

Alejandro Sáez Martín *
Arturo Haro de Rosario **
María del Carmen Caba Pérez ***

Universidad de Almería,
Almería, España.

Recibido: 4 de abril de 2014
Concepto de evaluación: 17 de junio de 2014
Aprobado: 18 de junio de 2014

Artículo de investigación
© 2014 Universidad Católica de
Colombia. Facultad de Ciencias
Económicas y Administrativas.
Todos los derechos reservados

* Graduado en Gestión y
Administración Pública. Máster
en Contabilidad y Finanzas
Corporativas, Universidad
de Almería, y doctorando
en Ciencias Económicas y
Empresariales. Docente del
Departamento de Economía y
Empresa, Universidad de Almería,
Almería, España. Correo postal:
carretera de Sacramento, s/n,
04120 Cañada de San Urbano,
Almería, España). Correo
electrónico: saez_18@ual.es

** Doctor en Ciencias Económicas
y Empresariales. Becario de
investigación del Departamento
de Dirección y Gestión de
Empresas, Universidad de
Almería. Docente de Economía
Financiera y Contabilidad,
Departamento de Economía y
Empresa, Universidad de Almería,
Almería, España. Correo postal:
carretera de Sacramento, s/n,
04120 Cañada de San Urbano,
Almería, España. Correo
electrónico: arturo.haro@ual.es

Hacia una información corporativa integrada: evidencias en la industria de productos del cuidado de la salud

RESUMEN

En los últimos años, ante el nuevo entorno empresarial, ha surgido la necesidad de realizar informes integrados; las empresas de la industria de productos del cuidado de la salud han sido pioneras e impulsoras en su elaboración. Para que la información incluida en este tipo de informes sea comparable, se ha desarrollado recientemente un marco conceptual internacional de información integrada (MCIII). En este contexto, el objetivo del presente trabajo es aportar evidencias sobre el *gap* existente entre el contenido a incluir según el marco conceptual MCIII y lo que los elaboradores de los actuales informes integrados en la industria de productos del cuidado de la salud entienden como tal. Para ello, se analizará y comparará la información incluida actualmente en dichos informes con las recomendaciones incluidas en MCIII. Los resultados muestran el gran *gap* existente hasta el momento en esta industria, y la necesidad de seguir trabajando en este campo.

Palabras clave: reporte integrado, marco conceptual, informe anual, conexión, armonización.

JEL: M41

Towards Integrated Cooperative Information: Evidence in the Industry of Healthcare Products

ABSTRACT

In recent years, facing the new business environment, the necessity of doing integrated reports has emerged. Companies of the healthcare industry

*** Doctora en Contabilidad y profesora titular del Departamento de Dirección y Gestión de Empresas de la Universidad de Almería. Docente de materias relacionadas con el área de economía financiera y contabilidad a nivel de máster y doctorado. Actualmente es vicedecana de la Facultad de Ciencias Económicas y Empresariales, Universidad de Almería, Almería, España. Correo postal: carretera de Sacramento, s/n, 04120 Cañada de San Urbano, Almería, España. Correo electrónico: ccaba@ual.es

have been pioneers and instigators in their making. For this information to be compared, an International Integrated Reporting Framework (IIRF) has recently been created. In this context, the purpose of this article is to provide evidence of the existent gap between the contents to be included according to such framework and the one writers of the current integrated reports in the healthcare industry understand. In order to achieve this, information included on these reports was analyzed and compared with the IIRF's suggestions. Results show the existent gap up until now in this industry and the need to continue working on this field.

Keywords: Integrated report, conceptual framework, annual report, connection, harmonization.

Rumo a uma informação corporativa integrada: evidências na indústria de produtos do cuidado da saúde

RESUMO

Nos últimos anos, ante o novo contexto empresarial, vem surgindo a necessidade de realizar relatórios integrados; as empresas da indústria de produtos do cuidado da saúde têm sido pioneiras e promotoras em sua elaboração. Para que a informação incluída nesse tipo de relatórios seja comparável, desenvolveu-se recentemente um marco conceitual internacional de informação integrada (MCIII). Nesse contexto, o objetivo do presente trabalho é contribuir com evidências sobre o *gap* existente entre o conteúdo a incluir segundo o marco conceitual MCIII e o que os elaboradores dos atuais relatórios integrados na indústria de produtos do cuidado da saúde entendem como tal. Para isso, será analisada e comparada a informação incluída atualmente nesses relatórios com as recomendações incluídas no MCIII. Os resultados mostram o grande *gap* existente até o momento nessa indústria e a necessidade de continuar trabalhando nesse campo.

Palavras-chave: relatório integrado, marco conceitual, relatório anual, conexão, harmonização.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, el entorno empresarial es bastante complejo, esto es consecuencia, entre otros aspectos, de la globalización, la crisis económica, el aumento de la complejidad de los mercados, etc. A todo ello, hay que añadir los crecientes casos de corrupción, así como de fraudes fiscales y contables, que hacen que los *grupos de interés* exijan tanto a las empresas como a las instituciones públicas información que les genere una mayor confianza en estas (Lozano & Huisinigh, 2011; Chen *et al.*, 2012). Ante este entorno empresarial, las empresas se han planteado nuevas formas de encaminar el negocio y mostrar la información empresarial más relevante (Frías-Aceituno *et al.*, 2013, 2014).

Centrándonos en este último, como apunta la empresa auditora PwC (2012), este complejo entorno está aflorando la necesidad de cambiar el modelo de información empresarial, por lo que todas las compañías deben adaptarse al cambio si quieren responder a las expectativas de sus grupos de interés. Las empresas tendrán la oportunidad de diferenciarse al considerar qué tipo de información empresarial necesitan para generar confianza de sus grupos de interés, fomentar la estabilidad y el crecimiento en los mercados (Fifka & Drabble, 2012). Es decir, para diferenciarse, las empresas deberán plantearse la necesidad de iniciar o crear un nuevo modelo de información empresarial que se adapte a la época en que vivimos y que transmita confianza a los mercados (Smith *et al.*, 2010).

Este nuevo modelo de información empresarial debe dejar latente la importancia de realizar nuevos informes anuales, que contengan información del futuro sin olvidar el pasado, además de incluir la estrategia corporativa, los resultados operativos y financieros, así como los distintos factores económicos, ambientales, sociales y de gobierno (Eccles & Krzus, 2010).

Sin embargo, durante estos últimos años, este proceso se ha entendido bajo la idea de producir una cantidad ingente de informes aislados que recojan cada uno de los tipos de información señalados (KPMG, 2012). De hecho, junto a los ya

tradicionales informes financieros como el *Informe anual* o el *Informe financiero*, han surgido otros como la *Memoria de sostenibilidad*, la *Memoria de gobierno corporativo* o el *Informe de remuneraciones*. Esto ha llevado a que los grupos de interés se sientan colapsados con una cantidad ingente de información incluida en formatos separados y no conexiónados, de manera que para la toma de decisiones, deben tener presente la información contenida en cada uno de los informes, que normalmente se han elaborado de manera aislada por unidades independientes de la organización. Ello ha complicado significativamente la toma de decisiones, al tener que manejar un alto volumen de información, la mayoría de las veces no conexiónada (Willis, 2010; Deloitte, 2012).

Así las cosas, está surgiendo la necesidad de recoger toda la información de los distintos factores (económicos, sociales, medioambientales, de gobierno corporativo y otros factores relevantes) de forma conjunta en un solo informe, que debe recibir el mismo trato en el transcurso de su elaboración para que permita a los grupos de interés tener una visión de conjunto y analizar los diferentes aspectos desde su propio punto de vista. A este informe empresarial se le ha denominado *informe integrado* (Eccles & King, 2010; Sierra-García *et al.*, 2013). Este nuevo informe anual corporativo, en cuyo contenido están trabajando múltiples organismos, como apunta Vives (2013), debe incluir no solo información financiera, sino también no financiera (económica, social, medioambiental, corporativa), y esta debe estar interconectada para así facilitar la comprensión y acceso a esta.

