

33º Congreso
Internacional del CIRIEC
Valencia, 13 – 15 junio
de 2022

Nuevas dinámicas mundiales
en la era post-Covid; desafíos para
la economía pública, social
y cooperativa

LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA A TRAVÉS DE INFORMES DE SOSTENIBILIDAD EN LAS EMPRESAS AGROALIMENTARIAS. UN ANÁLISIS DE ESPAÑA Y ALEMANIA

Carlos Anguiano-Santos a*

Mercedes Luque-Vílchez

Melania Salazar-Ordóñez

Universidad de Córdoba



Resumen

Las empresas agroalimentarias son consideradas industrias medioambientalmente sensibles, adquiriendo cada vez más relevancia la divulgación de información sobre el impacto de sus actividades en términos de sostenibilidad (Salazar-Ordóñez et al., 2013; Lombardi et al., 2015; Comisión Europea, 2019; EFRAG, 2021). Este sector está siendo fundamental para la recuperación social y económica durante la pandemia del Covid-19 (Cajamar, 2020). Con el tiempo, la divulgación de esta información de sostenibilidad (también denominada información no financiera) ha adquirido una gran importancia, como demuestra la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados (véase el Objetivo 12.6) (Bebbington y Unerman, 2018). Este estudio analiza el nivel de divulgación de la información sobre sostenibilidad divulgada por empresas del sector agroalimentario español y alemán. Para ello, se realiza un análisis de contenido de los informes de sostenibilidad que han seguido los estándares de Global Reporting Initiative (GRI) (GRI, 2016) publicados por empresas pertenecientes al sector agroalimentario de acuerdo con los estándares exigidos tras la implementación de la Ley 11/2018 (Gobierno de España, 2018) y la Ley de Implementación de la Directiva RSE, de 11 de abril de 2017 (Bundestag Alemán, 2017), transposiciones española y alemana de la Directiva 2014/95/EU (Comisión Europea, 2014), es decir, en los años 2018, 2019 y 2020. Los resultados indican que las empresas tienen dificultades (o poco interés) en divulgar información sobre Bloques como el de Medioambiente, Derechos Humanos, y Anticorrupción y Soborno. Además, se obtienen mejores resultados en el nivel de divulgación para aquellos Bloques que representan información más laxa, como la incluida en Comunidades Locales Sociales, y Empleados. Esto lleva a cuestionar el nivel de divulgación del sector agroalimentario español y alemán, pese a la elevada influencia, en la conformación de las preferencias ciudadanas, del conocimiento sobre prácticas sostenibles. Así, las empresas deben comenzar a preocuparse no solo por divulgar, como exige la mencionada Directiva, sino también porque la información divulgada sea completa y de calidad (Comisión Europea, 2019). Y es que, a pesar de que el número de informes de sostenibilidad publicados en el sector agroalimentario a nivel mundial ha aumentado con el tiempo, con más del 70% de las 250 mayores empresas del mundo por ingresos publicando un informe (KPMG, 2020), esta actividad se puede observar que aún se encuentra en una etapa embrionaria en comparación con la información financiera (Tschopp y Huefner, 2015), al menos en España y Alemania.

Palabras clave: Informes de sostenibilidad, Global Reporting Initiative (GRI), Directiva 95/2014, Sector agroalimentario, Divulgación sostenible.

Keywords: Sustainability reporting, Global Reporting Initiative (GRI), Directive 95/2014, Agri-food sector, Sustainable Disclosure.



Expanded abstract

CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY THROUGH SUSTAINABILITY REPORTING IN AGRI-FOOD COMPANIES. AN ANALYSIS OF SPAIN AND GERMANY

Agri-food companies are considered environmentally sensitive industries, and the disclosure of information on the sustainability impact of their activities is becoming increasingly important (Salazar-Ordóñez et al., 2013; Lombardi et al., 2015; Comisión Europea, 2019; EFRAG, 2021). This sector is being fundamental for social and economic recovery during the Covid-19 pandemic (Cajamar, 2020). Over time, the disclosure of this sustainability information (also referred to as non-financial information) has become very important, as demonstrated by the United Nations 2030 Agenda for Sustainable Development and related Sustainable Development Goals (see Target 12.6) (Bebbington and Unerman, 2018). This study analyses the level of disclosure of sustainability information disclosed by companies in the Spanish and German agri-food sector. For this purpose, a content analysis of the sustainability reports that have followed the Global Reporting Initiative (GRI) standards (GRI, 2016) published by companies belonging to the agri-food sector in accordance with the standards required after the implementation of Law 11/2018 (Gobierno de España, 2018) and the CSR Directive Implementation Act of 11 April 2017 (Bundestag Alemán, 2017), Spanish and German transpositions of Directive 2014/95/EU (Comisión Europea, 2014), i.e. in the years 2018, 2019 and 2020, is carried out. The results indicate that companies have difficulties (or little interest) in disclosing information on Blocks such as Environment, Human Rights, and Anti-Corruption and Bribery. In addition, better results are obtained in the level of disclosure for those Blocks that represent more lax information, such as that included in Local Social Communities, and Employees. This raises questions about the level of disclosure in the Spanish and German agri-food sector, despite the high influence of knowledge about sustainable practices in shaping citizens' preferences. Thus, companies should start to worry not only about disclosure, as required by the aforementioned Directive, but also about ensuring that the information disclosed is complete and of high quality (Comisión Europea, 2019). Although the number of sustainability reports published in the agri-food sector worldwide has increased over time, with more than 70% of the world's 250 largest companies by revenue publishing a report (KPMG, 2020), this activity is still at an embryonic stage compared to financial reporting (Tschopp and Huefner, 2015), at least in Spain and Germany.

Keywords: Sustainability reporting, Global Reporting Initiative (GRI), Directive 95/2014, Agri-food sector, Sustainable Disclosure.



1. Introducción

En las últimas décadas, una de las principales motivaciones que ha impulsado el proceso de toma de decisiones de la Unión Europea (UE) ha sido la sostenibilidad (EFRAG, 2021). Las políticas de la UE han intentado e intentan responder a la creciente preocupación social por el impacto de las actividades económicas no solo en el medio ambiente sino también en la sociedad en su conjunto (Comisión Europea, 2019; Lombardi et al., 2015; Salazar-Ordóñez et al., 2013). Entre las actividades económicas, la reciente aparición del Pacto Verde Europeo (Comisión Europea, 2019) identifica al sistema agroalimentario como sistema clave para lograr un crecimiento económico desacoplado del uso de los recursos naturales y la contaminación, al desempeñar un papel económico, social y medioambiental. En este sentido, las empresas, como las agroalimentarias, son el pilar del crecimiento y deben actuar de acuerdo con una responsabilidad más amplia que la de generación de beneficios económicos (Carroll y Buchholtz, 2014; Gray et al., 1996).

