

ORIGINAL

Analysis of intellectual capital and sustainability information in listed companies in Argentina

Análisis del capital intelectual e información de sostenibilidad en empresas cotizadas de Argentina

Cecilia Ficco^{1,2,3}  , Gustavo Sader^{1,2}  , Ariana Catalano Cecchel¹  , María Belén Danna¹  

¹Universidades Nacional de Villa María. Villa María, Argentina.

²Universidades Nacional de Río Cuarto. Río Cuarto, Argentina.

³Universidad Siglo 21. Argentina.

Citar como: Ficco C, Sader G, Catalano Cecchel A, Danna MB. Analysis of intellectual capital and sustainability information in listed companies in Argentina. Management (Montevideo). 2025; 3:233. <https://doi.org/10.62486/agma2025233>

Enviado: 25-11-2025

Revisado: 19-04-2025

Aceptado: 18-09-2025

Publicado: 19-09-2025

Editor: Ing. Misael Ron 

Autor para la correspondencia: Cecilia Ficco 

ABSTRACT

Introduction: under the sustainability paradigm, the elements that make up companies' intellectual capital (IC) are considered key resources, given the central role that IC plays in the creation of economic, social, and environmental value. However, there is an informational problem surrounding IC, as reports prepared to comply with current regulatory requirements contain limited information, which has led to its disclosure being largely voluntary.

Objective: this paper aims to analyze the IC information disclosed by companies in the BYMA Sustainability Index in reports prepared under GRI standards, and to explore the relationship between IC and sustainability.

Method: an exploratory, descriptive, and interpretive research study was conducted, based on content analysis and the calculation of IC disclosure indices.

Results: when disclosing sustainability-related information, companies revealed information on the three classic dimensions of IC, with a high level of disclosure. The importance of information on the relational dimension of IC was highlighted, in terms of commitment to the environment and society and the importance assigned to relationships with customers, suppliers, and other stakeholders.

Conclusions: a significant relationship was found between IC and corporate sustainability. These findings demonstrate the growing connection between the two concepts, which is highlighted by the most recent literature and has recently been recognized at the regulatory level in IFRS S1 of the International Sustainability Standards Board.

Keywords: Intellectual Capital; Sustainability; Disclosure; Global Reporting Initiative (GRI); Listed Companies; Argentina.

RESUMEN

Introducción: bajo el paradigma de sostenibilidad, los elementos que conforman el capital intelectual (CI) de las empresas se constituyen como recursos clave, debido al papel central que desempeña el CI en la creación de valor económico, social y ambiental. Sin embargo, existe un problema informativo en torno al CI, ya que los informes elaborados para cumplir con los requerimientos normativos vigentes contienen escasa información sobre el mismo, lo que ha llevado a que su divulgación se realice, en gran medida, de forma voluntaria.

Objetivo: este trabajo tiene como objetivos analizar la información sobre CI que revelan las empresas del

Índice de Sustentabilidad BYMA en las memorias elaboradas bajo estándares GRI, y explorar la relación entre CI y sostenibilidad.

Método: se realizó una investigación exploratoria, con carácter descriptivo e interpretativo, sustentada en el análisis de contenido y en el cálculo de índices de divulgación del CI.

Resultados: al divulgar información vinculada a la sostenibilidad, las empresas revelaron información sobre las tres dimensiones clásicas del CI, siendo el nivel de divulgación elevado. Se destacó la importancia de la información sobre la dimensión relacional del CI, en términos del compromiso con el medioambiente y la sociedad y la relevancia asignada a la relación con clientes, proveedores y otros *stakeholders*.

Conclusiones: se constató una importante relación entre CI y sostenibilidad empresarial. Estos hallazgos evidencian la creciente articulación entre ambos conceptos, la cual es destacada por la literatura más actual y ha sido recientemente reconocida, a nivel normativo, en la NIIF S1 del International Sustainability Standards Board.

Palabras clave: Capital intelectual; Sostenibilidad; Divulgación; Global Reporting Initiative (GRI); Empresas Cotizadas; Argentina.

INTRODUCCIÓN

En la actualidad, la sostenibilidad es un imperativo ineludible para las empresas, que se desenvuelven en un contexto global caracterizado por la presión creciente de los mercados financieros por el cumplimiento de criterios ESG (*Environmental, Social and Governance*), la demanda social por modelos de negocio responsables y la consolidación de estándares internacionales de reporte de información relacionada con la sostenibilidad. Estos factores no solo redefinen las expectativas sobre el rol de la empresa en la sociedad, sino que también intensifican la necesidad de generar ventajas competitivas sostenibles, especialmente, en entornos económicos marcados por la volatilidad y la incertidumbre.

Emerge, así, un nuevo paradigma a nivel empresarial: el de la sostenibilidad corporativa,⁽¹⁾ el cual supone equilibrar la creación de valor económico con la generación de valor social y ambiental.^(2,3) Esto ha impulsado procesos de innovación empresarial orientados al enfoque de triple impacto (*triple bottom line*),⁽⁴⁾ que implica trascender la idea de que el propósito de la empresa se centra en las ganancias, para considerar conjuntamente los impactos sociales, económicos y ambientales de la misma y los intereses de todos sus *stakeholders*, incluida la sociedad y el medioambiente.^(5,6)

Bajo estas condiciones, el capital intelectual (CI) se erige como un recurso estratégico fundamental,^(7,8) en virtud de que comprende diversos elementos intangibles que, al tener como sustrato fundamental al conocimiento individual y organizacional,^(9,10) resultan esenciales para potenciar la innovación, fortalecer la capacidad adaptativa y asegurar la creación de valor en múltiples dimensiones.^(11,12) En este sentido, el CI se define como “material intelectual, conocimiento, experiencia, propiedad intelectual e información que puede utilizarse para crear valor”.⁽¹²⁾

La variedad de componentes del CI ha dado lugar a su clasificación en tres grandes dimensiones, conocidas -en la mayor parte de la literatura^(9,12,13,14,15) como: capital humano (CH), capital estructural (CE) y capital relacional (CR). El CH refiere al conocimiento tácito que poseen los miembros de la organización, el CE es el conocimiento incorporado en sus rutinas y procesos, y el CR es el conocimiento incorporado en las relaciones establecidas con el entorno exterior.⁽¹⁶⁾

Sin embargo, existe un problema informativo en torno al CI, debido a que los informes que elaboran las empresas para atender los requerimientos normativos vigentes contienen escasa información sobre el mismo. En Argentina, estos informes se reducen a los estados financieros, que incluyen solo unos pocos componentes del CI dentro del rubro activos intangibles. Otro tipo de informes, como el reporte integrado del *International Integrated Reporting Council* (IIRC) o las memorias de sostenibilidad (MS) de la *Global Reporting Initiative* (GRI), que incorporan diversos elementos del CI, no son de presentación obligatoria en este país.

Es de destacar que, en junio de 2023, el *International Sustainability Standards Board* (ISSB) emitió la NIIF-S1 sobre “Información Financiera a Revelar relacionada con la Sostenibilidad”,⁽¹⁷⁾ que marca un hito al hacer obligatoria la divulgación de sostenibilidad, incluyendo información clave sobre el CI. Sin embargo, Argentina aún no ha adoptado este estándar, y Resolución Técnica que concretaría su aplicación en este país se encuentra en proceso de aprobación.