En este contexto, la industria de productos del cuidado de la salud se ha convertido en un sector candente de controversias por hechos como el auge de los medicamentos genéricos, el coste de las investigaciones, la deuda contraída por las administraciones públicas, el copago sanitario, la modificación de las regulaciones, entre otros aspectos económicos y políticos. La salud requiere total transparencia debido a la gran repercusión y afectados que tiene y puede tener, lo que genera la necesidad de hablar sobre todos los temas que

atañen a la calidad de los productos y los servicios ofrecidos.

Bajo lo expuesto, este entorno no solo ha afectado al desarrollo económico y empresarial de estas organizaciones, sino a la sociedad en su conjunto, lo que hace que la industria de productos de la salud sea un sector que no debe de ser ajeno a los cambios a realizar en cuanto a la información a ofrecer a sus grupos de interés. Así, como indica Herzlinger (2006) sobre la situación financiera de esta industria, la innovación, junto con las alianzas y las adquisiciones, se ha convertido en la principal tabla de salvación para un sector que se enfrenta a la expiración de patentes y nuevas medidas gubernamentales, por lo que mostrar estos activos intangibles, en conjunción con su información financiera en sus informes a los grupos de interés, resulta totalmente necesario para la comprensión. A todo ello hay que añadir que este sector no está quedando ajeno a estas prácticas, sino que, por el contrario, es considerado uno de los sectores impulsores y pioneros en la elaboración del informe integrado.

El presente trabajo pretende, en este momento de plena puesta en marcha de informes integrados de acuerdo con el marco conceptual aprobado por la International Integrated Reporting Council (IIRC), aportar alguna luz sobre el *gap* o la distancia existente entre las primeras

aproximaciones conceptuales realizadas sobre el contenido de informe integrado y lo que los elaboradores de la información en la industria de productos del cuidado de la salud entienden como tal.

LA INFORMACIÓN INTEGRADA Y SU EVOLUCIÓN

Como señala la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) (2011a), la información integrada reunirá la información relevante acerca de la estrategia de una organización, la gestión, los resultados y las perspectivas de una manera que refleje el contexto social, comercial y medioambiental en el que opera, y proporcione una representación clara y concisa de cómo una organización evidencia su administración y cómo se crea y se sostiene el valor. Es decir, el informe integrado debe ser el vehículo primario de emisión de información de una organización (Eccles & Armbrester, 2011).

Por lo tanto, podemos ver cómo existen importantes diferencias entre estos informes integrados y los tradicionalmente elaborados (tabla 1). Los tradicionales se elaboran de forma separada, por lo que crean un pensamiento aislado en el que se muestra únicamente el capital financiero; mientras que los informes integrados reflejan y apoyan el pensamiento integrado al comunicar, controlar y

Tabla 1.

Diferencias entre el informe tradicional y el informe integrado

	Informe tradicional	Informe integrado
<i>Pensamiento</i>	Aislado.	Integrado.
<i>Administración</i>	Capital financiero.	Todas las formas de capital.
<i>Enfoque</i>	Pasado y financiero.	Pasado y futuro, conectado y estratégico.
<i>Plazo</i>	Corto plazo.	Corto, mediano y largo plazo.
<i>Confianza</i>	Pocas revelaciones.	Mayor transparencia.
<i>Adaptativo</i>	Regla obligada.	Responde a las circunstancias individuales.
<i>Conciso</i>	Largo y complejo.	Conciso y material.
<i>Tecnología</i>	Basado en papel.	Basado en tecnología.

Fuente: AECA (2011a).

gestionar el proceso de creación de valor y cómo contribuye al éxito, mostrando todas las formas de capital que afecta. El enfoque dado a los informes tradicionales se centra en resultados financieros pasados y riesgos financieros. Por el contrario, el enfoque integrado se enfatiza en la capacidad de crear y mantener valor en el futuro sin olvidar el pasado, todo ello de forma conectada y vinculada a los objetivos estratégicos de la organización.

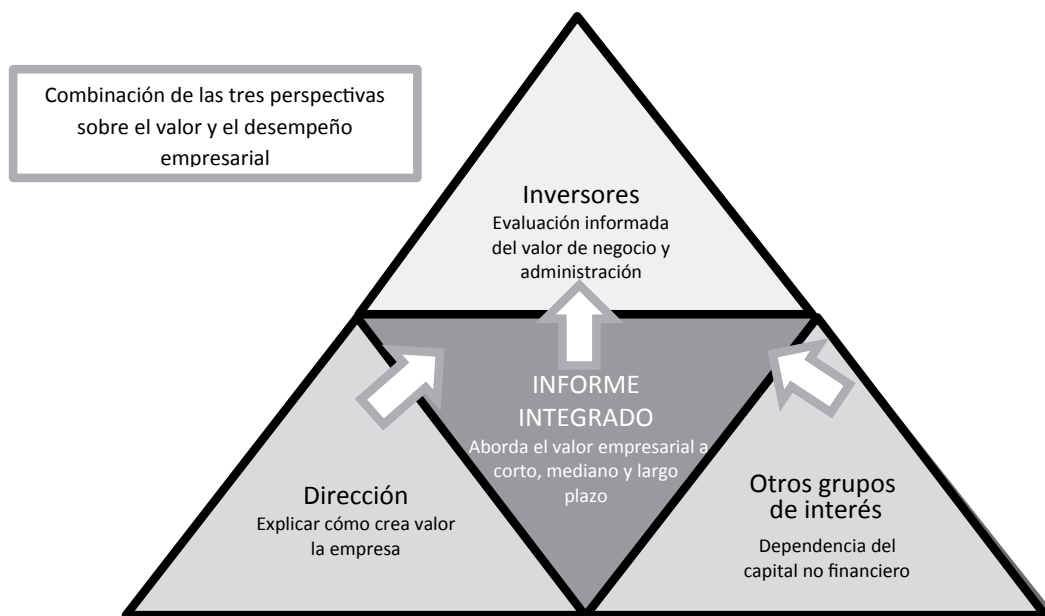
Ahora bien, como se pone de manifiesto en el informe realizado por KPMG (2010), presentar información integrada no consiste simplemente en adicionar al informe económico determinada información social, medioambiental, de gobierno corporativo y otros factores relevantes que puedan afectar su negocio, pues con ello no se valoraría el enfoque empresarial de una entidad desde la estrategia o la gestión de los resultados, lo cual es clave para lograr una integración coherente en las áreas centrales de la entidad.

Lizcano *et al.* (2011) refieren que el informe integrado debe ser el informe principal de la organización, equivalente al informe anual de muchas jurisdicciones, centrado en la creación y la conservación de valor en el corto, mediano y largo plazo; y cada elemento del informe integrado debe proveer información sobre el comportamiento presente y futuro de la empresa (figura 1).

Ahora bien, un paso importante para presentar la información de manera integrada es la elaboración de un marco armonizado que unifique la estructura y el contenido de dicho informe y que permita su comparación (Eccles & Serafeim, 2011). Esto condujo, en el año 2010, a la creación en Londres de un consejo destinado a guiar el proceso de transición hacia una estructura de información integrada que fuera aprobada a nivel internacional. A este consejo se le denominó International Integrated Reporting Comitee (IIRC); posteriormente adquirió el nombre de International Integrated

Figura 1.

Relación entre las perspectivas del informe integrado



Fuente: AECA (2011a).

Reporting Council. El IIRC pretende crear un marco conceptual para que la información corporativa esté en mejores condiciones y, así, dar cabida a la complejidad empresarial y se reúnan los distintos aspectos de la información de forma coherente e integrada.

En septiembre de 2011, este consejo emitió un *discussion paper*, cuyo principal objetivo fue obtener una primera aproximación para un marco conceptual internacional de información integrada (MCIII), y estuvo abierto a debate hasta el 14 de diciembre de 2011. Este MCIII se ha elaborado a través de una amplia colaboración internacional, y ha contado no solo con la participación de grandes compañías globales, sino con muchos de los principales grupos de interés.