Para documentar y divulgar los impactos de las empresas, como las agroalimentarias, en términos de sostenibilidad social y ambiental, la elaboración de informes de sostenibilidad (IS) es una herramienta útil ya que facilita la tarea de seguimiento y evaluación por parte de los diferentes grupos de interés de la sociedad (Gray et al., 1996; Bovea et al., 2021). Con el tiempo, la divulgación de esta información de sostenibilidad (también denominada información no financiera) ha adquirido una gran importancia, como lo demuestra la Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible de las Naciones Unidas y los Objetivos de Desarrollo Sostenible relacionados (véase el Objetivo 12.6) (Bebbington y Unerman, 2018). Mientras tanto, a nivel de la UE, la obligación de comunicar esta información se establece en la Directiva 2014/95/UE (Comisión Europea, 2014), que es la primera en estipular la divulgación de información no financiera (sostenibilidad). Esta obligatoriedad se aplica a empresas con más de 500 trabajadores y permite el uso de diferentes estándares, como el Global Reporting Initiative (GRI) (GRI, 2016) y el Integrated Reporting (IR) Framework (IIRC, 2020), para producir y divulgar la información requerida, aunque sin especificar cuál es el más adecuado (Dumay et al., 2019; La Torre et al., 2018). Sin embargo, O'Dwyer y Unerman (2016) señalan que aún queda mucho por aprender sobre la responsabilidad social (RS), particularmente en lo relacionado con el sector agroalimentario. Esto es bastante alarmante desde el punto de vista de la gestión, ya que la RS juega un papel clave en la creación de ventajas competitivas para cualquier empresa (Kurucz et al., 2008; Siano et al., 2017), y también es crucial para mejorar la confianza del consumidor en este sector (Burnstein, 2021), ya que los consumidores se encuentran en una posición de alta vulnerabilidad y riesgo (Pivato et al., 2008; Luhmann y Theuvsen, 2016). Además, el tema de la información asimétrica (Minarelli et al., 2018) limita



el seguimiento y la evaluación antes mencionados de cómo las empresas contribuyen al crecimiento sostenible (Comisión Europea, 2014, 2019).

Ante estas deficiencias, este estudio tiene como objetivo analizar la calidad de la información de sostenibilidad divulgada por las empresas del sector agroalimentario. En este caso, se eligieron como objeto de estudio España y Alemania, debido a que son países de la UE donde el sector agroalimentario tiene un papel preponderante en el comercio, interior y exterior, y en su aportación al Producto Interior Bruto y el empleo (Cajamar, 2020; Di Giacomo et al., 2020). De hecho, esta relevancia económica se refleja ampliamente en la sostenibilidad de las áreas rurales (Kallas et al., 2007; Marsden, 2003), donde resulta un sector central para asegurar el desarrollo rural (Otiman et al., 2014), cumpliendo ampliamente funciones sociales (o socioculturales) y ambientales (Bromley, 1996; Wilson, 2007), que a su vez son enfatizadas y respaldadas por los objetivos de la UE (Comisión Europea, 2017, 2019). Además, actualmente la literatura referida al nivel de divulgación de los informes de sostenibilidad del sector agroalimentario en España y Alemania es mínima. Para conseguir el objetivo planteado, se aplicó un análisis de contenido basado en la guía GRI (GRI, 2017) a 50 empresas agroalimentarias (30 españolas y 30 alemanas) que siguieron estos Estándares de GRI (GRI, 2016) y presentaron información de sostenibilidad tras la transposición de la Directiva de la UE (Comisión Europea, 2014), es decir, en cualquiera de los años 2018, 2019 y 2020. Se seleccionó GRI como forma de divulgación debido a la elaboración de una directriz (GRI, 2017) que vincula los contenidos de cada tema requerido por la Directiva 2014/95/UE (Comisión Europea, 2014) con las correspondientes divulgaciones de GRI (GRI, 2016). Además, se consideró que las empresas utilizan los estándares GRI por razones de legitimidad (Romero et al., 2019; Martínez-Ferrero et al., 2018) en su intento de demostrar su sólido desempeño en RS. Como tales, estos estándares pueden usarse para obtener el apoyo de las partes interesadas (Larrinaga, 2017) al mostrar que las actividades de las empresas están alineadas con las demandas de la sociedad (Deegan et al., 2002; De Villiers y Marques, 2016), como predice la teoría de la legitimidad (Deegan et al., 2002).

2. Marco teórico

Las empresas agroalimentarias se considera que pertenecen a un sector ambientalmente sensible (Brammer y Pavelin, 2008; Reverte, 2009) dado que una gestión inadecuada puede contribuir al deterioro ambiental, el agotamiento de los recursos y la pobreza (Pelletier et al., 2011; KPMG, 2020). Esta es una de las principales razones por las que se considera un sector central para los gobiernos y la sociedad en general (Lombardi et al., 2015). De hecho, un tema de preocupación actual en las empresas agroalimentarias es la Responsabilidad Social Corporativa (RSC), precursora de la RS. Esta se refiere a cómo las empresas gestionan sus