En este contexto, la divulgación del CI se ha desarrollado de manera voluntaria. Pero ha asumido un rol esencial,⁽¹⁸⁾ ya que puede ser considerada como parte del necesario diálogo entre la empresa y sus *stakeholders*, que contribuye a satisfacer las necesidades informativas del amplio conjunto de partes interesadas en su actividad.⁽¹¹⁾

Para concretarla, las empresas han usado los distintos tipos de informes antes mencionados y, también, los

sitios web corporativos. Sin embargo, la divulgación del CI ha estado principalmente asociada a la información vinculada a la sostenibilidad y, fundamentalmente, a la que se presenta en las MS elaboradas bajo estándares GRI (MS-GRI), por ser éste el estándar mundial dominante para la revelación de información social y ambiental.⁽¹⁹⁾

En lo que respecta al estudio de las prácticas de divulgación del CI, la mayoría de los trabajos empíricos han focalizado en la cantidad de información divulgada,^(20,21) mostrando, en general, que la divulgación voluntaria del CI es relativamente baja, pero con una tendencia creciente en el tiempo.^(22,23,24) En estos trabajos, los reportes anuales constituyen el documento más revisado.^(22,25,26) Sin embargo, el reporte integrado y los informes de sostenibilidad también han sido considerados como fuentes de divulgación del CI,^(27,28,29,30) al haberse identificado que el CI forma parte de la información integrada y sobre la responsabilidad social corporativa.⁽³¹⁾

Los estudios centrados en el reporte integrado evidencian que este informe ha permitido ampliar la divulgación del CI, en especial del CH y el CR, al integrar información financiera y no financiera. Además dan cuenta de que ha sido un canal para favorecer la implicación de la gerencia en la gestión del CI.^(27,30,32,33,34,35,36) Por su parte, los trabajos que han examinado la divulgación del CI, en las MS-GRI, muestran la relación entre CI, gestión del conocimiento y sostenibilidad, revelando vínculos entre los componentes del CI y distintos comportamientos socialmente responsables.^(28,37) Demuestran, también, que las MS-GRI permiten incrementar el nivel de divulgación del CI, en comparación con los informes anuales, principalmente, en torno al CH y a algunos indicadores específicos de CE y CR.^(23,28)

Se aprecia, de este modo, que los trabajos empíricos previos han privilegiado el análisis de la cantidad de información divulgada sobre CI, prestando menor atención a la calidad, profundidad y vinculación de dicha información con la sostenibilidad empresarial. Esta situación revela una brecha en la literatura. En particular, en lo referido al estudio de cómo se integran los distintos elementos del CI en los informes de sostenibilidad y de la manera en que esos elementos se articulan con las políticas y prácticas en materia de sostenibilidad empresarial. Además, la mayor parte de estos trabajos se han realizado sobre economías desarrolladas, siendo escasos los antecedentes para Latinoamérica y, en particular, para Argentina.

Con el fin de contribuir a cubrir esta brecha, y aumentar la limitada evidencia existente para mercados poco desarrollados y contextos volátiles como el argentino, se ha desarrollado la presente investigación. La misma se contextualiza en el mercado de capitales argentino y se realiza sobre las empresas que integran el “Índice de Sustentabilidad de Bolsas y Mercados Argentinos (IS-BYMA)”, en el que se incluye a las empresas líderes por sus prácticas de sostenibilidad, lo que configura un ámbito idóneo para abordar la temática planteada.

De manera específica, el presente trabajo tiene como objetivos analizar la información sobre CI que revelan las empresas cotizadas argentinas del IS-BYMA en sus MS-GRI y avanzar en el análisis de la relación entre CI y sostenibilidad empresarial.

El propósito es aportar a la construcción de respuestas a los siguientes interrogantes:

- ¿qué información referida al CI revelan las empresas del IS-BYMA cuando presentan información vinculada a la sostenibilidad?
- ¿qué elementos humanos, estructurales y relaciones del CI se revelan dentro de dicha información?
- ¿cuál es el nivel de divulgación que realizan sobre esos elementos?
- ¿qué elementos del CI tiene mayor relación con las políticas y prácticas de sostenibilidad reveladas?

Para dar cumplimiento a los objetivos propuestos, se realizó una investigación exploratoria, con carácter descriptivo e interpretativo, sustentada en el análisis de contenido de las MS-GRI que las empresas elaboran bajo estándares GRI. Se consideró, así, la información de sostenibilidad que divulgan las empresas en sus MS-GRI, para luego proceder a la identificación de categorías asociadas a las distintas dimensiones del CI dentro de la misma y a la interpretación explicativa de esos datos en función de las preguntas de investigación.

Se espera evidenciar que las empresas comprometidas con la sostenibilidad tienen niveles elevados de divulgación del CI, con predominio de la información sobre el CR. Asimismo, se prevé que la investigación patentice la estrecha articulación entre CI y sostenibilidad, destacando los elementos del CI que tienen mayor relevancia en ese vínculo.

Tras esta introducción, se presenta la revisión de la literatura, se describe la metodología utilizada y se exponen los resultados obtenidos y su discusión. Finalmente se presentan las conclusiones del trabajo.

MÉTODO

Diseño de la investigación

Para atender a los objetivos propuestos se realizó una investigación exploratoria, con carácter descriptivo e interpretativo.

El estudio se sustenta en el análisis de contenido de las MS-GRI, las cuales tienen alta presencia de datos textuales. El análisis de contenido es una técnica que permite analizar este tipo de datos, combinando elementos de la investigación cualitativa y cuantitativa.⁽³⁸⁾

Específicamente, permite convertir datos textuales cualitativos en datos cuantitativos, lo que posibilita la

descripción objetiva y sistemática del contenido textual analizado y la formulación de inferencias reproducibles y válidas, que permiten explicar de dicho contenido.^(39,40) Esta explicación se realiza desde una perspectiva interpretativa, lo que implica que el análisis de contenido excede la mera descripción de los datos numéricos para avanzar en la comprensión de su significado y darles sentido en relación con las preguntas y el contexto de la investigación.

Población, muestra y período de análisis

La población se conforma con las 20 empresas que integran el IS-BYMA, quedando la muestra integrada por las 19 empresas que han elaborado sus MS-GRI en el período de análisis: 2018-2022.

Se ha elegido un período de cinco años en pos de obtener evidencia en un amplio rango hasta ahora poco estudiado en trabajos de esta naturaleza, habida cuenta de que el análisis de contenido se utiliza fundamentalmente para conocer la divulgación del CI realizada por las empresas en períodos que, en general, no superan los tres años.^(23,24,41) El período inicia en 2018 por ser el año de inicio del IS-BYMA, y finaliza en 2022 por ser el año más reciente con MS-GRI disponibles del conjunto de empresas de la muestra, al momento de la recolección de datos.

Proceso desarrollado para la aplicación del análisis de contenido

La técnica de análisis de contenido conlleva seguir, rigurosamente, una serie de etapas diferentes en su proceso de aplicación. En este trabajo se han seguido los pasos propuestos por Andréu,⁽⁴²⁾ a saber: 1) determinar las unidades objeto de análisis; 2) definir el sistema de categorías; 3) determinar la regla de codificación; 4) comprobar la fiabilidad del sistema de codificación-categorización; 5) realizar las inferencias.

