe diferencia de medias entre ambas muestras.

El resultado permite no rechazar la hipótesis H1: Existe una relación significativa entre el país de origen de la empresa y el nivel de la divulgación a través de internet. Este resultado es acorde con distintos trabajos (Camfferman y Cooke 2002; Bonsón y Escobar en 2004).

**Tabla 4. Resultados del análisis de regresión (España)**

R <sup>2</sup> =0,26 P-valor (F-test)=0,007 Test Breusch-Pagan =0,871		
Variables	Coefficiente	VIF
Constante	79,7137***	-
Capitalización bursátil	-0,186*	1,04
Total activo	0,022*	1,31

**Tabla 5 Resultados del análisis de regresión (Arabia Saudita)**

R <sup>2</sup> =0,27 P-valor (F-test)=0,004 Test Breusch-Pagan =0,130		
Variables	Coefficiente	VIF
Constante	58,2054***	-
Rentabilidad económica	-0,278*	2,415
Rentabilidad Financiera	0,500**	2,391
Sector económico (S4)	-4,333*	1,112

Estadísticos t .los símbolos \*\*\*, \*\*, \* significan que la correlación es significativa a un nivel 0.001, 0.01, 0.05 respectivamente.

El modelo lineal de regresión múltiple secuencial aplicado a la muestra de empresas Española y Saudíes nos muestra los resultados que se relejan en las **Tablas 4 y 5** respectivamente. El modelo incluye las variables explicativas *capitalización bursatil* y *total activo* para el caso de las empresa españolas. Mientras que para las empresas de

Arabia Saudita incorpora las variables *rentabilidad economica*, *rentabilidad financiera* y *sector económico* (S4).

En el modelo de España, el coeficiente de determinación  $R^2 = 0,26$ , lo que implica que la variación en el Índice de transparencia informativa queda explicada solamente en parte por la regresión. Igualmente en Arabia Saudita el coeficiente de determinación  $R^2 = 0,27$ , lo que implica que la variación en el Índice de transparencia informativa queda explicada por la regresión. La significación individual de los parámetros del p-valor del estadístico F en los dos modelos es de p – valor = 0.007 para España y de 0.004 para Arabia Saudita; como ambos son  $<0.05$ , se rechaza la hipótesis nula al nivel de significación 0.05 para ambos casos, con lo cual concluiremos que las variables explicativas son conjuntamente significativas en la explicación de la variable dependiente del Índice de Transparencia informativa.

Para estimar si los dos modelos cumplen las hipótesis básicas del modelo de regresión general, destacando la homoscedasticidad, se usa el test Breusch-Pagan donde el p-valor = 0.871 para España y 0.130 para Arabia Saudita, ambos superiores a 0'05 por lo que no se rechaza la hipótesis nula de homoscedasticidad en ambos modelos. Y también evidencia que no hay multicolinealidad en ambos modelos al ser el promedio del VIF superior a 1.

En la **Tabla 4**, de las dos variables seleccionadas por el modelo, la capitalización bursátil tiene un efecto negativo sobre el nivel de transparencia y el total activo tiene un efecto positivo. En relación con la hipótesis H2 los resultados son estadísticamente significativos. Este resultado es similar al encontrado en estudios de países desarrollados (Larrán y Giner, 2002; Oyelere *et al* ,2003). El que dos proxy de tres sean estadísticamente significativas permite no rechazar la hipótesis H2.

Las investigaciones realizadas en países menos desarrollados como Bangladesh y Egipto (Archambault y Marie, 2003) no obtienen las mismas conclusiones, y sugieren la irrelevancia de esta variable (al igual que todas aquellas que tratan de medir la dimensión *tamaño*) como factor explicativo del nivel de transparencia, resultados que concuerdan con los valores de la **Tabla 5** para el caso de Arabia Saudita, permitiendo rechazar la H2.

Respecto a la H3, el propósito era verificar si hay relación significativa entre el nivel de transparencia y la rentabilidad. Como indica la **Tabla 5**, la Rentabilidad Económica presenta un efecto negativo, y la Financiera uno positivo en el caso de Arabia Saudita, señalando que es estadísticamente significativa, y confirmando esta relación para las principales empresas sauditas; esto coincide con otros trabajos (Ashbaugh *et al.*, 1999; Ettredge, *et al.*, 2002). Conviene señalar, sin embargo, que la influencia de la variable *rentabilidad*, de acuerdo con autores como Brennan y Hourigan (2000), no es tan clara como otras variables tradicionales y podría no explicar bien la transparencia, a pesar de lo cual no se puede rechazar la validez de la H3 para Arabia Saudita. Esta variable no es significativa en el caso de España, lo que coincide con los estudios de Marston y Polei (2004), y permite rechazar la H3 para España.

La H4 se rechaza para los casos de Arabia Saudita y España, pues el sector económico se relaciona de manera negativa con el nivel de transparencia como también indican Ettredge *et al.* (2001) y Bonsón y Escobar (2004).

En Arabia Saudita, la pertenencia de una empresa a los sectores de *material de construcción* reduce su nivel de transparencia. La similitud entre los coeficientes de cada variable *dummy* relacionada con el sector 4 (S4) hace pensar que las empresas del sector de la material de construcción en Arabia Saudita son públicas o reguladas y



todavía no adoptan la transparencia en su cultura organizacional ni precisan atraer nuevos inversores.

En el caso de las dos últimas hipótesis H5 y H6, nuestra metodología indica ausencia de significación de las variables relacionadas con dichas hipótesis. Esta falta de relación se comprueba a partir de su no inclusión en los modelos desde el método por etapas. Por tanto, nuestros resultados permiten rechazarlas.

## 5. Conclusiones

Este Capítulo compara la transparencia informativa entre dos mercados muy diferentes: el emergente de Arabia Saudita y el desarrollado de España, examinando las variables explicativas que afectan a su nivel.

Los resultados empíricos indican que las variables explicativas en el mercado español son diferentes de las del mercado de Arabia Saudita, especialmente el *tamaño de la empresa*, significativo en el caso de España pero no en el de Arabia. Las empresas sauditas no muestran sensibilidad ante esa variable, quizá porque son pequeñas, familiares, de más reciente constitución que las españolas, y con menor acceso a inversores extranjeros; por la misma razón, los consejos de administración saudíes no son independientes, lo que afecta negativamente al nivel de transparencia, tal como indican Xiao *et al.* (2004).

La literatura sobre factores determinantes del nivel de divulgación no ha producido evidencias concluyentes, de modo que no se ha logrado elaborar una teoría general que explique el nivel de divulgación (transparencia informativa) de las empresas (García y Sánchez, 2006), por eso se concluye que la transparencia informativa depende de la cultura contables y las normas en cada país.

Se observa además que el coeficiente de determinación es relativamente bajo en las dos regresiones de nuestro estudio, por lo que el nivel de transparencia informativa podría explicarse por variables adicionales, y lleva a considerar que el de las empresas de la Bolsa de Riad se debe a efectos de factores como la cultura local y de la organización.

El promedio del nivel del cumplimiento de los ítems -o Índice de Transparencia Informativa- de las empresas saudíes es del 57%, comparado con el 78% de España. Este estudio indica que en Arabia Saudita existe cierto nivel de transparencia, aunque muy por debajo del de los países occidentales. Que la categoría de responsabilidad social sea muy baja para Arabia Saudita puede ser consecuencia de la carencia de estudios locales sobre la RSC, pensamiento que es acorde con los estudios de Mc William y Siegel (2001), quienes señalan que la RSC depende de la investigación y el desarrollo de cada país.

En este sentido, este capítulo desea sensibilizar a los directores de las empresas saudíes sobre la importancia del nivel de transparencia en el contexto internacional si desean obtener una competitividad adecuada y atraer inversores. También insta a abrir futuras líneas de investigación sobre la transparencia empresarial en internet en Arabia Saudita.

Este trabajo podría considerarse como una investigación preliminar, que aconseja un estudio más profundo de la visión estratégica y política de la transparencia en las páginas web de las empresas de Arabia Saudita, y la ampliación del análisis en número de sectores y empresas. En el Capítulo II, por tanto, se pasará a estudiar el nivel de la transparencia de la información de RSC en Arabia Saudita, cuyo mercado emergente y típico del mundo islámico puede aportar datos decisivos sobre su particular cultura contable y su perspectiva de la RSC.



## Referencias bibliográficas

AECA, Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (2004).  
Información de empresas: Análisis oferta–demanda y mecanismo de transmisión,  
AECA, Madrid.

Ahmed, K. y Nicholls, D. (1994): “The impact of non-financial company characteristics  
on mandatory disclosure compliance in developing countries: The case of  
Bangladesh,” *The International Journal of Accounting*, **29**, 62-77.

Allam, A. y Lymer, A. (2003): “Developments in internet financial reporting: Review  
and analysis across five developed countries,” *International Journal of Digital  
Accounting Research*, (3) **6**, 165-199.

Alsaeed, K. (2005): “The association between Firm-Specific Characteristics and  
Disclosure: The case of Saudi Arabia,” *Journal of American Academy of  
Business*, **17**, 310-322.

Archambault, J. y Marie E.A. (2003): “A multinational test of determinants of  
corporate disclosure,” *The International Journal of Accounting*, **38**, 173-194.

Ashbaugh, H, Johnston, K. y Warfield, T. (1999): “Corporate Reporting on the Internet,”  
*Accounting Horizons*, **13**, (3), 241-257.

Bar-Yosef, S. y Livnat, J. (1984): “Auditing selection: An incentive signalling  
approach,” *Accounting and Business Research*, 301-309.

Basanta, C. (2004): “Ley de transparencia,” *Partida Doble*, 160, 28-37.

- Bonsón, E. y Escobar, T. (2002): “A survey on voluntary disclosure on the internet: Empirical evidence from 300 European Union Companies”, *The International of Digital Accounting Research*, **2**, (1):27-51.
- Bonsón, E. y Escobar, T. (2004): “La difusión voluntaria de información financiera en internet. Un análisis comparativo entre Estados Unidos, Europa del Este y la Unión Europea,” *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol. **XXXIII**, 123, 1063-1101.
- Bonsón, E., Escobar, T. y Flores, F. (2006): “Divulgación de información a través de internet en el sector bancario, “Comunicación presentada en jornadas de ASEPUC, Burgos.
- Bonsón, E., Escobar, T. y Gago, S. (2001): “Los Sistemas de reporting digital. Hacia un nuevo enfoque de la contabilidad financiera, “Publicación electrónica Premio Cubillo Valverde, IV Edición ICAC.
- Bozzolan, S., Favotto, F. y Riceri, F. (2003):“Italian annual intellectual capital disclosure: An empirical analysis,” *Journal of intellectual capital*, (4): 543-558.
- Brennan, N., Hourigan, D.(2000):“Corporate reporting on the internet by Iris companies,” *The Irish Accounting Review*, **7**, 37-68.
- Bushman, J.; Piotroski, J.; y Smith, A. (2004): “What determines Corporate Transparency” *Journal of Accounting Research*, Vol. **42**, 207- 252.
- Camfferman, K. y Cooke, E.T. (2002): “An analysis of disclosure in the annual reports of U.K. and Dutch companies.” *Journal of International Research*, **1**, 3-30.

- Cooke, T.E. (1992): “The impact of size, stock market listing and industry type on disclosure in the annual reports of Japanese listed corporations,” *Accounting and Business Research*, **22**, 87, 221-237.
- Craven, B.M. y Otsmani, B. (1999): “Social and environmental reporting on the Internet by Leading UK companies,” *Paper Presented at the 22<sup>nd</sup> annual Congress of the European Accounting Association*, France.
- Dahawy, K. (2009): “Company characteristics and disclosure level: The case of Egypt,” *International Research Journal of Finances and Economics*, **34**.
- Debreceny, R., Gray, G.L., y Rahman, A. (2002): “The determinants of the internet financial reporting,” *Journal of Accounting and public policy*, **21**, 371-394.
- Deller, D., Stubenrath, M. y Weber, C. (1999): “A survey on the use of the internet for investor relations in the USA, The UK and Germany,” *European Accounting Review*, **8**, 351-364.
- Depoers, F. (2000): “Cost–benefit study of voluntary disclosure: some empirical evidence from French listed companies,” *The European Accounting Review*, **9**, 245-263.
- Ettredge, M., Richardson, V. J. y Scholz, S. (2002): “Dissemination of information for investors at corporate Web sites,” *Journal of Accounting Public*, **21**, 357-369.
- Ettredge, M., Richardson, V.J. y Scholz, S. (2001): “The presentation of financial information at corporate Web sites,” *International Journal of Accounting Information Systems*, **2**, 149-168.

- Ferguson, M.J., Lam, K.C.K., y Lee, G. M. (200): “Voluntary disclosure by state – owned enterprises listed on the stock exchange of Hong Kong,” *Journal of International Financial Management and Accounting*, **13** (2):125-152.
- Fisher, R., Oyelere, P. y Laswad, F. 2004): “Corporate Reporting on the Internet: Audit Issues and Content Analysis of Practices,” *Managerial Auditing Journal*, **19**, (3): 412-439.
- Gandía, J.L. y Andrés Pérez, T., (2005): “E–Gobierno corporativo y transparencia informativa en las sociedades cotizadas españolas:” Un estudio empírico de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV). Monografía, nº 8.
- García-Meca, E., y Sánchez, 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.
- Gibbins, M.; Richardson, A.; y Waterhouse, J. (1990), “The Management of Corporate Financial Disclosure: Opportunism, Ritualism, Policies and Processes”, *Journal of Accounting Research*. Vol.**28**. (1), 121-143.
- Gowthorpe, C. y Amat, O. (1999): “External reporting of accounting and financial information via Internet in Spain,” *European Accounting Review*, **8** (2):365-371.
- Groom, C., Du., Qu., W. y Sims, R. (2004): “Accounting regulation and corporate governance in China’s listed companies-an examination of the changing environmental and current issues,” Paper presented at the 2004 Dest (CHESI) Beijing conference 15-16 April.

- Herranz de la Casa, J.M. (2006): “La comunicación y la transparencia en las organizaciones no lucrativas, “Universidad Complutense de Madrid, tesis doctoral.
- Jones, J., y Zezhong, X. (2004): “Financial Reporting on the Internet by 2010: A Consensus View,” *Accounting Forum*, **28** (3): 237-263.
- Kanagaretnman, K., Lobo, G., y Whalen, D. J. (2007): “Does Good Corporate Governance Reduce Information Asymmetry Around Quarterly Earnings Announcements?” *Journal of Accounting and Public Policy*, **26**, 497-522.
- Larrán, M. y Giner, B. (2002): “The use of international reporting by Spanish companies,” *The International Journal of Digital Accounting Research*, **2** (1): 53-8.
- Legislación Española., (2003): “Ley 26/2003 de 17 de Julio. Disponible en <http://www.boe.es/boe/dias/2003/07/18/pdfs/A28046-28052.pdf> [acceso el 10 de Mayo de 2010].
- Lev, B., y Penman, S., (1990): “Voluntary forecast disclosure, nondisclosure, and stock prices,” *Journal of accounting Research*, **28**, 1.
- Lizcano, J.L. (2006): “Buen Gobierno y Responsabilidad Social Corporativa,” *Partida Doble*, **182**, 20-35.
- Lopes, P. T. y Rodrigues, L.L. (2007): “Accounting for Financial Instruments: an analysis of determinants of disclosure in the Portuguese stock exchange,” *The International Journal of Accounting*, **42**(1):25-56.



- Lymer, A. (1997): "The Use of the Internet for Corporate Reporting: –A Discussion of the Issues and Survey of Current Usage in the UK." *Journal of Financial Information Systems*.
- Lymer, A., y Tallberg, A. (1997): "Corporate Reporting and the Internet – a survey and Commentary on the Use of the WWW in Corporate Reporting in the UK and Finland," *Paper presented at 20<sup>th</sup> Annual Congress of the European Accounting Association, Graz, Austria*.
- MacAvoy, P. W. and Millstein, I. M. (2003): "The Recurrent Crisis in Corporate Governance," *Basingstoke, Palgrave Macmillan*.
- Marston, C. y Polei, A. (2004): "Corporate reporting on the internet by German companies," *International, Journal of Accounting Information Systems*, 5,285-311.
- Mc William, A. and Siegel, D. (2001), "Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective," *Academy of Management Review*, 26(1): 117-127.
- Meek, G.K., Roberts, C.K. y Gray, S.J. (1995): "Factors influencing voluntary report disclosures by U.S., U.K. and continental European Multinational Corporation," *Journal of International Business Studies*, 26, (3):555-572.
- Ng, E.J. y Koh H.C.(1994): "An agency theory and probity analytic approach to corporate non –mandatory disclosure compliance," *Asia –Pacific Journal of Accounting*, 29-44.
- OECD (2004): "OECD Principles of Corporate governance. Paris:" Organization for Economic Co-operation and Development.

- Oyelere, P., Laswad, F. y Fisher, R. (2003): “Determinants of Internet Financial Reporting by New Zealand Companies,” *Journal of International Financial Management and Accounting* **14**(1): 26-63.
- Parkinson, J., (1994): “Corporate Power and Responsibility,” Oxford University.
- Pirchegger, B. y Wagenhofer, A. (1999): “Financial Information of the Internet: A survey of the Homepages of Austrian Companies,” *European Accounting Review*, **8** (2): 383-395.
- Wallace, O., Naser, K. y Mora .A. (1994): “The relation between the comprehensiveness of corporate annual reports and firm characteristics in Spain.,” *Accounting and Business Research*, **25**, (97): 41-53.
- Watts, R.L., Zimmerman, J.L. (1990.):“Positive accounting theory: A ten years perspective,” *The Accounting Review*, **26**, (3): 613-633.
- Xiao, J.Z., Yang, H., y C.W. (2004): “The determinants and characteristics of voluntary Internet –based disclosures by listed Chinese companies,” *Journal of Accounting and Policy*, **23**, 191-22.
- Zarzeski, M. (1996):“Spontaneous Harmonization Effects of Culture and Market Forces on Accounting Disclosure Practices”, *Accounting Horizons*, **10**, 1, 18-37.

## ANEXO 1

Tabla A. Ítems que las empresas publican en sus páginas web

Información Legal para accionistas e inversores		Comunicación	
<b>Memoria anual</b>		<b>Comunicación</b>	
1	Balance de situación	20	Correo Electrónico
2	Cuenta de Resultados	21	Acceso de los Accionistas
3	Estado de Flujos de Efectivos	22	Versión de Ingles
4	Estado de Cambios en el Patrimonio	23	Preguntas y Frecuentes
5	Notas a los Estados Financieros	24	información sobre Directivos
6	Informe de Auditoria	25	Teléfono y Dirección
7	Informe Anual	<b>Accesibilidad</b>	
8	Informe de Gestión	26	Alternativas del Acceso Letra
9	Análisis de Ratios Financieros	27	Formato PDF o HTML
10	Informe por segmentos de Negocios y Geográficas	28	Figuras
11	Análisis de Bolsas	29	FLASH
<b>Información de Gobierno Corporativo</b>		30	Video
12	Estatutos	31	Tiempo de Acceso
13	Informe anual	<b>Navegación</b>	
14	Junta y Reglamento	32	Ayuda para buscar
15	Código de Conducta	33	Mapa
<b>La Información sobre de Responsabilidad Social</b>		34	Buscado
16	Estrategia y Política de RSC	35	Botón para Detrás y Delante
17	Desempeño Social	36	Lista de Email
18	Desempeño Ambiental		
19	Informe Memoria social		

Fuente: Elaboración propia a partir de Bonsón *et al.* (2006), Marston y Polei (2004).

**Tabla B.** El nivel del cumplimiento de cada ítem de las empresas en ambos países

<b>Información legal para accionistas e inversores</b>	Balance de Situación	100,00	100,00
	Cuenta de Resultados	100,00	100,00
	Estado de Flujos de Efectivo	100,00	100,00
	Estado de Cambios en el Patrimonio	100,00	100,00
	Notas a los Estados Financieros	100,00	99,00
	Informe de Auditoría	100,00	98,00
	Informe de Gestión	98,00	90,00
	Informe Anual	100,00	100,00
	Análisis de Ratios Financieros	83,00	46,00
	Informe por Segmentos de Negocio y Geográficas	100,00	81,00
<b>Información del Gobierno Corporativo</b>	Análisis de Bolsa	82,00	17,00
	Estatutos	100,00	0,00
	Informe Anual	100,00	0,00
	Junta y Reglamento	100,00	0,00
	Código Conducta	100,00	0,00
<b>Información de Responsabilidad Social</b>	Estrategia y Política de RSC	50,00	2,00
	Desempeño Ambiente	60,00	18,00
	Desempeño Social	46,00	23,00
	Informe Memoria	46,00	0,00
<b>Comunicación</b>	Correo Electrónico	100,00	99,00
	Acceso a los accionistas	85,00	88,00
	Versión en Inglés	65,00	92,00
	Preguntas Frecuentes	66,00	43,00
	Información sobre Directivos	61,00	49,00
	Teléfono y Dirección	100,00	98,00
<b>Accesibilidad</b>	Tiempo de acceso	93,00	88,00
	Alternativas de acceso (Letra)	92,00	96,00
	Formato (PDF o HTML)	64,00	68,00
	Figuras	94,00	81,00
	Flash	56,00	78,00
	Vídeo	29,00	14,00
<b>Navegación</b>	Ayuda para buscar	17,00	2,00
	Mapa	95,00	100,00
	Buscador	86,00	54,00
	Botón para adelante - a detrás	10,00	4,00
	Lista Email	62,00	49,00
	<b>Promedio</b>	<b>78,89</b>	<b>57,69</b>

Fuente: Elaboración propia.

## ANEXO 2 Las empresas de ambos países en nuestra muestra

---

ACCIONA	NATIONAL GAS AND INDUSTRIALIZATION
ACTIVIDAD DE CONSTRUCCIÓN SERVICIOS	SAUDI ELECTRICITY COMPANY
LEVANTINA , EDIFICACIÓN DE OBRAS PUBLICAS	METHANOL CHEMICAL COMPANY
FOMENTO DE CONSTRA Y CONTRATAS,,S.A	NATIONAL PETROCHEMICAL COMPANY
GRUPO FERROVIAL, S.A	SAUDI BASIC INDUSTRIES GROU
OBRASCON HUARTE LAIN ,S.A	SAUDI ARABIA FERTILIZERS CO
SACYRVALLE HERMOSA,S.A	NATIONAL INDUSTRIALIZATION
GRUPO SANJOSE	ALUJAIN CORPORATION
AUX.FERROCAR CAF	NAMA CHEMICAL CO
AZCOYEN SA	SAUDI INDUSTRIAL INVESTMENT GROUP
ELEC NOR	SAHARA PETROCHEMICAL COM
GAMESA CORPOACIÓN TECNOLOGÍA ,S.A	YANBU NATIONAL PETRO CHEMICAL COMPANY
MECALUX	SAUDI INTERNATIONAL PETROCHEMICAL CO
NICOLÁS CORREA,S.A	ADVANCED PETROCHEMICAL COMPANY
ZARDOYA OTIS	SAUDI KAYAN PETROCHEMICAL COMPANY
ACERINOX ,A.S	RABIGH REFINING AND PETROCHEMICAL CO
ARCELORMITTAL	MOHAMMAD AL MOJIL GROUP COMPANY
ACIE AUTOMOTIVE	SAUDI STEEL PIPE COMPANY
ESPAÑOLA DEL ZINC,A.S	SAUDI CEREAMIC CO
LONG TES ESPAÑOLA ,A.S	NATIONAL GYPSUM COMPANY
TUBACEX	SAUDI CABLE COMPANY
CEPSA	SAUDI INDUSTRIAL DEVELOPMENT CO
REPSOL	SAUDI ARABIAN AMIANTT CO
ENAGAS	ARABIAN PIPES COMPANY
ENDESA	ZAMIL INDUSTRIAL INVESTMENT CO
IBERDROLA	AL -BABTAIN POWER AND TELECOMMUNICATION
RED ELECTRICA	SAUDI VITTRIFIED CLAY PIPES CO.
UNIO FENOSA	MIDDLE EAST SPACIALIZED CABLES COMPANY
GAS NATURAL -FENOSA	RED SEA HOUSING
FERSA	THE NATIONAL SHIPPING CO. OF SAUDI ARABIA
IBERDROLA RENOVABLES	SAUDI PUBLIC TRANSPORT CO( SAPTICO)
MONTEBALITO	UNITED INTERNATIONAL TRANSPORTATION
SOLARIA	ARABIAN CEMENTO CO
AVANZIT	YAMAMAH SAUDI CEMENTO CO
JAZZTEL	SAUDI CEMENTO CO.
TELEFONICA	THE QASSIM CEMENTO CO
AMPER	SOUTHERN PROVINCE CEMENTO CO.
INDRASISTEMAS	YANBU CEMENTO CO
TECNOCOM	EASTERN PROVINCE CEMENTO CO.
CEMENTOS PORTLANDA VALDERIVAS, S.A	TABUK CEMENTO CO.
URALITA , S.A	MAKKAH CONSTRUCCTION AND DEVELOPMENT
ABENGOA,S.A	JABAL OMAR DEVELOPMENT COMPANY
BEFESA, MEDIO AMBIENTE, S.A	SAUDI REAL ESTATE CO.
DURO FELGUERA, S.A	TAIBA HOLDING CO
FLUIDRA, S.A	ARRIYADH DEVELOPMENT CO
GENERAL .DE ALQUILER DE MAQUINARIA G.A.M	EMAAR THE ECONOMIC CITY
INYP SA INFORMESA Y PROYECTOS ,S.A, (INYP SA)	DAR AL ARKAM REAL ESTATE DEVELOPMENT CO
TECNICAS REUNIDAS ,S.A	SAUDI TELECO
IBERIA , LINEAS AEREAS DE ESPAÑA , S.A	ETIHAD ETISALAT CO
VUEL VING AIRLINES ,S.A	MOBILE TELECOMMUNICATION

---

**Fuente:** Datos de la muestra.



## **CAPÍTULO II**

### **Voluntary Corporate Social Responsibility Disclosure: the case of Saudi Arabia**





## 1. INTRODUCTION

Transparency is one of the basic principles of Social Corporate Responsibility (CSR). It is based on the accessibility of the information elaborated by the firm to satisfy the demands of different stakeholders, and is evidenced by the voluntary reporting of “social information.” The term, as defined by Guthrie and Parker (1989), Brown and Deegan (1998) and Moneva and Llena (2000) is the qualitative and quantitative corporate data a given firm elaborates upon and diffuses voluntarily into the public realm. Such information can include social activity: both external and internal evaluations, the former, in order to guarantee the reliability of that information. (Gray *et al.*, 1987) conclude that the disclosure of social information is a process of communicating the social and environmental effects of the firm’s economic activities to its interest groups and to society as a whole.

Literature related to CSR disclosure and sustainability reporting is still widely considered to be a western phenomenon, especially as research has concentrated on studies of developed countries<sup>4</sup>. Studies focused on developing countries, meanwhile, including the Islamic ones (the subject of this chapter), remain scarce (Samuels, 1990). This may be because sustainability, social responsibility and the environment are not priorities for these countries, which have other, more prevalent needs. Yet to integrate into the global economy they shall have to reach the same corporate social reporting practice levels as the developed countries (Abu Baker and Abdel Karim, 1998). International corporations present in these countries must also be part of this integration and should not as proposed by Gray *et al.*, (1996) take advantage of the absence of laws

---

<sup>4</sup> The literature generally is dominated by USA studies but there is also extensive literature on the UK, Australia and New Zealand. Evidence is also available from Canada, Malaysia, Singapore, Germany, Sweden, Mexico, Japan and India. (Gray *et al.*, 1995).

on CSR and the environment to commit abuses that would be considered serious offenses in their countries of origin.

This chapter will provide an up-to-date description of the reporting of CSR disclosure in Saudi Arabia and, furthermore, empirically examine the association between its quality and a series of selected characteristics of the firms that are listed on the Riyadh Stock Exchange.

Saudi Arabia, unlike more westernized Islamic countries such as Jordan, Egypt, Qatar and Malaysia (Abu-Baker and Alkarim, 1998; Naser *et al.*, 2006; Salma, 2009; Haniffa and Cooke, 2005), has done very little research on the reporting of information regarding corporate social responsibility disclosure, but it is, however, the main economic driver of the region and one key world-supplier of oil and gas. This study investigates Saudi listed firms, and is -as far as the author is aware- the first that deals on CSR disclosure through the firms' Web sites and annual reports. It is also believed that this paper will help to fill in the existing knowledge gap, as aforementioned.

Furthermore, research on this, a fundamentally Islamic country, with its religious traditions, economic practices and socio-political values, contribute conclusions and tools to expand the literature and open future research lines. It may also help to make the managers of Saudi Arabian firms aware of the advantages of transparency from the effective achievement of corporate social responsibility (CSR).

The chapter is structured as follows: section 2 identifies and defines some concepts that are closely related to theories intrinsic to corporate social responsibility disclosure; Section 3 will review the theories and literature that have been dealt with in CSR; Section 4 describes the methodology used in this chapter; Section 5 presents the results of our work; while the final Section contains the conclusions.

---

## **2. Corporate Social Responsibility Disclosure: Related concepts**

It can be argued that Corporate Social disclosure has developed mainly as a consequence of the focus paid to three other concepts in the business world, corporate social responsibility (CSR), sustainable development (SD), and socially responsible investment (SRI). CSR and SD are terms used to describe social and environmental contributions and consequences of business activity. In order to provide a deeper understanding of corporate social disclosure, this section provides detailed explanations of each of these concepts.

### **2.1. Corporate social responsibility (CSR)**

The growing incidence and sophistication of corporate social disclosure is matching an increased interest in CSR on the part of consumers, socially responsible investors, employees, creditors, legislators and regulators (Brammer and Pavelin, 2006). Due to recent corporate scandals and the increasingly international interest in issues concerning the roles and responsibilities of companies, the insistence on companies to behave ethically has intensified and, as a result, companies face pressures and restraints that push them to develop policies, standards, and behaviors which demonstrate their sensitivity to stakeholder concerns (Brammer, *et al*, 2007). In response to the changing market, CSR is becoming a vital part for staying competitive, because it helps to retain talented staff and satisfies customers' expectations (Gardiner, *et al*, 2003). Academics consider that the notion of CSR has been in existence since the 1950s, proliferating in the 1970s, and gaining increasing attention in the 1990s and the new millennium (Golob and Bartlett, 2007). According to Young *et al* (2003) "corporate social responsibility (CSR) was traditionally defined as business action which was not required by law, directed to alleviating or averting some social ill, and adjacent to the organization's

main for-profit activity” (Young *et al.*, 2003). CSR, from the managerial perspective, can lead to a better balancing of corporate objectives and societal risks. From the regulatory perspective, it offers the prospect of reflexive types of regulation; and from the financial, it holds out the possibility of new types of deliberation, based around shareholder engagement with companies (Deakin and Hobbs, 2007; McWilliams and Siegel, 2001), state that the provision of CSR will depend on research and development (R&D) spending, advertising intensity, the extent of product differentiation, the percentage of government sales, consumer income, the tightness of the labor market, and the stage of industry life cycle. (Wood, 1991) presents an integrated definition of CSR as the configuration of the principles of social responsibility, processes of social responsiveness, and policies, programmes, and observable outcomes as they relate to the firm’s societal relationships. Briefly, a firm committed to CSR has principles and processes in order to minimize its negative impacts and maximize its positive impacts on societal groups (Wood, 1991). The European Commission defines CSR as a “concept whereby companies integrate social and environmental concerns in their business of operations and in their interaction with stakeholders on a voluntary basis” (Brammer *et al.*, 2006). According to Business for Social Responsibility (BSR), CSR is defined as achieving commercial success in ways that honour ethical values and respect people, communities and the natural environment (Tsoutsoura, 2004). Also, as stated in the European Commission’s green paper, CSR is essentially a concept whereby companies decide voluntarily to contribute to a better society and a cleaner environment (Vuontisjarvi, 2006).