impactos, no solo en los aspectos económicos, sino también en los aspectos sociales, ambientales, éticos y de gobierno corporativo (Baldini et al., 2018). El tema está atrayendo cada vez más la atención de los académicos, aunque la investigación relacionada, aún se encuentra en etapa embrionaria. En este sentido, según Luhmann y Theuvsen (2016), que realizan una revisión de la literatura sobre RSC en empresas agroalimentarias, los estudios se pueden clasificar en seis líneas principales de investigación: definición de RSC (ver, por ejemplo, Hartmann et al. 2013; Heyder y Theuvsen 2012); motivos para implementar la RSC (ver, por ejemplo, Busch et al. 2015; Hartmann 2011); variables que influyen en la implementación de conceptos de RSC (ver, por ejemplo, Bourlakis et al., 2014; Hartmann, 2011); responsabilidad y diseño de parámetros para la RSC (ver, por ejemplo, Hieke et al., 2015; Poetz et al., 2013); RSC y desempeño de las empresas (ver, por ejemplo, Lombardi et al., 2015; Ross et al., 2015); y comunicación de RSC (ver, por ejemplo, Halbes et al., 2005; Meixner et al., 2015). Los autores mencionados subrayan que el tema de la comunicación de RSC, particularmente a través de RS, parece ser el menos explorado, aunque representa una vía crucial para incrementar las fortalezas comerciales de las empresas agroalimentarias (Lombardi et al., 2015). Por lo tanto, al preparar y divulgar informes de sostenibilidad, las empresas pueden apostar por la creación de valor a largo plazo y sostenible en lugar de la mera creación de valor económico a corto plazo (Dumay et al., 2016). Esto está en línea con los hallazgos de otros estudios como el de Hartmann (2011), quien también realiza una revisión de la literatura de estudios sobre RSC en empresas agroalimentarias.

La literatura limitada sobre la comunicación de RSC se centra en diferentes temas como el papel de las redes sociales (p. Ej., Meixner et al., 2015), el análisis de los efectos de una estrategia de RSC en particular (por ejemplo, Heyder y Theuvsen, 2012) o la información requerida por los consumidores (por ejemplo, Halbes et al., 2005). Sin embargo, hay muchos menos estudios que analicen la divulgación de información sobre sostenibilidad utilizando informes de sostenibilidad (IS) en el sector agroalimentario. Entre los que lo hay, Baviera-Puig et al. (2014) desarrollan un método basado en el Analytic Network Process (ANP) para estudiar cuatro informes de sostenibilidad publicados por empresas alimentarias españolas. Este método les permite determinar las fortalezas y debilidades de cada informe, mostrando cada ratio de mejora, así como el vínculo de la empresa con los correspondientes stakeholders. En una línea similar, pero centrándose en el análisis de la información divulgada en IS por las empresas agroalimentarias estadounidenses a lo largo de la cadena de suministro, Ross et al. (2015) concluyen que el principal problema es la falta de estandarización en la divulgación de las iniciativas de sostenibilidad desarrolladas por las empresas (por ejemplo, reducción de residuos o reducción de emisiones), ya que las



empresas evitan divulgar información sensible en sus informes, omitiendo temas que afectan a los grupos de interés.

En Reino Unido, Souza-Monteiro y Hooker (2017) y Bradley y Botchway (2018) también analizan la información divulgada por las empresas agroalimentarias. El estudio anterior examina cómo la RS se adapta a las estrategias comerciales, mediante la distribución de declaraciones de RSC (es decir, mensajes de RSC sobre nuevos productos) y citas (es decir, referencias en informes de RSC), en diferentes temas de RSC para siete minoristas de alimentos del Reino Unido durante el período de 2006-2012. Encuentran que los reclamos ocurren con mucha más frecuencia que las citas, particularmente en temas relacionados con la comunidad local. Respecto a este último estudio, Bradley y Botchway (2018) realizan un análisis de contenido de los informes de sostenibilidad publicados por los 16 miembros de la British Coffee Association (siguiendo la guía GRI versión G4; GRI, 2013) por un período de cuatro años (de 2009 a 2013). A partir de su análisis, los autores identifican una lista de 94 indicadores (44 ambientales, 30 sociales y 20 económicos) para su inclusión en un modelo de indicador que puede ayudar a resolver los desafíos de sostenibilidad de las empresas. Sin embargo, también revelan lo incompleta que es la información, destacando la falta de medidas cuantificables. Sodano y Hingley (2018) informan hallazgos similares de su análisis de las 26 empresas agroalimentarias más grandes del mundo, utilizando un índice de análisis de contenido proporcionado por Bouten et al. (2011). Muestran que el nivel de información exhaustiva en las empresas agroalimentarias es bajo, lo que destaca la necesidad de apoyo institucional para mejorarlo.

Del mismo modo, Nara et al. (2019) utilizan el marco de la Teoría de la utilidad de atributos múltiples (MAUT) para analizar los datos recopilados de 67 encuestas, y encuentran que las empresas tabacaleras multinacionales en Brasil no informan claramente los indicadores de sostenibilidad, aunque sí publican informes de sostenibilidad. En este sentido, existe una brecha que no parece explotada y que incluso podría ocultarse a la vista. Por lo tanto, los directivos no parecen estar interesados en estandarizar y comparar la información de sustentabilidad a escala global. Con resultados opuestos, Dos Santos et al. (2020) analizan la divulgación voluntaria de información de sostenibilidad por 151 grandes empresas del sector agroalimentario brasileño, revelando preocupaciones sobre la relación entre sostenibilidad y desempeño financiero. Así, las empresas parecen comenzar a aplicar iniciativas de sostenibilidad para mejorar ese desempeño. Además, los autores muestran que las empresas agroalimentarias aumentan su grado de divulgación voluntaria en respuesta a publicidad negativa, ya que esta puede afectar su legitimidad y relación con los grupos de interés, observando también que a mayor nivel de divulgación de información de sostenibilidad, mayor contaminación ellos producen.