De este modo, el proceso busca extraer inferencias de los textos analizados, para luego proceder a la interpretación explicativa de esos datos en función de los objetivos y preguntas de la investigación. Pero, para llegar a estas inferencias, es necesario transformar los datos textuales brutos en valores numéricos, lo que se logra a través de la definición de un sistema de categorías de análisis y una regla de codificación

Seguidamente, se detallan las definiciones adoptadas en la ejecución de los pasos anteriores.

Determinación de las unidades objeto de análisis

La definición de la unidad de análisis conlleva distinguir tres tipos de unidades: la de muestreo, la de registro y la de contexto.⁽⁴⁰⁾ En función de los objetivos planteados para esta investigación, dichas unidades se definen del siguiente modo:

- Unidad de muestreo: MS-GRI de las empresas objeto del estudio
- Unidad de registro: frases, entendidas como conjunto de palabras
- Unidad de contexto: secciones de las MS-GRI

Definición del sistema de categorías

El sistema de categorías empleado toma como base las diferentes dimensiones del CI: CH, CE y CR y los elementos que las integran.

Para definirlo, en primer lugar, se identificaron los componentes de cada dimensión, considerando los habitualmente reconocidos en la literatura (tabla 1).

Tabla 1. Componentes de las tres dimensiones del CI

Dimensión	Componentes
CH	- es el conocimiento tácito que reside en los empleados ⁽¹⁶⁾ - incluye: saberes de los empleados, capacidades, experiencias, habilidades y nivel de formación ⁽¹⁴⁾ - engloba también: la satisfacción de los empleados, su bienestar y el clima laboral ⁽²⁵⁾ - y las prácticas que las empresas desarrollan para gestionar y proteger el conocimiento de sus empleados como: formación y desarrollo de competencias, políticas de salud y seguridad, entre otras. ⁽⁴³⁾
CE	- es el conocimiento institucionalizado ⁽⁹⁾ que incluye: bases de datos, rutinas, patentes, manuales de procedimientos, sistemas de comunicación y control interno, entre otros ⁽⁴⁴⁾ - también abarca los elementos vinculados a la innovación y a sus resultados como: inversiones en I+D, tecnologías de la información y la comunicación, procesos de digitalización ⁽⁴⁵⁾ y derechos de propiedad intelectual o industrial ⁽⁴⁶⁾ - integra, asimismo, la misión y las estrategias corporativas ⁽⁴⁷⁾
CR	- refiere a la red de relaciones de la empresa con diferentes <i>stakeholders</i> (clientes, proveedores, empresas participantes en alianzas y otros colectivos) con los cuales la empresa sostiene relaciones de largo plazo ⁽⁴⁸⁾ - comprende también las percepciones que esos <i>stakeholders</i> tienen de la firma como: la imagen, la lealtad y la satisfacción de los clientes ⁽¹⁴⁾

Sobre la base conceptual anterior, se definieron las palabras más representativas para los componentes de cada dimensión del CI (tabla 2). Es de destacar que, en muchos casos, se tomaron palabras con sus sinónimos (ejemplo: colaborador-empleado-personal, por ser todas de uso común); además, se consideró su uso en plural y singular y en femenino y masculino. De este modo, cada dimensión del CI representa una categoría y la/s palabra/s asociada/s a cada componente representa/n una subcategoría.

Tabla 2. Sistema de categorías	
Categorías	Subcategorías
CH	colaborador/es - empleado/a/s - personal - equipo director - directorio experiencia habilidad/es - competencia capacitación/es - formación retribución - remuneración - salario beneficio/s - incentivo/s salud seguridad clima laboral diversidad equidad estrategia/s estructura/s código - normas certificación/es sistema/s control
CE	proceso/s - procedimiento/s cultura rutina/s innovación propiedad intelectual investigación y desarrollo - I+D imagen - reputación premio/s - reconocimiento/s cliente/s inversor/es proveedor/es/as
CR	stakeholders - grupos de interés red/es - alianza/s - acuerdo/s responsabilidad social sostenibilidad - sustentabilidad comunidad/es - sociedad/es programa/s ambiente - ambiental/es - medioambiental/es - medioambiente

Determinación de las reglas de codificación

Para la clasificación de los elementos textuales -de las MS-GRI- en las categorías y subcategorías anteriores, se definieron reglas de codificación, que permitieron la representación de los datos brutos del texto en valores numéricos.

Dentro de las distintas reglas propuestas por Bardin,⁽⁴⁹⁾ se eligieron dos: la presencia/ausencia y la frecuencia; en ambos casos, de los elementos de información (palabras) presentados en la tabla 2. La primera regla permite identificar la presencia o ausencia de los elementos que se tienen en consideración (palabras). Sobre la base de esta regla, se asignó valor “1” cuando la palabra se encuentra presente en el texto de las MS-GRI y “0” cuando está ausente. La frecuencia permite captar el número de veces que las palabras aparecen o son evocadas. En esta regla subyace la idea de que la importancia de una unidad de registro (en este caso: la palabra) crece con su frecuencia de aparición.

Estas reglas fueron elegidas por ser las más apropiadas para alcanzar los objetivos propuestos para esta investigación. La presencia/ausencia permite representar la información de forma estructurada en un formato

numérico, simplificando la información para su ulterior análisis. La frecuencia, en cambio, es de gran utilidad para detectar la presencia de temas dominantes, identificar patrones y tendencias en el corpus textual analizado y apreciar la relevancia o intensidad de diferentes elementos de información.^(39,49)

Comprobación de la fiabilidad del sistema de codificación-categorización

Para la codificación y categorización se utilizó el apoyo del software Atlas.ti y se trabajó con dos codificadores que realizaron el mismo procedimiento de manera independiente. Se logró un coeficiente de acuerdo del 83 %, el cual puede ser considerado aceptable por ser mayor al 70 %, que es el mínimo exigido en este tipo de estudios.⁽²³⁾ Este proceso permitió presentar las palabras del corpus textual en función de su presencia/ausencia y la frecuencia de mención en la información publicada para cada empresa.

Ahora bien, dado que cualquier análisis de contenido debe realizarse en relación con el contexto de los datos y justificarse en función del mismo,⁽⁴²⁾ las palabras fueron buscadas e interpretadas en su contexto, es decir, considerando la parte del texto (oración y párrafo) en la cual aparecen. Esto permitió discriminar su significado y constatar que las palabras se hayan usado en relación con la temática objeto del análisis.

Inferencias

Sobre la base de la información codificada se extrajeron las inferencias que permitieron explicar el contenido de las MS-GRI en función de las preguntas planteadas para la investigación. Las inferencias pueden tomar diversas formas.⁽⁴⁰⁾ En este trabajo se usaron índices, tanto de frecuencia como de alcance o extensión.

Los primeros son las frecuencias relativas de los componentes de cada dimensión del CI presentados en la tabla 2. Los segundos son índices de divulgación de información, que miden el nivel de divulgación (o cantidad de información revelada).