Como se apunta en dicho *discussion paper* de informe integrado (AECA, 2011a), la propuesta se basó en los desarrollos, hasta ese momento, de la información financiera y no financiera. Concretamente:

- En el marco normativo NIIF/IFRS (normas internacionales de información financiera), dado que la mayor parte de los países del mundo lo siguen. Por este motivo, la International Accounting Standards Board (IASB) y la Financial Accounting Standards Accounting (FASB) de EE. UU. han colaborado con el objetivo de unificar y eliminar las diferencias existentes en las normas de contabilidad entre las NIIF y los principios de contabilidad generalmente aceptados en los Estados Unidos (USGAAP).
- En los trabajos realizados por The Prince's Accounting for Sustainability Project, del Global Reporting Initiative (GRI), el World Business Council for Sustainable Development, el World Resources Institute, el World Intellectual Capital Initiative, el Carbon Disclosure Project, el Climate Disclosure Standards Board, la European Federation of Financial Analysts (EFAA), la Conferencia de

Naciones Unidas (ONU) en Comercio y Desarrollo, el Global Compact de la ONU, la International Corporate Governance Network, la Collaborative Venture on Valuing Non-Financial Performance, y muchos otros para desarrollar principios, metodologías, directrices y normas para la contabilidad y la información no financiera.

- En el Practice Statement de las NIIF, "Comentarios de la gerencia", informe que ofrece un marco conceptual internacional sobre la información narrativa para proporcionar un contexto que sirva a la interpretación de la posición financiera de la organización, el resultado financiero y de los flujos de efectivo.
- En el documento para debate del International Auditing and Assurance Standards Board (IAASB), llamado "La naturaleza cambiante de la información financiera: la elaboración de informes financieros: su desglose e implicaciones de auditoría".

Para facilitar el acceso a estos contenidos y estimular la participación en el debate internacional de los hispanoparlantes, este informe fue traducido al español en el 2011 por la AECA. Esta organización, que durante más de una década viene trabajando en materia de normalización de la información no financiera, en la que se destaca la investigación en materia de información sobre responsabilidad corporativa, incorporó en sus investigaciones la nueva tendencia sobre información integrada. Así, entre otros, hasta el momento, ha desarrollado el cuadro integrado de indicadores para mostrar la información integrada y su taxonomía eXtensible Business Reporting Language (XBRL) sobre la base de los indicadores anteriormente desarrollados (AECA, 2011b). En España, además de la comisión de AECA, se constituyó un grupo de trabajo en el seno de la Comisión Nacional del Mercado de Valores (CNMV) para redactar una

guía de recomendaciones para la elaboración del informe de gestión.

Otros países y organismos también han participado creando foros y presentando propuestas sobre el contenido del informe integrado. Así, el Reino Unido creó foros para trabajar sobre el informe integrado, y estableció una nueva línea de pensamiento y nuevos marcos regulatorios en torno al modelo de negocio y los indicadores clave del desempeño de la empresa. En Alemania, está en vigor desde el 2013 el German Accounting Standard n.º 15 y 20 (GAS15, 20), que contiene principios parecidos a los del IIRC, incluyendo la importancia de los objetivos estratégicos y la información no-financiera. La Comisión Europea aprobó, en el 2014, modificar de las Directivas 78/660/EEC y 83/349/EEC sobre las cuentas anuales y consolidadas con respecto a la inclusión de la información no financiera y de diversidad para las empresas europeas.

A todo lo anterior, hay que añadir que muchos países actualmente exigen que se elaboren estos informes integrados, como es el caso de Sudáfrica, uno de los primeros países en exigirlo, o Dinamarca, Suecia y Noruega, que lo aplican a las compañías cotizadas desde el 2008 y 2009 y 2013, respectivamente. En este contexto, finalmente, tras abordar el tema desde diferentes perspectivas y tener presente las recomendaciones formuladas durante el periodo de consulta a dicho marco, en diciembre del 2013, la IIRC publicó el marco conceptual internacional de reporte integrado (IR) (IIRC, 2013), lo que constituyó un importante hito dado que proporcionaría a las empresas las bases para conseguir notables mejoras en la presentación de los informes corporativos.

MARCO CONCEPTUAL INTERNACIONAL DE LA INFORMACIÓN INTEGRADA: CONTENIDO

Como se ha puesto de manifiesto, el IIRC (2013) ha desarrollado un MCIII que facilita la elaboración del informe integrado, y guía a las organizaciones en la evaluación de las perspectivas de la organización

a corto, mediano y largo plazo de forma clara, concisa y comparable. Este marco conceptual debe ayudar para que los informes de las organizaciones sean coherentes, poniendo a disposición de los responsables políticos y los reguladores nacionales parámetros generales para que todas las propuestas que realicen sigan unas reglas similares para conseguir una armonización internacional que permita la comparación de dicha información.

Dicho informe está estructurado en dos partes fundamentales: una primera, introductoria, en la que se pone de manifiesto la importancia de utilizar este marco conceptual y las definiciones más relevantes; y una segunda que se centra en los principios que debe seguir la corporación para la elaboración de la memoria integrada y en el contenido fundamental a introducir en ella. En relación con los principios contenidos en el marco conceptual del IR que deben seguir las empresas para un buen informe integrado, observamos que son siete, dos más de los inicialmente propuestos en el 2011. Concretamente son:

- Enfoque estratégico y orientación al futuro.
- Información conectada.
- Capacidad de respuesta e inclusión de las partes interesadas.
- Importancia relativa.
- Conciso.
- Fiable y completo.
- Ser una información consistente y comparable.

En lo que a los elementos del contenido se refiere, son las categorías de información que se deben incluir en un informe integrado. Estas categorías están vinculadas y no son excluyentes. Asimismo, se señalan unas bases generales para la presentación, recogidas en siete elementos:

- Una visión general de organización y contexto externo.
- Gobierno corporativo.
- Modelo de negocio.

- Riesgos y oportunidades.
- Estrategia y asignación de recursos.
- Desempeño.
- Perspectiva.

Una vez enumerados tanto los principios a cumplir como las categorías a incluir en el marco conceptual, pasemos a poner de manifiesto los puntos más sobresalientes de cada una de ellas.

Principios del marco conceptual

Los siete principios propuestos deben ser aplicados a partir de un resumen de la organización y el modelo de negocio; el contexto operativo (incluyendo riesgos y oportunidades); los objetivos estratégicos y las estrategias para alcanzarlos; el rendimiento, y las perspectivas de futuro. Su significado se señala a continuación.

Enfoque estratégico y orientación al futuro

El informe integrado de cualquier corporación debe dar a conocer la estrategia pretendida por la organización, y su capacidad para crear valor en el corto, mediano y largo plazo, así como el uso y los efectos que tendría ello en los capitales de la organización. Así, a título de ejemplo, el informe señala que se deberían destacar los riesgos significativos, las oportunidades y las dependencias que pueden surgir por la posición que tiene la empresa en el mercado, por el modelo de los negocios seguido, o el punto de vista de los gestores sobre la relación del rendimiento pasado y futuro, y los factores que podrían cambiar esa relación.

Información conectada

Se debería presentar las conexiones entre los diferentes componentes del modelo de negocio de la organización, los factores externos que la afectan, las relaciones con los distintos proveedores de capitales de los que depende la organización y su

funcionamiento. Es decir, todo aquello que puede afectar la capacidad de la organización para crear valor con el tiempo.