To identify CSR at a practical level, the type of company responsibility, which extends the traditional responsibility of companies in maximizing profit, should be clearly defined. In this context, (Smith and Ward, 2007) indicate that CSR needs to be

understood and practiced at two levels: operational and conceptual. At the conceptual level, CSR will remain useful because it provides space for higher-level activity in which the boundaries of business obligations to society can be examined, argued and refined. At the operational level, CSR is increasingly breaking up into a distinct series of sub-agendas: business and human rights, business corruption and tax avoidance (Smith and Ward, 2007).

Carroll (1991) indicates the different levels of responsibility which companies respond to as the following:

- Economic level: companies offer products and services that society wants, and sell them at a profit.
- Legal level: companies obey all the laws and rules applied by the state.
- Ethical level: companies view as their responsibility the need to satisfy society's expectations of business, which includes going beyond basic legal requirements and doing what is just and fair. Their practice is reflective of this.
- Discretionary level: companies behave as exemplary corporate citizens.

The growing awareness of CSR has added to the criticisms of the use of profit as an all inclusive measure of corporate performance. In response, a number of major accounting Institutions (AICPA and ICAEW) started the practice of corporate social accounting in the mid-1970s (Hackston and Milne, 1996). Furthermore, the growing attention given to CSR has seen the development of a CSR industry, with a wide range of economic activities, including socially responsible investment, social rating by external agencies (KLD in the USA, EIRIS in the UK, and SAM in Switzerland), teaching on CSR, consulting on CSR strategies or sustainable development, communication of the CSR policy and public relations activities linked to CSR related issues, and audit and

certification of the social responsible statements and stakeholder reports produced by companies (Gond, 2006).

It can be argued that CSR simply refers to the fact that companies take into account social issues when they plan and implement their activities. These social issues include: ethical behaviour, employee welfare, the environment, and the community as a whole. It is clear that CSR is closely related to corporate social disclosure.

Despite the blurred boundaries between corporate sustainability and CSR, two differences can be ascertained between them. First, while corporate sustainability should be considered as the ultimate goal, CSR is an intermediate stage in which companies try to balance the competing forces that affect profit, people and the planet- a bottom-line of essential minimums. Second, while CSR is communication-oriented to people and organizations, corporate sustainability is concerned with agency principles such as value creation, environmental management, and human capital management (Lo and Sheu, 2007).

## **2.2 Sustainability development (SD)**

The concept of SD is used to motivate various political, legal and economic initiatives which seek to resolve the social, environmental and economic concerns faced by individuals, organizations and governments. The most widely accepted definition for SD is found in the Brundtland report of the United Nation in 1987, signaling that achieving it will “permit the economical and social satisfaction of the present generation without compromising the future generation’s development”; that is, greed and irresponsibility in the present mean hunger and desolation in the future. According to Elkington (1999) this notion has added the consideration of economic development to social and environmental accounting and reporting.

Before dealing with the concept of SD in the Islamic world, a detailed analysis of sustainable development from an Islamic perspective must be taken. It is important to point several things out: first, the ultimate objective and meaning of life for a true Muslim is his/her salvation (Choudhury and Ansari, 1986). Every good deed of a true Muslim bestows benefits upon that individual both in this life and the one to come. Secondly, Islam does not provide a specific economic theory or subscribe to a specific political system: it is a set of religious revealed standards which help define the relationship of man with God (Allah). These “rules” pervade through all Islamic society and provide the community with a collective sense of cohesiveness, while leaving the individual free (albeit guided) to choose the best solutions. Thus, there is not a real “Islamic” concept of SD as such, but it does not mean that such a theory cannot be constructed under the Pillars of Islam. In fact the Pillars direct the believer towards the idea of SD: a Muslim knows that he is not the true owner of the world, but that it (and he) ultimately belongs to Allah and that he will be judged for how he has used it and whether its use has been good for his brother-men. (Choudhury and Ansari, 1986). Therefore setting the premises for a morally-based SD theory, as exists in the western world, is unnecessary as it under the guidance of Islam underpins the whole attitude towards life, society and the world in a true Muslim sense. (Ansari, 1994).

### **2.3 Social Responsible Investments (SRI)**

SRI is related to the growing interest in CSR. Socially Responsible Investing or Socially Responsible Investment is often abbreviated to (SRI). This term SRI is also called ethical investments, sustainable investments (Renneboog, *et al.*, 2008), mission investing, responsible investing, double or triple bottom line investing and green investing. But the principle definition of SRI is “an investment process that considers

the social and environmental consequences of investment, both positive and negative, within the context of rigorous financial analysis” (Hill *et al.*, 2007).

Friedman and Miles (2001) examine the potential influence of the SRI sector on CSR practices. They argue that the SRI sector is characterized by a number of intermediaries and pioneer funds that actively lobby for changes in corporate behaviour, especially for increased levels of accountability and disclosure on environmental, social and ethical issues. However, their demands have not been met previously because companies have regarded them as a radical minority.

Particular to SRI is that both financial goals and social objectives are pursued. Over the past decade, SRI has experienced an explosive growth around the world reflecting the increasing awareness of investors to social, environmental, ethical and corporate governance issues. However, despite the significant growth of SRI in recent years, it is still a small percentage of the total funds in Europe. In the United States (U.S.), the assets managed with SRI screenings exceeded 2.7 billion of dollars in 2007 whilst in Europe it reached an amount of more than 50 000 million Euros<sup>5</sup> in June 2009.

In summary, it can be argued that CSR is considered to be an intermediate stage while can lead to SD, while SRI influences both CSR and SD. The author considers that in light of recent economic global events and the concerns relating to climate change that it is important that corporate social disclosure is considered in Saudi Arabia, as an emergent economic and corporate force, in order to direct it and other Islamic nations to a more sustainable and resilient future.

---

<sup>5</sup> Vigeo: “Green, social and ethical funds in Europe. 2009 Review”. Vigeo is a French firm that is one of most important European CSR rating agency.



### 3. Review of the theoretical literature

The recent economic literature has tried to provide an explanation of firms' CSR information disclosure and its increase across the globe. Several non-exclusive theories, some of them ethics-based, have been suggested and will be dealt with in the following pages. Among those theories examined are those pertaining to the reasons of CSR disclosure, which is later on applied to Saudi Arabian firms. It must be remembered that the West ethical codes do not follow moral and religious principles *per se* (Lewis and Unerman, 1999), whilst in the Islamic World they follow the religious point of view, expressed through the Shari'ah<sup>6</sup> (Hamid *et al.*, 1993,) and it is this context that the review is evaluated.

In the *Stakeholder Theory*, a stakeholder is any individual, group, institution or agency, governmental or non, who holds control over the critical –political, social and financial–resources of a firm and which can influence its managerial decision-making (Ullmann, 1985; Freeman 1984). Thus, stakeholders are important for the permanence and evolution of a given firm. Management may also consider its stakeholders as a test-bed for decisions regarding future activities. CSR is a clear example of such a stakeholder-management relationship. Stakeholders may perceive CSR as essential for the legitimacy and expected performance of a firm, and demand it as a prerequisite. Meanwhile, management may perceive CSR reporting as a positive strategy to strengthen its image or increase its profitability and propose it to its stakeholders as something desirable.

---

<sup>6</sup>The Shari'ah is the Islamic law about human conduct and regulates everything referring to the life of the Muslim. It is based on the Holy Word of God revealed through the Koran, the deeds and expressions of the Prophet (the Sunna) and the consensus of Islamic scholars.

However, as this theory depends on the pressure of stakeholders and their relationship to the firm's management, when a firm is controlled by a minority able to manipulate corporate policy at will, stakeholders are no longer important because they have not the power to influence decisions (Roberts, 1992).

In the *Legitimacy Theory* there is a generalized perception that the actions of a firm ought to adjust to what is considered as desirable or appropriate for social systems ruled by certain norms, values, beliefs or definitions (Suchman, 1995). According to this theory, firms have to gain the right to exist through socially responsible behaviour, consistent with the notion that companies have a social contract with society to perform certain tasks within the bounds of justice. To do so, managers should adopt strategies which show society that their organization intends to respond to its expectations (Deegan *et al.*, 2002). This theory depends on the management's perception of the Social Contract and the pressure of external legal measures.

Lastly, the *Social Responsibility Theory* is built on the ethical assumption that power – in this case social power- should be exerted with responsibility and fairness. Nowadays, many firms enjoy immense social power in fields such as employment and environmental pollution (Davis, 1975), and economic decisions have social consequences that may, sometimes, alter the way of life in entire regions. In this case, the decision to disclose information on CSR depends mainly on the ethical values of the management.

### **3.1 Social Responsibility in the Western and Islamic Worlds**

Corporate Social Responsibility (CSR) is a part of business ethics, but also a phenomenon whose implications are spreading rapidly across the world. CSR can be defined, according to the definition of the European Commission, as “a concept

whereby companies decide voluntarily to contribute to a better society and a cleaner environment” (COM 2001 4), by integrating “social and environmental concerns in their business operations and in the integration with stakeholders” (COM 2001 6). It is frequently overlapped with terms such as corporate sustainability, corporate sustainable development, corporate responsibility, and corporate citizenship that actually refer to the same issue. Therefore there cannot be said to exist a universal unified definition on CSR (Godfrey and Hatch, 2007), and that although widely discussed in theory and practice, there is no general agreement about its definition.

Some of the theories which tried to explain the origins of CSR assume the existence of a social contract to which firms and their managers must answer. As (Brammer *et al.*, 2007) highlight, the ethical commitments of the firms' managers can be decisive when dealing with their choices and preferences in CSR.

The Western World culturally considers religious moral principles and ethics to be a personal choice, while the social contract between firms and society is a response to external ethical or propagandistic motivations. Thus, managers are under external pressure from laws, media, competitors and stakeholders, but are free to follow their personal ethics and morals. Sustainability and environmentalism are two of the main subjects favoured by its society currently. In the Islamic World, faithful Muslims must follow revealed religious norms which require the fair distribution of wealth and dedication to the welfare of the community, and which are set out in the Shari'ah -which is considered the ultimate law on such subjects. The *Koran (Qu'ran)* prescribes the carrying out of good works, alms, charity (*sadaqa*), interest-free loans and other philanthropic activities (Sadeghzadeh, 1995), and forbids usury, greed and exploitation. If managers and firms want to show their commitment to Islam, be it “true” or not, they

must follow the Shari'ah and avoid any of the "bad" practices. Thus, CSR reporting in the Islamic world may be linked to a Social Contract based on religious moral principles, congruent with the larger value system of an Islamic society, not personal ethical choices. However, the stress is put mainly on social responsibility, which is the main goal of Islamic CSR, and which at times can overshadow the environmental aspects

## **4. Data and Methodology**

### **4.1 Data collection and building of the CSR Index**

A final sample of 132 of the 146 firms listed on the Riyadh Stock Exchange was selected. Those created after 2008 and those that do not have a website were discarded. The classification of sectors on the Saudi Arabian Stock Exchange is different to that normally used in Western countries, so it was normalized into six sectors (table 6).

Milne and Adler (1999) point out that an instrument is more reliable if constructed using well- specified decision categories, with well-specified decision rules. Thus, as there is no established classification that precisely defines the categories of Social Responsibility activities of a firm, the following three categories: labour, social and environmental, will be the ones chosen, because they are considered to be the prime movers of Social Responsibility. This choice was inspired by Moneva and Llena (1996) and Archel (2003), who state that: workers' rights, social activities and respect for the environment are the three key categories in the measurement of CSR.

- **Labour**, containing information relative to the workers in aspects such as working conditions, workers' rights and safety.

- **Social**, information related to the interest shown by the firms in the social environment in which they act.
- **Environmental**, information, related to the impact of the actions of the firm on the environment.

The author should point out that, due to the specific cultural environment of Saudi Arabia, some modifications in the items referring to the categories of labour, social and environmental have been included in order to adjust the technique appropriately to the country's particular characteristics.

This study identifies twenty-three items that allow the calculation of the general index of CSR which, as can be found in the Appendix 1, are distributed in the following way: 8 for the labor category, 8 for social and 7 for the environment.

The measurement of the information disclosed comes from the evaluation of the firms' annual reports and websites from the sample, through the application of content analysis. This evaluation method has been used by Ernst and Ernst (1978), Llena *et al.* (2007) and Frost *et al.* (2005). Defined as "a technique for making inferences by objectively and systematically identifying specified characteristics of messages." (Holsti, 1969). Content analysis has been widely used when investigating CSR reporting and it is the primary tool used in this study to analyze the published annual reports.

The number of items in each category in the annual report and in the website of the firm are counted, taking the value of 1 as "complete," and "0" as information unavailable or no evidence provided" - similarly to (Hossain *et al.*, 2006). The analytical expression for the calculation of the information disclosure index for each category is the following:

$$I_j = \frac{100}{n_j} \sum_{i=1}^n i$$

$I_j$ , information disclosure index measured as a percentage corresponding to category  $j$  (Labour, Social or Environmental).

$i$ , value assigned to each item of category  $j$ , ( $i=0$  or  $i=1$ ).

$n_j$ , number of items of category  $j$ .

From the three indexes obtained, a general index of CSR disclosure which will be equal to the average of the three indices estimated is built. This index will allow for the homogenizing of information obtained and helps in the comparison of the level of disclosure of labour information (LI), social information (SI), and environmental information (EI) in the firms of the sample.

$$CSR = \frac{LI + SI + EI}{3}$$

## 4.2 Correlations Testing

In the social and natural sciences, researchers seek to understand and explain the nature of causal relations between phenomena. The phenomena are operational into measured relationships that are observed or tested. Hence, correlations serve as empirical indications of possible relationships between variables. In this chapter the following are used, the correlations tests to examine the hypothesis: the Spearman's Rho, chi-square and ANOVA test (Branco and Rodrigues, 2008).

## 4.3 Independent variables and development of hypotheses

Empirical studies exploring putative association between CSR disclosure and other explanatory variables perceived as potential influences on CSR may generally be categorized as falling into three sub-streams: (1) social performance and economic

performance; (2) firm characteristics, and (3) external socio-political influences (Hibbit, 2004). The focus of present study is on (2) as discussed below.

The main measurable and determinant characteristics of a firm include profitability, size of the firm and economic sector. The internal environment of a firm is made up of non-measurable social, political and ideological factors that determine its particular activities and evolution and include the managers' ethics or personal beliefs, their cultural background and their attitude towards their stakeholders. Finally, the external influences include key elements of the general political, social and economic environment in which the firm operates such as the activity of NGOs and the media, pressure from competitors, public opinion and globalization.

Below the possible correlation between the level of the components of the CSR index and the characteristic variables of firms, focusing on those that are measurable, as it is not feasible to carry out empirical statistical studies with non-measurable elements is studied.

Ernst and Ernst (1972), in the first empirical study in the United States, highlighted the *size of the firm* and the *economic sector* of the firms as determinant characteristics for the disclosure of CSR information. Gray *et al.* (1996) confirmed the effect of these variables, so accordingly the paper will use the *size* and the *economic sector* to check whether they affect disclosure.

Nevertheless, Hackston and Milne (1996) argue that the size of the firm and the *economic sector* are not sufficient to explain the level of disclosure of CSR information, so other factors such as *profitability*, the *type of auditor* and the regulated sector of the firm have been added, following Suwaidan *et al.* (2004), Khasharmeh and Suwaidan (2010) and Moneva and Llena (2000).

### *Size of the firm*

There are several studies which have been found that a significant positive association between the size firm and extent of CSR disclosure in corporate in both developed and developing countries for example (Haniffa & Cooke, 2005; Michiel *et al.*, 2004; Ponnu & Okoth, 2009; Branco & Rodrigues, 2008). However, other researchers (Roberts, 1992; Ng, 1985; Davey 1982) found that the size of the firm did not significantly explain association with the level of corporate social responsibility disclosure and its variability.

Previous empirical literature has used different proxies to measure size including the number of employees, total assets, pre-tax profits and sales (Archel, 2003; Patten, 1991). But there is not theoretical reason for using a particular measure of size (Hackston and Milne 1996), thus total assets is discarded because it is not comparable between the financial sector and the others given that banks usually have much greater total assets. Instead *sales* is the proxy used to measure size, especially because the banking and insurance sector is the largest in the sample. The hypothesis is as follows:

**H1** There is a relationship between the *size of the firm* and the level of disclosure of laboral, social, and environmental information of the firms listed on the Riyadh Stock Exchange.

### *Profitability*

Profitability gives the directors of the firms the liberty and flexibility to carry out more responsible social programs. Most empirical research has found the relation between CSR disclosure and the profitability of the firm to be inconclusive at best. A number of investigations have found no association (for example Hackston and Milne, 1996; Moneva and Llena, 1996; Richardson and Welker, 2001). This pattern, however, does



not seem to be confirmed for Arabic countries, possibly because of their different accounting culture. (Suwaidan *et al*, 2004). Among the methods used to measure corporate profitability, this study has chosen the ROA. The second hypothesis is as follows:

**H2.** There is a relationship between the *profitability* of the firm and the level of disclosure of labor, social, and environmental information of the firms listed on the Riyadh Stock Exchange.

#### *Economic sector*

Abu Baker (2000) and Ponnu and Okoth (2009) point out that some firms have a different perception of CSR disclosure to others because of the type of activity that they carry out. On the other hand, they argue that industry, similar to company size, influences political visibility and this drives disclosure to ward off undue pressure and criticism from social activists (Hackston and Milne, 1996). Firms belonging to the oil and energy sectors, for example, usually publish more CSR information (Archel, 2003). This phenomenon also appears in the Islamic world (Mirfazli, 2008). The third hypothesis is as follows:

**H3.** There is a relationship between *belonging to an economic sector* and the level of disclosure of labor, social and environmental information of the firms listed on the Riyadh Stock Exchange.

#### *Type of auditor*

This variable exerts a significant influence on the volume of information disclosed because it determines whether the firm opts for an information policy of transparency,

showing its honesty and reliability (Lizcano, 2006), and can afford to do so. Recourse to one of the Big 4 shows this interest and capacity.

This variable has received little attention in the Western World because most listed firms are audited by one of the Big 4. However, in many Islamic countries, this is not the case because they employ local or smaller auditors. Therefore, the application of this variable to these countries may contribute additional information about its influence on CSR disclosure, as (Khasharmeh and Suwaidan, 2010) did for the countries of the Persian Gulf. The fourth hypothesis is as follows:

**H4.** There is a relationship between *the type of auditor* and the level of disclosure of labor, social and environmental information of the firms listed on the Riyadh Stock Exchange.

#### *Regulated sector*

Of Saudi Arabia's firms listed on the Riyadh Stock Exchange, 38% are regulated, that is to say, the government controls the prices of their products. Typical cases are the distribution of water and the production and distribution of electricity and gas. A common feature of developing countries is that the proportion of regulated firms is higher than in Western countries, so the author will consider it an independent variable related to the level of CSR information disclosure, following Moneva and Llena (2000) who also use it in their work. The fifth hypothesis is as follows:

**H5.** There is a relationship between *regulated sector* and the level of disclosure of labour, social and environmental information of the firms listed on the Riyadh Stock Exchange.

## 5. Results and Discussion

After classifying the firms and calculating the indices for each firm, analyses were carried out that allowed us to observe the behaviour of the firms in the sample with respect to the disclosure of social, laboral and environmental information. Below, we describe the most important results.

**Table 1.** shows the number of firms that do or do not disclose information social, labor and/or environmental in nature. Disclosure is considered to exist if the firm publishes information corresponding to, at least, *two of the three categories* defined.

**Table 1. The number of firms analyzed**

	No. of Saudi Companies	Percentage
Disclosing firms	21	16%
Non-disclosing firms	111	84%
Firms analyzed	<b>132</b>	<b>100%</b>

**Source:** own data collection.

In general terms, it can be seen that, in the sample of firms analyzed, the level of disclosure is low. 111 firms out of a total of 132 (84%) do **not** publish the information studied while only 21 (16% of the sample) publish CSR information.

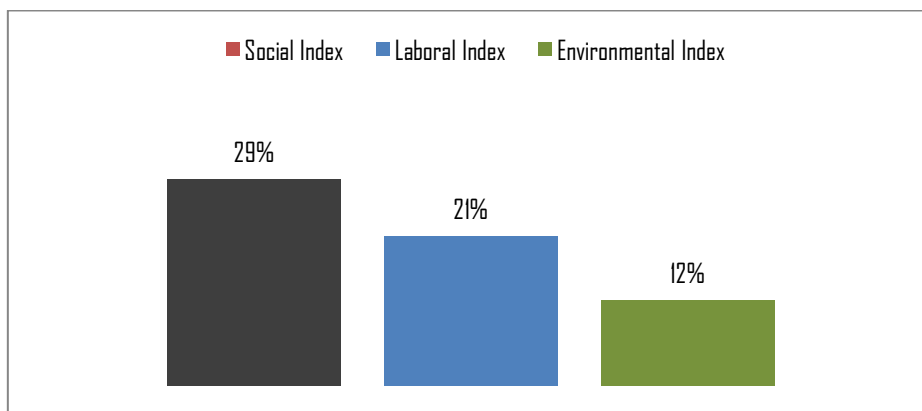
The results confirm the weak level of disclosure of firms in the Islamic world. By comparison, Adams *et al.* (1995) find a level of 97% in their study of the European Union. Kemp (2001), Chambers *et al* (2003) suggest a number of arguments which could explain the low levels of CSR in developing countries including Islamic ones:

- CSR is a function of economic wealth.
- Civil society in developed countries stimulates CSR by generating greater societal demands and expectations of business responsibility

- Western governance is more developed than in developing countries and thus encourages greater CSR.

Saudi Arabia has a poor level of CSR but cannot be thought of as a truly developing country: Per Capita income is high and it has a thriving market. Therefore, the reasons for this weak level of participation may have other causes based on variables like culture and internal policies.

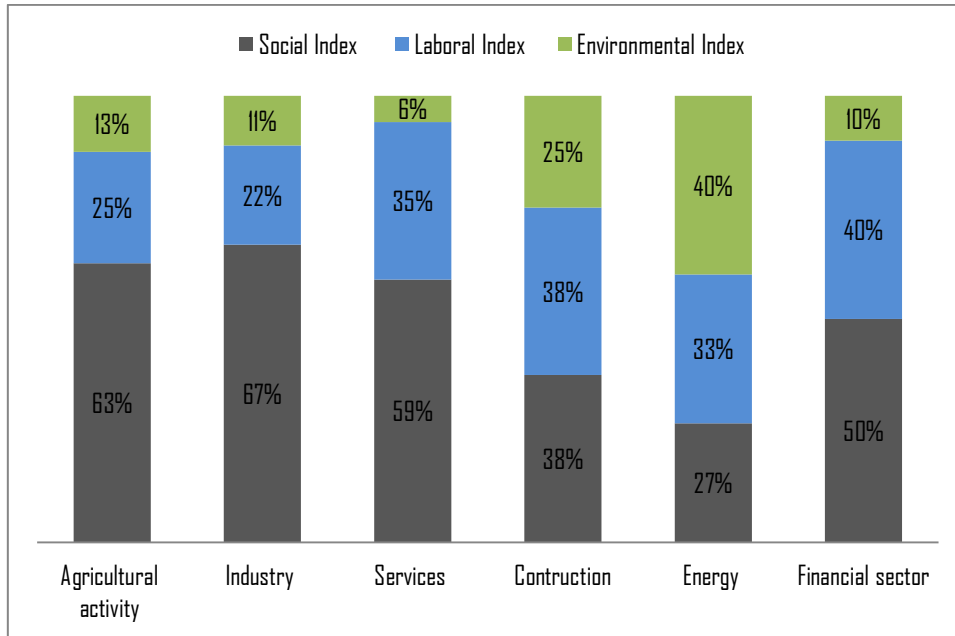
**Figure 1. CSR disclosure level by category**



**Source:** own data collection

Figure 1 shows the number of firms in the sample that disclose information in each of the three categories that measure the breadth of CSR disclosure. A firm is considered “responsible” from the point of view of CSR disclosure when it publishes information about at least three elements of the “Social” category, three of the “Labour” category and two of the “Environmental” category.

The results indicate that the firms listed on the Riyadh Stock Exchange publish more social than either labour or environmental information and thus support those findings of Aly Salama (2009) on Egypt and of Abu Baker (2000) on Jordan. The priority of information by category in the Western World is labour, environmental and social (Hackston and Milne, 1996).

**Figure 2. CSR disclosures, level by economic sectors**

Source: own data collection

**Figure 2.** shows that most sectors follow the global distribution of the sample, publishing more social information than labour or environmental information while the energy sector discloses more environmental and labor than social information. This difference could be a consequence of the industry's comparatively bigger negative impact on the environment.

To test hypotheses **H1 and H2**, we use Spearman's rho. This method allows the study of the degree of relationship between two variables even when the distribution of one of them is non-normal or where outliers exist.

**Table 2 Correlation between CSR disclosure level and economic profitability and Sales**

	Economic profitability		Sales	
	Spearman Coefficient	p-value	Spearman Coefficient	p-value
<b>SI</b>	0.171	0.050	0.434	0.000
<b>LI</b>	0.124	0.156	0.456	0.000
<b>EI</b>	0.180	0.039	0.299	0.001
<b>CSR</b>	0.180	0.039	0.512	0.000

Note: Correlation is significant at the 0.05 level.

SI: social information.

LI: labor information.

EI: Environmental information.

**Table 2** shows that the three categories and CSR disclosure indicate a statistically significant association with the size of the firm (expressed by the proxy of Sales), confirming the results of previous research (Naser *et al.*, 2006; Khasharmeh and Suwaidan, 2010; García-Sánchez, 2008), which covers both developed and developing regions.

The social and environmental categories and CSR disclosure show a significant association with profitability (expressed by the proxy of economic profitability ) while the labour category is not significant, coinciding with the results of Suwaidan *et al.* (2004) and Teoh *et al.* (2000). On the contrary, Moneva and Llena (1996) indicate that profitability is a non-explanatory variable and deduce that firms that obtain a high profitability are not necessarily more socially responsible. One can also observe that the association with size is stronger than that with profitability<sup>7</sup>, as indicated by the higher value of the Spearman Coefficient.

<sup>7</sup> The relationship between CSR disclosure and profit has produced inconsistent results, some studies find no relation, while some other studies find no relation or an inverse relation, and on the other hand some studies find a positive relation (Gray, et al, 2001).

In summary and based on the evidence of the correlation test, the results suggest that **H1** and **H2** should **not** be rejected.

To test hypothesis **H3**, an analysis of variance (ANOVA) test was run. After considering the different degrees of freedom the sum of squares for each case, which is used to carry out the test of significance were obtained. This procedure shows high statistical power to compare the averages of three or more groups because it avoids the increase of type 1 errors that would occur if we used repeated t-tests.

**Table 3. Relationship between economic sector and CSR disclosure level: ANOVA analysis.**

ANOVA	Sum of squares	Df	Mean square	(F)	Sig.
<b>Social</b>					
Inter-groups	0.297	5	0.59	1.207	0.310
Intra-groups	6.209	126	0.49		
<b>Labor</b>					
Inter-groups	0.514	5	0.103	3.076	0.012*
Intra-groups	4.213	126	0.33		
<b>Environmental</b>					
Inter-groups	0.397	5	0.079	4.246	0.001*
Intra-groups	2,358	126	0.019		
<b>CSR</b>					
Inter-groups	0.282	5	0.056	2.783	0.020*
Intra-groups	2.551	126	0.020		

\*Significance < 0,05, Df = degrees of freedom

**Table 3** shows the main results of the ANOVA test. A relationship can be observed between the variable *economic sector* and the level of disclosure of environmental and labour information and the global disclosure indicator. In these cases, as can be seen in the table, the F statistic indicates significant values with *p*-values of 0.012, 0.001 and 0.020, (< 0.05) respectively. For the case of social information, we cannot prove the

existence of this relation. Therefore, hypothesis **H3 cannot** be rejected for three of the four categories that are used to proxy the level of information disclosure in Saudi Arabian firms. This result is in agreement with previous studies such as Patten (1991), Archel (2003), Ponnu and Okoth (2009) and Hackston and Milne (1996). With respect to the results about the disclosure of social information, it is considered that they may be affected by the practices of Islamic culture. Firms are expected to carry out social work as part of their commitment to the religion and therefore their directors may prioritize the social dimension more than those of labour and the environment.

To test hypotheses H4 and H5, the Chi square test was utilized. This test examines the relation between the level of disclosure of social and environmental information and the type of auditor and the regulation of firm (those belonging to the regulated sector)

**Table 4. Correlation between CSR disclosure, level and the type of auditor and regulated sector**

	Type of auditor		Regulated Sector	
	Coefficient	p-value	Coefficient	p-value
<b>SI</b>	7,99	0,091	9,04	0,019
<b>LI</b>	9,08	0,057	5,17	0,150
<b>EI</b>	0,62	0,885	3,92	0,184
<b>CSR</b>	2,79	0,763	4,19	0,147

Note: Correlation is significant at the 0.05 level.

SI: social información,

LI: labor information,

EI: Environmental information.

In Table 4, one can observe that, at the 95% level of confidence, there is no significant relation between the level of information disclosure and the type of auditor. These findings coincide with those of Barako *et al*, (2006).

Haniffa and Hudiab (2007) indicate that there are differences in the way that the *Big 4* auditors work at international level in countries like Saudi Arabia and the way they



work in western countries. They adapt to the accounting and management culture predominant in a Muslim country that is, avoiding the requirements of the higher standards of transparency required western nations.

In summary, it seems clear that the type of auditor is not related to the disclosure of CSR information, so **H4** must be **rejected**.