Para la construcción de estos índices de divulgación de información de CI (IDCI) se utilizó la información codificada por aplicación de la regla de presencia/ausencia de las palabras presentadas en la tabla 2. Esto supone la adopción del enfoque dicotómico para la construcción de los IDCI. Específicamente, el cálculo de estos índices se realizó a través del cociente entre el número de palabras efectivamente divulgadas sobre el número total de palabras que se esperaría sean reveladas (si todas las palabras de la tabla 2 estuvieran presentes en las MS-GRI). La fórmula (1) refleja la metodología de cálculo del IDCI de cada empresa para el período de análisis:

$$IDCI_{it} = \frac{\sum_{i=1}^n PCI_{it}}{n} \quad (1)$$

donde:

$IDCI_{it}$ = índice de divulgación de información de CI de la empresa i para el período t

$\sum_{i=1}^n PCI_{it}$ = número de palabras representativas de los componentes del CI (PCI) efectivamente reveladas por la empresa i en el período t ; con $PCI_{it}=1$ si la empresa divulga información sobre la PCI y $PCI_{it}=0$ si la empresa no divulga información sobre la PCI

n = número total de palabras representativas de los componentes del CI contenidas en el sistema de categorías (en este caso, $n = 36$)

RESULTADOS

En esta sección se exponen los resultados del análisis de contenido realizado. Específicamente, se presentan los índices numéricos obtenidos a partir de la transformación de los datos textuales de las MS-GRI analizadas. Se presentan tanto los índices de frecuencia (tablas 3 y 4), como los que miden el nivel de divulgación del CI (tablas 5 y 6). La interpretación explicativa de estas inferencias, en función de los objetivos y preguntas planteados de investigación, se desarrolla en la sección de discusión de resultados.

La tabla 3 muestra la frecuencia de mención de las palabras representativas de las distintas dimensiones del CI en las MS-GRI del conjunto de empresas que integran la muestra.

Se aprecia que, en lo referido al CH, los términos más frecuentemente evocados son “director-directorio” y “colaborador/es-empleado/a/s-personal-equipo”. Al analizar el contexto en el que aparecen estas palabras, se evidencia que “director-directorio” se utilizan, principalmente, para referir a la forma de designación, a su composición, a la remuneración que perciben, a la capacitación que reciben y a la evaluación y seguimiento de sus tareas. Los términos “colaborador/es-empleado/a/s-personal-equipo” se emplean para describir la cantidad de empleados y su distribución por género, región y edad, el desempeño y potencial de los mismos y cómo se lleva a cabo la gestión del capital humano, en cuyo marco se explica cómo se realiza la integración y fidelización para el bienestar de los colaboradores y diversos temas relacionados con su “salud”, “seguridad”, “capacitación”, “experiencia” y “beneficios-incentivos” que reciben, por lo que estos términos se usan en relación con otras palabras representativas del CH. Para esta dimensión resulta llamativa la baja frecuencia de los términos “clima laboral”, “equidad”, “habilidades-competencias” y “beneficios-incentivos”, que son

aspectos clave del bienestar y desarrollo integral de los empleados y, consecuentemente, de la gestión eficiente de los recursos humanos.

Para el CE, las palabras de mayor frecuencia son: “estrategia/s”, “sistema/s” y “proceso/s - procedimiento/s”. La primera se utiliza para referir a aspectos clave vinculados a lo comercial, al impacto en la sociedad y al logro del crecimiento sostenible; también en relación con políticas en materia de seguridad, cambio cultural y control de riesgos. El término “sistema/s” se usa para describir distintos procesos y componentes de la organización: sistemas de gestión de riesgos, de información, de incentivos económicos al personal, de sanciones, de evaluación, de seguridad y salud y de protección al medioambiente. Al referir a “proceso/s - procedimiento/s” las empresas, principalmente, aluden a la forma en que desarrollan sus procesos productivos para evitar o reducir impactos negativos en el medioambiente. En esta dimensión se destaca la baja frecuencia de términos relacionados directamente con la capacidad de renovación de las empresas, como “innovación” e “investigación y desarrollo- I+D”, que son elementos esenciales para impulsar su competitividad, supervivencia y crecimiento a través del tiempo.

Con relación al CR, los términos más usados son “sostenibilidad-sustentabilidad” y “cliente/s”. El término “sostenibilidad-sustentabilidad” se utiliza para enfatizar el compromiso que asumen las empresas con la producción responsable, las acciones por el clima y en pos del bienestar de las personas. La palabra “cliente/s” se emplea para indicar quiénes son y remarcar la atención que les brindan. También se destacan, por su frecuencia de mención, los términos “comunidad/es-sociedad/es” y “proveedor/es/as”, como parte de sus *stakeholders* más importantes. Para esta dimensión destaca la baja frecuencia de los términos “responsabilidad social” y “*stakeholders*”, que son categorías centrales a la hora de referir al desempeño en materia de sostenibilidad.

La tabla 3 también permite apreciar la frecuencia de mención de las palabras, en forma global, para cada una de las tres dimensiones del CI. Se observa que la mayor frecuencia corresponde al CR (frecuencia absoluta=8,223). Esto evidencia que se trata de la dimensión que adquiere más relevancia dentro de la información vinculada a la sostenibilidad, lo que puede entenderse en términos de la significatividad que tiene, en esta temática, la imagen y reputación de la empresa, la relación con sus *stakeholders* y, en especial, los aportes que realiza en términos sociales y medioambientales.

Tabla 3. Frecuencia de las palabras (subcategorías) por dimensión del CI (categorías)

Categorías	Subcategorías	Frecuencia absoluta	Frecuencia relativa	
CH	colaborador/es - empleado/a/s - personal - equipo	1050	0,176	
	director - directorio	1273	0,213	
	Experiencia	262	0,044	
	habilidad/es - competencia	123	0,021	
	capacitación/es - formación	593	0,099	
	retribución - remuneración - salario	292	0,049	
	beneficio/s - incentivo/s	131	0,022	
	Salud	919	0,154	
	Seguridad	816	0,137	
	clima laboral	23	0,004	
	Diversidad	384	0,064	
	Equidad	105	0,018	
	Dimensión CH	5,971	1,000	
	CE	estrategia/s	699	0,172
		estructura/s	257	0,063
código - normas		482	0,118	
certificación/es		183	0,045	
sistema/s		657	0,161	
Control		462	0,114	
proceso/s - procedimiento/s		624	0,153	
Cultura		423	0,104	
rutina/s		4	0,001	
Innovación		267	0,066	
propiedad intelectual		3	0,001	
investigación y desarrollo - I+D		8	0,002	
Dimensión CE		4,069	1,000	

CR	imagen - reputación	60	0,007
	premio/s - reconocimiento/s	113	0,014
	cliente/s	1669	0,203
	inversor/es	200	0,024
	proveedor/es/as	889	0,108
	stakeholders - grupos de interés	311	0,038
	red/es - alianza/s - acuerdo/s	233	0,028
	responsabilidad social	46	0,006
	sostenibilidad - sustentabilidad	1721	0,209
	comunidad/es - sociedad/es	1045	0,127
	programa/s	1182	0,144
	ambiente - ambiental - medioambiental - medioambiente	754	0,092
	Dimensión CR	8,223	1,000

Dimensiones del CI	Frecuencia absoluta de las palabras por categoría	Frecuencia relativa de las palabras por categoría
Capital Humano	5,971	0,327
Capital Estructural	4,069	0,223
Capital Relacional	8,223	0,450

Finalmente, se presentan los índices de divulgación de información de CI (IDCI). La tabla 5 muestra el IDCI para cada una de las empresas estudiadas, como medida agregada de la cantidad de información sobre CI que divulga cada empresa en sus MS-GRI. Se aprecia que todas presentan índices de divulgación elevados (casi todos superiores a 0,70).