Además, se señala que, a mayor integración de las actividades de la organización bajo un pensamiento de actividades interrelacionadas, se producirá una mayor conectividad en el flujo de información producido, lo que además de repercutir en el informe integrado, ayudará a mejorar la toma de decisiones. Como clave para la conectividad de la información corporativa, se hace necesario que estén conexonados los siguientes flujos de información:

- *Los elementos de contenido.* El informe integrado debe conectar los distintos elementos o categorías de contenido para ofrecer una imagen global que refleje las actividades de la organización como un todo.
- *El pasado, presente y futuro.* Realizar un análisis de las actividades de la organización del pasado hasta el momento actual puede proporcionar información útil para evaluar la admisibilidad de la información reportada en lo relativo a lo que puede ocurrir en el futuro. También un análisis pasado-presente puede ser útil para sacar conclusiones sobre las actuales capacidades y la calidad de la gestión.
- *Los capitales.* La capacidad de la organización para crear valor va a ser afectada por la interdependencia y las compensaciones entre los distintos tipos de capitales, así como por los cambios en su disponibilidad, calidad y accesibilidad.
- *Información financiera y otra información.* Por ejemplo, se debería mostrar la información sobre implicaciones del crecimiento de la empresa en los beneficios futuros, la inversión en recursos humanos, la reducción de costes, las nuevas oportunidades de negocios, etc.

- *Información cuantitativa y cualitativa.* Es necesaria en un informe integrado para representar adecuadamente la capacidad de la organización para crear valor. Para conectar ambas formas de representar la información, sería conveniente elaborar indicadores clave de desempeño.
- *Información para la gestión, información para los consejos de administración e información externa.* La información usada internamente por los gestores debe ser consistente con la información cuantitativa incluida en el informe de gestión.
- *La información contenida en el informe integrado, la información comunicada en la organización, así como la de otras fuentes.* Las diferentes informaciones que surjan desde la empresa deben ser coherentes, pues la información que se proporciona desde la corporación no se lee aisladamente, sino que se combina con informaciones de otras fuentes cuando se realiza la evaluación.

La conectividad de la información y la utilidad general del informe integrado serán más elevadas en la medida en que la información se estructure lógicamente, se escriba de forma clara, comprensible, sin jerga idiomática, y se incluyan secciones y referencias adecuadas. En este contexto, las tecnologías de la información y la comunicación pueden ser de utilidad para mejorar la capacidad de buscar, acceder, combinar, conectar, personalizar, reutilizar o analizar información.

Capacidad de respuesta e inclusión de las partes interesadas

El informe integrado de cualquier corporación debería poner de manifiesto la naturaleza y la calidad de sus relaciones con las partes interesadas, incluyendo cómo y en qué medida la organización entiende, tiene presente y responde a sus intereses y necesidades. No obstante, no hay que olvidar que dicho

informe no tiene que satisfacer todas y cada una de las necesidades informativas de todas las partes interesadas. Estas deben proporcionar datos útiles sobre la información que es más relevante para ellas, lo cual podría conducir a incluir cuestiones económicas, ambientales y sociales que también afectan la capacidad de la organización para crear valor. Sus necesidades pueden ayudar a la organización a entender cómo las partes perciben el valor, a identificar tendencias informativas que puede que, hasta el momento, hayan pasado desapercibidas, etc.

El informe integrado aumenta la transparencia y la rendición de cuentas, algo que es esencial en la construcción de la confianza y la capacidad de recuperación, revelando cómo son entendidos las necesidades y los intereses legítimos de las partes interesadas, así como poniendo de manifiesto cómo ha respondido la organización a ellos, a través de las decisiones, las acciones y el desempeño llevados a cabo.

Materialidad o importancia relativa

El informe integrado debe revelar información sobre los asuntos que sustantivamente afectan la capacidad de la organización para crear valor en el corto, mediano y largo plazo. En él se distinguen distintos subapartados en los que se tratan algunos problemas relativos a la materialidad, como: el proceso de determinación de la importancia; la identificación de los hechos más relevantes; la evaluación de la importancia; la priorización de los hechos más relevantes; la determinación de la información a divulgar; los límites en la divulgación; las entidades informantes, y los riesgos, las oportunidades y los resultados.

El proceso de determinación de la materialidad de la información de la corporación, con el fin de preparar y presentar un informe integrado, implica: identificar los asuntos relevantes en función de su capacidad de afectar la creación de valor; evaluar la importancia de los asuntos pertinentes en términos de su efecto real o potencial sobre creación de valor; dar prioridad a los asuntos en

función de su importancia, y determinar la información a revelar sobre asuntos importantes.

Conciso

El informe integrado debe incluir información suficiente para entender la estrategia de la organización, la gobernanza, los resultados y las perspectivas; no debe estar cargado de información irrelevante. Se debe buscar un equilibrio entre este principio y el resto de los principios rectores apuntados en este marco conceptual.

Fiable y completo

El informe integrado debería incluir todos los asuntos relevantes, tanto positivos como negativos, de una manera equilibrada y sin errores. Para confiar en la información, son necesarios robustos sistemas de control interno, la participación de los interesados, auditorías internas o similares, así como la verificación externa por auditores independientes. La información contenida en el informe integrado no debe inclinar, enfatizar, hacer hincapié o manipular la información, de manera que al utilizarla, cambie la toma de decisiones. Habrá que procurar aplicar sistemas de control adecuados para que se produzcan los mínimos errores posibles, y cuando se suministre información estimada, habrá que explicar sus limitaciones.

Respecto al informe integrado completo, este debe incluir toda la información relevante, independientemente de que sea positiva o negativa. Para ayudar a asegurar que toda la información relevante ha sido identificada, se debe tener presente lo que están informando otras organizaciones del mismo sector, dado que hay cuestiones significativas comunes para todas las organizaciones dentro de una misma industria.

Ahora bien, nos podemos encontrar que, con base en el coste de obtener una información relevante para divulgarla, las corporaciones decidan frenar su divulgación. En este caso, aunque se debe evaluar el coste y los beneficios a la hora de ver el

alcance de la información a divulgar, este no debe ser una excusa para no hacer pública dicha información. Introducir información sobre asuntos relevantes puede ser una ventaja competitiva pues tratar la esencia de los asuntos sin incluir los datos necesarios para los grupos de interés puede llevar a una pérdida de competitividad. No debemos olvidar que aunque la información orientada al futuro es, por naturaleza, más incierta que la información histórica, esta incertidumbre no es razón en sí misma para excluirla.

Consistencia y comparabilidad

La información contenida en el informe integrado de la organización debería ser presentada sobre una base que sea consistente en el tiempo, lo que permitiría, en todo momento, la *comparabilidad* de la información con la elaborada por otras entidades. Se basa en aplicar la misma política informativa de un periodo a otro, a menos que se produzca un cambio que mejore la calidad de la información reportada. Si se produjera un cambio significativo en cualquier criterio informativo seguido, habría que explicar la razón por la que se ha producido dicho cambio.

Está claro que la información que cada corporación especifica varía de una organización a otra, ya que cada una crea valor a su propia manera. No obstante, el seguir los elementos de contenido propuestos ayuda a garantizar un adecuado nivel de comparabilidad.

Elementos de contenido del informe integrado

Vistos los principios en los que se debe basar la información, pasemos a desarrollar los elementos de su contenido, según el citado marco conceptual.

Una visión general de organización y contexto externo

El informe integrado debe responder a las preguntas qué hace la organización y bajo qué

circunstancias opera. Se debe identificar la misión, la visión y el contexto, para lo cual será conveniente que se identifiquen hechos como: cultura, ética y valores; propiedad y su estructura operativa; principales actividades y mercado; panorama de la competencia y posicionamiento en el mercado, o posición dentro de la cadena de valor. Sobre la información cuantitativa clave, es conveniente resaltar aquella en la que se hayan producido los cambios más sobresalientes en relación con el periodo anterior.

En cuanto al entorno, hay que hacer referencia a aquellos aspectos legales, comerciales, sociales, ambientales o políticos que pueden afectar la creación de valor en la empresa a corto, mediano o largo plazo.