It is also observed that the regulated sector shows a significant relation with the social category but not with the environmental and labour categories nor with the general CSR index. The author believes that the regulated firms disclose information about the social category because it is more important in Muslim culture than in others but **cannot** accept H5 because only one of the four categories is significant. Finally the detailed functional models of their relationships between different measures of corporate social responsibility (CSR) disclosure and the corporate characteristics vary with both variables chosen and the time period selected. So, the author is unable to claim that there is any unique and/or stable relationship between any measure of disclosure and any corporate characteristics.

Following these results, the author felt that Stakeholder's Theory does not affect Saudi Arabia firms because most of them are family-owned, with the management -head of the family- firmly in control of decision-making and not heavily influenced by external pressure groups. However, Legitimacy Theory may explain aspects of Islamic CSR disclosure, due to the importance of the Shari'ah and its religious-based laws. Social Responsibility Theory may have an importance only if the management really assumes the ethical principles involved in power responsibility, which due to the weight of Islamic religious precepts it should. However the weight of this influence is much more difficult to evaluate and would require more intensive research.

## 5. Concluding remarks

Corporate Social responsibility refers to the disclosure of information about companies interactions with society. It is an important instrument in the dialogue between business and society. This chapter set out to describe the disclosure of CSR information published in the annual reports and websites of the Saudi Arabian firms listed on the Riyadh Stock Exchange. It was intended to examine, simultaneously, the relationship between the characteristics of these firms and their level of disclosure.

Firms in developed countries pay greater attention to the disclosure of aspects related to human resources and environment than to the disclosure of social ones, (Guthrie and Parker, 1989). In Saudi Arabia, it was found that the social category received more emphasis. Results suggest that legitimacy theory is a possible explanation of CSR disclosure by Saudi firms.

With respect to the variables, as expected, size firm and economic sector are found to have a positive significance. But in Saudi Arabia, unlike in developed Western countries, profitability shows a noteworthy importance. This difference may arise, in one hand, from cultural characteristics because Islam, with its emphasis on charitable works (*Saadaqa*), implies that the wealthier the firm, the greater its social responsibility. This result coincides with previous conclusions (Abu-Baker, 2000).

The results presented above suggest that the type of auditor is irrelevant because the *Big 4* adapt their standards to the Saudi Arabian accounting culture, a phenomenon not seen in other Arabic countries. Regulated sector is also not significant, except in the case of the social category. The authors propose that these results are related to the cultural particularities of Saudi Arabia.

Some of the results obtained have implications concerning direction for further research and should encourage new studies along the same research lines. Cultural characteristics are important when dealing with the economy in the Islamic world and it would be advisable to include explanatory variables accounting for the culture of the directors of the firms of Islamic World in future papers. It would also be interesting to carry out case studies and evaluations of sustainability reports in the Islamic world as well as longitudinal studies to analyze the level of information disclosure.

As with any research, this study has some limitations. The following limitations are most pertinent. First, only one financial year was analyzed because of the scarcity of data for other periods, and that most of the information came from Annual Reports, as there were few available websites.

To study the situation of CSR, with deeper understanding, the author realizes the need to expand the snapshot of sustainability performance in Islamic companies and analyze the determinants the cultural variable of sustainability performance in Islamic Firms. As a result this aspect will be explored in the next chapter.





## 7. References and Bibliography

- Abu-Baker, N. (2000): "Corporate social Reporting and Disclosure Practice in Jordan: An Empirical Investigation", *Dirasat Journal, Administrative Sciences*, **27**, (1):249-263.
- Abu-Baker, N. and Abd-el-Karim, N. (1998): "Corporate Social Responsibility and Accountability as a Comprehensive Approach for Developing Reporting and Disclosure Practices in Jordan", *Dirasat Journal, Administrative Sciences*, **25**, (2): 409-428.
- Adams, C.A.; Hill, W.Y. and Roberts, C.B. (1995): "Environmental, Employee and Ethical reporting", *ACCA Research Report*, n.41, Chartered Association of Certified Accountants, London, CAET.
- Ali, A.Y. (1989): "The Holy Koran: Text, Translation and Commentary", Amana Corporation, Maryland, Washington.
- Ansari, M., I. (1994): "Islamic Perspectives on Sustainable Development," *American Journal of Islamic Social Science*, **11**(3), 395-400.
- Archel, P. (2003): "La divulgación de información social y medioambiental de las grandes empresas españolas en el periodo 1994-1998: situación actual y perspectivas", *Revista española de Financiación y Contabilidad*, vol. **23**, (117): 571-6001.
- Barako, D.G.; Hancock, P. and Izan, Y. H. (2006): "Factors influencing Voluntary Corporate Disclosure by Kenyan Companies; Corporate Governance", *Corporate Governance: an International Review*, **14**, (2): 107-125.

- Bramer, S., William, G., Zinkin, J. (2007): “Religion and Attitudes to corporate Social Responsibility in A large Cross-Country Sample,” *Journal of Business Ethics*, 71:229-243.
- Brammer , S., and Pavelin , S.(2006): “Voluntary Environmental Disclosure by Large UK companies,” *Journal of Business Finance and Accounting* , **33**(7/8): 1168-1188.
- Brammer , S., Brook, C., Pavelin, S. (2006): “ Corporate Social Performance and Stock Returns UK Evidence from Disaggregate Measure ,” *Financial Management* ,35,97-116.
- Brammer, S.; Williams, G. and Zinkin, J. (2007): “Religion and Attitudes to Corporate Social Responsibility in Large Cross–Country Sample”, *Journal of Business Ethics*, 71:229-243.
- Branco , M., Rodrigues, L.(2008): “Social Responsibility disclosure: A study of proxies for the public visibility of Portuguese banks,” *The Brutish Accounting Review*, **40**(2), 161-181.
- Branco, M.C. and Rodrigues, L.L. (2008): “Factors influencing Social Responsibility Disclosure by Portuguese Companies”, *Journal of Business Ethics*, vol. **83**, 685-701.
- Brown, N. and Deegan, C. (1998): “The public disclosure of environmental performance information: -A dual test of media agenda setting theory and legitimacy theory”, *Accounting and Business Research*, vol.**29**, (1): 21-41.
- Brundtland, C.H. (1987): “Our common future, Oxford University Press, Oxford.

- Carroll, A.B. (1991): "The Pyramid of Corporate Social Responsibility: Toward the Moral Management of Organizational Stakeholders," *Business Horizons*, **34**, (4):39-48.
- Chambers, E., Chapple, W., Moon, J., Sullivan, M. (2003): "CSR in Asia: A Seven Country Study of CSR Website Reporting", Research Paper Series, International Centre for Corporate Social Responsibility.
- Choudhury, M.A. (1986): "Contributions to Islamic Economic Theory A study in Social Economics," London: Macmillan.
- Cramer, J. (2003): "Experiences with structuring corporate social responsibility in Dutch industry", *Journal of Cleaner production*, vol.13, (2005), 583-592.
- Davey, H.B. (1982): "Corporate Social Responsibility Disclosure in New Zealand: An Empirical Investigation," UN published Working Paper, Massey University, Palmerston North, New Zealand.
- Davis, L. (1975): "Five Propositions for Social Responsibility", *Business Horizons*.
- Deakin, S. and Hobbs, R. (2007): "False Dawn for CSR? Shifts in Regulatory Policy and the Response of the Corporate and Financial Sector in Britain," *Corporate Governance*, **15**(1): 68-76.
- Deegan, C. and Gordon, B. (1996): "A Study of Environmental Disclosure Practices of Australian Corporations", *Accounting and Business Research*, vol.26, (3):187-199.



- Deegan, C.; Rankin, M. and Tobin, J. (2002): “An examination of corporate social and environment disclosures of BHP from 1993 to 1997: a test of legitimacy theory”, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, vol.15, (3):312-318.
- Elkington, J. (1999):“Triple Bottom –Line Reporting: Looking for Balance, Australian CPA, 62(2):18-21.
- Ernst and Ernst (Ernst and Whinny) (1972-1978): *Social responsibility Disclosure, Survey of Fortune 500 Annual Reports*, Cleveland, OH.
- European Commission: *Green Paper: Promoting a European Framework for Corporate Social Responsibility*, CSR Green Paper Consultation, Commission of the Communities, European Commission, Brussels, Com (2001) 366 final .18.7.2001.
- Forst ,G., Jones, S.,Loftus,J., Van Der Laan, S. (2005): “A survey of sustainability reporting practices of Australian reporting entities,” *Australian Accounting Review* 15,(1),89-96.
- Freeman, R.E. (1984): “*Strategic Management: A Stakeholder Approach*”, Boston: Pitman/Ballinger.
- Friedman, A.L. and Miles, S. (2001): “Socially Responsible Investment and Corporate and Environmental Reporting in the UK: An Exploratory Study,” *British Accounting Review*, 33:523-548.
- García-Sánchez, I. (2008): “Corporate Social Reporting: Segmentation and Characterization of Spanish Companies”, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, vol.15, (4):187-198.

- Gardiner, L., Rubbens, C. and Bonfiglioli, E. (2003): “ Big Business Responsibilities,” *Corporate Governance*, **3**, 67-77.
- Godfrey P. C. and Hatch N. (2007): “Researching Corporate Social Responsibility: an Agenda for the 21st Century,” *Journal of Business Ethics*, 2007, **70** (1), 87-98.
- Golob, U. and Bartlett, J.I. (2007): “Communicating about Corporate Social Responsibility: A Comparative Study of CSR Reporting in Australia and Slovenia,” *Public Relation Review*, **33**:1-9.
- Gond, J.P.(2006): “ Constructing the Positive Relationship between Corporate Social and Financial Performance on Financial Markets,” Conference *International De Management Strategique*, Annecy/Geneve, 13-16 June.
- Gray, R.; Javad, M.; Power, D.M.; Sinclair, C.D. (2001): “Social and environmental disclosure and corporate characteristics: A research note and extension”, *Journal of Business Finance and Accounting*, vol.**28**, (3/4): 327-356.
- Gray, R.; Owen, D.L. and Adams, C. (1996): “*Accounting and Accountability: Changes and Challenges in Corporate Social and Environmental Reporting*”. Europe. Prentice-Hall, UK.
- Gray, R.; Owen, D.L. and Maunders, K.T. (1987), “*Corporate Social Reporting Accounting and Accountability*”, Hemel Hempstead: Prentice –Hall, UK.
- Guthrie, J. and Parker, L. D. (1989): “Corporate Social Reporting; A Rebuttal of Legitimacy Theory”, *Accounting and Business Review*, vol.**19**, (3): 343-352.

- Hackston, D. and Milne, M.J. (1996): "Some determinants of Social and Environmental disclosures in New Zealand companies", *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, vol. **9**, (1): 77-108.
- Hamid, S.; Craig, R. and Clarke, F. (1993): "Religion: A Confounding Cultural Element in the International Harmonization of Accounting", *Abacus*, vol. **29**, (2).
- Haniffa R. and Hudaib, M. (2007): "Locating Audit Expectation Gap within a Cultural Context: the Case of Saudi Arabia", *Journal of Accounting, Auditing and Taxation*, vol.**16**, (2):1-28.
- Haniffa, R.M. and Cooke, T.E. (2005): "Culture, corporate governance and disclosure in Malaysian corporations", *Abacus*, vol. **38**, (3):317-349.
- Hibbit, C.J. (2004): "*External Environmental Disclosure and Reporting by large European Companies: An economic social and political analysis of managerial behavior*", published Doctoral Dissertation, Vrije University, Amsterdam, Netherlands.
- Hill, R.P., Ainscough, T., Shank, T. and Manullang, D. (2007): "Corporate Social Responsibility and Social Responsible Investing: A Global Perspective," *Journal of Business Ethics*, **70**:165-174.
- Hill, R.P., Ainscough, T., Shank, T. and Manullang, D. (2007): "Corporate Social Responsible Investment: A Global Perspective," *Journal of Business Ethics*, **70**:165-174.
- Holsti, O., R. (1969): "Content Analysis for the Social Sciences and Humanities (Addison- Wesley, Reading, MA).

- Hossain, M.; Islam, K. and Andrew, J. (2006): “Corporate Social and Environmental Disclosure in Developing Countries: Evidence from Bangladesh”, Conference paper at Asian Pacific Conference on International Accounting Issues, Hawaii, Available at <http://ro.uow.edu.au/Commpapers/179>.
- Kemp, M. (2001): “Corporate Social Responsibility in Indonesia. Quixotic Dream or Confident Expectation? United Nations Research Institute for Social Development (UNISD) and Technology,” Business and Society Programme, Paper no, 6, December 2001.
- Khasharmeh, H. and Suwaidan, M, S. (2010): “Social responsibility disclosure in corporate annual reports evidence from the Gulf corporation council countries”, *International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation*, vol. **6**, (4): 327-345.
- Lewis, L. and Unerman, J. (1999): “Ethical Relativism: Reason for Differences in Corporate Social Reporting?” *Critical Perspectives on Accounting*, vol.**10**, (4).
- Lizcano, J.L. (2006):“Bueno Gobierno y Responsabilidad Social Corporativa”, *Partida Doble*, (182): 20-35.
- Llena, F.; Moneva, J.M. and Hernández, B. (2007): “Environmental Disclosure and Compulsory Accounting Standards: The case of the Spanish Annual Reports”, *Business Strategy and the Environment*, vol.**16**, (1): 51-63.
- Lo, S., F and Sheu, H.,-J. (2007): “Corporate Sustainability a Value – increasing Strategy for Business?” *Corporate Governance*, **15**(2):345-356.

- Maignan, I. and Ferrell, O.C. (2004): “Corporate social responsibility and marketing: An integrative framework”, *Journal of the Academy of Marketing Science*, vol.**32**, (1): 3-19.
- Mc William, A. and Siegel, D. (2001): “Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective,” *Academy of Management Review*, **26**(1): 117-127.
- Milne, M.J. and Alder, R. (1999):“Exploring the reliability of social and environmental disclosure content analysis”, *Accounting & Auditing and Accountability Journal* vol.12, (2): 237-256.
- Mirfazli, E, (2008): “Corporate Social Responsibility (CSR) information disclosure by annual reports of public companies listed at Indonesia Stock Exchange (IDX)”, *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*, Vol. **I**, (4): 275-284.
- Moneva, J.M. and Llena, F. (1996): “Análisis de la información sobre responsabilidad social en las empresas industriales que cotizan en Bolsa”, *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol. **xxv**, (87): 361-401.
- Moneva, J.M.; Llena, F. (2000):“Environmental disclosure in the annual reports of large companies in Spain”, *European Accounting Review*, **9**, (1): 7-29.
- Naser, K.; Al-Hussain, A.; Al-Kwari, D. and Nuseibeh, R. (2006): “Determinants of Corporate Social disclosure in Developing countries: The Case of Qatar”, *Advances in International Accounting*, vol. **19**, 1-23.

- Ng, L.W. (1985):“*Social Responsibility Disclosure of Selected New Zealand Companies for 1981, 1982 and 1983*”, Occasional paper, n. 54.Massey University, North Palmerstone, New Zealand.
- Patten, D.M. (1991): “Exposure, legitimacy, and social disclosure” *Journal of Accounting and public policy*, vol. **10**, (4): 297-308.
- Ponnu, C.H. and Okoth, M.O.A. (2009): “Corporate Social Responsibility Disclosure in Kenya: The Nairobi Stock Exchange,” *African Journal of Business Management*, vol. **3**, (10): 601-608.
- Renneboog, L., Horst, J., T. and Zhang, C. (2008): “Socially Responsible Investments: Institutional Aspect, Performance, and investor behavior,” *Journal of Banking and Finance*, **32**, 1723-1742.
- Richardson, A.J. and Welker, M. (2001): “Social disclosure and the cost of capital”, *Accounting, Organization and Society*, vol. **26**, 597-616.
- Roberts, R, W. (1992): “Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure”, *Accounting, Organization and Society*, vol.**17**, (6):595-612.
- Sadeghzadeh, A. (1995): “*Social Responsibility Accounting and Islam*—Published Doctoral Dissertation, University of Wollongong Australia.
- Salama, Aly (2009): “*Global Practices of Corporate Social Responsibility*, IV, 325-342, DOI: 10.1007/978-3-540-68815-0-16.
- Samuels, J.M. (1990): “Accounting for Development: An Alternative Approach”, *Research in Third World Accounting*, 2, 19-25.

- Smith, N. C. and Ward, H. (2007), “Corporate Social Responsibility at a Crossroads”, *Business Strategy Review*, 17-21.
- Suchman, M.C. (1995): “Managing Legitimacy: Strategic and Institutional Approaches,” *Academy of Management Review*, vol. **20**, 571-610.
- Suwaidan, M.S.; Al-Omari, A.M. and Hadad, R.H. (2004): “Social responsibility disclosure and corporate characteristics: the case of Jordanian industrial companies”, *International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation*, vol. **1**, (4): 432-447.
- Teoh, H.; Foo, W.; Tan, T, and Yap, Y. (2000): “*Environmental Disclosure–Financial Performance Link: Evidence from Industrial Economy Perspectives*”, Nanyang Business School, Technological University, Singapore.
- Tsoutsoura, M. (2004): “Corporate Social Responsibility and Financial Performance, Centre for Responsible Business, Working paper Series.Paper7, University of California.
- Ullmann, A.A. (1985): “Data in search of a theory: A Critical Examination of the Relationships among Social Performance, Social Disclosure, and Economic Performance of U.S. Firms”, *Academy of Management Review*, vol. **10**, (3): 540-557.
- Vuontisjarvi, T. (2006): “Corporate Social Reporting in the European context and Resource Disclosure: An Analysis of Finnish Companies,” *Journal of Business Ethics*, **69**:331-354.

Wood , D.J.(2008): “ Corporate Responsibility and Stakeholder Theory : Challenging the Neoclassical paradigm , in Agle, B.R., Donaldson, T., Freeman, R.E., Jensen , M.C., Mitchell, R. and Wood , D.J.(2008) Dialogue : Towards a superior Stakeholder Theory ,”*Business Ethics Quarterly*, **18**,153-190.

Wood, D., J. (1991): “Corporate Social Performance Revisited, “*Academy of Management Review*, **16**, 4,691-718.

Young, A.F., Moon, J., Young, R. (2003): “The UK corporate Social Responsibility Consultancy Industry: A phenomenological Approach, Research Paper Series, “and International Centre for Corporate Social Responsibility no 14-2003



## APPENDIX 1

### Survey items used in this study (Disclosure Indexes)

#### I. Social information

- Student grants
- Aid to NPOs ( social charity)
- Collaboration in and sponsorship of cultural, sporting and university activities
- Subsidies to the needy, handicapped and sick
- Preference for local labor
- Construction of mosques, universities or schools
- Cooperation and international aid for developing regions or regions in crisis
- Other social information

#### II. Labor information

- Health: continuous medical attention, prevention, medical insurance
- Job safety (policies and facilities of working safety)  
Benefits (include minimum wage, critical age assistance, welfare for  
Workers, insurance, and transportation facilities).
- Construction of facilities and homes for workers
- Loans and subsidies for workers
- Continuous training for employees
- Promotion of teamwork
- Other labor information

#### III. Environmental information

- Policies, declarations and systems of environmental management
- Consumption and conservation of natural resources
- Emissions, spillage , residues and impact on ecosystems
- Environmental investment and expenditure
- Environmental certification
- Support for the protection of biodiversity
- Other environmental information.

**Source:** Own elaboration based on (Abu Baker, 2000; Mirfazli, 2008).

## **CAPÍTULO III**

### **Islamic World Companies Sustainability Performance: Reporting Analysis**



## 1. Introduction

The late 20<sup>th</sup> and the 21<sup>st</sup> centuries have seen an important growth in the significance of *sustainability* in the corporate sphere. Directors have come to recognize the role of sustainable development in optimizing and refining business performance, in such a way that ensures the company's perpetuation into a globalised market, while avoiding at the same time the social and environmental deterioration that typically accompanies globalization. In this way, sustainability is used as tool which harmonizes the internal company activities with the external sphere in which it operates, but not at the expense of business function (Szekely and Knirsch, 2005).

It is thus little surprise that sustainable development has come to be part of organizational strategies, as a concept promoting competitiveness and efficiency (Deegan, 2004). It is directly linked to corporate social responsibility and transparency and, as stated by (Moneva, 2005), it is now imperative that every socially responsible organization ought to consider its actions in light of social and environmental development issues, and conduct said actions with transparency.

This is typically is conducted through the documentation of both the economical, social and environmental impact and the performance of the company, in the form of a sustainability report. Such reports generally promote transparency and act as adequate forms of communication for interested parties (AECA, 2004, p.136). In addition they serve as useful instruments for the internal organization of independent bodies, such as the *Global Reporting Initiative* (GRI, 2002), because of their ability to facilitate a dialogue between the corporate and public spheres. Reports of this nature also help a given company to incorporate and develop new positions and attitudes on ethics and corporate transparency. Likewise, directors are assisted in the identification of medium

and long term challenges, and alerted to company successes able to include the integration of environmental, social and economic objectives and performance relative to key competitors, including that of their investments and stocks.

The aforesaid issues are good examples of external motivations for an improved sustainability performance. Other sensitive issues, particularly after *British Petroleum's* Deepwater Horizon incident, include subjects such as increased market pressure, legal obligations, inter-sector competitiveness, and changes in internal commitments regarding higher ethical stances and levels of efficiency. All those issues put together push the corporate world further towards an increasing openness of disclosure. Thus, as Deegan (2002) points out, companies can be both influenced by and be an influence on society and, therefore, directors can influence opinions external to their organization. In short, while organizations can change their structure or operations according to the views of public or independent bodies, they can also, as stated by institutional theory, be managed in a way that alters the perceptions of individuals and stakeholders regarding its legitimacy. Legitimacy theory has gradually emerged as the dominant socio-political explanation (Campbell, 2000; De Villiers & Van Staden, 2006; Owen, 2008; Parker, 2005) for disclosure. According to the Legitimacy Theory, the level of social information disclosure within companies' annual reports is determined by two types of factors (Taha-Hassan, 2010): (1) the level of external pressure faced by a company (stemming from the media, NGOs and inter-sector issues, multi-national in character) and (2) corporative response related to the provision of societal care (degree of property dispersion and features of corporate government).

In the Islamic World, mainly composed of developing world countries, the publication of sustainability reports remains scarce, and the study of Corporate Social Responsibility (CSR) is still in its infancy (Baskin, 2006; De Villiers & Van Staden,

2006). Yet the fact is that its contribution to the global economy and its role within it is becoming increasingly significant. It is thus not advisable for the companies of such countries, despite their inexperience in the field, to distance themselves from the common goal that is sustainability – especially during the moments of financial crisis and environmental uncertainty that currently dominate the globe. Equally, the existing economic literature and information accessible on the subject in Islamic countries, is limited.

Most research within the discourse has originated from Western countries and, therefore, western mentality dominates the methods of implementation. In order to expand the knowledge on CSR practices across the world it is of utmost importance to research the uses of non-westernized economies and cultures, such as the Islamic one.

This chapter analyses the performance of the social, environmental and economic aspects of the “Triple Bottom Line” (TBL) contained inside the 2009 Islamic world companies’ sustainability reports. This will result in knowledge regarding whether said companies adequately comply with the *Global Reporting Initiative* (GRI)<sup>8</sup>. It will also determine those factors which have defined their sustainability practices, the relationship between sustainability performance and certain variables, and the validity of legitimacy theory for Islamic world firms.

The rest of the chapter is structured in the following way. The next section deals with the historical background of sustainability reporting. The Third section deals with the theoretical framework, and the Fourth discusses research design issues by presenting

---

<sup>8</sup> The GRI is an international organization that began in 1997 whose objective is to develop and improve guidelines for the elaboration of sustainability reports, in such a way that would allow for comparable (financial style) environmental, economic and social performance reports from organizations to have the same periodicity regardless of geographical location.

sample data, and Methodology. The Fifth section offers the results and some discussion about them. Lastly, the Sixth section presents the conclusions.

## **2. Historical Background of sustainability Reporting**

Traditionally, companies have provided their shareholders with information about their activities, in order to account for their investments and ensure their mutual cooperation. Over the years, this has taken the form of financial statements, which focus on costs and investment. Only lately have environmental issues been added to them (Larrinaga et al., 2002) as they have become increasingly significant to investors and the rest of the society.

The need to satisfy their stakeholders' requests has forced companies to refocus their reporting systems and add to them voluntary information and independent reports, even if it is not required by law (Wilmshurst and frost, 2000). This gave birth to some sort of formal sustainability reporting back in the 1970s, through the use of the social audit –a financial report on environmental impact- and the “Social Balance Sheet” –information on aspects of interest for representatives of the organization- (Moneva and Llena, 2000), which were not successful due to the difficulty in making comparisons between them and their low level of impact on stakeholders (Moneva, 2005).

In the 1980s companies started disclosing social and environmental data on issues such as petrol and chemical incidents, supplying them through financial statements (Moneva and Llena, 2000). And in U.S.A. the efforts of the Securities Exchange Commission (SEC) and the Finance Accounting Standards Board (FASB) brought about the introduction of accounting rules that showed the need to incorporate environmental aspects in financial reports. In the 1990s, the lead taken by U.S. companies was

extended to most western companies, and Financial Environmental Reports became much more common.

Towards the end of the 20<sup>th</sup> century, sustainable development and a watchful vigilance on the results of economic actions in the economic, social and environmental dimensions ceased being a trend or a competitive tool and became a necessity. Social and Environmental Reporting (SER) became a critical goal for the Western world firms, and organizations started implementing their commitment to sustainable development through the *Global Reporting Initiative* (GRI) framework in 1997. GRI originated from the Coalition for Environmentally Responsible Economies (CERES) and the United Nations Environmental Programme (UNEP) with the aim of creating a common global framework for voluntary reporting on the economic, social and environmental impact of corporations and other organizations (White, 1999).

In 2000 the first guide for elaborating the GRI reports was published while the second guide appeared in 2002. In 2004 GRI became an independent entity, located in Amsterdam. And, finally, in 2006 emerged the Third Guide (G3), which is now widely accepted and used in sustainability reports from the most major firms to the many lesser ones. G3 incorporates all the advances –financial reporting, accountability to the stakeholders, items structure- from previous guides and bases its conceptual framework on transparency and credibility (Moneva *et al.*, 2006).

During the past decade, the concept of transparency and its expression through GRI-based Sustainability Reports has taken root in the discourse on corporate social responsibility (Levy and Kaplan, 2006). More than 1000 organizations - corporate businesses, public agencies, smaller enterprises, NGOs, industry groups and others- from 60 countries use the Guidelines to produce their reports GRI (GRI 2008) which are



beginning to be implemented even in non-developed countries across the world, leading to a high degree of awareness on sustainability as a fundamental need and a right for future generations.

### **3. Theoretical Framework**

#### **3.1. Accountability**

If it is society's wish that a company should voluntarily undergo an assessment of its activities to ascertain whether they are being conducted in accordance with sustainable principles –whether it is indeed accountable for its actions –, it is necessary as a previous step to define *accountability*. If there is no consensus reached no party will feel any obligation to be made accountable or even uphold a moral commitment to responsibility. *Accountability* is understood as a stakeholder's right to receive information and an obligation companies have to provide it (Gray, 1992; Williams, 1987; Moneva *et al.*, 2006). Research done on *accountability* has been useful to explore social relationships (Gray *et al.*, 1991) among company managers and their stakeholders and the two-fold need to become accountable: namely due to the requisite to develop close business relations and the increment of transparency.

The *accountability* model proposed by (Gray *et al.*, 1996) is based on a social relationship, between the accountant and the accountee. The former is an individual that informs the latter of his actions so that the latter is empowered to supply instructions and rewarded accordingly. The essence of the model is the relationship between the agents and the role that society attributes it which in turn is determined by responsibilities and the right to information. The fundamental issue therefore is how the said relationship or “contract” is qualified.

In large companies, *accountability* is based on holding oneself accountable for one's activities to those stakeholders that exercise the greater pressure on corporate activity and the use of resources. Including, shareholders, consumers, workers, environmental organizations, public authorities and general society. The ideal means to present this information is through sustainability reports and annual reports which can also serve as a way for legitimating the company (Deegan, 2002 Llena *et al.*, 2007).

### **3.2 The Islamic Accountability Framework**

Economic relationships for a Muslim are based on the Accountability concept, itself originated from a main religious *Shari'ah* concept: Everything that is belongs to Allah (God), -"To Allah belonged all that is in the heavens and on earth" (Quran, 2: 284)- whilst Man is charged with managing the material world, which includes the environment, society and his own body. Man must take responsibility for all this and use it in the most beneficent way, if he wishes to fulfill Allah's will (Al-Jirari, 1996).

This, in the Economic milieu, means that every economic relationship will include three basic elements: owner, manager, and the property or good to be managed. Owner and manager can be the same person or institution but, in the end, the relationship will still need to be accountable to the True Owner, Allah Himself.

Therefore, economic activity and accountability are joint concepts, practically aspects of the same idea, for the Islamic believer. It is, thus, an interior impulse which does not require external laws or social contracts.

"You are all custodians, and you all will be questioned about the things under your custody. The Imam (leader) is a custodian and he shall be questioned about his custody. The man is a custodian of his family and he shall be questioned about his custody. The

woman is a custodian in her husband's home and she will be questioned about her custody. The employee is a custodian of the property of his employer and he shall be questioned about his custody" (Albukhari: 844).

Lewis (2006) claims that companies (or managers) could use financial reporting as an obligation for full accountability to the *Ummah* (Society). However, Muslim managers believe that they are answerable to their stakeholders in addition to God in the afterlife; therefore, they ought to do what is necessary to discharge their accountability. As (Baydoun and Willett, 2000) argue, "Private accountability and limited disclosure are insufficient criteria to reflect the ethical precepts of Islamic law. Consistency of disclosure practices with Islamic law requires application of the more all-embracing criteria of social accountability and full disclosure. Thus, ownership rights in Islam, as aforementioned, is not an unlimited authority which gives the right to humans to domineer in order to satisfy their desires, but is rather a trust and a function that humans exercise pursuant to Islamic regulations (Al-Sudes, 2002).

Therefore, any Muslims who are entrusted with any mission, regardless of size or importance, whether individually or collectively, are accountable to whoever delegated it to them for their actions and performance. The obligation originates from this accountability, requiring the accountees to maintain the property and the resources under their responsibility and use them efficiently, honestly and with integrity to serve the accountant's interests, to ensure that there is no bad administration and to desist from going beyond the interests of the accountant and the community (Al-Sudes, 2002).

In summary, it is very clear from the previous that accountability requires the accountant who is doing business on behalf of the accountee to give an account about the accountability mission in order to discharge the accountability relationship. The concept

of accountability in Islam also leads to the same meaning and extends the accountability relationship to include Allah in addition to accountee.

Of course, this is an ideal view, as economic actors in the Islamic World need not to be true believers, even if they follow the Islamic cultural pattern. Also, the Shari'ah is a religious law that is supposed to be followed and cherished by Man's own will, and allocates no material punishment while in this world, except in Saudi Arabia, where it has the strength of common law for the country, and any Saudi Arabian can be punished by his government for not complying with it (Al-Turaiqi, 2008).