3. Metodología

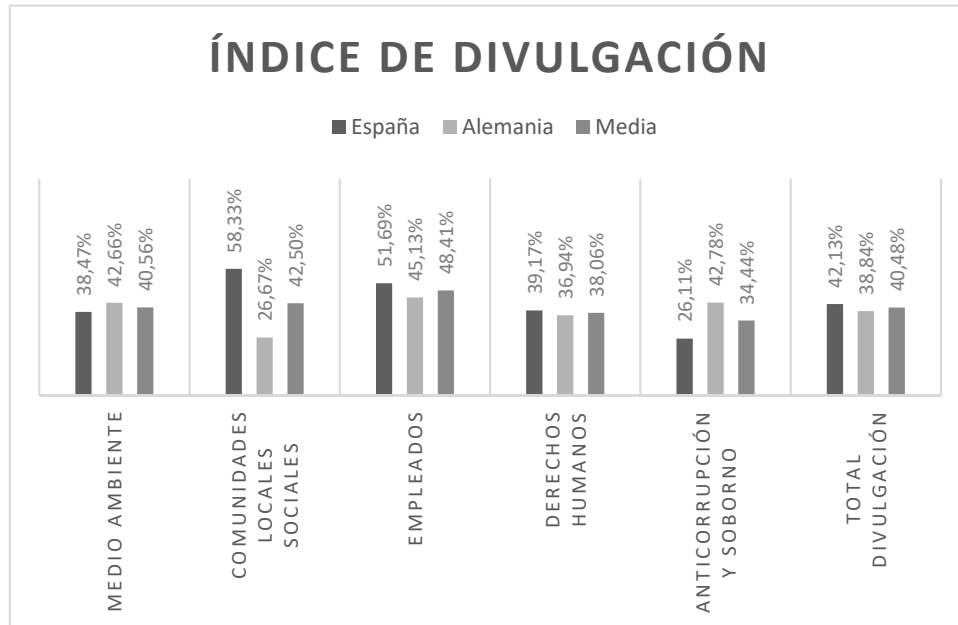
Para llevar a cabo el análisis, se utilizó una muestra que se correspondió con el total de empresas del sector agroalimentario en España y Alemania que habían presentado informes de sostenibilidad siguiendo las directrices de Global Reporting Initiative (GRI) en cualquiera de los años 2018, 2019 y 2020. Estos años fueron elegidos con el objeto de medir el nivel de divulgación de la información reportada por las empresas después de la entrada en vigor de la Ley 11/2018 Gobierno de España (2018) y la Ley de Implementación de la Directiva RSE, de 11 de abril de 2017 (Bundestag Alemán, 2017), las transposiciones españolas y alemanas a de la Directiva 2014/95/UE (Comisión Europea, 2014), respectivamente. Así, se encontraron un total de 60 empresas, 30 españolas y 30 alemanas, todas ellas calificadas como grandes empresas al tener más de 500 empleados, o 250 empleados y un activo superior a los 20 millones de euros o 40 millones de euros de resultado de explotación (Comisión Europea, 2014). Una vez obtenida la información, se llevó a cabo un análisis de contenido, que permite codificar la información cualitativa para obtener escalas cuantitativas (Bradley y Botchway, 2018; Dos Santos et al., 2020), considerando la guía de Global Reporting Initiative GRI (2016). Por tanto, se recabó la existencia de información en 5 bloques conformados por 19 subbloques, lo que supuso el análisis de un total 60 indicadores (véase el Anexo I). A cada indicador se le asignó un valor de 1 si se encontraba en el IS y 0 en caso contrario. Además, se estableció un nivel mínimo de divulgación por bloque y subbloque, con el umbral fijado en 50%, es decir, una divulgación de al menos el 50% de la cantidad total de indicadores por bloques y subbloques.

4. Resultados

Los resultados obtenidos mostraron la existencia de cierta homogeneidad entre la información de sostenibilidad divulgada por las empresas en cada bloque, destacando que solo las empresas agroalimentarias de España alcanzaron en dos bloques más de un el 50% de información divulgada, estos bloques fueron Comunidades Sociales Locales y Empleados que, además, presentaron el mayor nivel de divulgación con el 58,33% y 51,69%, respectivamente; Alemania, sin embargo obtiene su mejor dato en el bloque Empleados, con un 45,13% de divulgación inferior al dato de España. Para el resto de bloques los datos obtenidos de divulgación son inferiores al 50%, siendo el bloque con menor porcentaje de divulgación Anticorrupción y Soborno con solo un 34,44% de media. Por lo que, el nivel medio global en la divulgación de información de sostenibilidad, considerando todos los bloques y ambos países, fue de un 40,48%, obteniendo el mejor dato las empresas agroalimentarias españolas con un 42,13%, seguida muy de cerca por las alemanas (38,84%) (Figura 1).

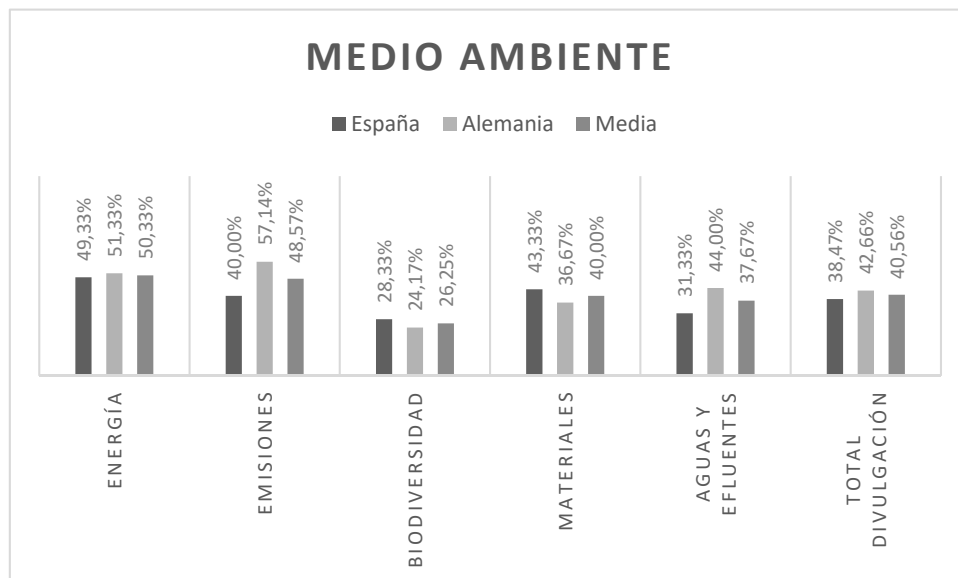


Figura 1: Índice de divulgación global



A continuación, se muestra en detalle el nivel de divulgación de cada cada bloque, mostrando el nivel de divulgación de sus correspondientes subbloques. Comenzamos con bloque Medio Ambiente (Figura 2).