Gobierno corporativo

Se debe responder la pregunta sobre la forma como la estructura de gobierno corporativo apoya la creación de valor. Este informe debe ofrecer una visión de aspectos como la estructura de liderazgo de la organización, incluyendo las habilidades y la diversidad de la gobernanza; posibles influencias de la regulación en el diseño de esta gobernanza; los procesos específicos utilizados para las decisiones estratégicas y para establecer y supervisar la cultura de la organización; las acciones particulares que los encargados del gobierno han tomado para influir y supervisar la estrategia de la organización; cómo la cultura, la ética y demás valores pueden verse afectados por este gobierno; si la organización está implementando prácticas de gobernanza que excedan los requisitos legales, o cómo la remuneración y los incentivos están vinculados con la creación de valor a corto, mediano y largo plazo.

Modelo de negocio

El informe integrado debe responder a la cuestión sobre cuál es el modelo de negocio utilizado.

Así, se debe incluir información sobre insumos, productos y resultados, aunque no debe mostrar una lista exhaustiva de estos; un diagrama sencillo que destaque estos elementos clave, apoyados con una explicación clara; una definición de las circunstancias particulares de la firma, es decir, se debe mostrar las diferencias de la compañía con el resto del mercado, así como el diseño de un modelo de negocio realizado para adaptarse al cambio; los resultados internos y externos, en el caso de múltiples modelos de negocios, habrá que desagregar la información para describir cada uno de ellos, etc.

Riesgos y oportunidades

Se debe señalar los riesgos específicos y las oportunidades que afectan la capacidad de la organización para crear valor a corto, mediano y largo plazo. Se debe indicar las fuentes tanto internas como externas de los riesgos y las oportunidades, así como las circunstancias específicas que podrían causar riesgos u oportunidades de llevar a buen término.

Estrategia y asignación de recursos

Se debe responder hacia dónde quiere ir la organización y cómo puede conseguir llegar a dicha meta. Para ello, hay que identificar los objetivos estratégicos a corto, mediano y largo plazo; las estrategias que ha puesto en marcha o intenta implantar para conseguir dichos objetivos; la asignación de recursos para implantar estas estrategias; la forma de medir los logros y los resultados en los distintos plazos. No se debe olvidar describir los vínculos existentes entre la estrategia y la asignación de recursos con el resto de información contenida en el informe; por ejemplo, cambios que son necesarios en el modelo de negocio para implementar las estrategias elegidas, o cómo afectan estas estrategias los capitales.

Desempeño

El informe debe contener información tanto cualitativa como cuantitativa en la que se pongan de manifiesto los objetivos estratégicos hasta el momento alcanzados y cuáles han sido los resultados en término de efectos sobre los capitales. Por ejemplo, se podría incluir indicadores cuantitativos respecto a metas, riesgos y oportunidades, explicando su importancia o implicaciones; el estado de la relaciones con los grupos de interés, señalando cómo la corporación ha respondido a sus necesidades e intereses; la vinculación del desempeño entre el presente, el pasado y el futuro; etc.

Perspectiva

El informe debe resaltar los desafíos o incertidumbres con los que se puede encontrar, probablemente, para llevar adelante su estrategia, así como cuáles podrían ser las potenciales implicaciones en su modelo de negocio y en el futuro rendimiento. Se podría incluir información sobre la expectativa de la organización bajo el entorno en el que se desarrolla o se podría desarrollar, para observar cómo se podría enfrentar tanto a corto como a mediano y largo plazo a este; cómo ello afectaría la firma; cómo la empresa está preparada para responder a los desafíos e incertidumbres con los que se puede encontrar; etc.

ANÁLISIS DE LOS INFORMES ANUALES DE LAS EMPRESAS DEL SECTOR DE PRODUCTOS DEL CUIDADO DE LA SALUD

Ámbito de estudio

La industria de productos del cuidado de la salud, dedicada a la fabricación, la preparación y la comercialización de productos farmacéuticos, de higiene bucal y personal, prótesis dentales e implantes, etc., ha adquirido gran importancia en el vivir cotidiano. Sin embargo, aunque trabaja

para ayudar a erradicar, entre otras, importantes enfermedades, suele ser altamente influyente a nivel político; pugna por sus propios intereses para que se mejoren leyes que la protejan y, así, generar mayores beneficios. En este contexto, muchas leyes aprobadas habilitan a esta industria a extender derechos exclusivos de explotación por largos periodos de tiempo de determinados productos, lo que ha dado lugar a la demanda de productos genéricos (González Goraieb, 2005).

Las empresas de este sector se han incorporado a organizaciones a nivel internacional como la International Federation of Pharmaceutical Manufacturers & Associations (IFPMA), la European Federation of Pharmaceutical Industries and Associations (EFPIA), la Pharmaceutical Research and Manufacturers of America (PhRMA) para promocionarlo. Estas organizaciones ponen de manifiesto que es esencial para el bienestar de las personas promover la investigación y una economía abierta, pero que tenga presente la protección de la propiedad intelectual. Por lo tanto, las empresas de esta industria necesitan que para que se siga investigando y sobreviviendo, se generen beneficios; al mismo tiempo, tienen un alto nivel de responsabilidad social, pues la calidad de vida de la ciudadanía depende de ellas.

Sin embargo, aunque esta industria ha gozado de simpatía general durante mucho tiempo, en los últimos años ha sufrido muchas críticas, por lo que se le están exigiendo actuaciones mucho más responsables (Melé, 2006). Por ello, las propias empresas de esta industria, desde hace más de una década, han ido emitiendo documentos sobre la importancia de las actuaciones responsables, como es el caso del documento "La industria farmacéutica y la responsabilidad corporativa: idealismo sin solución y realismo sin resignación" (González Goraieb, 2005).

En este contexto, esta industria está tomando conciencia de la necesidad de dar a conocer no solo la política económica de la empresa, sino también las políticas de responsabilidad social, en un único documento que conjugue ambos objetivos, para que no se vean como políticas incompatibles. Para

ello, las firmas de este sector se han convertido en pioneras en considerar la necesidad de elaborar un único documento que incluya tanto la información económica que tradicionalmente elaboraban como la información sobre responsabilidad corporativa, como pone de manifiesto el propio IIRC; por ello, esta industria se toma como ámbito de estudio.

Para la obtención de la muestra de firmas de esta industria objeto de estudio, se ha acudido a las bases de datos que aparecen en la página de la Global Reporting Initiative y del IIRC, y se escogieron las organizaciones que en el filtro de búsqueda del sector de actividad aparecían bajo el título de “productos del cuidado de la salud” y que, según lo señalado, realizaban “informes integrados”. Estas bases de datos, bajo este filtro de actividad, incluyen los laboratorios farmacéuticos y empresas de tecnología farmacéutica, fundamentalmente, y quedan excluidas las empresas de servicios de la salud.

A continuación, se han seleccionado aquellas empresas que disponen de las cuentas anuales o similares correspondientes al año 2013 o, en su defecto, a las del 2012, en su página web corporativa; se ha obtenido una muestra definitiva de treinta empresas (véase apéndice 1). Entre las empresas analizadas, se encuentran las siete primeras empresas a nivel mundial por ingreso neto según datos del 2013, como Johnson & Johnson, Pfizer, GlaxoSmithKline, F. Hoffman-Roche, Sanofi-Aventis, Novartis y AstraZeneca. La recolección de los datos se llevó a cabo durante enero y febrero del 2014.

Metodología de análisis

El trabajo se desarrolla en tres fases, las cuales se realizan a través del análisis de los informes anuales o informes integrados de diferentes empresas del sector de productos de la salud, mediante un estudio descriptivo. En primer lugar, se analiza si cumplen los principios señalados por el marco conceptual para la elaboración del informe integrado (MCIII, 2013). Dado que para comprobar si se cumplen algunos de estos principios en los informes presentados, sería conveniente hacer algún tipo

de entrevistas con sus responsables para conocer si está incluida toda la información necesaria para que se cumpla el principio, como es el caso del principio “fiable y completo”, o “información consistente y comparable”, nos centraremos en esta primera aproximación en aquellos que son más fácilmente comprobables. Es decir, analizaremos aquellos principios que suponen menos subjetividad al comprobar su cumplimiento en la memoria, sin realizar entrevistas, como son:

- Enfoque estratégico y orientación al futuro.
- Información conectada.
- Conciso.