Empresas	IDCI por empresa
BANCO HIPOTECARIO S.A.	0,861
BANCO MACRO S.A.	0,806
BANCO BBVA ARGENTINA S.A.	0,889
BOLSAS Y MERCADOS ARGENTINOS S.A.	0,944
CENTRAL PUERTO S.A.	0,833
ENEL GENERACIÓN COSTANERA S.A.	0,833
GRUPO CLARÍN S.A.	0,806
GRUPO FINANCIERO GALICIA S.A.	0,917
GRUPO SUPERVIELLE S.A.	0,833
HOLCIM ARGENTINA S.A.	0,750
IRSA INVERSIONES Y REPRESENTACIONES S.A.	0,750
NATURGY BAN S.A.	0,833
LOMA NEGRA CÍA. INDUSTRIAL ARGENTINA S.A	0,694
MOLINOS AGRO S.A.	0,722
MOLINOS RÍO DE LA PLATA S.A.	0,722
LEDESMA S.A.	0,806
TELECOM ARGENTINA S.A.	0,750
TRANSPORTADORA DE GAS DEL SUR S.A.	0,694
YPF S.A.	0,861

La tabla 6 expone los índices de divulgación para el CI a nivel global (IDCI) y para cada una de sus dimensiones (IDCH, IDCE e IDCR). El primero muestra el nivel de divulgación del CI que realiza el conjunto de empresas estudiadas, es decir, el IDCI “promedio” para el conjunto de empresas que integran el IS-BYMA. Los otros tres índices aportan una medida de la cantidad de información que revela el conjunto de empresas para cada

dimensión del CI.

IDCH	0,842
IDCE	0,724
IDCR	0,851
IDCI	0,806

De esta manera, los resultados muestran un elevado nivel de divulgación de CI, con predominio del CR, seguido del CH y del CE. Evidencian, asimismo, la presencia de diversos elementos de cada una de esas tres dimensiones, aunque con distinta frecuencia. Esto hace patente que ciertos componentes tiene mayor importancia relativa, lo que permite advertir una configuración particular del CI vinculada a la performance en materia de sostenibilidad.

DISCUSIÓN

Los resultados obtenidos muestran un elevado nivel de divulgación del CI en las MS-GRI elaboradas por las empresas que integran el IS-BYMA, con un índice global de divulgación del CI del 0,806. Este significativo valor puede explicarse por la relevancia que tienen las MS-GRI como instrumento para comunicar el CI de manera innovadora y mostrar su vínculo con el desempeño en aspectos sociales y ambientales,⁽⁵⁰⁾ lo que adquiere especial relevancia en las empresas analizadas, que necesitan demostrar su liderazgo en materia de sostenibilidad para mantenerse en el IS-BYMA. A su vez, este comportamiento puede entenderse desde la teoría de los *stakeholders*,⁽⁵¹⁾ ya que la divulgación del CI, que refiere a activos esenciales para la creación de valor sostenible,⁽¹²⁾ es una estrategia de legitimación y de fortalecimiento de la reputación,^(52,53) que reduce la asimetría informativa y fortalece la confianza en la gestión,⁽⁵⁴⁾ permitiendo así satisfacer las expectativas de diversos grupos de interés. Los resultados obtenidos son, asimismo, consistentes con los trabajos previos que han identificado que las MS-GRI son el principal medio para divulgar CI, superando ampliamente a los informes anuales,⁽²³⁾ ampliando, además, la divulgación del CI, al incorporar aspectos no contemplados en dichos informes.⁽²⁹⁾

Sin embargo, el elevado valor del índice global de revelación hallado también evidencia algunas tensiones que no se pueden soslayar. En este sentido, es importante mencionar que, en cierta manera, las empresas que presentan MS-GRI buscan estrategias para dar a conocer acciones relacionadas con la sostenibilidad, lo que puede ser más marcado en las empresas analizadas, ya que califican para integrar el “Índice de Sustentabilidad” del mercado de valores en el que cotizan. Por lo anterior, el valor obtenido para el IDCI puede deberse más a una estrategia encaminada a mejorar la imagen empresarial que a una manera sensata para mostrar el valor agregado en términos sociales y ambientales. Otro aspecto a destacar, es que la información revelada por estas empresas cotizadas, no necesariamente se orienta a la totalidad de los *stakeholders*, ya que sus estrategias de revelación pueden estar principalmente dirigidas a los inversionistas (*stockholders*), con una visión de respuesta al mercado y, no necesariamente, de largo plazo. Esto implicaría un enfoque reduccionista de la sostenibilidad, al priorizar el interés económico de los inversores por encima de otros grupos de interés.^(55,56)

En cuanto a las dimensiones del CI, el estudio muestra que el CR es la categoría más divulgada, seguida por el CH y, en tercer lugar, por el CE. La relevancia del CR está en línea con los hallazgos de los estudios previos que destacan una mayor divulgación del CR en informes integrados y de sostenibilidad.^(27,30,34) En este marco, la alta frecuencia de los términos “sostenibilidad-sustentabilidad” (para enfatizar el compromiso con la producción responsable, las acciones por el clima y las personas), “clientes”, “comunidad-sociedad”, “proveedores” y “ambiente-ambiental”, en las MS analizadas, evidencia que las empresas comunican de qué manera integran las expectativas sociales y ambientales en sus procesos de creación de valor^(3,57) para satisfacer los intereses de distintos *stakeholders*.⁽⁶⁾

Este hallazgo podría explicarse por la orientación estratégica que pueden tener las empresas analizadas hacia la construcción de vínculos sostenibles con sus *stakeholders*, atendiendo a su calificación como organizaciones comprometidas con la sostenibilidad por su pertenencia al IS-BYMA. Sin embargo, también podría interpretarse desde otra perspectiva, si se considera que podría deberse a la postura antes señalada, más vinculada a la búsqueda de la mejora de la imagen de la empresa y de respuesta al mercado, sin necesario asidero con finalidades de sostenibilidad. Así, estas narrativas podrían caer en formas de “greenwashing simbólico”, donde el discurso supera en compromiso a las acciones reales.⁽⁵⁶⁾

Asimismo, el predominio del CR podría estar asociado al énfasis que ponen los estándares GRI en aspectos como la responsabilidad social, la relación con la comunidad, la cadena de suministro y el impacto ambiental, que son categorías estrechamente relacionadas con la dimensión relacional del CI. No obstante, llama la atención el contraste de la baja frecuencia del término “*stakeholders*” con la alta frecuencia de “clientes”, lo que podría

evidenciar la necesidad de las empresas de mejorar su posicionamiento en términos de demanda. Asimismo, el bajo nivel de uso del término “responsabilidad social” podría vincularse con la necesidad de enfatizar un enfoque más amplio en el modelo de negocio, en lugar de limitarlo a acciones puntuales o filantrópicas.

En cuanto al CH, la alta frecuencia de términos como “director-directorio”, “colaboradores-empleados”, “salud”, “seguridad” y “capacitación” da cuenta de la importancia atribuida al bienestar de los empleados -en términos de salud y seguridad laboral- y a la formación y desarrollo de sus competencias.^(25,43) Estos hallazgos confirman la utilidad de las guías GRI como marco para visibilizar políticas y prácticas específicas vinculadas a la gestión del conocimiento humano dentro de las organizaciones, lo que resulta clave en un contexto de sostenibilidad.^(35,37) Además, coinciden con estudios previos que destacan una especial ampliación en la divulgación del CH en informes integrados y de sostenibilidad.^(27,28,30,34)

En contraposición, se observa una baja frecuencia de los términos “clima laboral”, “equidad”, “habilidades-competencias” y “beneficios-incentivos”, que involucran aspectos relacionados con la gestión eficiente de los empleados, uno de los pilares de la responsabilidad social corporativa interna, que constituyen el motor inicial de las empresas sostenibles.⁽⁵⁸⁾ Esto demuestra, asimismo, que la revelación de información en las MS-GRI está más direccionada a mostrar cuestiones que tienen más interés e impacto hacia el afuera de las empresas que hacia el interior de las mismas.