Figura 2: Índice de divulgación del bloque Medioambiente



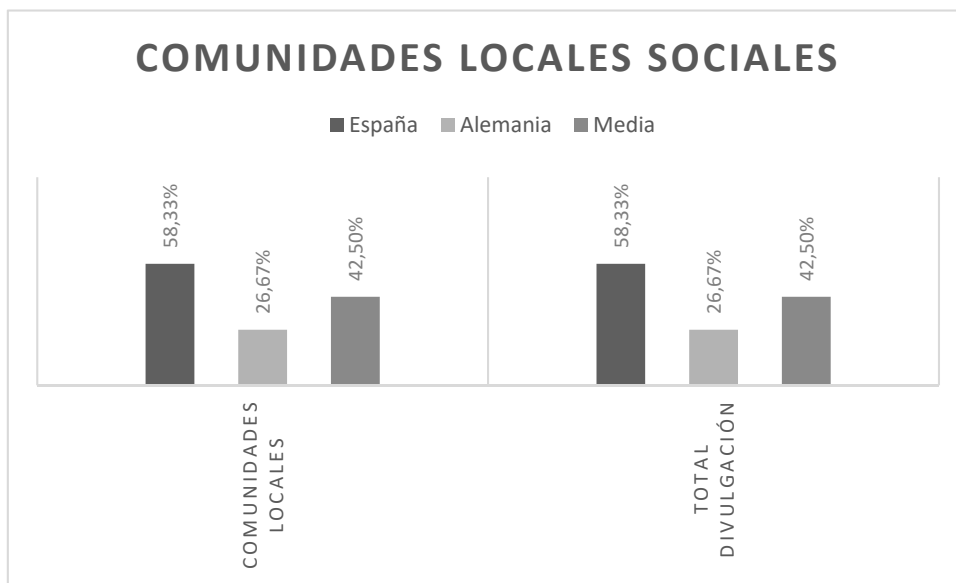
El mayor nivel de información divulgada lo obtiene Alemania en los subbloques Emisiones y Energía con un 57,14% y 51,33% respectivamente, España para los mismos obtiene unos datos de 40% y 49,33%, siendo los mejores datos de este subbloque de España inferiores a los de Alemania. España solo consigue mejorar los datos de Alemania en los subbloques Materiales y Biodiversidad con apenas 4 puntos porcentuales de diferencia. Ambos países



obtienen una media inferior al 50%, Alemania (42,66%) supera a España (38,47%) en 4 puntos porcentuales.

En cuanto al bloque de Comunidades Locales Sociales, la Figura 3, al igual que la previa, muestra el nivel de divulgación en el único subbloque que la conforma, estando además compuesto por solo dos indicadores, siendo la información de sostenibilidad menos representada y medida por los Estándares GRI (GRI, 2016).

Figura 3: Índice de divulgación del bloque Comunidades Locales Sociales

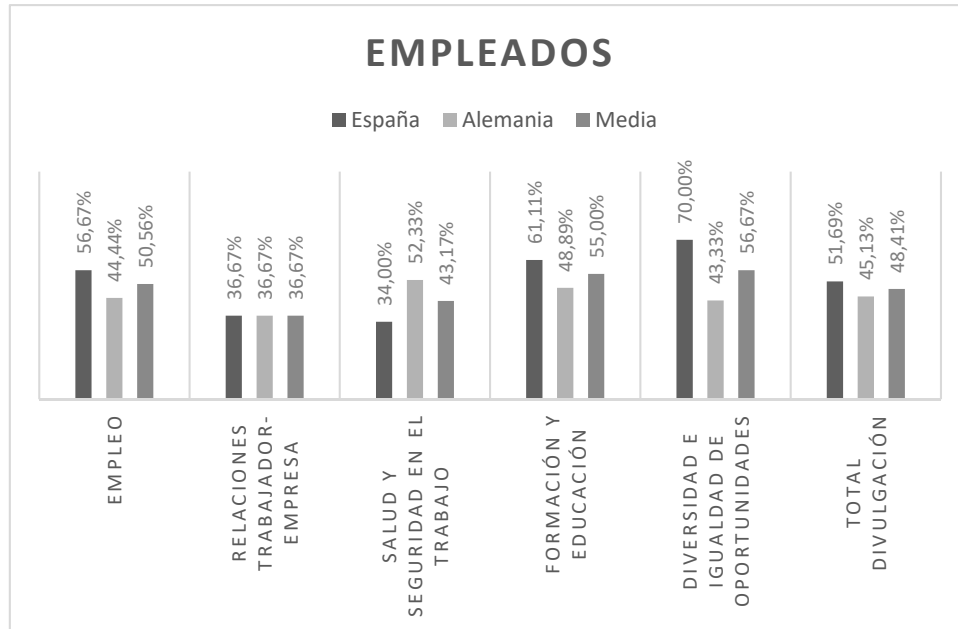


En los niveles generales de divulgación de este subbloque se aprecia una gran diferencia entre España y Alemania, siendo donde España obtiene su mejor dato y Alemania el peor con un 58,33% y 26,67% respectivamente, en este sentido las empresas españolas muestran más compromiso con su entorno que las alemanas. El dato medio de divulgación de este bloque, considerando ambos países, supera el 40%, dato obtenido por el nivel de España.

Los resultados desagregados en el subbloque de Empleados se presentan en la Figura 4; se debe remarcar que el subbloque de Salud y Seguridad en el trabajo cuenta de 10 indicadores de los 19 que integran la totalidad del Bloque.



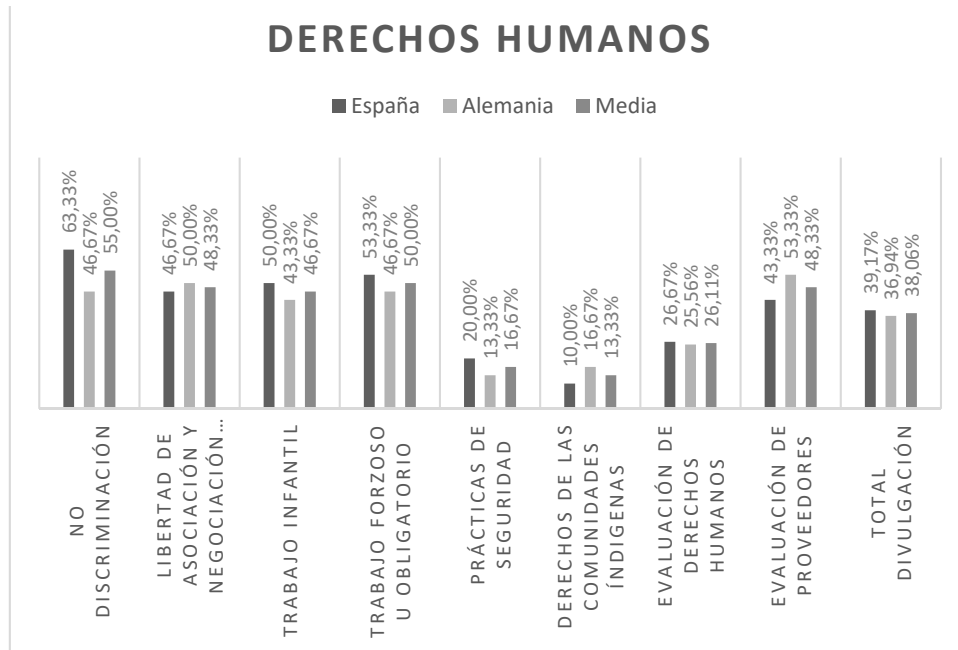
Figura 4: Índice de divulgación del bloque Empleados