En segundo lugar, se ha procedido a analizar si las memorias han desarrollado una estructura en la que se diferencien las siete categorías de información a incluir en los informes integrados según IR (2013) (véase apartado “Evidencias sobre la categorización de la información”).

En tercer lugar, se analiza el grado en que las empresas del sector de productos del cuidado de la salud divulgan en su memoria unos contenidos mínimos de información necesarios para una memoria integral. Para ello, se ha elaborado un índice de reporte integrado, de igual forma que se ha realizado en trabajos previos como el de Lizcano *et al.* (2011). Tenemos que tener presente que este marco elaborado por IIRC (2013) no fija unos contenidos mínimos, aunque sí señala algunas recomendaciones. Por ello, teniendo presente estas recomendaciones y tomando como referencia trabajos previos, hemos considerado la inclusión de los siguientes ítems dentro de categorías o dimensiones recomendadas por el marco conceptual tratado en la sección anterior (tabla 2).

Este RI va a estar formado por 42 ítems, los cuales están distribuidos, a su vez, en siete subíndices que coinciden con cada una de las categorías indicadas: a) información en el reporte integrado sobre visión general de organización y contexto externo (R_x); b) información en el reporte integrado sobre gobierno corporativo (R_g); c) información en el reporte integrado sobre el modelo de negocio

Tabla 2.

Ítems del informe integrado

A. Una visión general de organización y contexto externo (RI ₁)
Definición de la misión y visión.
Descripción de las relaciones clave con los grupos de interés internos y externos.
Cultura, ética y valores.
Descripción/referencia al contexto social, geopolítico y económico-financiero en el que opera la empresa.
Mercado en el que opera, sus oportunidades y tendencias futuras.
Estructura de capital.
B. Gobierno corporativo (RI ₂)
Estructura del consejo de administración.
Requerimientos legales que afectan la estructura del consejo.
Influencia del gobierno corporativo en las decisiones estratégicas.
Influencia del gobierno corporativo en las remuneraciones de ejecutivos.
Influencia del gobierno corporativo en la innovación.
Cómo afecta la ética, la cultura y los valores en los distintos capitales.
C. Modelo de negocio (RI ₃)
Descripción del proceso de transformación de los insumos en productos.
Diagrama en el que se identifiquen los elementos clave.
Diferencia del modelo de negocio con respecto al resto.
Descripción de los productos y los servicios.
Descripción de los resultados.
Descripción del modelo de negocio a los cambios.
D. Información sobre riesgos y oportunidades (RI ₄)
Descripción de las fuentes internas de riesgos.
Descripción de las fuentes internas de oportunidades.
Descripción externa de riesgos.
Descripción de las fuentes externas de oportunidades.
Mecanismos para mitigar los riesgos principales.
Cuantificar los impactos que pudieran tener los riesgos.
E. Estrategia y asignación de recursos (RI ₅)
Objetivos estratégicos a corto plazo.
Objetivos estratégicos a mediano plazo.
Objetivos estratégicos a largo plazo.
Estrategias puestas en marcha o que se intentan implantar para conseguir dichos objetivos.
Conexión de la estrategia con aspectos de sostenibilidad.
Vinculación de la estrategia con las políticas de retribución.
F. Contribución de la empresa (desempeño) (RI ₆)
Identificación de indicadores cuantitativos clave del desempeño (KPI).
Objetivos estratégicos alcanzados.
Comparación de resultados con datos pasados y futuros.
Contribución de los objetivos alcanzados sobre los resultados financieros.
Relación entre resultados no financieros y KPI de rendimiento.
Alineamiento de los KPI con las prioridades estratégicas.
G. Perspectiva (RI ₇)
Descripción /identificación de retos y oportunidades en el futuro (escenarios).
Referencia al equilibrio de intereses/objetivos a corto, mediano y largo plazo.
Referencia a resultados/previsiones de futuro.
Preparación de la empresa para responder a los desafíos y las incertidumbres internas.
Preparación de la empresa para responder a los desafíos y las incertidumbres externas.
Sumario de los supuestos realizados para identificar los retos y las oportunidades futuras.

Fuente: elaboración de los autores.

(R_n); d) información en el reporte integrado sobre riesgos y oportunidades (R_r); e) información en el reporte integrado sobre estrategia y asignación de recursos (R_e); información en el reporte integrado sobre desempeño (R_d), y e) información en el reporte integrado sobre perspectiva (R_p).

Cada subíndice (RI_x) se determina mediante el cociente entre la sumatoria del número del total de ítems identificados en la memoria anual (ri_x) y el número total de ítems que constituyen el subíndice (6). Para expresarlo en porcentaje, se multiplica por 100.

$$RI_x = \frac{\sum_{i=1}^6 ri_x}{6} \times 100$$

La no disponibilidad de evidencias empíricas sobre la importancia de los distintos ítems y subíndices que comprenden el índice de reporte integral nos ha llevado a asignar a cada uno de ellos idéntico peso en línea con los trabajos previos de Verbruggen *et al.* (2011) y Saxton y Guo (2011). Por lo tanto, se han valorado los ítems bajo una calificación dicotómica, de forma que un determinado ítem (RI) se valorará con un "1" si dispone de la información en su memoria, y con "0", en caso contrario. El índice final de RI se calculará como un valor medio bajo la siguiente expresión:

$$RI = [RI_v + RI_g + RI_n + RI_r + RI_e + RI_d + RI_p] \times \frac{1}{7}$$

Evidencias sobre la información integrada recogida en los informes anuales

Antes de adentrarnos en el contenido del informe, hemos querido conocer si se había mantenido el nombre tradicional "informe anual" o si, por el contrario, se había introducido la palabra "integrado". De dicha observación se extrae que un 10% de las memorias anuales han cambiado su título a "informe integrado". Asimismo, un porcentaje similar de empresas manifestaron que

han seguido las recomendaciones del IICR (2013) para la elaboración del informe, mientras que una de las empresas ha señalado, expresamente, que aunque realiza un informe integrado, no sigue las recomendaciones del IICR (2013).

Evidencias sobre cumplimiento de principios

En primer lugar, al analizar los principios en los que nos centraremos en esta aproximación inicial, observamos que, en cuanto al enfoque estratégico y la orientación al futuro, este marco apunta a la necesidad de hacer referencia a la estrategia pretendida por la organización, y su capacidad para crear valor en el corto, mediano y largo plazo. Sin embargo, hasta el momento las memorias presentadas por el sector analizado se centran, fundamentalmente, en el presente; hacen algunas referencias al corto y el largo plazo, y olvidan prácticamente el mediano plazo. Así, al menos el 76,6% de los informes analizados se refieren unas diez veces al largo plazo; algo similar ocurre con el corto plazo; mientras que el mediano plazo queda prácticamente olvidado, pues menos de un 10% hace referencia a él.

Por su parte, el análisis del principio de conexión de la información, por el que se pretende que se produzca mayor conectividad en el flujo de información producido, nos ha llevado a comprobar si, en el informe anual, únicamente se ha incluido de forma separada la información que se viene incluyendo en el *Informe financiero*, la *Memoria de sostenibilidad* o la *Memoria de gobierno corporativo*.

Tras el análisis realizado, se observa que únicamente un 36,6% de las empresas analizadas presentan la información conexiónada. El resto de las organizaciones presentan en su memoria anual apartados diferenciados, donde incluyen información resumida y no conexiónada sobre las finanzas de la entidad, de sostenibilidad o de su gobierno corporativo.