Por otro lado, el CE, aunque menos divulgado que el CR y el CH, muestra una presencia significativa en las MS analizadas, en estrecha conexión con temas relevantes en materia de sostenibilidad. Así, la frecuencia en el uso de los términos “estrategia”, “sistema” y “proceso” se alinea con la definición de CE, como el soporte organizacional que permite el desarrollo del conocimiento.^(9,44,45) Además, refleja una divulgación que se orienta a describir aspectos estructurales organizativos relacionados con el funcionamiento interno, el control de riesgos y la sostenibilidad operativa, abarcando desde enfoques estratégicos en lo comercial y social, hasta sistemas de gestión vinculados a la salud, el medioambiente y la evaluación del desempeño, así como procedimientos productivos destinados a mitigar impactos ambientales negativos. Esto coincide con lo planteado por Chiucci y Giuliani,⁽⁵⁰⁾ quienes sostienen que las guías GRI habilitan la integración sistémica del CI con otros indicadores no financieros, permitiendo divulgar relaciones entre las capacidades organizativas y los objetivos sociales y ambientales.

No obstante, resulta llamativa la baja frecuencia de los términos “innovación” e “I+D”, ya que refieren a aspectos centrales del CE, por ser la fuerza movilizadora de las empresas hacia el crecimiento sostenible y el éxito en entornos dinámicos como el actual. Esta situación puede deberse a dos circunstancias: que los procesos de innovación, investigación y desarrollo no existan, o bien, que las empresas decidan no revelar estos procesos internos de agregado de valor. Sin embargo, sería necesaria la búsqueda de estrategias de revelación de este tipo de información, ya que no existe sostenibilidad alguna sin mecanismos internos que sirvan de motor y proyección en el largo plazo. En esta línea, López y Pontet Ubal,⁽⁵⁹⁾ destacan que la generación de valor y la creación de una ventaja competitiva para las organizaciones, descansa en la adecuada gestión del CE.

Más allá de los aspectos cuestionados, resulta importante destacar que los elevados índices de divulgación hallados en este estudio contrastan con lo que indica buena parte de la literatura empírica que, centrándose en el análisis de los informes anuales tradicionales, ha revelado bajos niveles de divulgación de CI.^(20,22,24) Este contraste refuerza la idea de que las MS -y en particular aquellas que siguen estándares GRI- constituyen un formato propicio para la revelación de intangibles, como se refleja en los estudios que remarcan que las exigencias crecientes en materia de sostenibilidad están impulsando prácticas más robustas de comunicación de información no financiera.^(27,29)

Asimismo, los patrones de divulgación identificados también muestran la interrelación entre CI y sostenibilidad, destacada en la literatura más reciente⁽⁶⁰⁾ y reflejada normativamente en la NIIF S1⁽¹⁷⁾ que integra explícitamente los elementos del CI como factores internos y externos que pueden dar lugar a riesgos y oportunidades relacionados con la sostenibilidad que podrían afectar las perspectivas de la empresa. Específicamente, los resultados obtenidos evidencian que la performance en sostenibilidad de las empresas analizadas se sustenta en una configuración del CI que posiciona al CR en un lugar central, como canal de legitimación frente a distintos *stakeholders*, entre los que se destacan los clientes. En esa configuración, el CH y el CE tienen también una presencia relevante: el primero, orientado, principalmente, a la capacitación de los empleados y a su bienestar en lo relativo a salud y seguridad laboral; y el segundo, en lo referido a aspectos organizativos relacionados con la estrategia y los sistemas y procesos productivos y de gestión. Esta combinación contribuye a proyectar una imagen sólida de compromiso sostenible y fortalece la reputación ante los grupos de interés. Sin embargo, revela ciertas limitaciones. Por un lado, la menor atención a aspectos vinculados al bienestar y desarrollo integral de los empleados, que tienen mayor interés a nivel interno de las empresas, como el clima laboral, la equidad y los incentivos. Por otro lado, la escasa divulgación de aspectos clave para la proyección de las empresas en el largo plazo, como son aquellos vinculados a los procesos de innovación, investigación y desarrollo.

Estos hallazgos tienen implicancias en distintos niveles. En el plano práctico, ponen en evidencia la necesidad

de que las empresas avancen hacia estrategias de divulgación de información más equilibradas, que no solo prioricen el CR orientado a la legitimación externa, sino que también transparenten procesos internos de gran interés, como los de innovación y de desarrollo integral de sus empleados. A nivel regulatorio, sería pertinente que los organismos emisores de normas y estándares promuevan lineamientos que incentiven la revelación de estos aspectos menos visibilizados del CI, lo que podría lograrse ampliando el alcance de los existentes. Finalmente, en el plano teórico, los hallazgos invitan a dar continuidad a la investigación sobre el binomio CI-sostenibilidad, profundizando en el estudio de su interrelación y, en particular, en la capacidad real del CI para generar valor social, ambiental y económico sostenible.

CONCLUSIONES

El presente trabajo tuvo como objetivos analizar la información sobre CI que revelan las empresas cotizadas argentinas del IS-BYMA, en sus MS-GRI, y avanzar en el análisis de la relación entre CI y sostenibilidad empresarial a partir del estudio de la información revelada.

Los resultados obtenidos evidencian que dichas empresas, cuando divulgan información vinculada a la sostenibilidad, revelan información sobre las tres dimensiones clásicas del CI, siendo el nivel de divulgación elevado. Respecto del CH se destaca la importancia de la información relacionada con empleados y directivos y con la forma en que se gestiona, en cuestiones referidas a capacitaciones, bienestar laboral, salud y seguridad, beneficios e incentivos. En relación con el CE, la información divulgada se relaciona con la estrategia, los sistemas internos y el desarrollo responsable de los procesos productivos. Se destaca la importancia de la información sobre el CR, en términos del compromiso con el medioambiente y la sociedad y la importancia que le dan las empresas a la relación con los clientes, los proveedores y otros *stakeholders*.

La significativa presencia hallada para los distintos componentes del CI en las MS-GRI, que tienen como objetivo principal comunicar el desempeño en materia de sostenibilidad, es una sólida evidencia de la estrecha relación entre CI y sostenibilidad, la cual es destacada en la literatura más actual⁽⁶⁰⁾ y ha sido recientemente reconocida, a nivel normativo, en la NIIF S1 del ISSB.⁽¹⁷⁾ En cuanto a los elementos del CI que presentan mayor relación con las políticas y prácticas de sostenibilidad reveladas por las empresas se evidencia que el CR ocupa un lugar central como canal de legitimación frente a los *stakeholders* -particularmente, los clientes-, acompañado por un CH orientado a la capacitación de los empleados y a su bienestar, principalmente en temas de salud y seguridad, y un CE ligado a la estrategia y a los sistemas de gestión y producción. En esta configuración se observan limitaciones que dan cuenta de una menor atención al bienestar y desarrollo integral de los empleados, como el clima laboral, la equidad y los incentivos, y a los procesos de innovación, investigación y desarrollo, que son fundamentales para impulsar el crecimiento a largo plazo y la sostenibilidad.