En este bloque de información se aprecia una gran diferencia entre el nivel de divulgación español y alemán, España obtiene un buen dato para los subbloques Empleo, Formación y Educación, y Diversidad e Igualdad de Oportunidades, con unos niveles medios de 56,67%, 61,11% y 70% respectivamente, para los mismos subbloques Alemania obtiene un 44,44%, 48,89% y 43,33%. El peor dato medio de divulgación se obtiene en el subbloque Relaciones Trabajador-Empresa, donde ambos países empatan en 36,67% un dato muy bajo para los buenos número del sector agroalimentario español.

El cuarto bloque de información sobre sostenibilidad, denominado Derechos Humanos, se describe a continuación (Figura 5). Contiene el mayor número de subbloques (8) pero descrito por datos limitados, dado que seis subbloques están representados por un solo indicador.

Figura 5: Índice de divulgación del bloque de Derechos Humanos

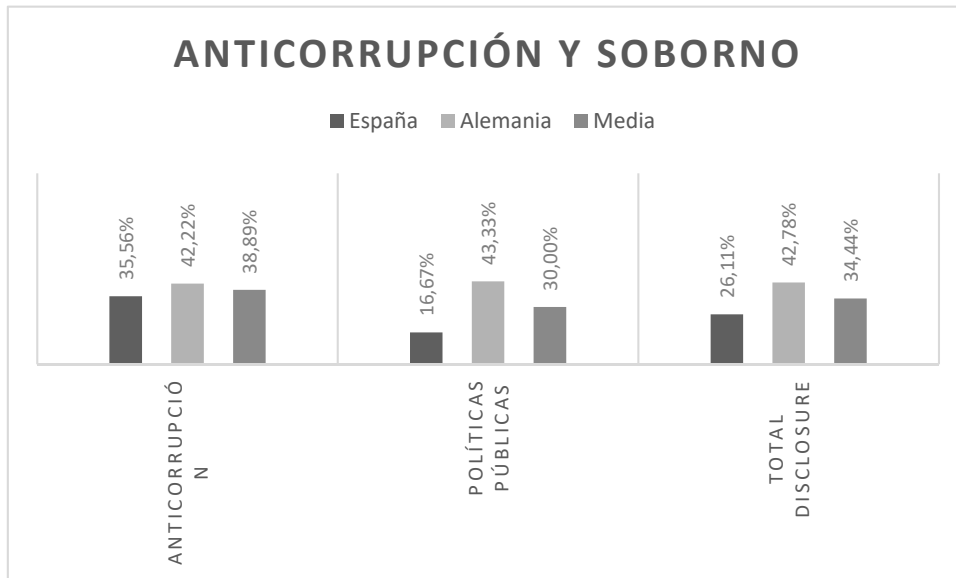


Las empresas agroalimentarias en España obtuvieron en tres subbloques de los ocho un nivel de divulgación de información superior al 50%, en: No Discriminación, Trabajo Infantil y Trabajo Forzoso u Obligatorio. Otro subbloque, Libertad de Asociación y Negociación, quedó cerca del 50% con un 46,67%. Alemania consigue alcanzar el 50% en los bloques Trabajo Infantil y Trabajos Forzosos u Obligatorios y Evaluación de Proveedores con un 50% y 53,33% respectivamente. La media de este bloque es de 38,06%, obteniendo el mejor dato España con un 39,17% seguido muy de cerca de Alemania con un 36,94%.

Finalmente, la información de sostenibilidad relacionada con el bloque Anticorrupción y Soborno se describe en la Figura 6. Se descompone en tres subbloques y solo cuenta con cuatro indicadores.



Figura 6: Índice de divulgación global



Este bloque de información de sostenibilidad no presentó subbloques con un gran nivel de divulgación. Este es el segundo bloque tras el de Medio Ambiente en el que Alemania supera a España en el nivel de divulgación, los mejores datos son un 42,22% y 43,33% para los subbloques de Anticorrupción y Políticas Públicas. Este bloque supera el 30% de divulgación media gracias a que Alemania informa más de un 40%.

5. Conclusiones

Este estudio analiza los informes de sostenibilidad de empresas españolas y alemanas del sector agroalimentario que presentaron esta información siguiendo las directrices GRI en 2018, 2019 o 2020. Los resultados muestran que existen diferencias en el fomento y el nivel de divulgación de información sobre sostenibilidad en el sector agroalimentario en los países analizados. A pesar de que el número de informes de sostenibilidad publicados en el sector agroalimentario a nivel mundial ha aumentado con el tiempo, con más del 70% de las 250 mayores empresas del mundo por ingresos publicando un informe (KPMG, 2020), esta actividad se puede observar que aún se encuentra en una etapa embrionaria en comparación con la información disponible en los informes financieros (Tschopp y Huefner, 2015), al menos en España e Alemania. De esta forma, aún existe un margen de mejora en la calidad de la información contenida en los informes de sostenibilidad, como se muestra en este estudio. De hecho, la Comisión Europea (2019) afirma que existe una necesidad de información más confiable, comparable y verificable para ayudar a los compradores a tomar decisiones más sostenibles y reducir el riesgo de “lavado verde”, es decir, empresas que utilizan dicha



información como herramienta de marketing en lugar de una fuente de información para los consumidores. Cabe señalar que, si bien existe presión de todos los ámbitos de la sociedad para la RSC en relación con la producción de alimentos, los gestores se ven que aún no han asumido plenamente la relevancia de la calidad de la información divulgada en los informes de sostenibilidad ni en España ni en Alemania.