Como se observa en la gráfica 1, el 53,3% de las empresas de este sector siguen incluyendo un apartado diferenciado y no conexionado para incluir la información financiera de la entidad, en la que se incluyen los tradicionales balances, los estados de resultados económicos-financieros, la memoria, etc. Junto con esta información, un 36,7% de las entidades optan por incorporar en un apartado no conexionado la información que se suele recoger en la *Memoria de gobierno corporativo*. Finalmente, la información por la que más optan las empresas por conexionar de las incluidas en las memorias o el informe anual, hasta el momento, es la de sostenibilidad, pues únicamente un 16,6% de las entidades no la conexionan (gráfica 1).

El tercer principio a analizar es que el informe sea conciso. Para ello, hemos procedido a comprobar su longitud. Así, la media de páginas de dichos informes se sitúa en 152,8, con un valor mínimo de 48 páginas y un valor máximo de 418 páginas. La mediana, es decir, el número de páginas que ocupa la posición central de las empresas analizadas, es de 143,5 páginas. Por lo tanto, las

empresas de este sector son conscientes de la importancia de realizar informes concisos, dado que la información que normalmente se incluía en tres informes con grandes longitudes, ahora se ha incluido únicamente en uno, con una longitud muy inferior a la que sumaban los tres informes tradicionales.

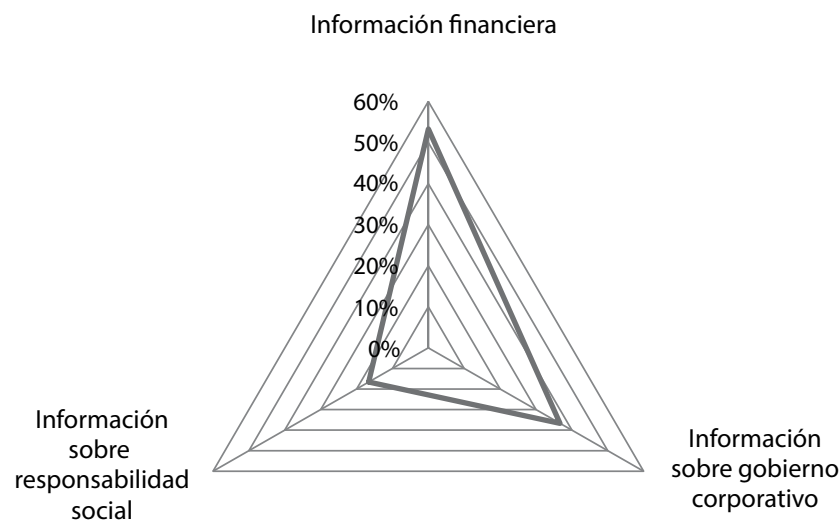
Evidencias sobre la categorización de la información

Al analizar la estructura en la que se divide la información contenida en los actuales informes anuales elaborados en la industria de productos de la salud, se observa que en este momento la estructura es muy dispar. Así, se distinguen por término medio 7,4 apartados, que incluyen cada una de las categorías de información señaladas. Sin embargo, hay empresas en las que se diferencian hasta 18 apartados, mientras que otras distribuyen esta información en únicamente tres.

De la categoría de información de las recomendadas por el IIRC (2013), que hasta el momento

Gráfica 1.

Conexión de la información incluida en el reporte integrado (RI)



Fuente: elaboración de los autores.

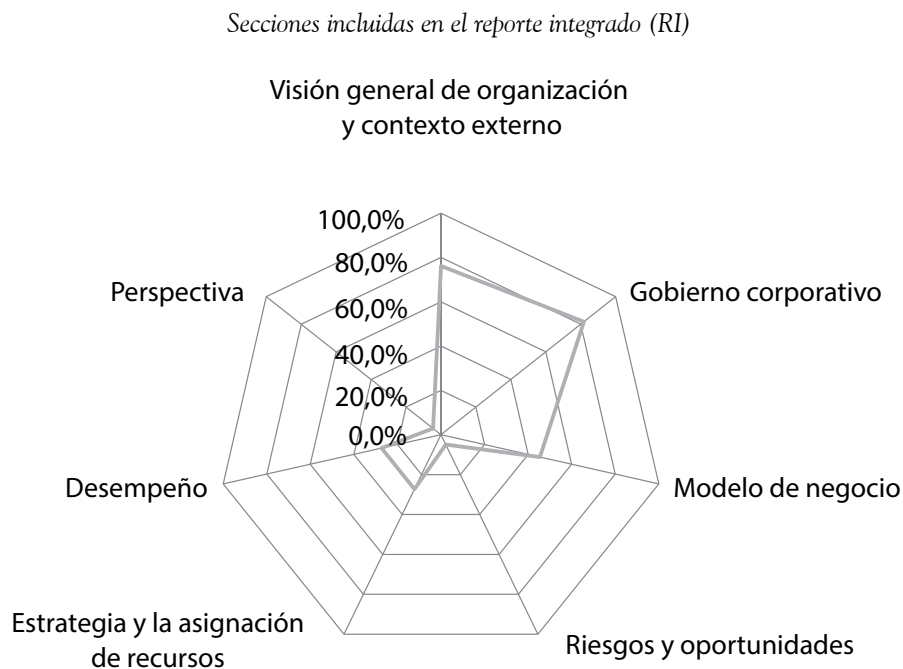
aparece en una mayor cantidad de informes, es la relativa al gobierno corporativo. Así, el 83,3% de los informes incluyen un apartado que se dedica a la información que trata de responder a la pregunta sobre la forma en que la estructura de gobierno corporativo apoya la creación de valor. Junto con este apartado, las empresas de este sector suelen incluir en su memoria anual uno que trata de ofrecer una visión general de la organización y el contexto externo, concretamente el 76,6% de las empresas lo ofrecen.

Los apartados que menos suelen incluirse son los relativos a las perspectivas, los riesgos y las oportunidades; únicamente se incluyen estos en un 6,6% de las memorias anuales, seguidos muy de cerca de la estrategia y la asignación de recursos, y el desempeño, que se incluyen únicamente en el 26,6% de dichas memorias (gráfica 2).

Evidencia sobre la información recogida en los reportes integrados (RI)

Al analizar el informe anual para obtener los *ratios* parciales de divulgación de información de cada una de las categorías indicadas por el marco conceptual del RI, se observa que la categoría sobre la que mayor volumen de información se reporta es la relativa a la visión general de la organización y del contexto externo ($RI_v = 78\%$), la cual se distancia en un 16% de la siguiente categoría, modelo de negocio. Las categorías sobre las que menos información se ofrece son las relativas a riesgos y oportunidades, así como a perspectivas, con un cumplimiento del 8,63% y 13,98%, respectivamente (tabla 3). Por su parte, el *ratio* global del RI, compuesto por los siete *ratios* parciales, indica que el 37,73% de los ítems estudiados aparecen en las memorias de las empresas del sector de productos del cuidado de la salud analizado.

Gráfica 2.



Fuente: elaboración de los autores.

Tabla 3.