### **3.3 Sustainable Development and Sustainability Reports.**

Sustainability is a concept institutionally determined by the Rio Declaration on Environment and Development (1992) which first originated in the Brundtland Commission Report (1987) where it is defined as such development which satisfies the needs of the present, without compromising the ability of future generations to meet their own. (Scholtens, 2006) expands the definition by adding that one could define sustainability as a project for the bettering of humanity's quality of life whilst at the same time maintaining the regenerative capacity of ecosystems that support it without compromising future generations to satisfy their own needs. Economic activity has social and ecological consequences, and sustainability attempts to integrate social, cultural, sanitary and financial aspects with the conservation of the earth's natural resources. Such goals present a challenge for national and international laws, for urban planning, the development of transport systems, the way of living and ethics in different nations, especially in terms of consumption.

The phenomenon of sustainability information is closely linked to the birth of the GRI in 1997. This initiative, instigated by the United Nations Environment Program (UNEP)

and CERES organization, proposes to create a global framework for voluntary information about the economic, social, and environmental impacts of companies, and gradually of other organizations (White, 1999).

Sustainability implies in socially responsible companies an obligation to provide information about actions conducted in these scopes. This accountability is referred to the relationships between affected individuals, groups, and organizations; and to the rights to information which such relationships demand (Gray et al., 1987).

The GRI's Project has developed some indicators with the aim of assessing whether a company is socially responsible and complies with the basic requisites for its actions are sustainably orientated. The focus of GRI is based on the TBL, a phrase coined by Elkington (1997), which represents the three dimensions of sustainable development: the economy, society and the environment.

The release of social information from companies aims at the following objectives (GRI 2001):

- Present a clear vision of the company's human and ecological impact, so that those responsible for making decisions regarding investments, purchases, and possible alliances will be well-informed.
- Provide the parties involved with reliable information which is relevant to their needs and interests, and which invites other parties to participate in dialogue and research.
- Develop reliable reports which guarantee transparency and credibility of the company's social behaviour.
- A simple format of information presented which is comparable over time and with that of other organisations.

- A demonstration of between the three core elements which form part of social, economic (including financial information) and environmental behaviour.

The growing importance of social practices in companies is opening up an informative demand from diverse users with the desire to examine the company's ethical behaviour (Moneva & Llana, 1996). The creation of a system of information which gathers social responsibility assumed by the company and which periodically issue reports in the public domain regarding corporate activity conducted in the sector is essential to improve relations between a corporate body and interest groups. This is therefore why external auditing of publications is an important element in providing credibility to the social practices contained within a sustainability report.

This positive evolution of the presentation of information according to the GRI guidelines has a beneficial economic effected which could be summarized as (KPMG, 2005):

- Enhancement and maintenance of companies' reputations.
- Risk reduction.
- Reduction in costs yet an increase in income.
- Creation of non-profit networks with others who share the organization's concerns.
- Increase market capitalization.

Pelosa (2006), also states numerous advantages in the spreading of CSR to a highest level, such as, the protection of the company's reputation, the fact that it poses as a safeguard against negative publicity, the market fluctuations and the positive perception which it produces in customers.

As it is stated in section 3.3, sustainability reports are the most adequate means for companies strong fulfilment of transparency, CSR and sustainability. Therefore, it must be done through a rigorous, exhausting and demanding procedure, albeit flexible enough to find an application in varying companies of different locations and business sectors. The GRI Guidelines (2002) have helped support such development and visibility –as increasing numbers of companies, generally multinational in nature, have supported the certification and provided a sustainability report. Although others frameworks have been suggested since 2002, the GRI framework has become as the optimal tool to tackle the task as it describes what required generally and within the specific sectors as is agreed by stakeholders across the world (Moneva *et al.*, 2006).

Sustainability reporting is “the practice to measure, inform and assume responsibilities regarding the performance of the organization whilst also working towards the objective of sustainable development”: (GRI, Version 3.0, 2006, p. 44). That is to say a Sustainability Report makes reference to the presentation, in a unique document, of consolidated information which provides a reasonable representation of the organization’s performance during a given time period (GRI, version 3.0, 2006, p. 5).

Currently, there are many companies which print Sustainability Reports, but the majority can be found in the developed world (KPMG, 2005). With regards the inter-nation statistics, the highest positions are occupied by companies in the United Kingdom and the United States, followed closely by Japan. Less developed countries experience numerous problems when implementing sustainability reports, given that their companies suffer public relation issues to a much lower extent than those in the developed world. The media, for instance, is usually a vehicle for the spreading of government propaganda, and apart from this institutions, in general, are not even aware of the wide spreading application of CSR (Kemp, 2001). In the Islamic World, the GRI

has had, at the moment, scarce impact and there are very few companies which publish sustainability reports based on its guidelines, regardless of the economical power they enjoyed worldwide. Besides, the development of these reports is rather low if compared to the western, and specifically the Anglo-Saxon world.

As theoretical support for researches on the disclosure of social and environmental information, it has been used two theories, both encompassed in the Political Economic Theory, the Stakeholders Theory and the Legitimacy Theory. However, it is the latter which has been used in wide extent in the accounting literature and, accordingly, our study about sustainability performance in the Islamic World is grounded in the Legitimacy Theory.

Despite our framework being based on previous literature, it presents a different approach to legitimacy theory, by presenting a new dimension on how companies change its sustainability performance according social pressures. In line with (Taha-Hassan ,2010), who studied the social and environmental disclosure practices in a sample of UK companies, our approach suggests that sustainability performance is a function of not only social pressure, but also of how companies respond to this pressure.

According to theory of legitimacy four strategies are presented by Lindblom (1994): (1) Education and informing of “relevant public” members about changes in the function and activity of the organization, (2) the changing of perceptions, explaining and justifying the action, but not the real behaviour, (3) the manipulation of perceptions used to deviate attention, and (4) changing external expectations regarding corporate behaviour (Gray *et al.*, 1995; Deegan, 2002).

When companies are in search of legitimacy, the organisation must change, in such a way, that it requires adjustments in its corporate behaviour and/or disclosure policy



(Deegan & Rankin, 1996). Empirical verifications of the Theory of Legitimacy have focused in the environmental dimension. For example, (O'Donovan, 2002) studies environmental information in annual reports from Australian companies with great impacts on the forest and wildlife and he concludes that an annual report is a document of public relations used by the management to show a positive social image. (Deegan, *et al.*, 2002) also study the social and environmental information from an Australian mining company and they mostly find an inclination to provide more positive information on topics related to human resources and environment in answer to non favorable news provided by themed.

Llena, *et al.*, (2007) also verify the Theory of Legitimacy in a sample of large Spanish companies by means of the environmental information disclosure in its annual reports. They also find that the positive compulsory information released is larger in quantity and better in quality that its negatives ones. Furthermore, companies within business sectors, which have a greater environmental impact, publish better environmental reports.

KPMG (2005) survey results (Table 1) show a range of drivers for reporting that companies consider important. The accounting literature also supports some factors in the survey. For example, supporting the importance of ethical considerations, (Etzioni, 1988) find that some companies carry out activities of CSR in response to a moral commitment instead of economical reasons. Such response would be integrated into the effect area of the so-called "non-traditional factors" and can have a straight relationship with the culture of directors within the companies (Andersson *et al.*, 2005).

**Table 1 Factors of corporate responsibility development**

<b>Factors</b>	<b>Percentage (%)</b>
Economic considerations	74
Ethical considerations	53
Innovation and learning	53
Employee motivation	47
Risk management or risk reduction	47
Access to capital or value increase for shareholders value	39
Reputation or brand	27
Market position (market share) improvementment	21
Strengthened suppliers relationships	13
Cost savings	9
Improved relationships with governmental authorities	9
Other	11

Source: KPMG, 2005, p.18

Culture is the predominant attitudes and behaviours that characterise the function of a group. It is considered as an important determinant of public perceptions toward various concerns. So, cultural values in a given country play an important role in determining public perceptions toward CSR (Donald, 1985; Smith, et al, 2005). However, it is very difficult to reflect it as a measurable variable within a statistical analysis in such extent, that some authors (Haniffa & Cooke, 2005; Brammer & Sinkin, 2007) in order to obtain a measurement, turn to intuitive and partial decisions for their selection. These papers also attempt to quantify the cultural effect by focusing on the characteristics of the company's CEOs. This selection is justified given that a CEOs culture is a fundamental pillar of the entire organisation. CEOs who lack ethics will rarely feel influenced by the concepts of CSR and accountability, but exclusively by the company financial performance. Sustainability performance only takes place when the director assumes an active point of view and the initiative (Szekely & Kirsch, 2005).

Among the most common proxies used for measuring culture, we find religion, gender, race or nationality. Nonetheless, if factors such as religion or gender are considered in the Islamic World, it would be illogical because executives almost exclusively are male and Muslim. Therefore, it is preferred variables such as: educational level (Chuah, 1995), experience, country where studies were conducted and nationality for measuring the CEOs culture.

This study recognizes the significance of the practitioners' point of views which motivate the choice of many of the independent variables (used in the statistical analysis) according to the three most ranged factors in table 1. It also tries to verify, in a sample of Islamic companies, the validity of the Legitimacy Theory through the influence of some traditional (as they were used in the accounting literature) and non-traditional factors in the sustainability performance reflected in its sustainability reports.

#### **4. Methodology and data**

The authors' of this chapter have selected reports from companies of the Islamic World registered in the "GRI Reports Database" which can be located on the organisation's homepage ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)). All companies published in this database, as is required, have had their current or previous social accounting reports accredited according to the G3 standard. This chapter consists of an analysis of reports from 2009, given the limited data available previously in the years 2006, 2007 and 2008 for the Islamic companies.

The sample used in this study comprises of thirty companies from various sectors: Petrochemical, Services, Industrial and Financial. Some of these could be termed multi-sector but in order to maintain the homogeneity of the sample all companies are classified according to their core business operation (**Table 2**).

**Table 2. Sample Composition by Business Sectors**

<b>Group</b>	<b>Sector</b>	<b>No. of Islamic Companies</b>
<b>1</b>	Petrochemical	4
<b>2</b>	Service	10
<b>3</b>	Industrial	11
<b>4</b>	Financial	5
<b>Total</b>		30

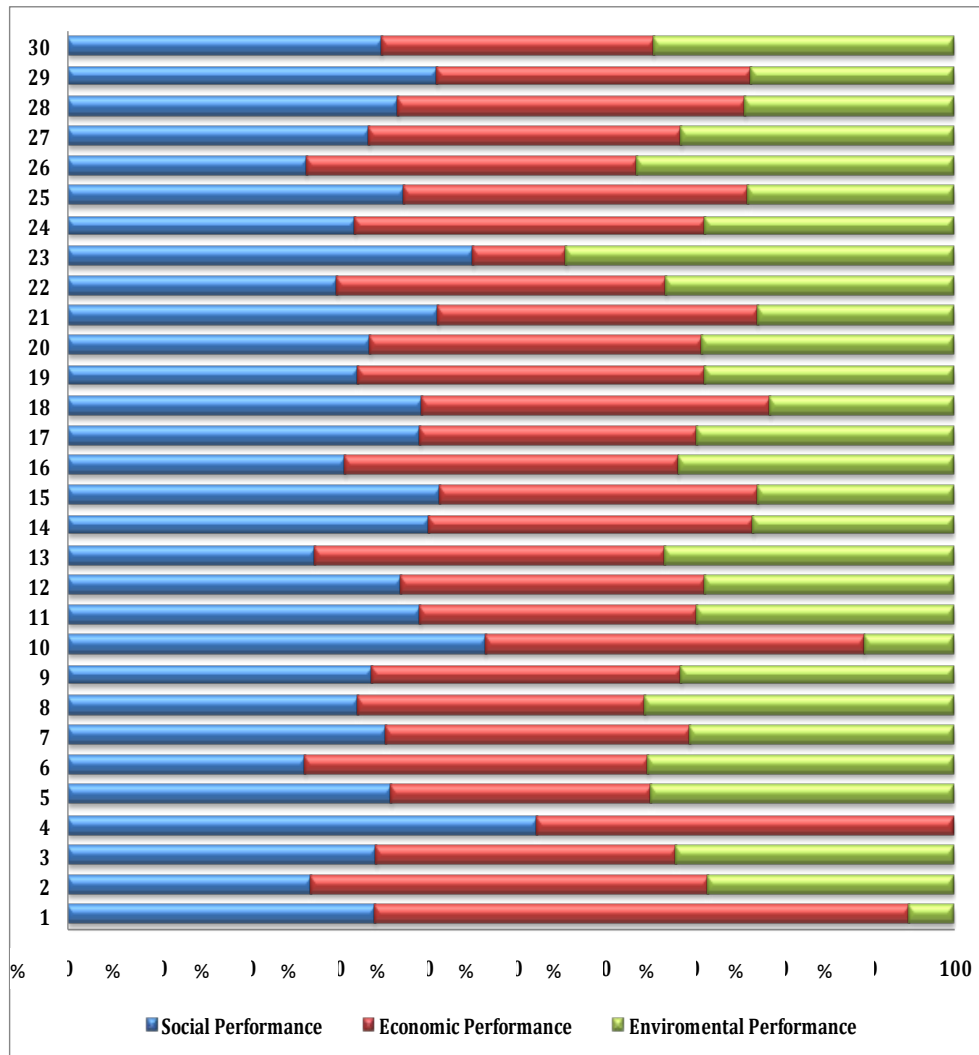
Source: own data collection

The methodology applied to analyse the sample's performance of sustainability involved an analysis of content as has been previously utilised in other investigations of a social and environmental nature (Gray *et al.*, 1995; Llana *et al.*, 2007). This technique requires an analytical tool that enables the thorough investigation of each sustainability indicator within the accredited social accounting report. In this study only the principal performance indicators are evaluated as indicated in the G3 GRI Guide: the economic, environmental and social (**Appendix 2**).

The information provided for these different performance indicators (dependent variables) is rated according to the following scale: taking the value of 1 as "complete," "0" as "information unavailable or no evidence provided" and 0.5 as "incomplete or insufficient information."

The analysis of each company's sustainability report and their fulfilment of the "Triple Bottom Line" – the economic, social<sup>9</sup> and environmental, are calculated by obtaining a mean average and undertaking an aggregation of these three aforementioned factors. With this figure the overall level of each company's level of sustainability has been ascertained.

<sup>9</sup> The social dimension includes aspects related to labour practice, human rights, society and product responsibility (see Appendix 2).

**Figure 1. Fulfilment of the TBL in Islamic companies.**

Source: own data collection

**Figure 1** shows the general distribution of the three indicators according to the sustainability reports of companies within the sample. In order to create the graph below, the numeric figures have been standardised into percentages (up to 100 percent) to facilitate comparison. It reflects the sample's heterogeneity and the way in which they divulge information. Some companies provide more information of an economic nature whilst others are more focused on communicating social and environmental issues. Each number present on the y axis identifies an individual company which can be cross-referenced with **Appendix 2**.

According to the GRI (2006), a good sustainability report would be that which demonstrates the best balance between the three dimensions of the “Triple Bottom Line”. However in practice this perfect equilibrium rarely occurs. The reason for this is multi-faceted and relates to marketing, corporate public image, and the corporate direction favoured by a given sector, all of which are sensitive to public opinion. However, as demonstrated in **Table 3**, the different sectors within the sample don’t appear to show significant differences in the levels of fulfillment.

**Table 3 Averages Mean of the Indicators in each Sector**

<b>Average of the Standardised Indicators</b>	<b>Petrochemical</b>	<b>Services</b>	<b>Industrial</b>	<b>Financial</b>
<b>Number of Companies</b>	4	10	11	5
<b>Economic</b>	37%	41%	33%	36%
<b>Environmental</b>	31%	22%	29%	29%
<b>Social</b>	32%	37%	38%	35%

**Source:** own data collection.

For the analysis of the factors that can influence the level of fulfillment of the three indicators a multitude of variables were chosen that reflect apart from economic factors, measurements traditionally associated with western sustainability reporting. Such measurements typically include independent verification from external bodies (such as NGOs) and the number of previous publications on the theme, amongst others.

Independent variables are used to comprehensively evaluate the relationship between the level of fulfillment of the “Triple Bottom Line” and the characteristics of the companies in question. In previous research, a series of tradition variables, like for example the size of a corporation; have been useful in their ability to develop

understanding of social corporate responsibility and statistically significant in their correlation with corporate properties (Fulop, *et al.*, 2000). However, in the case of this paper the models incorporate variables that are more appropriate to the Islamic context. Indeed, in the majority of the Islamic business sector the significance of sustainability is not yet recognised (Belal, 2001) which is why the authors have applied the personal background of a given company's CEO as an investigative criteria.<sup>10</sup> It was expected that those companies with directors with an academic or professional background in the western world would have superior sustainability performance.

The first analysis was undertaken to establish whether there was a correlation between the principal economic factors and the level of sustainability performance for the factors of the "Triple Bottom Line" and that of the three taken as an average. The economic variables utilised were total asset value, turnover, number of employees, Return on Equity (ROE) and, Return on Assets (ROA). In addition, an ANOVA and *t* test were likewise undertaken to demonstrate the potential relationship between sustainability performance and the various sectors (petrochemical industrial, financial and services). The ANOVA and *t* test results can be located in **Appendix 3** and are supported by the descriptive analysis based on **Table 3**.

Previous studies within the discourse support the use of those factors which reflect the following three dimensions: size (total asset value, turnover and number of employees), profitability (ROE and ROA) and business sector. However, of those aforementioned factors only the number of employees demonstrated a significant correlation ( $\alpha < 10\%$ ). Finally, the objective of this first analysis was to avoid issues relating to weakened statistical power of the second analysis that would have occurred given the limited number of companies constituting

---

<sup>10</sup> Proxies applied included: highest level of educational attainment of the CEO, location of the academic institution where the CEO studied, nationality of CEO and locations of the CEO's professional experience. Furthermore, the number of years of spent as a CEO was used as a proxy for work place experience.

the Islamic World that publish accredited sustainability reports and the multiplicity of independent regression variables.

There is no consensus in the literature reviewed in this paper regarding the relationship between profitability and the social and/or environmental reporting (Magness, 2006). In fact, many researchers report either a negative or even non-existent relationship (Freedman & Jaggi, 1988; Neu et al., 1998), whilst others such as Cormier & Magnan (1999) have found a positive one. Concerning the relationship of sustainability performance relative to the size or the business sector of the corporation (Archel & Lizarraga, 2001) found that size directly related to the extent of environmental and disclosure. Meanwhile, (Llena *et al.*, 2007) noted that the volume of environmental information provided by a corporation changed if it belonged to an industrial sector with a greater known impact on the environment. The results from this paper coincide with those findings relating to size and sustainability performance as provided in a company's corporate social report but do not identify a relationship with all those factors discussed above.

**Table 4** provides a summary of the independent variables used in the second analysis and the methodology used to assign a numerical value to each one. The second analysis involved the use of multi-variant linear regression to demonstrate the relationship of sustainability performance and the factors, both traditional and non-traditional, as identified in **Table 4**



**Table 4 Constructs of the Independent Variables**

<b>Independent Variable</b>	<b>Method of Assigning Value</b>
Independent (external) Verification of the sustainability report (VEXT)	“1” if the sustainability reported was audited externally and “0” if not.
Number of Annual Sustainability report Publications- (NDME)	Numbers (1.....n)
Sector Supplement according to the GRI Guidelines (SSUP)	If prescribed “1”, if not “0”
Sustainability Report’s based on the GRI scale (NAPL)*	Scale [1 to 6]
Supportive of the Global Agreement of the UN (ADAP)	If supportive “1” , and if unsupportive “0”
The size of the Sustainability Report (NPAG)	Number of Pages in a volume
Corporation Size (NTRA)	Number of Employees
Highest Level of Educational Attainment of the CEO (NEST)	“1” if postgraduate, equivalent or higher and “0” if less than postgraduate or equivalent
The Location of the Academic Institution where the CEO studied (LEST)	“1” if the CEO studied in a non-Islamic state and “0” if he/she has only studied in an Islamic state
Nationality of CEO (NACI)	“1” If a citizen of a non-Islamic state and “0” if solely a citizen of an Islamic state
Locations of the CEO’s Professional Experience (LEXP)	“1” If the CEO has experience in non-Islamic state and “0” if solely experienced in an Islamic state
Laboral Experience (AEXP)	Years worked in the Managerial environment as a CEO

\* Please note NAPL is a rating based on the GRI scale but is not necessarily verified by the organisation itself. Initially as a starting point, the following model and each of its component calculations was used four times: for each of the “Triple Bottom Line” criteria (social, environmental, economic) and the generated mean of the three values combined:

$$Y_i = \beta_0 + \beta_1 VEXT + \beta_2 NDME + \beta_3 SSUP + \beta_4 NAPL + \beta_5 ADAP + \beta_6 NPAG + \beta_7 NTRA + \beta_8 NEST + \beta_9 LEST + \beta_{10} NACI + \beta_{11} LEXP + \beta_{12} AEXP + \varepsilon$$

Where:

$Y_i$ : is the performance index of the sustainability report as recommended by GRI (G3 version) for each of the companies in the sample. As aforementioned in italics this index also measures the fulfilment of each individual category of the TBL.

Regression Constant.

,..., : Partial Regression of the Independent Variables.

VEXT: Independent (external) Verification of the Sustainability Report.

NDME: Number of Annual Sustainability Report Publications.

SSUP: Sector Supplement according to the GRI Guidelines.

NAPL: Sustainability Report's Rating based on the GRI Scale (not necessarily verified)

ADAP: Supportive of the Global Agreement of the UN.

NPAG: The size of the Sustainability Report.

NTRA: Corporation Size (No. of Employees).

NEST: Highest Level of Educational Attainment of the CEO.

LEST: The Location of the Academic Institution where the CEO studied.

NACI: Nationality of the CEO.

LEXP: Locations of the CEO's Professional Experience.

AEXP: La boral Experience.

$\varepsilon$ : Error Term.

For this initial model the Backward Elimination approach of stepwise regression was applied and the accuracy of the subsequent resulting models is evaluated using a series of statistical tests: *F-test*; Heteroscedasticity Tests (White, 1980; Breusch & Pagan,

1979), the Chi-Squared Test which was used to establish the normality of the sample and the (Akaike, 1974) and Schwarz (1979) criteria which were used to establish the correct specification for all the aforementioned models.

## 5. Results and Discussion

**Table 5** shows the results of the analysis of the four models regarding the economic, environmental, and social and the overall sustainability performance (based on the values generated of the three previous).

**Table 5. Models used for each of the Dependent Variables**

	Economic	Environmental	Social	Overall
<b>Dependent Variables</b>				
VEXT	**	***	**	**
NDME(1)	A	-	-	-
SSUP(2)	-	-	-	A
NAPL(3)	***	***	***	***
ADAP(4)	-	-	-	-
NPAG(5)	A	-	-	-
NTRA(6)	*	**	**	**
NEST(7)	-	-	-	A
LEST(8)	-	*	-	-
NACI(9)	-	-	A	-
LEXP(10)	**	***	A	***
AEXP(11)	-	*	-	-
	0.74	0.77	0.54	0,70
<i>Adjusted</i>	0.63	0.70	0,43	0,61
F-Test	0,000	0,000	0,004	0,000
<i>p</i> -value (White Test)	0,239	0,690	0,900	0,729
<i>p</i> -value (Breush-Pagan Test)	0,550	0,520	0,950	0,919
<i>p</i> -value (Chi-Square Normality Test)	0,405	0,508	0,202	0,466
Akaike Criteria	-30,89	-27,91	-25,61	-38,54
Schwarz Criteria	-12,14	-19,38	-18,06	-29,73

Statistical Significance P-Value:\*\*\*(0.01);\*\*(0.05);\*(0.10). A: present in the model but not statistically significant.

The  $R^2$  value of the models is high. The other statistical tests which measure the fulfilment of the assumptions and the correct specification of the model are acceptable. The independent variables with a statistical significance coincide in the majority of cases.

**Table 6 The Statistically Significant Variables for the Four Models.**

<b>Independent Variables</b>	<b>Coefficient</b>	<b>T-Statistic</b>	<b>P Value (t)</b>
<b>Economic</b>			
Constant	-0,015	-0,123	0,902
VEXT	-0,165	-2,275	0,0361*
NAPL(3)	0,074	3,692	0,001***
NTRA(6)	6,259	2,099	0,0511**
LEXP (10)	0,159	2,648	0,0169**
<b>Environmental</b>			
Constant	-0,029	-0,276	0,785
VEXT	-0,257	-3,235	0,004***
NAPL(3)	0,118	5,697	0,000***
NTRA(6)	7,497	2,642	0,016**
LEST(8)	-0,116	-2,062	0,053*
LEXP (10)	0,206	3,583	0,002***
AEXP(11)	0,006	1,788	0,090*
<b>Social</b>			
Constant	0,279	3,873	0,001***
VEXT	-0,234	-2,819	0,011**
NAPL(3)	0,092	4,324	0,000***
NTRA(6)	8,777	3,002	0,007***
<b>Overall</b>			
Constant	0,219	3,341	0,003***
VEXT	-0,169	-2,562	0,019**
NAPL(3)	0,083	4,934	0,000****
NTRA(6)	0,000	2,589	0,018**
LEXP (10)	0,174	3,083	0,006***

Statistical Significance  $p$ -value:\*\*\*(0.01);\*\*(0.05);\*(0.10).

The selected models demonstrate that the effect of the independent verification of the Sustainability Report (VEXT) relative to the level of fulfilment of the TBL is negative (Table 6). These findings are contradictory to those obtained by (Moneva *et al.*, 2007) and provoke a series of questions that need to be investigated in future papers. The authors suggest that these findings may be linked to the recent introduction of CSR in the Islamic world facilitated by the increasing liberalisation of the Islamic economic and

political spheres on a world scale (Abu-baker, 2000). Whilst such openness is evidently beneficial in the long-term, CEO's and their corporations in the short do not yet have the command and knowledge required to successfully navigate CSR as well as their western counterparts.

The effect of the GRI rating (NAPL) independently certified or not, is statistically significant and this factor has a positive effect on sustainability performance in terms of fulfilment of "Triple Bottom Line" criteria. However, it is not necessarily indicative of the quality of the said fulfilment which is something the authors believe is a consequence of the self-rating system which typically occurs in the Islamic corporate world and which can skew results. It was thus expected that there would have been substantial differences between the ratings published in the sustainability reports and the calculation of the  $y$  value which includes information relating to quality. However, the actual results indicate a positive lineal correspondence between the two and this is in line with previous results found by Moneva *et al.* (2006).

The number of employees (NTRA) is a very common proxy used to estimate the size of a given corporation (Moneva & Llena, 1996; Gallo & Christensen, 2011; Tagesson, *et al.*, 2009). As expected, a positive relation between the NTRA and the sustainability performance (social, environmental, economic and the overall values) is observed. This is likely to stem from greater levels of financial and human resources dedicated to those business activities related to CSR and the necessity to maintain good public relations with customers, shareholders and the wider corporate sphere (Trotman & Bradley, 1981; Ho & Taylor, 2007; Cavalcanti *et al.*, 2011).

In respect to the location of the CEO's Professional Experience (LEXP), it is a non-traditional variable seldom used in western literature within the discourse, generally due

to its irrelevance. However, in the case, LEXP plays an important role because executives that have worked in non-Islamic countries introduce and substantially alter corporate governance and business norms. CEOs with experience in nations external to the Islamic world have a significant and positive influence on all the sustainability criteria, minus social. This is due to their personal and professional conditioning in an environment where greater attention has been and is paid to “greener” ideals. The equality between social performance in companies led by CEOs who have worked in Islamic and non-Islamic states reflects the importance Islamic culture and religion places on social welfare of its citizens (by Abu Bakr the Hadith and consequently in the Shari’ah law).<sup>11</sup> Meanwhile, although environmental issues are mentioned in religious literature they have only been applied relatively recently in the corporate world in response to Islamic calls for its people to return to the environmentally conscious traditions and lifestyles of Islam (Manzoor, 2005).

The model which explains the level of environmental performance has the highest quantity of statistically significant factors. For example, years of labour experience of the CEO as a director (AEXP), used as a proxy for labour experience, is significant in this model with a weak positive influence on the level of fulfilment for this component of the TBL. Indeed, labour experience is one of the most important factors for assessing the performance of a CEO and correlates strongly with a given firm’s environmental sensitivity and corporate attitude. This is because an experienced CEO appreciates the benefit of employing sound environmental practice which often translates to improved corporate positing, market opportunities and consequently financial yields in the long-term. Apart from AEXP, the location of the academic institution where the CEO studied

---

<sup>11</sup> The Shari’ah is the Islamic law about human conduct and regulates everything referring to the life of the Muslim. It is based on the Holy Word of God revealed through the Koran, the deeds and expressions of the Prophet (the Sunna) and the consensus of Islamic scholars.

(LEST) also generates a correlation, albeit negative, with environmental performance. This is something which first appears at odds with the other findings of the paper. The authors propose that these results, although unusual at first glance, are logical when one considers that many of the CEOs sent to non-Islamic nations to complete their education, often direct family or “tribal” based companies. Such individuals although open to western ideas and practices are compromised when trying to implement western changes to the traditional family business values and operating structure. That is to say they are subject to internal pressures from colleagues and shareholders to maintain to some extent the status quo in a culture unaccustomed to western norms.

In summary, the traditional and non-traditional variables affect the sustainability performance of each and collective TBL criteria. The location of the CEO’s Professional Experience (LEXP) as a non-traditional variable has an important positive influence and is thus indicative of the role cultural values play in a given country in determining public perceptions toward CSR and sustainability performance. “Examining societal values or culture would be helpful in identifying countries that would have different perceptions of a company’s stakeholders and their influences on corporation’s CSR disclosure practices” (Smith, et al, 2005: 132). This is particularly the case here.

## **6. Concluding remarks**

The GRI guide is a useful tool for companies who wish to inform the public and other interested parties of their sustainability performance through a publicised report. However, the GRI process makes little impact and sense if not accompanied by continuous improvement. In the last few years, there has been a spectacular growth in the number of companies that release sustainability reports and a simultaneous

improvement in quality. Yet many aspects still require developmental change in order that they meet the expectations of interest groups including -but not restricted to- stakeholders. Considering that the Islamic firms have relatively limited experience of sustainable practice – as can be observed by the average number of published sustainability reports - compared to their western counterparts, their success in fulfilling sustainability criteria is commendable and an encouraging sign of progress.

The paper, in addition, confirms the influence of the relationship between some of the characteristics of corporate governance and that of sustainability. The principal finding is the significant correlation between the LEXP and sustainability performance. In those cases where the results could be contradictory with the theory of legitimacy such as the lack of relation between LEXP and social performance or the negative relationship between LEST and environmental performance, the authors have identified arguments that support the theory and the evidence observed. Notwithstanding, the absence of connection between sustainability performance and a company's core business sector doesn't coincide with the findings of literature examined. This could, however, be a causation of the scarcity of Islamic companies which release sustainability reports.