En cuanto a las implicaciones gerenciales, hay que tener en cuenta que la Unión Europea ha asumido el desafiante objetivo de garantizar el desarrollo sostenible (Comisión Europea, 2020), y la RS juega un papel clave en el logro de ese objetivo. En consecuencia, las empresas deben buscar cada vez más como incorporarlo a sus estrategias corporativas. Actualmente la Directiva 2014/95/UE solo se aplica a las grandes empresas (más de 500 trabajadores), pero representa un precedente (y un ejemplo a seguir) para las Pequeñas y Medianas Empresas (PYMES); de hecho, una consulta reciente lanzada por la Comisión Europea (2020) con el fin de revisar la directiva antes mencionada parece indicar que las PYMEs podrían tener que cumplir pronto con esta norma.

Finalmente, entre las limitaciones del estudio se encuentran la limitación del tamaño de la muestra. Además, los resultados se refieren a los primeros años posteriores a la adopción de los nuevos requisitos de información de la UE a través de la transposición de la mencionada Directiva; sin embargo, el impacto de estos requisitos puede que sea más claramente observable después de un período de tiempo más largo. Por lo tanto, valdría la pena extender el análisis para evaluar la divulgación de las empresas en otros entornos geográficos de la UE e investigar los efectos que tanto las variables organizacionales como los factores institucionales pueden tener en la calidad de la información de sostenibilidad corporativa divulgada.



Referencias

- Baldini, M., Dal Maso, L., Liberatore, G., Mazzi, F., Tezani, S., 2018. Role of country- and firm-level determinants in environmental. *Journal of Business Ethics*, 150: 79-98.
- Baviera-Puig, A., García-Martínez, G., Gómez-Navarro, T., 2014. Propuesta metodológica mediante ANP para la evaluación de memorias de sostenibilidad del sector agroalimentario español. *Economía Agraria y Recursos Naturales*, 14(1): 81-101.
- Bebbington, J., Unerman, J., 2018. Achieving the United Nations sustainable development goals: an enabling role for accounting research. *Accounting, Auditing & Accountability Journal*, 31(1): 2-24.
- Bourlakis, M., Maglaras, G., Aktas, E., Gallear, D., Fotopoulos, C., 2014. Firm size and sustainable performance in food supply chains: Insights from Greek SMEs. *International Journal of Production Economics*, 152: 112-130.
- Bouten, L., Everaert, P., Van Liedekerke, L., De Moor, L., Christianes, J., 2011. Corporate Social Responsibility reporting: a comprehensive picture? *Accounting Forum*, 35: 187-204.
- Bovea, M. D., Pérez-Belis, V., Torca-Adell, L., Ibáñez-Forés, V. 2021. How do organisations graphically communicate their sustainability? An exploratory analysis based on corporate reports. *Sustainable Production and Consumption*, 28: 300-314. <https://doi.org/10.1016/j.spc.2021.04.011>
- Bradley, O.J., Botchway, G.O., 2018. Communicating Corporate Social Responsibility (CSR) in the coffee industry. *Corporate Social Responsibility*, 9(2): 139-164.
- Brammer, S., Pavelin, S., 2008. Factors influencing the quality of corporate environmental disclosure. *Business Strategy and the Environment*, 17(2): 120–136.
- Bromley, D.W., 1996. *The environmental implications of agriculture*. Working Paper 401, Department of agricultural and applied economics, University of Wisconsin-Madison.
- Bundestag Aleman., 2017. *Entwurf eines Gesetzes zur Stärkung der nichtfinanziellen Berichterstattung der Unternehmen in ihren Lage- und Konzernlageberichten (CSRRichtlinie-Umsetzungsgesetz) (Drucksache 18/11450)*. Verfügbar unter.
- Busch, G., Schwetje, C., Spiller, A., 2015. Citizens' Evaluation of animal welfare on pictures of intensive broiler fattening: a survey experiment. *German Journal of Agricultural Economics*, 64(3): 131–144.
- Cajamar, 2020. *Observatorio sobre el sector agroalimentario español en el contexto europeo*, Universidad de Valencia, Valencia.
- Carroll, A.B., Buchholtz, A.K., 2014. *Business and Society: ethics, sustainability, and stakeholder management*. Toronto: Nelson Education.
- Comisión Europea, 2014. Non-financial reporting EU rules require large companies to publish regular reports on the social and environmental impacts of their activities.
- Comisión Europea, 2019. Communication from the Commission to the European Parliament, the European Council, the European Economic and Social Committee and the Committee of the regions. The European Green Deal. *Brussels*.
- Comisión Europea, 2020. Consultation strategy for the revision of the non-financial reporting Directive. European Commission. <https://ec.europa.eu/info/law/better-regulation/have-your-say/initiatives/12129-Revision-of-Non-Financial-Reporting-Directive/public-consultation>. (Accessed on 5 April 2020).
- 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*, 15(3): 312-343.