Estos resultados son el fruto de una investigación exploratoria, que requiere nuevos estudios para profundizar en la comprensión del fenómeno estudiado. En este sentido, de cara al avance de la investigación, se podría profundizar el estudio de las MS-GRI a través de un análisis de contenido cualitativo, que no solo se circunscribe a la interpretación del contenido manifiesto del texto analizado, sino que busca profundizar en su contenido latente y en el contexto social donde se desarrolla el fenómeno. Además, se podrían utilizar datos provenientes de otras fuentes. Entre ellas, se podría recurrir a entrevistas con directivos y funcionarios de las empresas para conocer cómo se moviliza el CI, en la práctica, en el desarrollo de políticas y acciones vinculadas a la sostenibilidad. Asimismo, se podrían revisar noticias publicadas en la prensa e informes o denuncias presentados en organismos oficiales y ONGs, que pudieran revelar información sobre conflictos sociales y/o ambientales, que no quedan evidenciados en las MS, pero que podrían involucrar al CI de las empresas y generar impacto sobre el mismo.

Sin embargo, los resultados hasta ahora obtenidos constituyen un importante aporte al campo de la investigación en CI y sostenibilidad, por cuanto son muy escasos los estudios que han considerado el análisis de este vínculo. Específicamente, el trabajo realiza contribuciones a la literatura, ya que aporta evidencia de altos niveles de divulgación del CI en las MS-GRI, identifica patrones diferenciados en la divulgación de las distintas dimensiones del CI y confirma la interrelación entre CI y sostenibilidad, arrojando luz sobre la configuración del CI que sustenta la performance en materia de sostenibilidad. La investigación también hace aportes en términos prácticos, en la medida que destaca el valor de las MS-GRI como marco para comunicar el CI y los compromisos socio-ambientales, muestra que la pertenencia de las empresas a un Índice de Sostenibilidad (como IS-BYMA) impulsa prácticas de divulgación del CI y ofrece lineamientos para fortalecer la comunicación del CH, CE y CR, al mostrar los aspectos que reciben menos atención. De este modo, se aporta una base de conocimiento que, sumada a la evidencia que surja de otros estudios, tiene potencial para contribuir con los organismos reguladores, para que modifiquen las normas y estándares existentes en pos de mejorar la presentación de la información sobre sostenibilidad. Esto podría lograrse incorporando elementos ausentes y generando los incentivos adecuados para que las empresas adopten estrategias de divulgación que muestren su desempeño actual y perspectivas futuras.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

1. Apte S, Sheth J. Developing the sustainable edge. *Leader to Leader*. 2017;(85):48-53.
2. Reimsbach D, Braam G. Creating social and environmental value through integrated thinking: International evidence. *Bus Strat Environ*. 2023;32(1):304-320.
3. Gross E, Kusterka M, Jefmański B. Can elements of intellectual capital improve business sustainability? The perspective of managers of SMEs in Poland. *Sustainability*. 2020;12(4):1545.
4. Elkington J. *Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st Century Business*. Oxford: Capstone Publishing; 1997.
5. Bocken N, Short S, Rana P, Evans S. Literature and Practice Review to Develop Sustainable Business Model Archetypes. *J Clean Prod*. 2014;65:42-56.
6. Fonseca L, Domingues JP, Bayona J, Harder D. Sustainability and stakeholder management: A framework for integrating environmental, social, and governance strategies. *J Clean Prod*. 2022;335:130231.
7. Secundo G, Ndou V, Del Vecchio P, De Pascale G. Sustainable development, intellectual capital and technology policies: A structured literature review and future research agenda. *Technol Forecast Soc Change*. 2020;153:119917.
8. Alvino F, Di Vaio A, Hassan R, Palladino R. Intellectual capital and sustainable development: a systematic literature review. *J Intellect Cap*. 2021;22(1):76-94.
9. Edvinsson L, Malone M. *Intellectual Capital: Realizing your company's true value by finding its hidden brainpower*. New York: Harper Collins; 1997.
10. Stewart T. *Intellectual Capital: The New Wealth of Organizations*. New York: Doubleday; 1997.
11. Ficco C, Prieto B. El capital intelectual: Factor clave en la relación empresa-sociedad-sostenibilidad. *Rev AECA*. 2021;(135):13-15.
12. Dumay J. A critical reflection on the future of intellectual capital: from reporting to disclosure. *J Intellect Cap*. 2016;17(1):168-184.
13. Buenechea M, Sáenz J, Kianto A. Intellectual capital-driven innovation: the influence of servitization degree. *R&D Manag*. 2024;54(4):818-832.
14. Cañibano L, Sánchez M, García M, Chaminade C. *Directrices para la gestión y difusión de información sobre intangibles*. Proyecto Meritum. Madrid; 2002.
15. Rivera A, Rivera-González G, Escamilla P, Carrillo J. Exploring the Mystery of Relational Capital in an Organizational Context. *Adm Sci*. 2025;15(2):49.
16. Bontis N. Managing organizational knowledge by diagnosing intellectual capital. *Int J Technol Manag*. 1999;18(5-8):433-462.
17. ISSB. *NIIF-S1 General Requirements for Disclosure of Sustainability-related Financial Information*. International Sustainability Standards Board; 2023.
18. Camilleri MA. Theoretical insights on integrated reporting. *Corp Commun Int J*. 2018;23(4):567-581.
19. Li B, Duan Z, Cai Q. Exploring the nexus between past financial performance and voluntary GRI adoption: The role of environmental certification. *Finance Res Lett*. 2024;66:105656.
20. Lim HJ, Mali D. A comparative analysis of human capital information opaqueness in South Korea and the UK. *J Intellect Cap*. 2022;23(6):1296-1327.

