



XXVIII CONGRESO

EBEN ESPAÑA

CÓRDOBA 10, 11 y 12 de junio de 2021



Implementación de reporting sobre sostenibilidad y creación de valor en pymes. Un análisis empírico cualitativo

**M. Dolores Guerrero-Baena¹, Francisca Castilla-Polo², Mercedes Luque-Vílchez¹, Pablo Rodríguez-Gutiérrez¹*

1 Facultad de Derecho y CC.EE. y Empresariales. Universidad de Córdoba

2 Facultad de Ciencias Sociales y Jurídicas. Universidad de Jaén

Código: O.55

Área: SOSTENIBILIDAD MEDIOAMBIENTAL Y ESTRATEGIA CORPORATIVA

Palabras Clave:

Motivaciones, beneficios, costes, divulgación, RSC.

RESUMEN:

Los principales objetivos de este estudio son dos: por un lado, analizar las principales motivaciones de las pymes que conducen a revelar información sobre sus actuaciones en materia de responsabilidad social o de sostenibilidad y, por otro lado, conocer la percepción de los directivos en relación con la creación de valor derivada de la revelación de este tipo de información. Si bien la relación entre responsabilidad social corporativa (o sostenibilidad) y creación de valor ha sido ampliamente analizada en la literatura, ésta aún se encuentra en un estado embrionario en cuanto a la fase de revelación de información se refiere. Con base en este escenario, en el presente trabajo se implementa un enfoque de análisis cualitativo (entrevista semiestructurada a directivos) en un grupo de pymes proactivas en cuestiones ambientales y sociales que están reportando información sobre su comportamiento en materia de sostenibilidad en diferentes formatos. Mediante este análisis cualitativo, se pretende conocer las motivaciones de los directivos a la hora de reportar información sobre sostenibilidad y sus percepciones en relación con los beneficios y costes derivados de dicha decisión. Los resultados arrojan que, en cuanto a las motivaciones para reportar información de sostenibilidad en pymes, destacan los valores personales de los directivos, los cuales parecen ser el principal determinante a la hora de tomar la decisión de reportar en las pymes. En relación con los beneficios/costes de la divulgación, destaca la percepción de que el coste de reportar dicha información no supone una barrera económica relevante para la pyme, al contrario de lo que la evidencia científica ha venido señalando en este sentido. Entre los beneficios directamente derivados de la revelación de información sobre sostenibilidad, los directivos señalan la mejora de la implementación de la estrategia de sostenibilidad en la organización, la adquisición de ventajas competitivas, la diferenciación, la mejor comunicación con los grupos de interés o la facilidad de acceso a determinados mercados. La contribución principal de este trabajo se orienta a avanzar en el estudio de la relación entre el reporte sobre sostenibilidad y la creación de valor mediante un análisis empírico acerca de las percepciones de los directivos de pymes, lo cual puede favorecer la toma de decisiones relativas a la divulgación de información sobre sostenibilidad entre estas empresas.