Sustainable development is a concept continually receiving growing attention in the corporate world due to the current economic downturn and increasing political focus on global environmental issues such as climate change. What was solely regulated by market forces alone is now subject to increasing government scrutiny. Together they are a formidable unified voice capable of exerting greater pressure on financial and governmental regulators to ensure that the current global crisis is not repeated. The regulation of CSR is thus an integral component of public political agenda in environmental and sustainability discourse. France and Denmark, for example, have



made the release of information relating to CSR compulsory. Likewise the UK is in the process of obligating larger firms to release sustainability reports into the public realm (Fukukawa, *et al.*, 2007).

As aforementioned in the previous paragraph, it is important to suggest the development of a code of practice for sustainability reporting for Islamic nations. This code should not simply be a copy of those of the western nations but something adapted and applicable to the Islamic world specifically with non-traditional variables such as those presented here. Culture is one factor particularly that the authors' believe should be examined more extensively using sociological methods which facilitate the interviews of the board of the directors. Indeed, it is necessary to deepen the understanding of the relationship between the business sector and the performance of sustainable in the Islamic corporate world because the size of the sample -which currently cannot be enlarged- could potentially challenge the conclusions reached.

The next chapter will begin the examination of the fulfillment of the sustainability report of the global financial sector, because it is a significant sphere in the concept and practice of modern economics. It also has a rising significance due to the current economic downturn and is considered by the authors to hold the future key to the global markets, and political situation, especially that of the Islamic nations that have undergone social unrest and change in the recent years. In keeping with the paper, Islamic CSR reporting will be evaluated in light of the current financial state with a focus on the financial sector.





## References and bibliography

Abu-Baker, N. (2000): "Corporate Social Reporting and Disclosure Practice in Jordan: An Empirical Investigation," *Dirasat Journal, Administration Sciences*, vol.27, 1, 249-263.

AECA (Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas), 2004, "Documento sobre la Responsabilidad Social Corporativa", no1:"Marco Conceptual de la Responsabilidad Social Corporativa," AECA Madrid.

Akaike, H. (1974): "A new look at the statistical model identification," *IEEE Transactions on Automatic Control*, vol. 19, (6), 716–723.

Albukhari., (2005): "Sahih Albukhari. Beirut:" *Dar Aljeel*.

Al-Jirari, A. (1996): "Accountability in Islam," Available at: <http://abbesjirari.Com>, in 22 .7.2011.

Al-Sudes, A. (2002): "Accountability in Islam". Friday Sermon, Mecca, in 14.07.2002.Available at: [http:// maktaba.org/vb/archive/index.php/t-7511.html](http://maktaba.org/vb/archive/index.php/t-7511.html).in 23-9-2011.

Al-Turaiqi, A. (2008): "The Political System of Saudi Arabia. London:" Ghainaa Publication.

Andersson, L., Shivarajan, S. & Blau, G. (2005): "Enacting Ecological Sustainability in the MNC: A Test of an Adapted Value-Belief-Norm Framework," *Journal of Business Ethics*. 59, 295-305.

- Archel, P., & Lizarraga, F. (2001): “Algunos determinantes de la información medioambiental divulgada por las empresas españolas cotizadas,” *Revista de contabilidad*, vol.4, (7), 129-153.
- Baskin, J. (2006): “Corporate Responsibility in Emerging Markets,” *Journal of Corporate Citizenship*, 24, 49-47.
- Baydoun, N. & Willet, R., (2000): “Islamic Corporate Reports,” *Abacus*, 36 (1): 71-90
- Belal, A. (2001): “A study of Corporate Social Disclosures in Bangladesh,” *Managerial Auditing Journal*, vol.51 (5), 274-289.
- Brammer S.G. & Zinkin, J. (2007),”Religion and Attitudes to Corporate Social Responsibility in a Large Cross-Country Sample”, *Journal of Business Ethics*, 729, 229-273.
- Breusch, T.S. & Pagan, A.R. (1979) “Simple test for heteroscedasticity and random coefficient variation,” *Econometrica*, (The Econometric Society), vol.47, (5), 1287–1294.
- Brundtland Commission Report (1987):“<http://es.scribd.com/doc/24176124/Brundtland-Report-1987>.”
- Campbell, D.J. (2000): “Legitimacy theory or managerial reality construction?: Corporate social disclosure in marks and Spencer Plc Annual corporate, 1969-1997,” *Accounting Forum*, 24,(1), 80-100.
- Cavalcanti Moñica, S.A, Castro,F, Soare,C.F. & Lázaro, Jose Carlos, F.S.(2001): “Comparative understanding of corporate social responsibility of textile firms in Brazil and China,” *Journal of Cleaner Production*,xxx,1-8.

- Chuah, B.H. (1995): "The *Unique Breed of Malaysian Managers*," Management Times, New Straits Times, Press Malaysia.
- Comier, D., and Magnan, M. (1999): "Corporate environmental disclosure strategies: determinants, cost benefits," *Journal of Accounting, Auditing and Finance*, vol.14, (4), 429-451.
- De Villiers, C., & Van Staden, C.J. (2006): "Can less environmental disclosure have a legitimising effect? Evidence from Africa," *Accounting, Organization and Society*, 31(8), 763-781.
- Deegan, C. & Rankin, M.(1996): "Do Australian companies report environmental news objectively?," An analysis of environmental protection authority," *Accounting, Auditing and accountability Journal*, vol.9, 2, 50-67.
- Deegan C. (2002): "The legitimising effect of social and environmental disclosures a theoretical foundation", *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 15, (3), 281-311.
- Deegan, C., Rankin, M & Tobin, J. (2002): "An examination of the corporate social and environmental disclosures of BHP from 1983-1997.A test of legitimacy theory," *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, vol.5, (3), 312-343.
- Deegan,G. (2004):" Environmental disclosures and shares prices a discussion about efforts to study this relationship", *Accounting Forum* ,vol.28,87-97.
- Donald, H. (1985): *Ethnic groups in conflict*. Berkeley , university of California Press.
- Elkington, J. (1997): "Cannibals with Forks: The triple bottom line of 21st Century Business," Oxford: Capstone Publishing.

Etzioni, A. (1988): "The moral dimension: toward a new economics," New York, Free press.

Freedman, M. & Jaggi, B. (1988): "An Analysis of the Association between Pollution Disclosure and economic Performance," *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol.1, (2).43-58.

Fukukawa, K., Shafer, W. E., & Lee, G. M. (2007): "Values and Attitudes toward Social and Environmental Accountability: A Study of MBA Students", *Journal of Business Ethics*, **71**: 381-394.

Fulop, G., Hisrich, R., & Szegedi, K. (2000): "Business Ethics and Social Responsibility in Transition Economies," *Journal of management Development*, vol.19, (1), 5-31.

Gallo, P.J., y Christensen, L.J. (2011): "Firm size matters: An empirical investigation of organizational size and ownership on sustainability related behaviors," *Business and Society*, vol. **50**, (2), 315-349.

Gray R.; Owen D. & Adams C. (1996): "*Accounting & Accountability: Changes and challenges in corporate social and environmental reporting*," London: Prentice Hall.

Gray, R. (1992): "Accounting and Environmentalism: An Exploration of the Challenge of Gently Accounting for Accountability, Transparency," *Accounting, Auditing and Journal*, vol.17, (5), 339-425.

- Gray, R., Kouhy, R. & Lavers, S. (1995): “Constructing a research database of social and environmental reporting by UK companies”, *Accounting, Auditing and Accountability Journal*,” vol. **8**, (2), 78-101.
- Gray, R., Owen, D.L. & Manders, K.T. (1987): “Corporate Social Reporting Accounting and Accountability,” Hemel Hempsted: Prentice –Hall.
- Gray,R., Owen,D.L. & Maunders,K.T. (1991): “Accountability , corporate asocial reporting , and the external social audits”, *Advances in public interest Accounting* ,vol.**4**,1-21.
- GRI (Global Reporting Iniciativa), (2001):“Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad sobre el Desempeño Económico,” Ambiental y Social de la empresa.
- GRI (Global Reporting Initiative), (2002): “Sustainability Reporting Guidelines, Amsterdam. ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)). Consulted 17de April de2011.
- GRI (Global Reporting Initiative), (2006): “Sustainability Reporting Guidelines, Amsterdam. ([www.globalreporting.org](http://www.globalreporting.org)). consulted 17de April de2011
- Haniffa, R.M. & Cooke, T.E. (2005): “The Impact of Culture and Corporate Governance on Corporate Social Reporting,” *Journal of Accounting and Public Policy*, vol.**24**, (5), 391-430.
- Ho, L-C. J. & Taylor, M. (2007): “An Empirical Analysis of Triple Bottom-Line Reporting and its Determinants: Evidence from the United States and Japan”, *Journal of international Financial Management and Accounting*, **18**(2): 123-150.



- Kemp, M. (2001): "Corporate Social Responsibility in Indonesia: Quixotic Dream or Confident Expectation?," Program paper No .6 (United Nations Research Institute for Social Development, Geneva, Switzerland).
- KPMG (2005): "KPMG international survey of corporate responsibility reporting 2005 acceso en [www.kpmg.com](http://www.kpmg.com) ,"consulted 17de April de2011.
- Larrinaga , C., Moneva, J.M., Llena, F., Carrasco , F. & Correa, C.(2002): "*Regulación contable de la información medioambiental . Normativa española e internacional*, Madrid, AECA, Madrid.
- Levy, D. and Kaplan, R. (2006, forthcoming): CSR as Global Governance: Strategic contestations in Global Issue.
- Lewis, M. (2006): "Accountability and Islam", Forth International Conference on Accounting and Finance in Transition Adelaida,"( Australia) April,2006.
- Lindblom, C. (1994): "The implication of organization legitimacy for corporate social performance and disclosure ," Trabajo presentado en la conferencia organizada por la revista perspectivas Críticas en Contabilidad , New York, NY.
- Llena F.; Moneva J.M & Hernández B. (2007): "Environmental disclosures and compulsory accounting standards: the case of Spanish annual reports", *Business Strategy and the Environment*, vol. **16**, (1), 16-53.
- Magness, V. (2006): "Strategic posture, financial performance and environmental disclosure: An empirical test of legitimacy theory," *Accounting Auditing and accountability journal*, vol.**19**, (4), 540-563.

Manzoor, P (2005) Islamic Conceptual Framework

<http://www.islamonline.net/english/Contemporary/2002/05/Article23.shtml>

consulted 17de April de2011.

Moneva J.M., Archel P. & Correa, C. (2006):“GRI and the camouflaging of corporate un sustainability”, *Accounting Forum*, vol. **30**, (2), 121-137.

Moneva, J.M. (2005): “Información sobre Responsabilidad Social Corporativa: Situación y Tendencias,” *Revista Asturiana de Economía*, (34), 43-67.

Moneva, J.M. (2007): “El marco de información sobre responsabilidad social de las organizaciones, *Economías*, **65**, 284-317.

Moneva, J.M. & Llena, F. (1996): “Análisis de la información sobre responsabilidad social en las empresas industriales que cotizan en Bolsa,” *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, vol.**xxv**, 87, 361-401.

Moneva, J.M. & Llena, F. (2000): “Environmental disclosures in the annual reports of large companies in Spain, “*European Accounting Review*, 9, 7.29.

Moneva, J.M., Rivera, J. & Muñoz, M. J. (2007): “The corporate stakeholder commitment and social and financial performance,” *Industrial Management and data systems*, 265-288.

Neu, D., Warsame, H. & Pedwell, K. (1998):“Managing public impressions: environmental disclosure in annual report,” *Accounting, Auditing &Accountability Journal*, vol.**23**, 265-288.

O'Donovan G. (2002): "Environmental disclosures in the annual report: Extending the applicability and predictive power of legitimacy theory" *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, vol. 15, (3), 344-371.

Owen, D. (2008): "Chronicles of wasted time?: A personal reflection on the current state of, and future prospects for, social and environmental accounting research," *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, **21**(2), 240-267.

Parker, L.D. (2005): "Social and environmental accountability research: A view from the commentary box," *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, **18** (6), 842-860.

Peloza, J. (2006): "Using Corporate Social Responsibility as Insurance for Financial Performance," *California Management Review*, vol. **48**, (2), 52-72.

Rio Declaration on Environment and Development (1992) [http://www.c-fam.org/docLib/20080625\\_Rio\\_Declaration\\_on\\_Environment.pdf](http://www.c-fam.org/docLib/20080625_Rio_Declaration_on_Environment.pdf) consulted 17 de April de 2011.

Scholtens, B. (2006): "Finance as a Driver of Corporate Social Responsibility" *Journal of Business Ethics*, vol. **68**, 19-33.

Schwarz, G. (1978): "Estimating the dimension of a model," *Annals of Statistics*, **6**, 2, 461-464.

Smith, J. V. D. L., Adhikari, A., Tondkar, R. H., (2005): "Exploring Differences in Social Disclosures Internationally: A Stakeholder Perspective", *Journal of Accounting and Public Policy*, **24**:123-151.

- Szekely, F.Knirsch, M. (2005): “Responsible Leadership and Corporate Social Responsibility: Metrics for sustainable Performance,” *European Management Journal*, vol.23, (6) 628-647.
- Tagesson, T., Blank, V., Broberg, P., Collin, S. (2009): “What Explains the Extent and Content of Social and Environmental Disclosures on Corporate Websites: A Study of Social and Environmental Reporting in Swedish-Listed Corporations”, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, DOI: 10.1002/csr.194.
- Taha-Hassan, N. (2010): “Corporate Social Responsibility Disclosure An Examination of Framework of determinants and Consequences. Durham University, U.K.
- Trotman, K.T., & Bradley, G.W. (1981): “Association between Social Responsibility Disclosure and Characteristics of Companies,” *Accounting, Organization and society*,”vol.6, (4), 355-362.
- Waddock , S. (2004): “Creating Corporate accountability : Foundation Principles to Make Corporate Citizenship real ,”*Journal of Business Ethics* **50**, 313-327.
- White, A. (1999): “Sustainability and the Accountable Corporation”, *Environment: Science and Policy for sustainable Development* vol. **14**, (8), 3-34.
- White, H. (1980): “A heteroscedasticity-Consistent Covariance Matrix Estimator and a Direct Test for Heteroscedasticity”. *Econometric*, vol, **48**, (4), 817–838.
- Williams, P.F. (1987): “The Legitimate Concern with Fairness,” *Accounting Organizations and Society*,” vol.12, (2), 168-198.

Wilmshurst, T.D. and Frost, G.R. (2000): "Corporate environmental reporting .A test of legitimacy theory," *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 13, 10-26.

## Appendix 1

Table.1 Sustainability Performance of each Islamic Company

Number	Company Names	ECO	MA	SOC	OVERALL
1	SOROUH REAL ESTAT	0.36	0.03	0.21	0.29
2	AL DAR	0.71	0.44	0.44	0.56
3	DOLPHIN	0.86	0.79	0.88	0.85
4	TURISMO DEVELOPMENT COMPANY	0.57	-	0.64	0.61
5	KULIM (MALAYSIA) BERHAD	0.43	0.50	0.53	0.49
6	UEM GROUP	0.86	0.76	0.59	0.75
7	PLUS EXPRESS WAYS BERHAD	0.71	0.62	0.75	0.70
8	DRB-HICOM/MALAYSIA(BERHAD)	0.71	0.76	0.72	0.73
9	METITO	0.50	0.44	0.49	0.48
10	DR.SOLIMAN FAKEH	0.50	0.12	0.55	0.49
11	ARAMEX	0.57	0.53	0.73	0.62
12	NUQIL GRUPO	0.71	0.59	0.79	0.71
13	SEKEM	0.79	0.65	0.55	0.68
14	ANADOLU EFES AND MALTA INDUSTRY	0.57	0.35	0.64	0.55
15	ARCELIK	0.43	0.26	0.50	0.42
16	BUMI ARMADA	0.43	0.35	0.36	0.38
17	COCA –COLA LCECEK	0.57	0.53	0.73	0.62
18	DOGUS GROUP SERVIC	0.50	0.26	0.51	0.46
19	ENGRO POLYMER CHEMICALS	0.86	0.62	0.72	0.74
20	MALAYSIA RESOURCES CORPORATION BERHAD	0.93	0.71	0.85	0.84
21	MILTEKS	0.29	0.18	0.33	0.28
22	PETRONAS	0.57	0.50	0.47	0.52
23	SLN TEKSTIL	0.07	0.29	0.31	0.28
24	PT TELEKOMUNIKASI INDONESIA	0.79	0.56	0.65	0.68
25	TELEKOM MALAYSIA	0.79	0.47	0.77	0.71
26	NATIONAL BANK ABU DAHABI	0.64	0.62	0.47	0.59
27	NATIONAL COMERIAL BANK	0.57	0.50	0.55	0.54
28	AK BANK	0.79	0.47	0.75	0.70
29	MAY BANK	0.50	0.32	0.59	0.50
30	TSKB	0.21	0.24	0.25	0.23

ECO: index of economic performance, MA: index of environmental performance, SOC: index of social performance and OVERALL: general index of sustainability based on the values generated of the three previous.

**Table.2 Principal Performance indicators proposed by the GRI guidelines (G3)**

<b>Dimensions</b>	<b>Categories</b>	<b>Aspect</b>	
Economic	Direct Economic Impact	Economic performance	
		Market Presence	
Environmental	Environmental	Indirect Economic Impact	
		Materials	
		Energy	
		Water	
		Biodiversity	
		Emissions, effluents and waste	
		Suppliers	
Social	Labour Practice	Products and services	
		Compliance	
		Employment	
		Labor/Management relations	
		Occupational Health and safety	
	Human Rights	Training and education	
		Diversity and equal opportunity	
		Non-discrimination	
	Society	Human Rights	Freedom of Association and Collective Bargaining
			Abolition of Child Labor
Prevention of Forced and Compulsory Labor			
Society		Community	
		Corruption	
Product Responsibility	Society	Public Policy	
		Compliance	
		Customer Health and Safety	
Product Responsibility	Product Responsibility	Product and Service Labeling	
		Customer Privacy	

**Source:** GRI (2006).

**Table 3. Relationship between sustainability performance and business sectors****Independent two sample *t*-test for business sectors**

<b>Differences in sustainability performance between Service sector and other sectors</b>	<b><i>t</i>-Test</b>	
<i>Sustainability dimensions</i>	<i>t-statistic</i>	<i>p-value</i>
Economic	-1.772	0.091
Environmental	0.385	0.707
Social	-0.898	0.382
<b>Differences in sustainability performance between Petrochemical sector and other sectors</b>	<i>t-statistic</i>	<i>p-value</i>
<i>Sustainability dimensions</i>		
Economic	-0.873	0.433
Environmental	-1.316	0.254
Social	-0.639	0.559
<b>Differences in sustainability performance between Finance sector and other sectors</b>	<i>t-statistic</i>	<i>p-value</i>
<i>Sustainability dimensions</i>		
Economic	0.586	0.581
Environmental	0.277	0.789
Social	0.823	0.443
<b>Differences in sustainability performance between Industry sector and other sectors</b>	<i>t-statistic</i>	<i>p-value</i>
<i>Sustainability dimensions</i>		
Economic	1.798	0.87
Environmental	0.234	0.817
Social	0.810	0.426

Table shows the results of four independent two sample *t*-tests. In each case, the equality between a business sector and the others sector is tested. The second column illustrate the *t*-statistic and the third column shows the statistical significance.

**Table 4. ANOVA test**

<b><i>Sustainability dimensions</i></b>	<b><i>F</i>-test</b>	<b><i>p</i>-value</b>
Economic	1,692	0,193
Environmental	0,446	0,722
Social	0,630	0,602

Table shows the results of an ANOVA test. It establishes the joint equality of the sustainability performance four business sector medians. Second column illustrates the *F*-statistic and the third column shows the statistical significance.





## **Capítulo IV**

**Transparencia y evaluación de la RSC en el sector bancario mundial:  
Análisis comparativo internacional y efectos de la crisis financiera**



## 1. Introducción

El sector financiero es un sector cuya actividad en relación a sus implicaciones sociales y medioambientales está poco analizada. Cuando se comenzó a desarrollar el reporting social y medioambiental, el sector financiero solía quedar al margen de los trabajos de investigación: se suponía que no tenía un impacto directo sobre el entorno natural. Sin embargo, la ampliación de los análisis a los aspectos sociales al abordar las tres perspectivas de la RSC, así como la consideración del importante impacto indirecto que este sector tiene a través de sus políticas de inversión-financiación, ha provocado que sea una de las industrias que mayores riesgos pueden sufrir y controlar. (O'Sullivan y O'Dwyer, 2008).

En consecuencia, sus *stakeholders* le han exigido mayor transparencia en sus operaciones, lo cual se ha traducido en un importante incremento en la elaboración y publicación de memorias de RSC o sostenibilidad.

En este sentido, en los últimos tiempos este sector ha comenzado a estar en el punto de mira de los estudiosos y la sociedad, tanto por el amplio alcance de sus actividades como por la importante crisis económica en la que se ha visto envuelto. (KPMG, 2008). Esta ha puesto de manifiesto la deficiencia en la gestión de sus actividades, centradas su en el objetivo clásico de maximización del beneficio a corto plazo sin considerar otros riesgos y aspectos sociales y medioambientales que se han girado en su contra.

Por ello, se han promulgado distintas propuestas o guías de actuación sostenible para el sector financiero a nivel internacional. Entre ellas destacan la iniciativa UNEP-FI para promover la sostenibilidad en el sector financiero, los principios UN-PRI derivados de

la misma junto al Global Compact, o los Principios de Ecuador para una inversión responsable del sector financiero.

Además, la grave crisis financiera internacional desencadenada en los EE.UU. y propagada por el resto del mundo no parece haber tenido la misma importancia y consecuencias en distintas zonas geográficas. En el mundo occidental, además del los inquietantes efectos económicos de la crisis, ha puesto de manifiesto una importante crisis de valores éticos en el desarrollo de los negocios, a pesar de la promulgación de distintas normativas sobre gobernanza y transparencia.

Por todo ello, el presente trabajo realiza un análisis comparativo de la consideración de los aspectos de RSC en la actividad de los principales bancos de distintas regiones, clasificado por sus características culturales y geográficas: mundo islámico, mundo occidental europeo, mundo anglosajón y área del pacífico.

Se pretende analizar si existen diferencias en la consideración de la RSC en el sector financiero en distintas culturas y ámbitos geográficos, así como comparar los posibles efectos de la crisis financiera internacional -tanto en sus efectos económicos como los relacionados con aspectos sociales y medioambientales- en las actuaciones de las entidades analizadas.

La magnitud de la actual crisis económico-financiera sugiere que algunas de las inversiones relacionadas con aspectos de responsabilidad social que no tienen un efecto directo en la cuenta de resultados de las entidades estarán entre las primeras sacrificadas. Esta es una de las cuestiones que pretendemos contrastar.

El análisis de la información a investigar se realizará sobre las memorias de sostenibilidad de las entidades de los ámbitos geográficos comentados que han

registrado las mismas en el GRI para el ejercicio 2009. Así, el medio que utilizaremos para centrar nuestra investigación serán las Memorias de Sostenibilidad según el GRI, dado que constituyen la práctica más estandarizada y fiable para estudiar la RSC.

De esta forma, la muestra queda configurada por 5 entidades financieras de diversos países del mundo islámico, que se analizarán y compararán con cinco entidades bancarias de países seleccionados para cada ámbito geográfico y cultural, con un total de 40 entidades financieras analizadas, tal como muestra el anexo de la muestra.

La crisis económica actual comenzó por el sector financiero norteamericano, extendiéndose después a los demás sectores y por todo el mundo, lo que nos indica la importancia de dicho sector. Gran parte de la causa se originó en la escasa transparencia y ética e inadecuación de las prácticas bancarias. (Hoagland, 2008). Por ello, es de especial interés el estudio de sus prácticas de cumplimiento de memorias de sostenibilidad, orientadas específicamente a solventar el problema de la transparencia. Así mismo, una firma financiera que asuma los compromisos de la transparencia, será exigente con la responsabilidad social, tanto para sí misma, como para las empresas que se interrelacionan con ella, con el resultado neto de que el nivel de sostenibilidad y responsabilidad social general se elevará.

Nuestro trabajo sobre la evaluación de las memorias de sostenibilidad en el sector financiero en el mundo es novedoso porque, a diferencia de los de Jeucken (2001) o Scholtens (2008) incorpora a los ámbitos de estudio el mundo islámico y otros mercados emergentes. Además, dichos trabajos son previos a la crisis financiera mundial desatada a partir de 2007. Esta crisis financiera y ecológica ha alterado desde entonces muchas de las condiciones de estudio, y algunos países de Asia Meridional y el Oriente Medio (Malasia, Turquía, Península Arábiga) han adquirido un mayor peso

específico en la economía mundial, viéndose afectados por la crisis de manera distinta que occidente.

Así mismo, consideramos que las prácticas financieras islámicas responden a unas motivaciones culturales específicas distintas de las occidentales, y la comparación entre ambas aportará una mayor comprensión a sus diferentes respuestas.

En definitiva, los objetivos del trabajo consisten en analizar comparativamente las prácticas socialmente responsables de los principales bancos de la muestra con el fin de:

- Comprobar si el sector financiero ha incorporado la RSC en sus sistemas de gestión.
- Detectar posibles factores determinantes diferenciadores entre los distintos bancos.
- Evaluar el posible impacto de la crisis económica en la aplicación de la RSC en las estrategias de dichas entidades financiera

Este capítulo está estructurado de la siguiente forma: en el Segundo apartado se exponen los principales antecedentes de la literatura sobre este tema; en el Tercero se explican las metodologías utilizadas; en el Cuarto se describen los principales resultados obtenidos; finalmente, el Quinto recoge las conclusiones del estudio.

## **2. Antecedentes**

La investigación en RSC se ha centrado en las últimas décadas fundamentalmente en los aspectos medioambientales. Esto ha hecho que la gran mayoría de trabajos de investigación se hayan centrado en analizar los sectores económicos con mayor impacto en su entorno, como son los eléctrico, químico, petróleo, construcción, entre otro. (Gray *et al.*, 1995; Mathews, 1997; Owen, 2008).

No obstante, la ampliación del ámbito de estudio de la RSC a aspectos sociales como los derechos laborales, derechos humanos, lucha contra la corrupción, etc. ha ampliado el alcance de los estudios. Por ello, la RSC, incluida su perspectiva ambiental, tiene impacto en todos los sectores económicos, y el sector financiero no queda fuera de dicho ámbito (UNEP-FI, 2007).

De acuerdo con Jeucken (2001) y De la Cuesta et al (2006), hasta recientemente eran escasos los bancos que mostraran interés en materias de responsabilidad social más allá de las puramente económicas. Sin embargo la creciente conciencia social que en los últimos años ha calado en la estrategia de los bancos ha puesto de manifiesto un cambio en su enfoque hacia aspectos éticos, medioambientales y sociales en sus actividades. Como consecuencia de ello, se desarrolla una nueva línea de negocio denominada como banca ética o social enfocada a la financiación e inversión en proyectos y actividades que cumplen con un previo filtro ético, así como por la transparencia en sus actuaciones (Harvey, 1995; Thompson y Cowton, 2004; Burgues y Pande, 2005).

Una de las principales debilidades para evaluar el impacto social y medioambiental de las entidades financieras es el carácter de intermediario e indirecto del mismo. Así, parece obvio que el principal impacto social y medioambiental se genera mediante sus actividades de préstamo y financiación de operaciones a otras organizaciones. Los criterios de financiación que establezcan los bancos genera un potencial para dirigir las actividades de otras organizaciones hacia la consideración de aspectos sociales, éticos y medioambientales mediante un adecuado control de su cumplimiento (Scholtens, 2008).

En este sentido, debido a las relaciones sociales que tienen las entidades financieras, De la Cuesta (2006) considera que deben considerar en su gestión distintas características de la RSC como la sostenibilidad, la responsabilidad, la rendición de cuentas, la



transparencia, etc. Además, la función tradicional del sector financiero debe ampliarse hacia la gestión y evaluación de riesgos éticos, sociales y medioambientales.

A nivel internacional, (Jeucken, 2001) estudió una muestra de 34 bancos de 15 países en tres continentes: 24 de Europa, 6 de América del Norte y 4 del área del pacífico (Japón y Australia) para el ejercicio 2000. Concluye que hay importantes diferencias entre regiones, países y bancos. Utilizando una metodología de puntuación sobre ítems de RSC distingue entre distintas categorías de bancos: *heavily defensive*, *slightly defensive*, *preventive*, *offensive and sustainable banks*. Indica que la mayoría de bancos todavía no ven el potencial papel que pueden desarrollar hacia el desarrollo sostenible.

Más recientemente, (Scholtens, 2008) examinó una muestra de 32 bancos de ámbito internacional procedentes de 12 países distintos en el ejercicio 2005, con el fin de realizar un análisis comparativo con el de Jeucken y ofrecer un marco para evaluar la RSC de los bancos internacionales mediante la estimación de una serie de ítems de RSC en sus actividades. Scholtens encuentra diferencias significativas entre los distintos bancos, países y regiones a los que pertenecen. Asimismo concluye que la responsabilidad social de dichos bancos ha mejorado significativamente entre el año 2000 y el 2005.

Centrados ya en un país de mercado emergente como la India, (Hossain y Reaz, 2007) examinan los factores determinantes que influyen sobre la divulgación voluntaria en los informes anuales de 38 bancos hindúes. Los resultados empíricos indican que el tamaño y los *Assets in-place* están significativamente asociados a la divulgación, mientras que la edad de la empresa, el, *Multiple Exchange Listing* (Listado de Intercambio Múltiple), la complejidad de la empresa y la composición (organigrama o estructura) del cuadro directivo (porcentaje de directivos no ejecutivos) no lo está.

Para el mundo europeo, uno de los países elegidos es España. Reverte (2009) examinó los determinantes de la RSC en las compañías españolas que cotizaban en Bolsa, evaluando el impacto de algunas de las variables que se relacionan con la teoría de Legitimación. En la muestra de 46 compañías, los resultados empíricos señalaron que el tamaño, el sector y la presión mediática están significativamente asociados con la RSC, mientras que la rentabilidad y el *leverage* no lo están. El estudio implicó que la Teoría de Legitimación es la más relevante a la hora de explicar las prácticas de RSC de las compañías españolas.

De la Cuesta et al (2006) analizan la performance social de los 4 principales bancos españoles del 2003 mediante la revisión de sus informaciones públicas como los informes sociales o de sostenibilidad y la información incluida en otros medios como bases de datos. Concluyen que en 2003 la información es escasa y solamente 2 bancos presentan información pública sobre RSC. Además al realizar la comparación de la performance social con bancos de otros ámbitos geográficos, los españoles quedan mal parados (solamente uno obtiene un resultado positivo). Sin embargo, sí observan una tendencia en los últimos años a incorporar criterios sociales en sus operaciones, reflejados en la adopción de compromisos internacionales como el Global Compact, los Principios de Ecuador o la guía GRI.