21. Mamun S, Aktar A. Intellectual capital disclosure practices of financial institutions in an emerging economy. *PSU Res Rev.* 2020;5(1):33-53.
22. An Hoang T, Aly D, Abdelqader M, Melhem MJ, Darwish TK, Al Tweijer A. An evaluation of intellectual capital disclosure: evidence from Vietnamese firms. *J Financ Report Account.* 2024. Ahead of print.
23. Castilla F, Ruiz C. Content analysis within intangible assets disclosure: a structured literature review. *J Intellect Cap.* 2017;18(3):506-543.
24. Cuozzo B, Dumay J, Palmaccio M, Lombardi R. Intellectual capital disclosure: a structured literature review. *J Intellect Cap.* 2017;18(1):9-28.
25. McCracken M, Mclvor R, Treacy R, Wall T. A study of human capital reporting in the United Kingdom. *Accounting Forum.* 2018;42(1):130-141.
26. Turzo T, Marzi G, Favino C, Terzani S. Non-financial reporting research and practice: Lessons from the last decade. *J Clean Prod.* 2022;345:131154.
27. Beretta V, Demartini C, Sotti F. Board composition and textual attributes of non-financial disclosure in the banking sector: Evidence from the Italian setting after directive 2014/95/EU. *J Clean Prod.* 2023;385:135561.
28. Ficco C, García G, Valenzuela J. Información sobre capital intelectual e informes de sostenibilidad. Un estudio empírico en el mercado de capitales argentino. *Rev Vis Contab.* 2017;16:50-72.
29. García-Benau M, Bollas H, Sierra L. La información no financiera en España. Los efectos de la adopción de la Directiva de la UE de 2014. *Span Account Rev.* 2022;25(1):3-15.
30. Melloni G. Intellectual capital disclosure in integrated reporting: an impression management analysis. *J Intellect Cap.* 2015;16(3):661-680.
31. Litharsini K, Abeywardhana DKY. Voluntary disclosure of intellectual capital and its impact on firm performance: A bibliometric analysis using Scopus database. *Int J Account Bus Finance.* 2024;10(2):129-147.
32. De Villiers C, Sharma U. A critical reflection on the future of financial, intellectual capital, sustainability and integrated reporting. *Crit Perspect Account.* 2020;70:102133.
33. Dumay J, La Torre M, Farneti F. Developing trust through stewardship: Implications for intellectual capital, integrated reporting, and the EU Directive 2014/95/EU. *J Intellect Cap.* 2019;20(1):11-39.
34. Beretta V, Demartini C, Trucco S. Does environmental, social and governance performance influence intellectual capital disclosure tone in integrated reporting? *J Intellect Cap.* 2019;20(1):100-124.
35. Badia F, Dicuonzo G, Petruzzelli S, Dell'Atti V. Integrated reporting in action: mobilising intellectual capital to improve management and governance practices. *J Manag Gov.* 2019;23(2):299-320.
36. Corbella S, Florio C, Sproviero A, Stacchezzini R. Integrated reporting and the performativity of intellectual capital. *J Manag Gov.* 2019;23:459-483.
37. Nakyeyune GK, Bananuka J, Tumwebaze Z, Kezaabu S. Knowledge management practices and sustainability reporting: the mediating role of intellectual capital. *J Money Bus.* 2022;3(1):1-24.
38. Bernete F. Análisis de contenido. En: Marín AL, Noboa A, coordinadores. *Conocer lo social: estrategias y técnicas de construcción y análisis de datos.* Madrid: Universidad Complutense de Madrid; 2013.
39. Berelson B. *Content Analysis in Communication Research.* Glencoe: The Free Press; 1952.
40. Krippendorff K. *Metodología de análisis de contenido. Teoría y práctica.* Barcelona: Paidós; 1990.
41. Paoloni P, Modaffari G, Ricci F, Della Corte G. Intellectual capital between measurement and reporting:

a structured literature review. *J Intellect Cap.* 2023;24(1):115-76.

42. Andréu J. Las técnicas de análisis de contenido: Una revisión actualizada. Sevilla: Fundación Centro de Estudios Andaluces; 2002.

43. Pisano S, Lepore L, Alvino F. Italian Web-Based Disclosure: A New Index to Measure the Information Released on Human Capital. In: Corsi K, Castellano N, Lamboglia R, Mancini D, editors. *Reshaping Accounting and Management Control Systems*. Cham: Springer; 2017. p. 289-301.

44. Youndt M, Subramaniam M, Snell S. Intellectual capital profiles: an examination of investments and returns. *J Manag Stud.* 2004;41(2):335-361.

45. Ricci F, Scafarto V, Ferri S, Tron A. Value relevance of digitalization: The moderating role of corporate sustainability. *J Clean Prod.* 2020;276:123282.

46. Ochoa M, Prieto MB, Santidrián A. Estado actual de los modelos de capital intelectual y su impacto en la creación de valor en empresas de Castilla y León. *Rev Invest Econ Soc Cast León.* 2010;13:15-205.

47. Birindelli G, Ferretti P, Chiappini H, Cosentino A. Intellectual Capital Disclosure: Some Evidence from Healthy and Distressed Banks in Italy. *Sustainability.* 2020;12(8):3174.

48. Roos G, Roos J, Dragonetti N, Edvinsson L. *Capital Intelectual*. Barcelona: Paidós; 2001.

49. Bardin L. *El análisis de contenido*. Madrid: Akal; 1996.

50. Chiucchi M, Giuliani M. Theoretical Aspects of Intangibles and Intellectual Capital Disclosure Through the Main Frameworks of Integrated Reporting and Non-Financial Information. In: Cinquini L, De Luca F, editors. *Non-financial Disclosure and Integrated Reporting*. Cham: Springer; 2022.

51. Freeman R. *Strategic Management: A Stakeholder Approach*. Boston: Pitman Publishing; 1984.

52. Roberts RW. Determinants of corporate social responsibility disclosure: An empirical test. *Account Organ Soc.* 1992;17(6):595-612.

53. Durán I, Rodrigo P. Why Do Firms in Emerging Markets Report? A Stakeholder Theory Approach to Study the Determinants of Non-Financial Disclosure in Latin America. *Sustainability.* 2018;10(9):3111.

54. Boateng R, Tawiah V, Tackie G. Corporate governance and voluntary disclosures in annual reports: a post-IFRS adoption evidence from an emerging capital market. *Int J Account Inf Manag.* 2022;30(2):252-276.

55. Boiral O. Sustainability reports as simulacra? A counter-account of A and A+ GRI reports. *Account Audit Account J.* 2013;26(7):1036-71.

56. Flower J. The International Integrated Reporting Council: A story of failure. *Crit Perspect Account.* 2015;27:1-17.

57. Bonfanti A, Mion G, Brunetti F, Vargas A. The contribution of manufacturing companies to the achievement of sustainable development goals: An empirical analysis of the operationalization of sustainable business models. *Bus Strat Environ.* 2023;32(4):2490-2508.

58. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). Documento N° 10. Responsabilidad Social Corporativa Interna. Delimitación conceptual e información. Madrid: AECA; 2016. Disponible en: <https://aeca.es/old/tienda/rs10.pdf>

59. López CO, Pontet Ubal N. Ventajas competitivas sustentables a través del capital intelectual integrando las complementariedades entre la teoría institucional y la teoría de recursos. *Rev Inst Int Costos.* 2011;(8):47-59.

60. Pedro E, Leitão J, Alves H. Screening and enhancing intellectual capital consistency: A scoping review of

systematised literature reviews. *J Innov Knowl.* 2025;10(2):100664.

FINANCIACIÓN

La investigación se desarrolló con los subsidios de los proyectos de investigación que los autores reciben en las instituciones a las que pertenecen (Universidad Nacional de Río Cuarto, Universidad Nacional de Villa María y Universidad Siglo 21).

CONFLICTO DE INTERESES

Ninguno.

CONTRIBUCIÓN DE AUTORÍA

Conceptualización: Cecilia Ficco y Gustavo Sader.

Curación de datos: Ariana Catalano Cecchel, María Belén Danna y Cecilia Ficco.

Análisis formal: Cecilia Ficco, Gustavo Sader, Ariana Catalano Cecchel y María Belén Danna.

Investigación: Cecilia Ficco.

Metodología: Cecilia Ficco.

Administración del proyecto: Cecilia Ficco y Gustavo Sader.

Recursos: Cecilia Ficco y Gustavo Sader.

Software: Ariana Catalano Cecchel y María Belén Danna.

Supervisión: Cecilia Ficco y Gustavo Sader.

Validación: Cecilia Ficco y Gustavo Sader.

Visualización: Cecilia Ficco y Gustavo Sader.

Redacción - borrador original: Cecilia Ficco y Gustavo Sader.

Redacción - revisión y edición: Cecilia Ficco.