- De Villiers, C., Marques, A., 2016. Corporate Social Responsibility, country-level predispositions and the consequences of choosing a level of disclosure. *Accounting and Business Research*, 46(2): 167-195.
- Dos Santos, J.A., Moura-Leite, R., Pereira, M.W.G., Pagán, M., 2020. Social and environmental disclosure of the largest companies in Brazil's agribusiness sector. *Social Responsibility Journal*, Vol. ahead-of-print No. ahead-of-print.
- Dumay, J., La Torre, M., Farneti, F., 2019. Developing trust through stewardship: implications for IC, integrated reporting, and the EU Directive 2014/95/EU. *Journal of Intellectual Capital*, 20(1): 11-39.
- EFRAG. 2021. *Proposals for a relevant and dynamic EU sustainability reporting standard-setting. Final report. European Financial Reporting Advisory Group.* https://ec.europa.eu/info/publications/210308-efrag-reports_en. (Accessed on 13 June 2021).
- Gray, R., Owen, D., Adams, C., 1996. *Accounting and accountability: changes and challenges in corporates social and environmental reporting*. Prentice Hall Hemel, Hempstead, Hertfordshire.
- Gobierno de España (2018). *Ley 11/2018, de 28 de diciembre*. BOE, número 314, 29 de diciembre. Madrid.
- GRI (2013), *G4 Sustainability Reporting Guidelines Implementation Manual*, Global Reporting Initiative, Amsterdam, p. 266
- GRI., 2016. GRI Standard. <https://www.globalreporting.org/standards> (Accessed on 11 November 2021).
- GRI., 2017. Linking the GRI Standards and the European Directive on non-financial and diversity disclosure. Available online: <https://asvis.it/public/asvis/files/linkingGRI.pdf> (Accessed on 11 November 2021).
- Halbes, S., Hansen, U., Schrader, U., 2005. Konsumorientierte Kommunikation u"ber Corporate Social Responsibility. Ergebnisse einer schriftlichen Befragung von verbraucherpolitischen Akteuren und Unternehmen in Deutschland. <https://www.aloenk.tu-berlin.de/fileadmin/fq165/> (Accessed on 17 May 2020).
- Hartmann, M., 2011. Corporate Social Responsibility in the food sector. *European review of Agricultural Economics*, 38(3): 297-324.
- Hartmann, M., Heinen, S., Melis, S., Simons, J., 2013. Consumers' awareness of CSR in the German pork industry. *British Food Journal*, 115(1): 124-141.
- Heyder, M., Theuvsen, L., 2012. Determinants and effects of Corporate Social Responsibility in German agribusiness: a PLS model. *Agribusiness*, 28(4): 400–428.
- Hieke S., Grunert K., Wills J., 2015 Nachhaltige Gütesiegel und ihre Rolle im Verbraucherverhalten. In: Weber T. (eds), *CSR und Produktmanagement. Management-Reihe Corporate Social Responsibility*. Berlin: Heidelberg.
- Kallas, Z., Gómez-Limón, J.A., Arriaza, M., 2007. Are citizens willing to pay for agricultural multifunctionality? *Agricultural Economics*, 36(3): 405-419.
- KPMG., 2020. KPMG International survey of corporate responsibility reporting. Amsterdam: KPMG International. <https://assets.kpmg/content/dam/kpmg/xx/pdf/2020/11/the-time-has-come.pdf> (Accessed on 19 August 2020).
- Kurucz, E.C., Colbert, B.A., Wheeler., D. 2008. The business case for corporate social responsibility. In: A. Crane, A. McWilliams, D. Matten, J. Moon, and D. Seigel (Eds.), *The Oxford Handbook of Corporate Social Responsibility*, University Press, Oxford UK.
- Larrinaga González, C., 2017. En torno a la evolución de la investigación en contabilidad social y medioambiental. *Teuken Bidikay*, 8(11): 540-557.



- La Torre, M., Sabelfeld, S., Blomkvist, M., Tarquinio, L. Dumay, J., 2018. Harmonising non-financial reporting regulation in Europe. *Meditari Accountancy Research*, 26(4): 598-621.
- Lombardi, A., Caracciolo, F., Cembalo, L., Lerro, M., Lombardi, P., 2015. How does corporate social responsibility in the food industry matter. *New Medit*, 14(3): 2-9.
- Luhmann, H., Theuvsen, L., 2016. Corporate Social Responsibility in agribusiness: literature review and future research directions. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 4(29): 673-696.
- Marsden, T., 2003. *The condition of rural sustainability*, Royal Van Gurcum, Wageningen.
- Martínez-Ferrero, J., García-Sánchez, I., Ruíz-Barbadillo, E. (2018). The quality of sustainability assurance reports: the expertise and experience of assurance providers as determinants. *Business Strategy and the Environment*, 27(8): 1181-1196.
- Meixner, O., Pollhammer, E., Haas, R., 2015. The communication of CSR activities via social media a qualitative approach to identify opportunities and challenges for small and medium-sized enterprises in the agri-food sector. *Proceedings in Food System Dynamics*, 354-362.
- Minarelli, F., Galioto, F., Raggi, M., Viaggi, D., 2018. Deliverable 3.2 Asymmetric information assessment on a selected value chain.
- Nara, E. O.B., Gelain, C., Moraes, J.A.R., Benitez, L.B., Schaefer, J.L., Baierle, I.C., 2019. Analysis of the sustainability reports from multinationals tobacco companies in southern Brazil. *Journal of Cleaner Production*, 232: 1093-1102.
- O'Dwyer, B., Unerman, J., 2016. Fostering rigour in accounting for social sustainability. *Accounting, Organizations and Society*, 49: 32-40.
- Otiman, P.I., Toderoiu, F., Alexandri, C., Florian, V., Gavrilescu, C., Ionel, I., Sima, E., Tudor, M.M., 2014. Sustainable development strategy for the agri-food sector and rural area - Horizon 2030. *Procedia economics and finance*, 8: 510-517.
- Pelletier, N., Audsley, E., Brodt, S., Garnett, T., Henriksson, P., Kendall, A., Kramer, K., Murphy, D., Nemecek, T., Troell, M., 2011. Energy Intensity of Agriculture and Food Systems. *Annual Review of Environmental Resources*, 36: 223-246.
- Pivato, S., Misani, N., Tencati, A., 2008. The impact of corporate social responsibility on consumer trust: the case of organic food. *Business ethics: A European review*, 17: 3-12.
- Poetz, K., Haas, R., Balzarova, M., 2013. CSR schemes in agribusiness: opening the black box. *British Food Journal*, 115(1): 47-74.
- Reverte, C., 2009. Determinants of Corporate Social Responsibility disclosure ratings by Spanish listed firms. *Journal of Business Ethics*, 88(2): 351-366.
- Romero, S., Ruiz, S., Fernandez-Feijoo, B., 2019. Sustainability reporting and stakeholder engagement in Spain: different instruments, different quality. *Business Strategy and the Environment*, 28(1): 221-232.
- Ross, R.B., Pandey, V., Ross, K.L., 2015. Sustainability and strategy in U.S. agri-food firms: an assessment of current practices. *International Food and Agribusiness Management Review*, 18(1): 17-48.
- Salazar-Ordóñez, M., Rodríguez-Entrena, M., Sayadi, S., 2013. Agricultural sustainability from a societal view: an analysis of southern Spanish citizens. *Journal of Agricultural and Environmental Ethics*, 26(2), 473-490.
- Siano, A., Vollero, A., Conte, F., Amabile, S., 2017. More than words: expanding the taxonomy of greenwashing after the Volkswagen scandal. *Journal of Business Research*, 71, 27-37.



- Souza-Monteiro, D., Hooker, N., 2017. Comparing UK food retailers Corporate Social Responsibility strategies. *British Food Journal*, 119(3): 658-675.
- Tschopp, D., Huefner, R.J., 2015. Comparing the evolution of CSR Reporting to that of financial reporting. *Journal of Business*, 127(3): 565-577.
- Wilson, G.A., 2007. *Multifunctional agriculture: a transition theory perspective*, Cabi International, Cambridge, MA.