Por otro lado, (Moneva *et al.*, 2007) analizan la información de sostenibilidad del ejercicio 2005 para las cajas de ahorros españolas. El análisis de contenido de los informes de sostenibilidad de 18 cajas de ahorros concluye que existe una alta calidad de los mismos, la cual está directamente vinculada al grado de rendición de cuentas a los *stakeholders*. Dicha calidad está relacionada positivamente con la experiencia en la elaboración de los informes y con la verificación externa e independiente de los

mismos, mientras que no lo está con variables económicas como el tamaño de la entidad (activos), los resultados o la rentabilidad, o el peso monetario de su obra social.

Basándose en la teoría de la legitimidad, Branco y Rodrigues (2008) analizan la información de RSC de 11 bancos portugueses incluida en los informes anuales de 2003 y 2004, en comparación con la ubicada en internet para los años 2004-05. Sus resultados muestran que los bancos con mayor visibilidad tienden a desglosar mayor información. Las variables proxy del tamaño de empresa utilizada son todas ellas significativas para explicar el nivel de información de RSC, especialmente el número de sucursales del banco. Sin embargo basando en la teoría del stakeholders. Liu y Anbumozhi (2008) examinan los factores que afectan el nivel de divulgación de la información medioambiental corporativa de 175 compañías chinas que cotizan en su bolsa, siguiendo las bases de la Teoría de Stakeholders. Los resultados empíricos indicaron que el poder gubernamental (la sensibilidad medioambiental de la industria) está relacionado positivamente con el nivel de divulgación medioambiental, mientras que el poder de los accionistas (porcentaje de las acciones flotantes poseídas por los 10 principales accionistas) y el poder de los acreedores (deuda/activos) no están asociados con el nivel de divulgación.

En el ámbito del mundo islámico han sido más escasos los trabajos sobre la RSC en el sector financiero. En este sentido, (Maali *et al.*, 2006) analizaron la información social de 29 bancos islámicos pertenecientes a 16 países. Tras el desarrollo de un *benchmark* de información social apropiada para los bancos islámicos, comparan la información de las cuentas anuales de dichas entidades utilizando un índice de información. Los resultados muestran un escaso desarrollo de información social y el hecho de que

presentan mayor información social los bancos a los que se les requiere la *Zakah*<sup>12</sup> que los que no lo hacen.

En la misma ámbito pero comparación de un país del área pacífica, Yusoff & Lehman (2005) examinan las diferencias en los factores que influyen la decisión de realizar divulgación sobre aspectos medioambientales en las compañías malayas y australianas. Los factores examinados son: la sensibilidad medioambiental de la industria, el rendimiento financiero de la corporación, y la certificación medioambiental (ISO 14001) –que equivale a si es una compañía acreditada con el ISO 14001 o no. El propósito de este estudio consiste en averiguar si la certificación del ISO 14001 es o no buena señal para el sistema contable cuando afronta aspectos medioambientales. Los resultados, basados en una muestra que incluye los informes anuales corporativos de las 50 principales compañías australianas y malayas que cotizan en sus bolsas respectivas, muestran que –de manera inconsistente con estudios previos- la sensibilidad medioambiental no está relacionada con la divulgación medioambiental tanto en las compañías australianas como malayas, mientras que el rendimiento financiero no está relacionado en el caso de las compañías malayas, pero sí en el de las australianas. En cuanto a la certificación medioambiental (ISO 14000), se evidencia que es significativamente determinante para la divulgación medioambiental tanto en las compañías malayas como australianas. Por otro lado examinar otra variable fundamental sobre la divulgación de la información de RSC y las prácticas de sostenibilidad. (Michelon, 2007) examina la relación entre la reputación de la corporación y la divulgación de la RSC, argumentando que la reputación de la empresa puede ser, bien un factor determinante, bien un resultado de la divulgación. Empleó la

---

<sup>12</sup> *Zakah* o limosna es uno de los cinco pilares de la fe islámica. Se practica con los gastos, ingresos y beneficios especificados en el Corán, para los que la *Zakah* señala como porcentaje de aporte el 2.5% del net beneficio.

participación en el Índice de Sostenibilidad Dow Jones (ISDJ) como indicador de la reputación corporativa, con dicha reputación medida como una variable dummy igual a 1 si la compañía pertenecía al ISDJ e igual a 0 si no era así. Los resultados señalaron que las compañías con una fuerte reputación proporcionaban una cantidad significativamente más alta de RSC a sus grupos de interés.

Todos estos trabajos se han desarrollado para periodos cronológicos previos a la grave crisis financiera acaecida sobretodo en el mundo occidental. Por ello, el análisis de la situación durante o después de la crisis se convierte en un objetivo fundamental del presente trabajo. Con ello podrá completarse la investigación desarrollada en los artículos referenciados.

### **3. Metodología de la investigación**

#### **3.1 Muestra y recopilación de datos**

Puesto que el trabajo pretende analizar la RSC asumida por el sector financiero en distintos ámbitos geográficos y el impacto que la crisis económico-financiera ha podido tener en el desarrollo de prácticas sostenibles en el sector, se han escogido bancos del mundo islámico, de Europa, América del Norte y Asia-Pacífico para cubrir el mayor espectro posible.

La información a analizar es el informe de sostenibilidad de la entidad, por lo que se ha decidido seleccionar aquéllos bancos con informe con formato GRI a efectos de poder realizar una comparativa con mayor sentido. Por ello, seleccionados los principales países de cada área por importancia económica y número de bancos con informe GRI, se han escogido los 5 principales bancos de cada país que cumplían con este requisito. La excepción corresponde al mundo islámico que ha totalizado 5 entidades

pertenecientes a todos los países islámicos con memoria GRI para el año 2009. De esta forma, la muestra de entidades analizadas queda configurada de la manera que muestra la Tabla 1.

**Tabla 1. Las entidades financieras de la muestra**

<b>Mundo islámico</b>		<b>5</b>
<b>Europa</b>		<b>15</b>
	España	5
	UK	5
	Alemania	5
<b>América del Norte</b>		<b>10</b>
	USA	5
	Canadá	5
<b>Asia-Pacífico</b>		<b>10</b>
	Australia	5
	Japón:	5
<b>TOTAL</b>		<b>40</b>

Fuente: Elaboración propia.

La técnica de análisis utilizada para la recopilación de datos es la del análisis de contenido, seguida de la comprobación de datos de las memorias de sostenibilidad de los bancos de la muestra para el ejercicio 2009<sup>13</sup>. Estos datos se han completado con otros de tipo financiero y de gestión, extraídos de las páginas web de las entidades, comprobando la inclusión de los distintos ítems establecidos en la información desglosada en las memorias; se les ha otorgando el valor 1 cuando se cumplen, 0 si no muestran la información y 0,5 si informan sobre el ítem para indicar que no es aplicable a su caso particular (por ejemplo si una entidad no tiene ninguna emisión de CO2 no podrá mostrar las Tm emitidas).

El conjunto de ítems comprobados se muestra en la tabla 1, en la que se incluyen todos los indicadores principales de la GRI (incluidos los del suplemento del sector de servicios financieros), además de algunos adicionales de carácter financiero, dimensión, o gestión. Con todo ello se construye un índice de sostenibilidad que opera como

<sup>13</sup> Esta técnica ha sido utilizada con éxito en diversos trabajos que analizan la información social y medioambiental (Moneva y Llena, 2000; Tilt, 2001).

variable dependiente, al que se le aplicarán los correspondientes test estadísticos. Se seleccionarán también las variables independientes habituales en la literatura de investigación sobre este tema, para comprobar cómo afectan a dicha variable dependiente.

### **3.2 Descripción de las variables independientes**

Los investigadores observan que algunas variables resultan determinantes en la divulgación de RSC y las memorias de sostenibilidad. Con ellas pretenden explicar por qué la divulgación de unas empresas es diferente de la de otras. No hay, sin embargo, un acuerdo claro a la hora de identificar cuáles de las variables estudiadas son verdaderamente determinantes, y el marco teórico no ha sido definido con claridad por el momento.

En este trabajo, las distintas variables consideradas por la literatura se agruparán en tres conjuntos: 1- *Características de la Corporación*, esto es, activos, sucursales, rentabilidad y número de los trabajadores; 2- *Memorias de Sostenibilidad e Informes de RSC*, esto es, número de páginas de la memoria, nivel de aplicación, *check* y experiencia del banco (proxy de número de publicación de memoria de sostenibilidad); 3- *Sistema de Gestión y Certificación y el Índice de Valores*, esto es, ISO14001, EMAS, DJSI y *FTSE4 Good* (Adams, 2000). Fuera de estos grupos se considerarán también las variables *crisis actual* (mediante los proxy de GDP, Paro y Consumo Privado de cada país) e *investigación y desarrollo* (mediante el proxy del número de artículos publicados sobre este tema).

### 3.2.1 Sistemas de Gestión e Instrumentos de Certificación

Estos Sistemas desarrollan un estándar o modelo que, al poder certificarse, ayuda a fomentar la credibilidad y confianza de la empresa frente a sus grupos de interés. Pueden referirse a un aspecto o temática de la RSC o ser más genéricos.

Los principales modelos de gestión y certificación son:

#### *ISO 14001 – Sostenibilidad Ambiental*

**Relación con la RSC:** Todas las normas ISO tienen una estrecha relación con la Responsabilidad Social Empresarial, pues su contenido insta a las entidades que la acogen a cumplir voluntariamente una serie de normativas que permiten garantizar el aspecto ético, la calidad de la información, y el respeto al medioambiente y a las personas, todos ellos objetivos considerados pilares de la RSC (Sunderland (1997)).

La norma ISO 14001 integra los aspectos ambientales con la RSC y permite a la empresa:

- Definir los impactos y aspectos ambientales fundamentales que puede verse obligada a afrontar.
- Diseñar la estrategia, objetivos y metas para mostrar su compromiso responsable en el desempeño ambiental.
- Construir programas de acción ambiental
- Concretar la política ambiental que la empresa seguirá.



- Testificar ante la autoridad competente que obedece la normativa ambiental vigente en el país donde se opera.
- Informar a la comunidad y a los grupos de interés que cumple con sus expectativas de un sano comportamiento ambiental.

### **Índices de valores**

Son indicadores para medir el valor bursátil de las empresas de acuerdo a su desempeño económico, social y medioambiental.

#### ***Dow Jones Sustainability Index***

Este índice bursátil utiliza una metodología basada en la aplicación de criterios – generales para todas las empresas y específicos para determinadas ramas de actividad económica- para valorar las oportunidades y riesgos derivados de las dimensiones económicas, sociales y ambientales de cada empresa. La información a evaluar se obtiene a través de cuestionarios y divulgación adicional de la propia empresa (informes de política empresarial, ambientales, de salud, sociales, financieros y de sostenibilidad). La calidad y objetividad de los informes se asegura a través de auditorías y mediante la verificación de las fuentes de información (con accionistas y en el interior de la misma empresa si es necesario).

El Dow Jones fue el primer índice global que registró los resultados financieros de las empresas líderes en sostenibilidad. Fue establecido en 1999 y actualmente es vigente en catorce países, en los que cubre el 10% de las empresas más importantes (alrededor de 300).ver (Cerin y Dobers, 2001).

### ***Índice FTSE 4 GOOD***

Este índice mide el compromiso/desempeño de las empresas con el desarrollo sostenible. Para ello evalúa su relación con la sostenibilidad ambiental, su relación con los grupos de interés y su respeto a los derechos humanos y laborales [mediante qué medios]. Aquellas empresas que pertenecen a sectores de la economía tales como productoras de tabaco, de armas nucleares, extractivas y procesadoras de uranio quedan automáticamente descalificadas.<sup>14</sup>

Respeto al ambiente, el índice incluye indicadores adicionales, algunos de ellos relacionados con el uso del agua y de la tierra. En cuanto al compromiso de los inversores, las compañías deberán demostrar que disponen de políticas y sistemas que afectan a los empleados y clientes.

### ***Los Principios del Pacto Global de la ONU***

El Pacto Global es una iniciativa de las Naciones Unidas dirigida a las organizaciones de la sociedad civil, especialmente a las empresas, por la que se definen Diez Principios de Conducta en materia de derechos humanos, trabajo, medio ambiente y lucha contra la corrupción (foro económico mundial de Davos en enero de 1999). Su meta es promover la creación de una ciudadanía corporativa global, que permita la conciliación de los intereses y procesos de la actividad empresarial con los valores y demandas de la sociedad civil, así como con proyectos de la ONU, organizaciones internacionales sectoriales, sindicatos y ONG.

---

<sup>14</sup> [www.ftse4good.com](http://www.ftse4good.com), la denominación FTSE proviene del financiero Times y del London stock.

- **Derechos Humanos:** el Pacto Global pretende apoyar y proteger la defensa de los derechos humanos proclamados a nivel internacional; y evitar verse que quienes lo asuman se involucren en abuso alguno de éstos.
- **Normas Laborales:** El Pacto Global insta a respetar la libertad de asociación y el reconocimiento del derecho a la negociación colectiva, a eliminar todas las formas de trabajo forzoso y obligatorio, a abolir el trabajo infantil, y a eliminar la discriminación respecto del empleo y la ocupación.
- **Medio Ambiente:** El Pacto Global apoya la aplicación de un criterio de precaución respecto de los problemas ambientales, y aconseja adoptar iniciativas para promover una mayor responsabilidad ambiental y alentar el desarrollo y la difusión de las tecnologías inocuas para el medioambiente.
- **Corrupción:** El Pacto Global insiste en la renuncia de las empresas a toda cooperación o instigación de actos de corrupción.

Estos principios se basan en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, los principios de la OIT y la Declaración de Río de Janeiro sobre Medio Ambiente y Desarrollo.

### ***Código de conducta***

Los Códigos de Conducta nacidos a finales del pasado siglo, según cita Jiménez<sup>15</sup>, eran elaborados individualmente por las empresas. Ello se debió, en parte, a que la mayoría de las empresas prefería hacer caso omiso de las normas establecidas por los

---

<sup>15</sup> Jiménez Fernández, Juan Carlos. *La Responsabilidad social de las empresas (RSE). Cómo entenderla, cómo afrontarla. Una perspectiva sindical*. Altaban Ediciones. Primera Edición. Albacete España, 2007.

organismos internacionales, optando por crear normativas propias que se aplicaban indistintamente en cualquier país donde éstas se establecieran.

La mayoría de los códigos originales habrían nacido como respuesta a la divulgación sobre las condiciones de trabajo en las empresas proveedoras o subcontratadas por las grandes empresas textiles norteamericanas.

### ***The Equator Principle***

El “Equator Principle” es un código de conducta apoyado por la Unión Internacional de Finanzas, aceptado por 40 “e-banks”. Las Instituciones Financieras adoptaron los EPFI (*Equator’s Principles for Financial Institutions*) para asegurar que los proyectos que financian sean desarrollados de manera socialmente responsable y reflejen prácticas de gestión medioambiental sensatas. Para ello consideran las implicaciones sociales y medioambientales de todas sus inversiones en proyectos financiados con capital intensivo y a gran escala, con el fin de evitar los que afectan a ecosistemas y comunidades y, si el impacto es inevitable, reducirlo, mitigarlo o compensarlo adecuadamente. Como conclusión evidente, Las Instituciones Financieras bajo este acuerdo no deberían proporcionar préstamos cuando los prestatarios no quieren o no son capaces de cumplir con las políticas y procedimientos sociales y medioambientales establecidos por los Equator’s Principles (Esty *et al.*, 2005).

La participación en este acuerdo confiere gran reputación a los firmantes y a los proyectos que avalan. No es extraño que siete de las diez más importantes entidades de préstamo hayan aceptado el código para aumentar su reputación dentro de los ámbitos institucionales.

### *Social Responsible Investing (SRI)*

El *Social Responsible Investing* es una herramienta de amplia aceptación [en qué consiste] que se refiere a las diferentes situaciones analizadas en el momento de realizar inversiones importantes, en las que se consideran no sólo los aspectos financieros, sino también sociales y ambientales (Murray *et al.*, 2006).

El SRI contribuye a que la inversión se use como una herramienta para mejorar las prácticas comerciales y el desarrollo comunitario. Aunque esta herramienta no es apropiada para todas las situaciones, puede ser un medio efectivo para la promoción de la responsabilidad social de las empresas con dinero para invertir u oportunidad para influir en los inversionistas.

#### **4. Resultados**

El análisis exploratorio previo de las entidades adheridas a la GRI muestra que en Europa el país con mayor representatividad de entidades financieras con memoria de RSC en el GRI es España (33 entidades<sup>16</sup>), seguida de Alemania (13), Holanda (12) y Suecia (11). También a nivel global, para el 2009 España tenía registradas 169 organizaciones mientras que Alemania tenía 63 y Suecia 83. Ver tabla 2.

---

<sup>16</sup> De las 33 entidades españolas, 22 corresponden a Cajas de ahorro y cooperativas de crédito, cuya asociación (CECA) promovió la presentación de memorias de sostenibilidad GRI a partir de 2006, al formar parte del grupo de trabajo dedicado a la revisión de su suplemento financiero.

**Tabla 2. Nº de Entidades financieras con Memoria RSC en el GRI para el ejercicio 2009 por país**

<b>Países Europeos</b>	<b>No de entidades Financieras</b>
España	33
Alemania	13
Holanda	12
Suecia	11
UK	8
Austria	7
Hungría	7
Portugal	7
Italia	6
<b>Países del Mundo Islámico</b>	<b>No de entidades Financieras</b>
Turquía	2
Malaysia	1
Emiratos Árabes Unidos	1
Arabia Saudita	1
<b>Resto del Mundo ( América)</b>	<b>No de entidades Financieras</b>
Brasil	17
Canadá	15
U.S	9
<b>Asia Pacifica</b>	<b>No de entidades Financieras</b>
Japón	12
Australia	8
China	8
India	1
<b>Otros</b>	<b>No de entidades Financieras</b>
Sudáfrica	10
Rusia	1

**Fuente:** GRI 2009.

Un primer resultado del análisis inicial de la población y muestra nos indica que el mundo islámico tiene una escasa presencia en este tipo de información de sostenibilidad. Por el contrario, llama la atención que España sea junto con USA el país

con mayor número de organizaciones que ofrecen la información de sostenibilidad en el formato de la guía de la GRI. Y si nos referimos exclusivamente al sector de servicios financieros, España es el país con más entidades registradas en la GRI.

También se observa que, atendiendo a las categorías de informe de sostenibilidad propuestas por la GRI, en España y Australia suelen elaborarse informes recompensados con la calificación superior (A, A+), mientras que en los demás países no es predominante dicha categoría, sino que incluso predominan las calificaciones inferiores B o C (ver anexo 1).

Una de las primeras evidencias que surgen al realizar este análisis comparativo es la influencia de la cultura en la elaboración de las memorias de sostenibilidad. Concretamente, en el mundo islámico los preceptos de la Ley Coránica refuerzan el desempeño social, con escasa importancia para el medioambiental, mientras que en la región anglosajona se subraya más la importancia del desempeño medioambiental. Esto sugiere la importancia de esta variable en las prácticas de sostenibilidad. En el primer caso por razón de los preceptos religiosos (Salama, 2009), y en el segundo por la presente actitud occidental hacia el ecologismo (Aerts *et al.*; 2008).

Un detalle a tener en cuenta es que la percepción que cada banco tiene de la sostenibilidad es distinta dependiendo de las condiciones locales, ya que puede limitarse a utilizarla como simple propaganda o marketing en aras de conseguir una mejor reputación, o a ser el producto de un verdadero compromiso ético.

Otro detalle de interés consiste en que la pertenencia de las empresas a países emergentes podría afectar a las prácticas de transparencia, y esto por distintos motivos: carencia de medios tecnológicos y literatura al día, escasa presión por parte de la

opinión pública –sometida al estado o carente de educación en aspectos relevantes de la sostenibilidad-, legislaciones anticuadas e intervención económica extranjera [cita].

**Tabla 3. Promedio de indicadores por países**

PAIS	IFS	IEC	IEN	ISOC	ILA	IHR	ISO	IPR	IRSC	ISM
ESPAÑA	0,77	0,87	0,68	0,88	0,97	0,82	0,90	0,82	0,80	0,77
ALEMANIA	0,34	0,39	0,39	0,57	0,66	0,63	0,56	0,40	0,46	0,74
USA	0,26	0,51	0,39	0,29	0,36	0,28	0,29	0,20	0,34	0,54
CANADA	0,41	0,46	0,39	0,42	0,47	0,28	0,49	0,40	0,41	0,63
UK	0,38	0,31	0,32	0,30	0,44	0,27	0,28	0,17	0,33	0,68
AUSTRALIA	0,79	0,63	0,63	0,74	0,81	0,62	0,76	0,72	0,70	0,74
JAPÓN	0,12	0,39	0,47	0,37	0,34	0,38	0,34	0,45	0,35	0,51
M.ISLAM.	0,21	0,54	0,42	0,45	0,54	0,40	0,46	0,35	0,40	0,32
PROMED	0,44	0,54	0,48	0,51	0,58	0,44	0,52	0,46	0,49	0,62

IFS: índice servicios financieros

IEC: índice económico

IEN: índice medioambiental

ISOC: índice social

IRSC: índice de RSC

ILA: índice laboral

IHR: índice recursos humanos

ISO: índice sociedad

IPR: índice productos

ISM: índice de sistemas de gestión

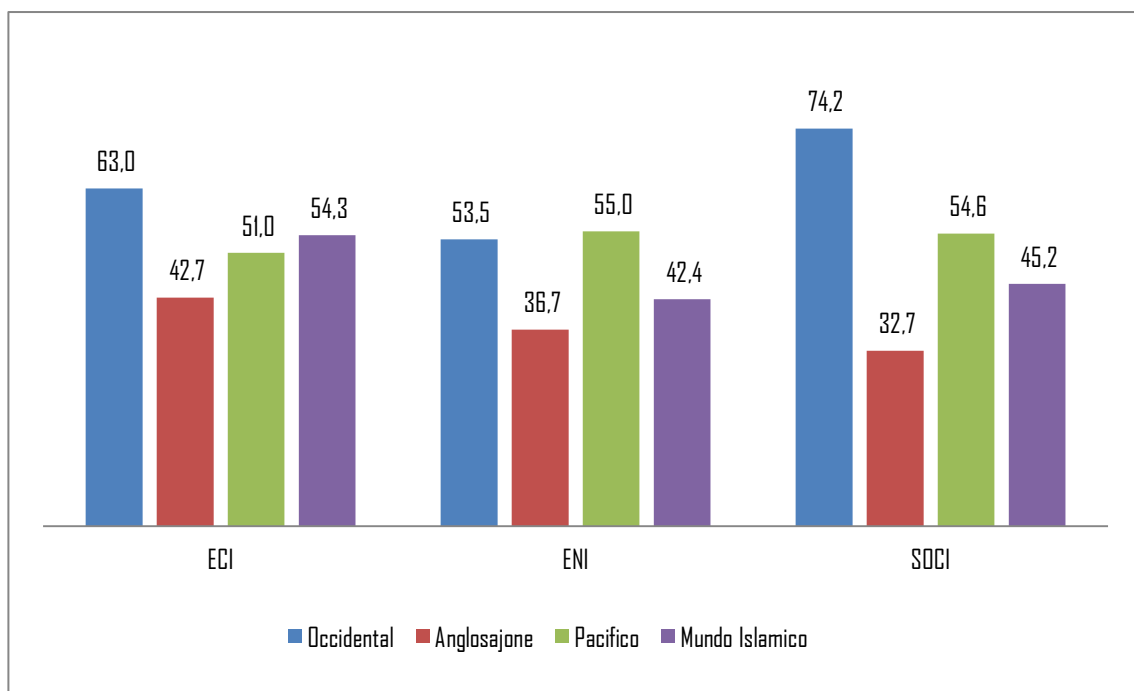
La tabla 3 muestra los datos preliminares obtenidos para cada país. Cada índice se ha obtenido como promedio del valor otorgado a los indicadores principales de cada área de la guía GRI (Ej. IFS: Promedio de puntuaciones de los 16 indicadores del suplemento de servicios financieros para cada país). Como se observa en la tabla hay dos países que destacan por sus puntuaciones elevadas: España y Australia. Las entidades financieras del resto de países muestran un comportamiento promedio parecido, aunque destacan negativamente las de UK y USA por ser las que menores índices muestran en diversas categorías de la RSC.

Si pasamos a comparar los resultados por bloques de países, vemos en el **Figura 1** que el mundo occidental encabeza la clasificación cuando se consideran los índices económico y social. Sin embargo, son los países del Pacífico los que presentan el promedio de índice medioambiental más alto. Observamos además que el promedio de índice social en el mundo islámico supera al registrado en los países anglosajones.



Estos, a su vez, presentan un índice económico más alto que el obtenido para los países del Pacífico. Estas observaciones pueden atribuirse a la cultura específica de cada región (Tsakumis, 2007; Orij, 2010), y coincide con estudios anteriores que indican que la cultura del mundo islámico sufre una mayor presión hacia las prácticas de aspecto social que a las de aspecto medioambiental (Khasharmeh, y Suwaidan, 2010).

**Figura 1. Promedio de los índices por región**



**Fuente:** *Elaboración propia.*

Tabla 4. Datos financieros (promedio)

PAÍS	Activos	ROE	Tier 1	Nº empl oficinas	% Var PIB 2009	% Var Consum0 2009	% Var Unemploy 09	
ESPAÑA		12,71	9,02	64.255	5.025	-3,64	-4,23	6,67
ALEMANIA		13,32	10,08	31.238	3.020	-4,72	-0,23	0,21
USA		13,88	10,59	58.972	1.475	-2,63	-1,12	3,47
CANADA		12,76	10,97	129.740	4.294	-2,46	0,53	2,13
UK		17,48	10,73	124.587	3.190	-4,92	-3,14	2,43
AUSTRALIA		12,68	9,22	27.179	722	-1,29	0,10	1,34
JAPÓN		10,13	9,55	14.408	226	-5,23	-0,97	1,04
M.ISLAM.		20,30	12,88	12.828	600	-2,24	-1,27	0,41_3,06

Tabla. 5. Características cualitativas (promedio)

PAÍS	SDGI	Level	Supl SF (nº)	chckd	Reporting experience	UN GC	UNEP-FI	Equator-Principles	Indices bolsa sost
ESPAÑA	58,20	A+	5	5	7,00	5	2	2	4
ALEMANIA	44,60	A und	3	3	4,20	5	5	3	2
USA	28,70	< B	2	1	4,00	1	3	2	4
CANADA	34,60	< C	3	1	4,20	2	4	3	4
UK	27,90	< B	4	2	3,80	3	5	4	3
AUSTRALIA	55,00	A+	5	5	6,40	4	4	3	2
JAPÓN	28,60	Und	0	0	3,40	4	3	3	4
M.ISLAM.	30,00	B - C	3	5	1,40	2	1	0	0

En la tabla 5 podemos observar la valoración de una serie de características cualitativas de los países que componen la muestra. Los dos países con mayores índices –España y Australia- son nuevamente los que mayor nivel de calidad tienen en sus memorias, y todas sus entidades ofrecen el suplemento financiero de la memoria de sostenibilidad. También es reseñable que el comportamiento sostenible medido por el índice de sostenibilidad creado parezca tener cierta relación con la adhesión a los principios del Global Compact de Naciones Unidas y con el hecho de que sus memorias sean revisadas por terceros. Sin embargo, no parece correlacionarse con otras iniciativas voluntarias como son la UNEP-FI o los Principios *Equator*.

Para corroborar estos hechos se ha planteado un análisis tipo *cluster*, seguido de un escalamiento multidimensional (MDS), para mostrar resultados contrastados estadísticamente. Para ello seleccionamos como variables de todas las empresas las siguientes:

SMI: *Sustainable Management Index*

FSI: *Financial Services Index*

ECI: *Economic Index*

ENI: *Enviromental Index*

SOCI: *Social Index*

SDGI: *Sustainable Development Global Index*

Donde cada índice es la suma del valor dado a los indicadores para cada categoría de información de cada banco.

De esta forma cada uno se ha calculado de la siguiente forma:

SMI: suma global de las variables dicotómicas (0 – 1) correspondientes a actuaciones relacionadas con la gestión sostenible, como son

- Departamento RSC,
- Pacto Mundial de UN
- UNEP-FI
- Principios de Ecuador
- Carbon Disclosure Project
- EMAS
- ISO 14001
- ISR (Inversión Socialmente Responsable)
- Microcréditos
- Código de conducta
- DJSI
- FTSE4Good
- Memoria revisada externamente

FSI: Suma global de las variables dicotómicas correspondientes a los indicadores GRI del suplemento de sector de servicios financieros.

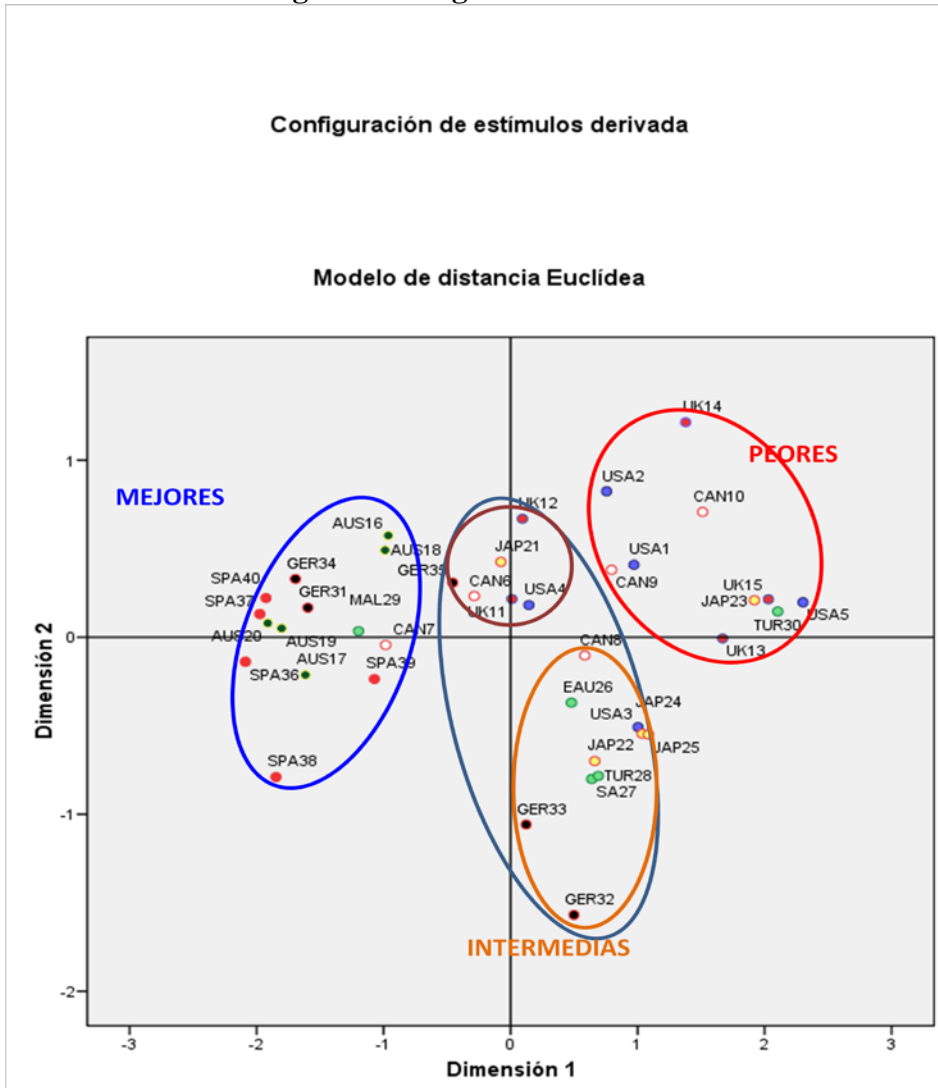
ECI: Suma global de las variables dicotómicas correspondientes a los indicadores GRI económicos.

ENI: Suma global de las variables dicotómicas correspondientes a los indicadores GRI medioambientales.

SOCI: Suma global de las variables dicotómicas correspondientes a los indicadores GRI sociales.

SDGI: Suma global de todas las variables, es decir, de los cuatro índices anteriores.

**Figura: Configuración de estímulos derivada**



Como resultado se observan tres grupos diferenciados de bancos:

1) El que presenta los mejores resultados, que comprende las 14 entidades bancarias que tienen un buen comportamiento del SDGI (todos los bancos españoles y australianos, 2 alemanes, más un islámico de Malasia y un canadiense). En este grupo, destaca el hecho de que todos los bancos australianos, los españoles y la islámica tienen un nivel de aplicación en la memoria GRI de A+. La aparición del banco malayo en este conjunto parece discordante con la conducta de los demás países islámicos; aunque las amplias

relaciones económicas de Malasia con Australia, la mayor similitud en los sistemas de presión externa –por razones de contaminación cultural- y la proximidad geográfica entre ambos países podrían explicar en parte estos resultados (Haniffa y Cooke, 2005; Teoh y Thong, 1984; Thompson y Zakaria, 2004).

2) El grupo con un comportamiento intermedio lo componen 16 bancos (4 japoneses, tres alemanes, 3 islámicos, 2 canadienses, 2 estadounidenses y 2 ingleses), aunque en el *cluster* intermedio se puede apreciar dos subgrupos correspondientes a compañías de origen asiático (Mundo Islámico y Japón), y otro subgrupo compuesto por bancos del ámbito anglosajón.

3) El grupo con el peor comportamiento se compone de 10 bancos con un bajo nivel del SDGI (3 de Estados Unidos, 3 de Inglaterra y 2 canadienses).

Se utilizó después la prueba estadística no paramétrica de Kruskal-Wallis, cuyo objetivo era contrastar si había diferencias significativas entre los distintos países en el comportamiento de las distintas áreas del desempeño de la RSC, y así profundizar en el estudio. El análisis se apoyó en la puntuación de los distintos índices que califican el desempeño de cada banco en un área específica. Los resultados que se muestran en la tabla 6 indican diferencias significativas entre las entidades de los distintos países, con un grado de confianza del 95%. En este sentido, un análisis adicional utilizando la prueba *U de Mann-Whitny* confirmó las diferencias y las similitudes que nos ofrecía el análisis *cluster* y el análisis MDS (ver la tabla anexa).

**Tabla 6. Estadística de contraste (a,b)**

	<b>SMI</b>	<b>FSI</b>	<b>ECI</b>	<b>ENI</b>	<b>SOCI</b>	<b>RSCI</b>	<b>SDGI</b>
Chi-cuadrado	20,304	18,463	19,910	18,254	28,162	24,442	24,676
Gl	7	7	7	7	7	7	7
Sig. asintót.	0,005	0,010	0,006	0,011	0,000	0,001	0,001

a Prueba de Kruskal-Wallis

b Variable de agrupación: COUNT

Si comparamos los bancos de países del ámbito anglosajón entre sí (UK, USA, CAN) sin tener en cuenta a Australia, se obtiene como resultado que no aparecen diferencias significativas según la prueba de Kruskal-Wallis ( $p > 0,05$ ). Se obtienen resultados similares si comparamos el mundo islámico con Japón o si comparamos las entidades financieras de todos los países excepto de Australia y de España. Este análisis confirma la agrupación *cluster* y reduce el número inicial de grupos de tres a dos, detallados en cuanto al comportamiento y gestión de la sostenibilidad: **-Grupo 1**, con Australia, España, 1 banco de Malasia 1 y 2 de Alemania 2; y **Grupo 2**, el resto de los bancos.

### **Impacto de la Crisis**

De la revisión directa de las memorias se desprende que existe una mayor preocupación por la crisis económica en el ámbito occidental que en los países islámicos y emergentes. Es preciso contrastar esta conclusión intuitiva con datos objetivos actualmente en proceso de recopilación. En este sentido, la matriz de correlaciones entre el índice de desarrollo sostenible global (SDGI) y las distintas variables indicativas del nivel de crisis en el país (proxy de variación del PIB, del Consumo privado o del nº de desempleados en el año 2009), muestra que solamente la variación del PIB (GDP) tiene una relación significativa (al nivel 0,05) aunque débil (ver anexo).

### Corroboración final de resultados

Para profundizar los análisis anteriores se procederá a corroborar sus resultados y examinar los efectos de las variables explicativas de la tabla 7 sobre el nivel de aplicación del cumplimiento de las memorias de sostenibilidad de la muestra. También se procederá a confirmar el efecto de la crisis económica en las prácticas de RSC, comprobándolo mediante la evaluación del nivel del cumplimiento de las memorias de sostenibilidad. El método empleado en ambos para realizar dicha corroboración será la regresión lineal multivariante.

**Tabla 7. Variables independientes.**

<b>Variables explicativas</b>	<b>Forma de Medición</b>
Nivel de Calificación de la memoria basado en el GRI (NAP)	Escala [1-8] del nivel alto a nivel bajo
Sector suplemento financiero y aplicación (SFS)	Si tiene y se aplica "1", si no "0"
Extensión de la memoria (NPG)	Número de páginas en la memoria
Experiencia del banco por publicación de las memorias sostenibilidad. (EXP)	Número de los años
El tamaño de los bancos (TNB)	Total activo, numero de los trabajadores y sucursales
Rentabilidad (RNE)	ROE
Nivel de solvencia del banco (TRI)	Tier 1
Checked( CHE)	Si tiene "1", si no "0"
UN GC: <i>United National Global Compact</i>	Si tiene "1", si no "0"
UNEP FI: <i>United National Environmental Programme Finance Initiative.</i>	Si tiene "1", si no "0"
<i>Equator</i> Principal (EQR)	Si tiene "1", si no "0"
Carbón disclosure: A Project (CDP)	Si tiene "1", si no "0"
<i>Eco- Management and Audit Scheme</i> (EMAS)	Si tiene "1", si no "0"
<i>Certified environmental management system: (ISO14001)</i>	Si tiene "1", si no "0"
<i>Social Investing responsable</i> (SRI)	Si tiene "1", si no "0"
Code of conduct ( ethical code)(COC)	Si tiene "1", si no "0"
Dow Jones sustainability index(DJSI)	Si tiene "1", si no "0"
FTSE4 GOOD(FTG)	Si tiene "1", si no "0"
País (PAI)	Utilizamos variable dummies para identificar cada país
Región(REG)	Utilizamos variable dummies para identificar cada región
La crisis (CRI)	GDP, con sumo privado y la tasa del paro
Desarrollo de Investigación	Número de los artículos de publicación

**Fuente:** elaboración propia.

Se verifica finalmente la existencia de relación entre el conjunto de las variables independientes en la tabla 7 y el nivel de cumplimiento, mediante una regresión multivariante. De esa manera, la calidad de las memorias de los bancos analizados queda explicada como un reflejo del nivel de las prácticas de sostenibilidad a partir de los factores identificados en la tabla.

Utilizamos como punto de partida el siguiente modelo:

$$Y = \beta_0 + \beta_1 \text{NAPL} + \beta_2 \text{SFS} + \beta_3 \text{NPAG} + \beta_4 \text{EXP} + \beta_5 \text{TNB} + \beta_6 \text{RN} + \beta_7 \text{TR} + \beta_8 \text{CHEC} + \beta_9 \text{UNGC} + \beta_{10} \text{UNEPFI} + \beta_{11} \text{EQ} + \beta_{12} \text{CDP} + \beta_{13} \text{EMAS} + \beta_{14} \text{ISO 14001} + \beta_{15} \text{SRI} + \beta_{16} \text{COC} + \beta_{17} \text{DJSI} + \beta_{18} \text{FTG} + \beta_{19} \text{PAI} + \beta_{20} \text{REG} + \varepsilon$$

Donde:

**Y:** es el Índice de Cumplimiento de las memorias de sostenibilidad, utilizando las recomendaciones del GRI (versión G3) para cada una de las empresas de la muestra. Este índice mide también el cumplimiento específico de los aspectos relacionados con las dimensiones económica, medioambiental y social.

Constante del modelo de regresión.

, ..... : Coeficientes de regresión parcial de cada variable independiente

**NAP:** Nivel de Aplicación de la memoria basado en la GRI o de la banco mismo

**SFS:** Sector Suplemento Financiero y aplicación.

**NPG:** Extensión de la Memoria

**EXP:** Número de Informe (la experiencia en años) de Sostenibilidad.

**TNB:** El Tamaño (Total activos, numero de los trabajadores y Sucursales)

**RNE:** EL Rentabilidad (ROE)

**TRI:** Nivel de solvencia del banco

**CHE:** Checked

**UNGC:** *United National Global Compact*

**UNEP FI:** *United National Environmental Programme Finance Initiative.*

**EQR:** *Equator Principles*

**CDP:** *Carbon Disclosure Project*

**EMAS:** *Eco-Management and Audit Scheme*

**ISO 14001:** *Certified Environmental Management System*

**SRI:** Social-Responsible Investment

**COC:** Code of Conduct

**DJSI:** Dow Jones sustainability index

**FTG:** FTSE4 GOOD

**PAI:** País

**REG:** Región

**ε:** término de error del modelo.



A partir de esta ecuación inicial se aplicarán los métodos de etapas sucesivas y eliminación por etapas para obtener un grupo de modelos que expliquen el comportamiento de la variable dependiente. La validez de los distintos modelos alternativos es valorada a partir de una serie de pruebas estadísticas, en concreto el estadístico F -que revela el grado de explicación de la varianza de la variable dependiente-, el valor del  $R^2$  ajustado, el estadístico de White -que valora el supuesto de homocedasticidad en los residuos-, los estadísticos z -que indican el nivel de asimetría y *curtosis* de la distribución de los errores (cumplimiento del supuesto de normalidad)-, la prueba de tolerancia -que cuantifica el nivel de colinealidad de las variables independientes-, la prueba RESET de Ramsey -que indican la correcta especificación de los modelos-, y los criterios de Akaike y Schwarz -que brindan información para comparar el ajuste de los diferentes modelos alternativos.

En el proceso de determinación del mejor modelo para cada índice hemos prestado atención al cumplimiento de los supuestos de homocedasticidad, de normalidad y, en especial, a la ausencia de colinealidad entre las variables independientes. En este sentido, las variables de los modelos escogidos tienen valores de tolerancia superiores a 0,33. El siguiente paso consiste en elegir el modelo más explicativo según el  $R^2$  ajustado y los criterios de Akaike y Schwarz, pero cuidando de que a la vez muestre una mayor fiabilidad en cuanto al grado de efecto y significación estadística de las variables incluidas.

## 4.1 El análisis Emperica de la regresión

Tabla 8. Modelos seleccionados para cada una de las variables dependientes.

Variables independientes	Desempeño económico	Desempeño ambientales	Desempeño sociales	Desempeño general
Constante	***	***	***	***
NAP (1)	*	**	**	***
SFS (2)	-	*	-	-
NPG (3)	-	-	-	-
EXP (4)	-	-	*	***
TNB (5)	-	***	-	-
RNE (6)	*	-	-	-
TRI (7)	-	-	-	-
CHE (8)	-	-	***	A
UNGC (9)	**	-	-	-
UNEP FI (10)	-	*	-	-
EQR (11)	-	***	***	-
CDP (12)	-	-	-	-
EMAS (13)	**	-	-	-
ISO 14001 (14)	-	-	-	-
SRI (15)	-	-	-	-
COC (16)	-	-	***	***
DJSI (17)	-	-	-	-
FTG (18)	-	-	***	**
PAI (19)	***	**	***	***
REG (20)	-	-	-	-
<i>Adjusted</i>	0,60	0,44	0,84	0,79
F-estadístico	10,85	6,21	23,13	21,42
p.value	0,00	0,00	0,00	0,00
Criterio de Akaike	-0,77	-1,22	-1,61	-1,75
Criterio de Schwarz	-0,48	-0,92	-1,19	-1,41
Test White (F-estadístico)	0,42	1,51	1,37	0,60
p.value	0,90	0,19	0,24	0,78
Ramsey test (F-estadístico)	0,74	1,35	1,78	0,96
p.value	0,48	0,27	0,19	0,39

**Fuente:** Elaboración propia. Significación estadística p-valor: \*\*\*(0.01) ; \*\*(0.05) ; \*(0.10). A: presente en el modelo, pero no estadísticamente significativa.

A continuación procedo a exponer y comentar los modelos explicativos de los índices de cumplimiento que hemos obtenido.

**Tabla 9. Modelo explicativo del Índice (IGRI)**

<u>Variables</u>	<u>Coefficiente</u>	<u>Estadístico t</u>	<u>P-valor (t)</u>
<u>independientes</u>			
NAP	-0,037	-4.382	0,000***
País (6)	-0,198	-4.287	0.000***
País (7)	-0,142	-2,902	0.006***
Código de conducta ()	0,142	2,921	0.006***
EXPERIENCE	0,029	3,490	0.001***
FTSE4GOOD	-0,094	-2,308	0,027 **
CHECKED	0,055	1,350	0,186

**Tabla 9. Modelo explicativo del índice de Económico(IEC)**

<u>Variables</u>	<u>Coefficiente</u>	<u>Estadístico t</u>	<u>P-valor (t)</u>
<u>independientes</u>			
NAP	-0,024	-1,997	0,054*
País (6)	-0,271	-3,595	0,001***
País (5)	0,289	3,236	0,002***
ROE	0,008	1,925	0,062
EMAS	0,192	2,596	0,014**
UNGC	-0,120	-2,118	0,041**

**Tabla 9. Modelo explicativo del índice de Medioambiental (IEN)**

<u>Variables</u>	<u>Coefficiente</u>	<u>Estadístico t</u>	<u>P-valor (t)</u>
<u>independientes</u>			
NAP	-0,023	-2,354	0,024**
País (6)	-0,153	-2,433	0,020**
BRANCHES	-1.75E-05	-3.210	0,003***
EQUATOR	0,180	3,118	0,003***
UNEPFI	-0,111	-1,933	0,061
SFS	0,096	1,810	0,079

**Tabla 9. Modelo explicativo del índice de social (ISOC)**

<u>Variables</u>	<u>Coefficiente</u>	<u>Estadístico t</u>	<u>P-valor (t)</u>
<u>independientes</u>			
NAP	-0,024	-2,620	0,013**
País (6)	-0,283	5,628	0.000***
País (7)	-0,167	-3,161	0.003***
Código de conducta ()	0,204	4.000	0,000***
País (5)	0,182	3,020	0,005***
FTSE4GOOD	-0,177	-3,873	0.000***
EQUATOR	0,103	2,997	0.005***
CHECKED	0,154	3,570	0.001***
EXPERIENCE	0,018	1,960	0,059*

**Fuente:** Elaboración Propis. Significación estadística p-valor: \*\*\*(0.01); \*\*(0.05); \*(0.10).

Como se muestra en la Tabla 9, el efecto del nivel de aplicación (**NAP**) en el cumplimiento de los índices general (**IGRI**), económico, medioambiental y social es estadísticamente significativo y tiene un efecto positivo<sup>17</sup>. Esto se debería a la insistencia de la Guía del GRI en exigir criterios concretos sobre el número de los indicadores para la elaboración de las memorias de sostenibilidad. La satisfacción de esos criterios del GRI (G3) es imprescindible para quien desee obtener una calificación alta. Los bancos, lógicamente, aspiran a la clasificación A+ para lograr mejor reputación e imagen ante sus grupos de interés. Estos resultados están de acuerdo con el trabajo de (Moneva *et al.* 2007), y confirman el análisis estadístico descriptivo.

El número de memorias de sostenibilidad publicadas hasta el momento por el banco puede considerarse como una medida de su experiencia en dicha tarea, y es una variable importante por dos motivos: además de representar el aprendizaje y hábitos de experiencia adquiridos en la elaboración de memorias de sostenibilidad, señala una apreciación por parte del banco de los beneficios de esta práctica. Así, la RSC sería vista como una fuente de beneficios a largo plazo en la que conviene invertir. La experiencia de los bancos en prácticas de RSC y memorias de sostenibilidad tienen una relación positiva con los índices general y social, aunque resulta menos significativa en las categorías económica y medioambiental, posiblemente porque a los bancos les conviene más satisfacer a los grupos de interés de tipo social, resultados que son acordes con el trabajo de (Moneva *et al.*, 2007).

Los resultados de la tabla 9 indican que la variable explicativa *código de conducta ética* está relacionada de manera positiva con el nivel del cumplimiento de las memorias de sostenibilidad (IGRI) y el índice de la categoría social. El recurso a un código ético por

---

<sup>17</sup> En la tabla se adjudica el número 1 a la clasificación A+, la más alta, y hasta 8 en orden descendente, razón por la cual resulta un coeficiente negativo.

parte de una empresa está directamente relacionado con sus aspiraciones de sostenibilidad, ya que impulsa una mayor transparencia y honestidad, y provoca además una fuerte reacción positiva entre sus grupos de interés (Morsing and Schultz, 2006) al señalar un decidido compromiso con la dimensión social (Bradley y Caldwell 1999).

El *país* se revela como una variable fundamental, tal y como ya se indicó en la literatura previa sobre RSC por autores como (Wanderley *et al.* 2008; Buhr & Freedman, 2001), y es estadísticamente significativa con todos los índices del cumplimiento de las dimensiones analizadas en las memorias sostenibilidad. RU (nº 6) y USA (nº 7) afectan negativamente al nivel del cumplimiento de los bancos de la muestra: el índice de cumplimiento de las memorias (IGRI) y el índice social de sus bancos son inferiores a los de los demás bancos de la muestra. Estos resultados se confirmaron mediante el análisis descriptivo por el promedio de las índices de las categorías, que también los señalaban como los más bajos. En este caso, nuestro análisis indica que su efecto sigue siendo muy importante aún cuando incorporamos en el análisis un número de otras variables explicativas. Hay que añadir, sin embargo, que el índice del cumplimiento económico y medioambiental de los bancos del RU es inferior al resto de los bancos, mientras que para los de Estados Unidos las categorías de medioambiente y económica no era significativamente negativas, posiblemente porque en EEUU se publica más sobre el medioambiente que en Europa (Aerts, *et al.*, 2008).

Estados Unidos y Gran Bretaña presentan un gran desarrollo en la RSC, el SRI y la sostenibilidad, siendo los primeros que investigaron estos temas debido a la fuerte presión externa asociada a sus tradiciones culturales. Sin embargo, la existencia de presión externa no implica que la respuesta de los bancos sea acorde a la misma, lo que parece ser el caso, seguramente también por motivos culturales que en la coyuntura actual apuntan al capitalismo y a la tradición liberal de ambos, que magnifica la

importancia de la obtención de beneficios materiales. Otros países como España (nº 5), por el contrario, obtienen unos resultados en la tabla 9 que indican que sus bancos son los que mayor cumplimiento presentan en las categorías social y económica, resultados confirmados mediante el análisis descriptivo del promedio de los categorías entre los países de la muestra. De hecho, en Europa, el país con mayor representatividad de entidades financieras con memorias de RSC en el GRI es España, que comparte con Australia la clasificación de A y A+ para la elaboración de dichos informes. La rápida y eficiente respuesta de los bancos españoles a la presión externa podría deberse también a factores culturales, como la herencia –por el momento- de sistemas éticos de valores en los que los beneficios materiales no son tan importantes como para el neocapitalismo más agresivo (Clasificación del GRI, año 2006).

Como se indicó anteriormente, no hay acuerdo sobre los factores que afectan el nivel de la RSC y la sostenibilidad. Así mismo, ninguna de las principales teorías puede explicar completamente cómo afectan las variables explicativas sobre el nivel de divulgación de la RSC y la sostenibilidad. Por esa razón este trabajo recurre a explicar los resultados de la tabla 9 mediante la variable explicativa FTSE4GOOD, que aparece como significativamente negativa sobre el nivel del cumplimiento de los índices INGRI y social. Es decir, cuando un banco aparece cotizando en el FTSE4GOOD eso implica para sus grupos de interés que de por sí ya tiene buena imagen y reputación, algo que naturalmente se asocia a una mejor percepción de su legitimidad (Nguyen y Leblanc, 2001). Este fenómeno lleva a pensar que aquellos bancos que disfrutaban de una legitimidad obtenida por dicha cotización no precisan recurrir a las mejoras de imagen y reputación procedentes de la publicación de memorias de sostenibilidad.

Para certificar la dimensión medioambiental se examinaron algunas variables explicativas como EMAS y EQUATOR. La Tabla 9 indica que son significativamente

positivas sobre el cumplimiento de los índices medioambiental y económico, de acuerdo con estudios anteriores como los de Yusoff y Lehman (2005). El sector financiero no tiene un impacto negativo sobre el medioambiente, a diferencia de sectores como el petroquímico, por lo que si recibe esta certificación es porque muestra un especial interés sobre la RSC y el medioambiente.

Cuando una memoria de sostenibilidad recibe la denominación de *checked* o validada por el GRI, se asume que es fiable y cumple todos los requisitos, a diferencia de las que no la reciben. En la tabla 9 esta variable es significativamente positiva con el cumplimiento del índice Social, pero no es significativa para el Índice General, lo que concuerda con los resultados de (Stanny y Ely ,2008). Se presupone que las empresas que esperan sufrir un escrutinio detenido se esfuerzan en presentar una información más transparente. En el caso del sector financiero, sus grupos de interés esperan una mayor aportación de datos en la dimensión social que en la medioambiental sobre la que, como ya se ha comentado, tiene un impacto mucho menor.

Los resultados de la tabla 9 sobre la variable *tamaño* (expresada por el proxy de número de Sucursales) es significativamente negativa sobre el Índice Medioambiental, es decir, los bancos de mayor tamaño tenderían a realizar menor divulgación medioambiental. Este resultados se revelan como contrarios a gran parte de los estudios previos (Ho y Taylor, 2007; Jinfeng y Huifeng, 2009; Tagesson et al., 2009), lo que podría deberse a que la mayoría de los bancos con mayor número de sucursales son norteamericanos e ingleses, lo cuales ya aparecen en la estadística descriptiva con un nivel de promedio medioambiental muy bajo. Hossain et al. (2006), en cambio, considera que el tamaño no es significativo con la divulgación de información medioambiental. Otra razón que pudiera explicar este fenómeno es que el proxy *número de sucursales* no sea el idóneo para valorar el tamaño.

La variable *Rentabilidad*, medida por el proxy de ROE, aparece en la tabla 9 como no significativa con el índice económico. Este resultado concuerda con trabajos anteriores como los de Reverte (2009), Patten (1991) y Garcia-Sánchez (2008). De hecho, la *Rentabilidad* nunca ha sido una variable concluyente a la hora de explicar la divulgación de RSC (Moneva y Llena, 1996).

Tras el análisis anterior se emplean ahora la regresión multivariante para examinar la influencia de la variable explicativa *crisis económica*. Para adjudicarle un valor estadístico se recurrirá al proxy del Consumo Privado y GDP, siguiendo el ejemplo de Chambers et al. (2003), quien utilizó el GDP per cápita para medir el nivel económico.

La valoración de la Tabla del Anexo 1 muestra que esta variable no es significativa, igual que en los resultados de Chambers, que no ve relación entre el nivel económico nacional y la divulgación de RSC. Sin embargo, este resultado podría ser diferente si se compararan las memorias de sostenibilidad previas a la crisis (2006 y años anteriores) con las actuales. Esa tarea quedaría pendiente de realizar en trabajos posteriores para comprobar la validez de dicha hipótesis.

Así mismo, la aplicación de la regresión multivariante sobre la variable de la Investigación y Desarrollo, medida por el proxy del número de artículos de investigación publicados sobre RSC y Memorias de Sostenibilidad, aparece como no significativa en la Tabla del Anexo 1. Sin embargo, esta variable tendría gran importancia, ya que representa una buena parte de la presión externa a la que se ven sometidas las empresas a la hora de mostrar su legitimidad y transparencia en las prácticas de divulgación, como indica Deakin y Hobbs (2007), lo que no corresponde con el resultado obtenido. También convendría tener en cuenta que la presión externa por sí misma no es determinante, ya que las empresas pueden no responder a ella, como



parece ser el caso de las entidades financieras norteamericanas y británicas, a pesar de ser los países con mayor investigación sobre RSC (Clasificación del GRI, 2006).

El conjunto de resultados anteriores confirma que la literatura de investigación todavía no es capaz de proporcionar un marco integrado fiable que permita obtener una imagen completa de los determinantes que influyen en la calidad y cantidad de divulgación de RSC y en la transparencia de las memorias de sostenibilidad.

## 5. Conclusión

Existen diferencias significativas en el tratamiento, adopción y gestión de la RSC realizada por las entidades bancarias de la muestra, y se puede afirmar que este comportamiento está relacionado con las áreas geográficas. Algunas características culturales, asociadas al área geográfica, tienen una influencia significativa en relación al cumplimiento de las memorias de sostenibilidad. Por ejemplo, los países del ámbito anglosajón (con excepción de Australia) tienen comportamientos parecidos y con bajo índice de sostenibilidad; las entidades de países islámicos responden, en cambio, a unas motivaciones culturales específicas marcadas por los preceptos religiosos. Así mismo, se observan similitudes del nivel del cumplimiento de las memorias de sostenibilidad en el comportamiento de los bancos del área del Pacífico meridional, en los que se incluyen tanto Australia como un banco islámico de Malasia.

Uno de los principales resultados obtenidos consiste en la confirmación de que la variable explicativa *país* es muy significativa en todos los índices de las categorías del cumplimiento de las memorias de sostenibilidad. Es decir, la cultura específica del país afecta de manera diferente dicho cumplimiento. Ha de tenerse también en cuenta cómo los bancos responden a la presión de la cultura, ya que al margen de estar influidos por

el país en el que se encuentran, hay diferencias en la rapidez con que cumplen con las memorias de sostenibilidad.

La crisis económico-financiera parece haber influido poco en el comportamiento social y medioambiental de las entidades pertenecientes a países occidentales (aunque en diversas ocasiones los bancos occidentales hacen referencia al impacto de la crisis en sus cuentas). Sin embargo, en los países islámicos, que se corresponden con países en desarrollo, es más extraño que se haga referencia a la misma.

El análisis del efecto de la crisis sobre las prácticas de RSC a través del cumplimiento de las memorias de sostenibilidad en las entidades financieras no deja claro que sea un factor determinante. Su efecto es muy bajo, por lo que sería necesario ampliar la investigación sobre este tema, mediante entrevistas y cuestionarios con los responsables de las entidades financieras, para saber si su motivación ha cambiado con la crisis actual o no.

Con el fin de enriquecer el estudio sería conveniente ampliar el análisis, incorporando entidades bancarias de otras culturas, tanto occidentales como de otras regiones. La inclusión de países emergentes y de peso cada vez más grande, tales como India, Brasil o China puede complementar los resultados obtenidos. De ese modo, se estimularía la aparición de nuevas discusiones y análisis sobre las percepciones en torno al concepto de la responsabilidad social corporativa.

Existen algunas limitaciones que deben considerarse para la correcta interpretación de los resultados y conclusiones. En primer lugar, las memorias de sostenibilidad analizadas tienen un formato muy heterogéneo a pesar de seguir la guía GRI. Y en segundo lugar, el número de países y bancos analizados es limitado y podría ampliarse según lo comentado.

En resumen, los resultados confirman que en la literatura todavía no hay una teoría clara sobre las variables explicativas determinantes para las prácticas de cumplimiento de las memorias sostenibles. Parece, sin embargo, que la variable *país* puede ser muy relevante. Esto se debería a que cada país tiene un carácter social y económico diferente, rasgos básicos que conforman la presión para las prácticas del RSC y que provienen de su cultura específica.

## Referencias Bibliográficas

Adams, C.A. (2002): “Internal Organizational Factors Influencing Corporate Social and Ethical Reporting beyond Current Theorizing,” *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 15(2):223-250.

Aerts , W., Cormier, D. y Magnan, M.(2008) , “Corporate Environmental Disclosure , Financial Markets and the Media : An International Perspective,” *Ecological Economics*, 64(3):643-659.

Agle Bradley, R y Craig B Caldwell. (1999): “Understanding Research on Values in Business: A level of analysis framework”, *Business Society*, 38,326.

Branco, M., Rodrigues, L. (2008): “Social responsibility disclosure: A study of proxies for the public visibility of Portuguese banks,” *The British Accounting Review*, 40,(2), 161-181.

Buhr, N. y Freedman, M. (2001): “Culture, Institutional Factors and Differences in Environmental Disclosure between Canada and the United States,” *Critical Perspectives on Accounting*, 12:293-322.

Burgess, R. y Pande, R. (2005): “Can Rural Banks Reduce Poverty? Evidence from the Indian Social Banking Experiment,” *American Economic Review*, 95, (3): 780-795.

Cerin, P. y Dobers, P. (2001):“What does the performance of the Dow Jones Sustainability Group Index tell us?” *Eco- Management and Auditing*, 8:123-133.

Cetindamar, D. and Husoy, K. (2007): “Corporate Social Responsibility Practices and Environmentally Responsible Behaviour: The Case of the United Nations Global Compact,” *Journal of Business Ethics*, 76,163-176.

Chambers, E., Chapple, W., Moon, J., Sullivan, M. (2003): “CSR in Asia: A Seven Country Study of CSR Website Reporting”, Research Paper Series, International Centre for Corporate Social Responsibility.

De la Cuesta, M. (2006): “Responsabilidad Social del Sector Bancario. Su contribución a un desarrollo más sostenible,” *Papeles de Economía Española*, 108, 173-190.

Deakin, S. and Hobbs, R. (2007): “False Dawn for CSR? Shifts in Regulatory Policy and the Response of the Corporate and Financial Sector in Britain,” *Corporate Governance*, **15**, (1): 68-76.

Esty , B.C., Knoop, C., y Sesia , A.(2005): “ The Equator Principles : An industry approach to managing environmental and social risks ( Case study No.9-205-114) Harvard Business School.

García-Sánchez, I. (2008):“Corporate Social Reporting: Segmentation and Characterization of Spanish Companies”, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, **15**, (4):187-198.

Gray, R., Kouhy, R. and Lavers, S. (1995):“Corporate social and environmental reporting. A review of the literature and a longitudinal study of UK disclosure,” *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, **8** , (2), 47-77.

Haniffa, R.M. y Cooke, T.E.(2005):“ The impact of culture and governance on corporate social reporting ,” *Journal of Accounting and Public Policy* ,24(5):391-430.

Harvey, B. (1995): “Ethical banking: The case of the Co-operative bank,” *Journal of Business Ethics*, **14** (12), 1005-1013.

Ho, L-C.J. and Taylor, M.E., (2007): “An Empirical Analysis of Triple Bottom –Line Reporting and its Determinants: Evidence From the United States and Japan,” *Journal of International Financial Management and Accounting*, **18**, (2): 123-150.

Hoagland, L, S (2008), *Ethics, hard world keys to recovery*, *Post-Tribune*, October 27, <http://www.post-trib.com/news/hoagland-smith/124923,bizcol.article>.

Hossain, M., Islam, K. y Andrew, J. (2006):“Corporate Social and Environmental Disclosure in Developing Countries: Evidence from Bangladesh ,” Conference paper at Asian Pacific Conference on International Accounting Issues, Hawaii, Available at <http://ro.uow.edu.au/Commpapers /179>.

Imam, S. (2000):“Corporate Social Performance reporting in Bangladesh,” *Managerial Auditing Journal*, **15**, 3, 133-1411.

Jeucken, M. (2001): “Sustainable *Finance and Banking: The Financial Sector and the Future of the Planet*,” Earthscan Publications, London.

Jinfeng , Z.Z. and Huifeng , X., (2009):“Empirical Research on Factors Influencing Level of Environmental Protection Information Disclosure in Annual Reports by Listed Companies , “*Chinese Journal of Population , Resources and Environment*.**7**,(1) : 15-22.

Khasharmeh, H., y Suwaidan, M, S. (2010):“Social responsibility disclosure in corporate annual reports evidence from the Gulf corporation council countries,” *International Journal of Accounting, Auditing and Performance Evaluation* 2010, 6, 4.

KPMG (2008):“KPMG International Survey of Corporate Responsibility Reporting 2008”. Disponible online en URL: <http://www.kpmg.es>.

Liu, X. & Anbumozhi, V., (2008): “Determinant Factors of Corporate Environmental Information Disclosure: An Empirical Study of Chinese Listed Companies, “*Journal of Cleaner Production*, **xxx**, 1-8.

Llena, F., Moneva, J.M. y Hernández, B. (2007): “Environmental Disclosure and Compulsory Accounting Standards: The case of the Spanish Annual Reports, “*Business Strategy and the Environment*, **16**, 1, 51-63.

Maali, B., Casson, P., Napier, C. (2006):“Social Reporting by Islamic Banks, *Abacus*, **42** (2), 266-288.

Mathews, M.R. (1997):“Twenty-five years of social and environmental accounting research: is there a silver jubilee to celebrate?, “*Accounting, Auditing & Accountability Journal*, **10** (4), 481-531.

Michelon, G., (2007):“Sustainability Disclosure and Reputation: A Comparative Study”, Marco Fanno Working Paper no.44.

Mio, C., (2009)“ Corporate Social Reporting in Italian Multi-utility Companies: An Empirical Analysis, *Corporate Social Responsibility and Environmental Management* DIO: 10.1002/csr.213.

Mirfazli, E, (2008): “Corporate Social Responsibility (CSR) information disclosure by annual reports of public companies listed at Indonesia Stock Exchange (IDX),” *International Journal of Islamic and Middle Eastern Finance and Management*.

Moneva, J.M. y Llena, F. (1996): “Análisis de la información sobre responsabilidad social en las empresas industriales que cotizan en Bolsa”, *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, **xxv** , (87): 361-401.

Moneva, J.M., Acero, I., Llena, F (2007):“Evaluación de la información de sostenibilidad en las cajas de ahorros españolas. *Cuadernos Aragoneses de Economía*, **17**, (1), 99-125.

Morsing, M., and Schultz, M. (2006): “Corporate Social Responsibility Communication: Stakeholder Information, Response and Involvement Strategies,” *Business Ethics: A European Review* **15**, 4, 233-338.

Murray, A.; Sinclair, D.; Power, D. y Gray, R. (2006): “Do Financial Markets Care About Social and Environmental Disclosure? Further Evidence and Exploration from the UK,” *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, **19** ,(2): 228-255.

Nguyen, N. y Leblanc, G.(2001):“Corporate Image and Corporate Reputation in Customers Retention Decisions in Services, *Journal of Retailing and Consumer Services*,”8:227-236.

O,Sullivan, N. y O, Dwyer, B.(2008): “Stakeholder Perspectives on a financial sector legitimization process: The case of NGOs and the Equator Principles,” *Accounting , Auditing and Accountability Journal* ,**22**,4,553-587.

Orij,R.(2010):“Corporate social disclosures in the context of national cultures and stakeholder theory ,”*Accounting , Auditing & Accountability Journal* ,Vol,**23**,(7), 2010.

Owen, D. (2008):“Chronicles of wasted time?: A personal reflection on the current state of, and future prospects for, social and environmental accounting research,” *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, **21** (2), 240-267.

Patten, D. M., (1991):“Exposure, Legitimacy, and Social Disclosure”, *Journal of Accounting and Public Policy*, **10**: 297-308.



Reverte, C., (2009):“Determinants of Corporate Social Responsibility Disclosure Ratings by Spanish Listed Firms,” *Journal of Business Ethics*, **88**,(2): 351-366.

Salama, Aly (2009): *Global Practices of Corporate Social Responsibility*, IV, 325-342, DOI: 10.1007/978-3-540-68815-0-16.

Scholtens, B (2008):“Corporate Social Responsibility in the International Banking Industry,” *Journal of Business Ethics*, **86**, 159-175.

Stanny , E., y Ely , K.(2008) : “Corporate Environmental Disclosure about the Effects of Climate Change ,”*Corporate Social Responsibility and Environmental Management* ,14:338-348.

Sunderland., J. (1997):“Environmental Management Standards and Certification: Do They Add Value? ISO 14000 and Beyond: Environmental Management Systems in the Real World .C.Sheldon . Sheffield, Greenleaf Publishing: 127-140.

Tagesson , T., Blank , V., Broberg , P., Collin , S., (2009) :“What Explains the Extent and Content of Social and Environmental Disclosure on Corporate Websites: A study of Social and Environmental Reporting in Swedish- Listed Corporation ,”*Corporate Social Responsibility and Environmental Management* , DOI: 10.1002/csr.194.”

Teoh, H. y Thong, G. (1984):“Another look at corporate social responsibility and reporting: an empirical study in developing country, Accounting,” *Organizations and Society*, **9**, (2):189-206.

Thompson, P. and Cowton, Ch. (2004): “Bringing the environment into bank lending: implications for environmental reporting”, *The British Accounting Review*, **36** (2), 197-218.

Thompson, P. y Zararia , Z.(2004):“Corporate Social Responsibility Reporting in Malaysia : Progress and Prospects.,” *The Journal of Corporate Citizenship*, 13: 125-136.

Tsakumis, G.T. (2007): “the influence of Culture on Accountants and Application of Financial Reporting Rules,” *Abacus*, 43(1):27-49.

United Nations Environmental Programme Finance Initiative (UNEP FI) (2007). *Unlocking Value: The scope for environmental, social and governance issues in private banking*, UNEP FI, Geneve.

Wanderley , L.S.O., Lucian, R., Farache, F., and Sousa Filho, J.M.(2008):“CSR Information Disclosure on the Web : A context- Based Approach Analyzing the influence of Country of origin and industry sector ,”*Journal of Business Ethics* , 82:369-378.

Yusoff, H. y Lehman, G., (2005):“International Differences on Corporate Environmental Disclosure Practices: A Comparison between Malaysia and Australia”, University of South Australia, <http://www.unisa.edu.au/commerce/docs/International%20Differences%20on%20Corporate%20Environmental%20Disclosure%20Practices.pdf>.

## ANEXOS:

## ANEXO 1

Tabla 1. Muestra de Bancos

Nº	Bank	País	Nivel de aplicación
1	NATIONAL BANK OF ABU DAHABI(NBAD)	Emir. Árabes Un.	B
2	NATIONAAL COMERCIAL BANK (NCB)	Arabia Saudita	B
3	AK BANK	Turquía	C
4	MAY BANK	Malasia	A+
5	TSKB	Turquía	C
6	BYN MELLON	USA	B
7	CITIGROUP	USA	B
8	JP MORGAN CHASE	USA	B
9	STAT STREET	USA	B+
10	US BANCOP	USA	C
11	ROYAL BANK OF CANADA	Canadá	C
12	TORONTO DOMINION BANK	Canadá	C+
13	SCOTIA BANK	Canadá	C
14	BMO FINANCIAL GROUP	Canadá	Undeclared
15	CIBC BANK	Canadá	C
16	BARCLAYS	Gran Bretaña	B+
17	HSBC	Gran Bretaña	Undeclared
18	RSA GROUP	Gran Bretaña	B+
19	EBRD	Gran Bretaña	B
20	SANTANDAR UK	Gran Bretaña	C+
21	ANZ BANK	Australia	A+
22	AUSTRALIAN ETHICAL INVESTMENT	Australia	A+
23	WESTPAC BANKING CORPORATION	Australia	A+
24	VIC SUPER	Australia	A+
25	THE GP GROUP	Australia	A+
26	MITSUBISHI UF FINANCIAL GROUP	Japón	Undeclared
27	MIZUHO FINANCIAL GROUP	Japón	B
28	SUMITOMO MITSUI FINANCIAL GROUP	Japón	Undeclared
29	RESONA	Japón	B
30	TAKEJUJI	Japón	Undeclared
31	BANCO SABADELL	España	A+
32	BANKINTER	España	A+
33	BBVA	España	A+ Sd
34	GRUPO BANCO POPULAR	España	A+ Sd
35	GRUPO SANTANDER	España	A+
36	COMMERZBANK	Alemania	A
37	DZ BANK	Alemania	Undeclared
38	KFW BANKENGRUPPE	Alemania	
39	DEUTSCHEBANK	Alemania	A
40	LANDESBANK WADEN-WÜRTEMBERG	Alemania	A

Fuente: GRI 2009.

## ANEXO 2

**Tabla 2. Contraste entre todos los países excepto España y Australia**

	SMI	FSI	ECI	ENI	SOCI	RSCI	SDGI
Chi-cuadrado	8,307	4,651	3,981	5,071	4,573	1,636	1,151
gl	4	4	4	4	4	4	4
Sig. asintót.	0,081	0,325	0,409	0,280	0,334	0,802	0,886

a. Prueba de Kruskal-Wallis

b. Variable de agrupación: cambpai

## ANEXO 3

**Tabla 3. Correlaciones variable crisis económica**

		GDP	CONS	Unemployment
SDGI	Correlación de Pearson	,368(*)	-0,067	0,276
	38	0,020	0,688	0,094
	N	40	38	38
SMI	Correlación de Pearson	0,008	-0,167	0,212
	38	0,959	0,318	0,202
	N	40	38	38
FSI	Correlación de Pearson	,371(*)	-0,014	0,143
	38	0,018	0,933	0,391
	N	40	38	38
ECI	Correlación de Pearson	,394(*)	-0,052	,338(*)
	38	0,012	0,758	0,038
	N	40	38	38
ENI	Correlación de Pearson	,409(**)	0,007	0,084
	38	0,009	0,964	0,616
	N	40	38	38
SOCI	Correlación de Pearson	0,304	-0,046	0,286
	38	0,057	0,784	0,081
	N	40	38	38

\*\* . La correlación es significativa al nivel 0,01 (bilateral).

\* . La correlación es significante al nivel 0,05 (bilateral).

## ANEXO 4

Tabla 4. Relación entre variables de la crisis económica con el cumplimiento de las memorias

Variabes independientes	Coefficiente	Estadístico t	P-valor (t)
Constante	0,63	6,84	0,00
Diferencial GDP (a)	0,04	2,68	0,01
Diferencial Consumo (b)	-0,03	-1,72	0,09

Estadísticos del Modelo	Estadístico	P-valor
F-estadístico	3,68	0,04
Prueba de White	0,49	0,74

Criterios de Selección del Modelo	Valor
<i>Adjusted</i>	0,13
Criterio de Akaike	-0,40
Criterio de Schwarz	-0,27

(a) Se determina mediante la resta al crecimiento del Producto Interno Bruto de cada uno de los países de la muestra en 2009 el aumento de 2006.

(b) Se determina mediante la resta al crecimiento del Consumo Privado de cada uno de los países de la muestra en 2009 el aumento de 2006.

Tabla (5) Relación entre el Número de Artículos y el cumplimiento de las memorias

Variabes independientes	Coefficiente	Estadístico t	P-valor (t)
Constante	0,49	7,87	0,00
Número de Artículos (a)	0,00	0,00	0,77

Criterios de Selección del Modelo	Valor
<i>Adjusted</i>	0,00
Criterio de Akaike	-0,31
Criterio de Schwarz	-0,23

(c) El número de artículos publicados sobre este tema en cada país

(d) Se recurre a las palabras claves más habituales en las revistas especializadas

(e) Se emplea el número de artículos de cada país como proxy del variable independiente *nivel del cumplimiento* de las memorias de sostenibilidad que publicada.





**CAPÍTULO V**  
**CONCLUSIONES**





## **CAPITULO V. CONCLUSIONES**

### **Conclusiones, Implicaciones y Contribuciones**

Este capítulo pretende exponer de manera unificada los resultados de los análisis realizados en los cuatro capítulos anteriores, presentando las principales implicaciones que la tesis doctoral tiene sobre el conocimiento científico en el área, y las contribuciones que ofrece a la literatura de investigación acerca de la transparencia informativa, la divulgación de información social y medioambiental, y las prácticas de RSC apoyadas en las memorias de sostenibilidad, centrándose en la comparación entre el mundo islámico y el occidental. También se examina la relación entre las variables explicativas tradicionales y no tradicionales como factores determinantes en la divulgación, subrayando la importancia de la variable *cultura*. Se señalarán, así mismo, las limitaciones inherentes a este trabajo, cómo pueden afectar al valor de sus contribuciones para la literatura, y cómo solucionarlas para la futura investigación.

### **CAPÍTULO I. La divulgación de información voluntaria en internet: Un análisis comparativo entre España y Arabia Saudí.**

El objetivo de este capítulo consistía en analizar comparativamente las culturas contables de España y Arabia Saudita para mostrar el nivel de *Transparencia* que publicaban por internet las empresas españolas y saudíes de la muestra, e identificar de forma empírica la relación entre el nivel de transparencia y las variables explicativas determinantes. Podemos destacar algunas conclusiones. Nos permite extraer las siguientes conclusiones relevantes.

Las principales conclusiones de este capítulo son:

1. Los resultados indica que las variables explicativas en el mercado español son diferentes de las del de Arabia Saudita, especialmente el *tamaño de la empresa*, significativo en el caso de España, mientras que en Arabia Saudita las empresas no muestran sensibilidad ante esa variable. Entre las razones que provocan este comportamiento se indica la predominante estructura familiar de las empresas saudíes, con consejos de administración no independientes, de reciente constitución, y con escaso o nulo acceso a inversores extranjeros.

2. Otro factor de relevancia que se destacaba en la estructura económica saudí resulta ser la importancia aun vigente de las empresas reguladas, controladas por el Estado –en especial las pertenecientes al Sector de la Construcción- y, por tanto, poco sujetas a la necesidad de mostrar transparencia, a diferencia de la economía española, típica del Occidente liberalizado con fuertes presión externas.

3. Así mismo, se puede señalar la existencia de cierto nivel de transparencia en Arabia Saudita, aunque muy por debajo del de los países occidentales como España. Esto reflejaría la diferencia entre los patrones culturales entre un país con fuertes presiones externas y normativas adecuadas y otro sin normativas, con escasa formación sobre la utilidad y conveniencia de la transparencia, y casi carente de presiones externas.

## **CAPÍTULO II. Divulgación de información social y medioambiental: el caso de**

### **Arabia Saudita**

Nuestro trabajo se ha centrado en proporcionar una descripción actualizada de la divulgación de RSC en el contexto particular de Arabia Saudita, y examinar empíricamente la asociación entre el nivel de dicha divulgación y una serie de

características seleccionadas de las empresas que cotizan en la Bolsa de Riad. Se ha evaluado dicho nivel a través de tres categorías juzgadas como fundamentales para la transparencia y establecidas en los índices social, laboral y medioambiental. Los datos para el análisis se han obtenido de los informes anuales y las páginas-web de las empresas que cotizaban en la Bolsa de Riad.

Las conclusiones a las que hemos llegado son:

1. Se observa, a diferencia de los países desarrollados occidentales, una mayor referencia a las acciones sociales, atribuible a su enraizado compromiso confesional con la Shari'a, que rige todas las actividades del creyente musulmán, incluso las económicas.
2. en la muestra de empresas analizadas, el nivel de divulgación de información se revela como bajo: 111 empresas de un total de 132(84%) no ofrecen publicación sobre la información estudiada.
3. Se ha constatado que, entre las variables explicativas, la *rentabilidad* muestra una relevancia destacable, rasgo que señalaba una divergencia con occidente que podría achacarse a características culturales, puesto que el Islam, con su obligación de realizar obras caritativas, afectaría el nivel general de riqueza: -cuanto mayor sea ésta, mayor es la responsabilidad social.
4. El *tipo de auditora* no aparece como relevante, porque las grandes auditoras internacionales habrían adaptado sus estándares a la cultura contable de Arabia Saudita.
5. La pertenencia a un sector regulado resulta significativa sólo para la categoría social, lo que coincide con la apreciación de la importancia de la Shari'a como ley adoptada por el Estado.

6. La mayoría de los sectores, salvo el de energía, publicaban más información de carácter social que de carácter laboral o medioambiental, mientras que éste divulga más información medioambiental que laboral o social. Esta diferencia podría explicarse por el gran peso del sector energético en la economía de Arabia Saudita, y porque es una industria con mayor impacto negativo sobre el medio ambiente.

7. La suma de los resultados anteriores nos lleva a concluir que Arabia Saudita es un ejemplo de la Teoría de Legitimación, al ser el cumplimiento de la Shari'a y su percepción por parte de la sociedad islámica el principal elemento de presión, tanto interna como externa, para realizar divulgación de RSC.

### **CAPÍTULO III. Desempeño de Sostenibilidad de Empresas del Mundo Islámico: Análisis de las Memorias sostenibilidad**

En este capítulo se analizan las prácticas de desempeño económico, ambiental y social recogidas en las memorias de sostenibilidad publicadas por empresas del Mundo Islámico para el ejercicio 2009, para saber si cumplimentaban adecuadamente los indicadores del GRI vigentes y determinar los factores que definen las prácticas de sostenibilidad. Se ha explorado también la relación entre el desempeño de sostenibilidad y ciertas variables tradicionales y no tradicionales, y se ha examinado la validez de la teoría de la legitimidad para las empresas del Mundo Islámico.

1. El nivel de cumplimiento de las empresas islámicas se reveló como adecuado, a pesar de su inferior experiencia en comparación con las de los países desarrollados. Esta menor experiencia se reflejó en el promedio de la variable independiente *número de versión de las memorias*, ya que son muy pocas las empresas que publicaron memorias de sostenibilidad en todo el Mundo Islámico, aunque las que lo hicieron mostraban un nivel de aplicación significativo del GRI.

2. Quedó verificada la influencia de las características del gobierno corporativo sobre el desempeño de sostenibilidad, con la significatividad del variable no tradicional *lugar de la experiencia del director* como principal hallazgo del análisis.

3. La variable *sector* no apareció como significativa, pero esta diferencia con Occidente podría deberse al escaso número de empresas islámicas que publican memorias de sostenibilidad.

4. la variable tamaño de la empres apareció significativa, con el nivel del cumplimiento de las memorias sostenibilidad de las empresas en el mundo islámico.

5. el efecto del nivel de aplicación (NAPL) en el nivel de desempeño medido por el índice general y por las tres categorías es significativo. Este factor tiene un efecto positivo en el nivel de cumplimiento de los indicadores de sostenibilidad. Se considera que el efecto es claramente positivo, porque la Guía del GRI atribuye criterios concretos sobre el número de los indicadores en su memoria sostenibilidad a la hora de adjudicar el nivel de aplicación (C, C+, B, B+, A, A+). En este sentido, los resultados indican una clara relación entre los niveles de aplicación y los indicadores de desempeño, que equivale a una medición de la calidad de las memorias.

6. La Teoría de Legitimidad, a pesar de algunas contradicciones internas, se confirmó como el motivo fundamental de la divulgación de RSC sobre desempeño sostenible en el ámbito social para las empresas islámicas.

#### **CAPÍTULO IV. Transparencia y evaluación de la RSC-en el sector bancario.**

##### **Análisis comparativo internacional.**

Comprobará si el sector financiero internacional ha incorporado la RSC a través de memorias de sostenibilidad en sus sistemas de gestión, procurando detectar posibles

factores determinantes diferenciadores entre los distintos bancos, y evaluar el posible impacto de la crisis económica en la aplicación de la RSC en sus estrategias.

Hemos concluido lo siguiente:

1. Algunas características culturales asociadas al área geográfica, como el empleo de la Shari'a como ley de referencia en el mundo islámico, la presión externa por parte de los medios típica del mundo anglosajón, o la organización y eficiencia de Alemania, tienen una influencia significativa en relación a su cumplimiento.

2. El efecto del nivel de aplicación (**NAP**) en el cumplimiento del índice general (**IGRI**), del económico, del medioambiental y del social se ha constatado como estadísticamente significativo y con un efecto positivo para todas las entidades estudiadas. Esto se debería a que la satisfacción de los criterios del GRI (G3) es imprescindible para quien desee obtener una buena calificación que repercuta en la reputación, y los bancos dependen de su reputación fiduciaria e imagen ante sus grupos de interés, por lo que aspiran la más alta posible.

3. La variable país o nacionalidad de la entidad financiera se ha revelado como fundamental, estadísticamente significativa con todos los índices del cumplimiento de las dimensiones analizadas en las memorias de sostenibilidad, con efectos específicos – negativos o positivos- dependiendo de la ubicación de la entidad.

4. Existen patrones comunes a regiones con una homogeneidad cultural, como se apreciaba en la agrupación entre mejores, medias y peores calificaciones, que se corresponden mayoritariamente con áreas geográficas determinadas.

5. El índice de cumplimiento de las memorias y el índice social de los bancos del RU y USA aparecen como inferiores a los de los demás bancos de la muestra, a lo que se

añade que el índice del cumplimiento económico y medioambiental de los bancos del RU es inferior al resto de los bancos, mientras que para los de Estados Unidos las categorías de medioambiente y económica no son significativamente negativas. Ambos países son los primeros que investigaron y desarrollaron la RSC, el SRI y la sostenibilidad debido a la fuerte presión externa asociada a sus tradiciones culturales.

6. Los bancos de España, por el contrario, obtienen unos resultados que indican que son los que mayor cumplimiento presentan en las categorías social y económica. Es, además, el país con mayor representatividad de entidades financieras con memorias de RSC en el GRI.

7. Sólo Australia, un país de tradición anglosajona pero situado en una región geográfica muy diferente, la del Pacífico Sur, comparte con España la clasificación de A y A+ para la elaboración de dichos informes, así como unas puntuaciones similares en los indicadores creados.

8. La variable *crisis actual* se revela como de muy bajo efecto tanto en los países desarrollados como en los emergentes y, aunque pudiera deberse a razones distintas, parece claro que no es un factor determinante en el comportamiento y desempeño sostenible mostrado a través de las memorias de sostenibilidad.

9. Los mejores resultados comprenden a 14 entidades bancarias que incluyen todos los bancos españoles y australianos, 2 alemanes, un islámico de Malasia y un canadiense, con calificación de A o A+ para sus memorias de sostenibilidad. La aparición del banco malayo en este conjunto podría deberse a razones de contaminación cultural y proximidad geográfica con Australia. El grupo con un comportamiento intermedio lo componen cuatro bancos japoneses, tres alemanes, tres islámicos, dos canadienses, dos estadounidenses y dos ingleses, con un *cluster* de dos subgrupos correspondientes a



compañías de origen asiático (Mundo Islámico y Japón), y otro de bancos del ámbito anglosajón. El grupo con el peor comportamiento se compone de diez bancos anglosajones de Estados Unidos, UK y Canadá, lo que llama la atención, dado que estos países fueron los originarios de los estudios de sostenibilidad y transparencia. Los bancos islámicos comparten, pues, una calificación intermedia, que denota su interés por cumplimentar adecuadamente las normativas GRI (G3).

10. Los resultados confirman que cada país, al tener un carácter social y económico diferente, asociado a su cultura, conforma de manera específica y particular los motivos tras la presión para las prácticas de RSC y la transparencia.

Esta tesis doctoral pretendía llenar el vacío percibido en la literatura contable acerca de la divulgación de RSC en el mundo islámico. Pensamos que este objetivo se ha cumplido al mostrar la influencia de la cultura específica en el cumplimiento de la transparencia y las practicas de RSC. En el caso del mundo islámico, consideramos que la Shari'a, conjunto de preceptos vitales vigentes desde hace 1.400 años indisolublemente unidos a su tradición cultural, es origen y garante del desempeño social y medioambiental, con independencia de las teorías occidentales sobre el contrato social y la sostenibilidad.

Sin embargo, la carencia de presión externa típica del mundo islámico, caracterizado por sistemas políticos autoritarios y empresas de tipo familiar, hace que los grupos de interés –cuando los hay- tengan escasa o nula influencia sobre las empresas, y que la divulgación de RSC esté mucho más ligada a la voluntad, formación y personalidad particular de los directores. La suposición de convicciones morales adecuadas en los directores de las empresas islámicas no es una garantía del buen cumplimiento de la RSC si no hay una presión externa que lo asegure y, por otro lado, aunque está implícito

en la doctrina del Islam, la Shari'a no ha desarrollado aun sensibilidad o normas sobre los aspectos medioambientales, y la sostenibilidad no es una prioridad.

Por otro lado, la potente y centenaria industria occidental es la que más ha afectado al medio ambiente, a diferencia de los países emergentes, que tienen una base industrial mínima. Conforme avance la democratización, la diversificación económica y la industrialización del mundo islámico, es de esperar que cambie todo este panorama.

### **Limitaciones de la tesis doctoral**

Entre las limitaciones de esta tesis doctoral es preciso indicar, las siguientes:

1. Se ha podido acceder a muy pocos trabajos realizados desde el mundo islámico para el mundo islámico, ya que la investigación es aún muy escasa en esta zona. Esto ha reducido la posibilidad de realizar comparaciones entre los distintos países que lo forman y ha hecho complicado profundizar sobre las motivaciones de sus empresas.
2. El concepto de la transparencia es muy nuevo en el mundo islámico, y los datos son escasos y difíciles de localizar.
3. Las memorias de sostenibilidad analizadas tienen todavía un formato muy heterogéneo a pesar de seguir la guía GRI, lo que complica el análisis comparativo.
4. El número de países y bancos analizados es limitado y deja fuera entidades –y, por consiguiente, culturas con sus particularidades específicas- que podrían aportar matices distintivos y aclaratorios.
5. El período analizado se limita al ejercicio del 2009 porque antes de este año apenas hay memorias de sostenibilidad del mundo islámico que sigan la GRI (G3).

## Alternativas de investigación futuras

A través de las siguientes líneas se tratará de identificar las futuras oportunidades de investigación en el área, proporcionando una serie de recomendaciones específicas que pueden ser de interés para los investigadores académicos, especialmente los del mundo islámico y las economías emergentes.

1. Dentro de un marco teórico de los determinantes de la RSC, puede recomendarse el estudio de la variable *competitividad*, ya que las empresas sometidas a un alto grado de competencia son más sensibles a la presión social y, en consecuencia, pueden tender a proporcionar un mayor volumen de RCS.
2. Para profundizar más en el estudio sería recomendable emplear cuestionarios o entrevistas con los directores de empresas del mundo islámico, donde la cultura de la transparencia no existe o es muy escasa, y averiguar sus opiniones y actitudes personales acerca de la transparencia y la RSC.
3. Convendría repetir este estudio en el futuro para comprobar si se ha dado o no un crecimiento en la transparencia y prácticas de RSC del mundo islámico, ampliando así el horizonte temporal y conocer la evolución de la integración de la RSC en países emergentes en un entorno internacional de crisis financiera.
4. Son necesarias investigaciones más exhaustivas en esta área para la difusión de un adecuado marco teórico y de las prácticas de RSC en las entidades y organizaciones modernas islámicas.
5. Sería útil evaluar las prácticas de divulgación de información de RSC antes de 2007 para comparar su estado con el de la actual crisis económica, especialmente en el sector bancario. No obstante, una primera visión de los informes de sostenibilidad de bancos

de países del mundo islámico con el formato GRI con anterioridad al 2007, nos muestran que es prácticamente nula la divulgación de tal información.

6. Convendría evaluar las prácticas de RSC con la variable explicativa *compromiso religioso personal del director*, aún muy poco estudiado al día de hoy. Esta variable matiza la proxy de cultura *religión*, que puede medir sólo la simple adscripción a una fe dada, pero no indicar cómo afecta verdaderamente a quienes manejan las empresas ni reflejar sus principios éticos o morales. Para ello es necesario recurrir a técnicas de entrevistas o cuestionarios.

7. Esta tesis doctoral ha recurrido fundamentalmente a los informes anuales, las páginas-web de empresa y las memorias de sostenibilidad para obtener los datos. Otros medios, como las revistas, comunicaciones, documentales y sistemas de marketing y propaganda en general, podrían aportar elementos útiles para un estudio futuro.

8. Con el fin de enriquecer el estudio, sería conveniente ampliar el análisis, incorporando entidades bancarias de culturas diferentes a las seleccionadas, incluyendo países emergentes y de peso cada vez más grande, como India, Brasil o China.

Los resultados obtenidos son suficientemente interesantes per se, pero abren la opción de profundizar en los mismos y de continuar la investigación en esta línea, tal y como se ha señalando anteriormente. Este es la tarea que queda por delante y que, como se ha descrito, se ha iniciado con esta tesis.