Resultados de los ítems del reporte integrado en el sector de productos de la salud

A. Una visión general de organización y contexto externo (RI_v)	78%
1. Definición de la misión y la visión.	90%
2. Descripción de las relaciones clave con los grupos de interés internos y externos.	80%
3. Cultura, ética y valores.	76,60%
4. Descripción/referencia a los contextos social, político y económico-financiero en los que opera la empresa.	33,30%
5. Mercado en el que opera, sus oportunidades y tendencias futuras.	100%
6. Capitales en los que se fundamenta la actividad.	90%
B. Gobierno corporativo (RI_g)	35%
1. Estructura del consejo de administración.	100%
2. Requerimientos legales que afectan la estructura del consejo.	90%
3. Influencia del gobierno corporativo en las decisiones estratégicas.	33,30%
4. Influencia del gobierno corporativo en las remuneraciones de ejecutivos.	26,60%
5. Influencia del gobierno corporativo en la innovación.	10%
6. Cómo afectan la ética, la cultura y los valores en los distintos capitales.	13,30%
C. Modelo de negocio (RI_n)	61,96%
1. Descripción del proceso de transformación de los insumos en productos.	90%
2. Diagrama en el que se identifiquen los elementos clave del negocio.	16,60%
3. Diferencia del modelo de negocio con respecto al resto.	66,60%
4. Descripción de los productos y los servicios.	100%
5. Descripción de los resultados.	100%
6. Adaptación del modelo de negocio a los cambios de entorno.	26,60%
D. Información sobre riesgos y oportunidades (RI_r)	8,64%
1. Descripción de las fuentes internas de riesgos.	6,60%
2. Descripción de las fuentes internas de oportunidades.	13,30%
3. Descripción de las fuentes externas de riesgos.	3,30%
4. Descripción de las fuentes externas de oportunidades.	16,60%
5. Mecanismos para mitigar los riesgos principales.	10%
6. Cuantificar los impactos que pudieran tener los riesgos.	0%
E. Estrategia y asignación de recursos (RI_e)	39,44%
1. Objetivos estratégicos a corto plazo.	60,00%
2. Objetivos estratégicos a mediano plazo.	6,67%
3. Objetivos estratégicos a largo plazo.	53,33%
4. Estrategias puestas en marcha o que se intentan implantar para conseguir dichos objetivos.	43,33%
5. Conexión de la estrategia con aspectos de sostenibilidad.	63,33%
6. Vinculación de la estrategia con las políticas de retribución.	10,00%

F. Contribución de la empresa (desempeño) (RI_d)	27,22 %
1. Identificación de indicadores cuantitativos clave del desempeño (KPI- Key Performance Indicators).	6,67 %
2. Objetivos estratégicos alcanzados.	100 %
3. Comparación de resultados con datos pasados y futuros.	6,67 %
4. Contribución de los objetivos alcanzados sobre los resultados financieros.	40,0 %
5. Relación entre resultados no financieros y KPI de rendimiento.	3,3 %
6. Alineamiento de los KPI con las prioridades estratégicas	6,67 %
G. Perspectiva (RI_p)	13,89 %
1. Descripción /identificación de retos y oportunidades en el futuro (escenarios).	13,3 %
2. Referencia al equilibrio de intereses/objetivos a corto, mediano y largo plazo.	6,7 %
3. Referencia a resultados/previsiones de futuro.	46,67 %
4. Preparación de la empresa para responder a los desafíos y las incertidumbres internas.	10,00 %
5. Preparación de la empresa para responder a los desafíos y las incertidumbres externas.	6,67 %
6. Sumario de los supuestos realizados para identificar los retos y las oportunidades futuras.	0 %
RI	37,83 %

Fuente: elaboración de los autores.

En este contexto, a continuación se profundiza en cada una de las categorías que distingue el marco conceptual de reporte integrado, con el objetivo de comprobar cuáles son los ítems que hasta el momento les están dando mayor relevancia las entidades de este sector en su reporte integrado.

Dentro de la categoría visión general de la organización y del contexto externo, la información relativa al mercado en el que opera, sus oportunidades y tendencias futuras, la definición de la misión y la visión y sus capitales son los ítems que aparecen con mayor frecuencia en las memorias anuales estudiadas con valores que rondan entre el 100 % y el 90 %. Por el contrario, la información que en menor medida se divulga de esta categoría es la relativa a los contextos social, político y económico-financiero en los que opera la empresa, la cual está presente únicamente en un 33,3 % de dichas memorias.

En la categoría gobierno corporativo, los ítems analizados estaban presentes en el 35 % de las memorias estudiadas; el indicador que con mayor frecuencia se presenta es el relativo a la estructura del consejo de administración (100 %), mientras que el caso contrario se da con la información relacionada con la influencia del gobierno

corporativo en la innovación, pues únicamente está presente en un 10% de las memorias.

En cuanto a la categoría de modelo de negocio, se observa cómo dos de los indicadores considerados se presentan en todos los informes anuales —descripción de los productos y los servicios, así como de los resultados—; el ítem relativo al diagrama en el que se identifiquen los elementos clave del negocio es el que con menor frecuencia se presenta (16,6 %).

En el otro extremo, como ya hemos comentado, la información relacionada con los riesgos y las oportunidades es la menos atendida por la muestra de empresas del sector de productos de cuidados de la salud; de igual manera, nos encontramos con ítems, como cuantificar los impactos que pueden tener los riesgos, que no aparecen en ninguna de las memorias analizadas. Así, el sector de productos de la salud se muestra bastante reticente a mostrar información sobre esta categoría; no se dan a conocer, en ningún caso, los ítems analizados en más del 83 % de la muestra.

En relación con la categoría estrategia y asignación de recursos, el ítem que alcanza el mayor valor es el relativo a la conexión de la estrategia con aspectos de sostenibilidad, con un valor del

63,33 %, seguido de los objetivos estratégicos a corto plazo, con un valor del 60,00 %. Los ítems relativos a esta categoría que en menor medida se recogen son los relativos a objetivos estratégicos a mediano plazo y vinculación de la estrategia con las políticas de retribución, con unos valores del 6,67 % y 10 % de presencia, respectivamente.

Pasando al análisis de la contribución de la empresa o desempeño, se observa que todas las empresas analizadas se muestran proclives a mostrar los objetivos estratégicos alcanzados. Por el contrario, son más reticentes a publicar los indicadores cuantitativos clave de desempeño, la comparación de resultados con los datos pasados y futuros, la alineación de los indicadores con las prioridades estratégicas, así como la relación entre los resultados no financieros y los indicadores clave de desempeño, los cuales no están presentes en algo más del 93 % de los informes de las empresas analizadas.

Finalmente, en relación con la información de la categoría perspectiva, la segunda menos presente de las recomendadas en el marco conceptual, se observa que es la información sobre los resultados o previsión de futuro la categoría que se encuentra presente en un mayor número de casos; está en, prácticamente, la mitad de las memorias analizadas. Por el contrario, el sumario de los supuestos realizados para identificar los retos y las oportunidades futuras no se encuentra, hasta el momento, presente en ninguna de estas memorias. El resto de los ítems analizados relativos a esta categoría tampoco se suelen ofrecer en las memorias de las empresas del sector de productos del cuidado de la salud.

CONCLUSIONES

Las organizaciones que quieran responder a las expectativas de los grupos de interés, en el presente entorno, tienen que adoptar un nuevo modelo de información empresarial. Este nuevo modelo de información, que se ha denominado informe integrado, debe contener información del futuro sin olvidar el pasado; además de incluir información conexas sobre la estrategia corporativa, los

resultados operativos y financieros, y los distintos factores económicos, ambientales, sociales y de gobierno.

Para ello, actualmente se dispone de una iniciativa llevada a cabo por el IIRC, que ha emitido un marco conceptual para que la información corporativa esté en mejores condiciones para dar cabida a la complejidad empresarial, y reúna los distintos aspectos de la información de forma coherente e integrada. Concretamente, desde finales del 2013, las corporaciones que lo deseen disponen de un marco armonizado que pretende que se unifique la estructura y el contenido del informe integrado, y permite su comparación, señalando cómo comunicar a la sociedad la creación de valor presente, pasado y futuro.

El importante consumo de los productos del cuidado de la salud hace que este sea un sector que requiere de la inversión de importantes y diversos capitales para su desarrollo futuro. Por ello, necesita de una total transparencia, pues sus productos han tenido y tendrán gran repercusión; lo que genera la necesidad de informar sobre todos los temas que atañen a la calidad de los productos y los medios utilizados para su desarrollo.

En este contexto, algunas de las empresas de este sector comienzan a tener conciencia de la importancia de producir un informe que se adapte a las nuevas necesidades informativas de los distintos grupos de interés, y que esté centrado en la capacidad de crear y mantener valor en el futuro sin olvidar el pasado, todo ello de forma conectada y vinculada a los objetivos estratégicos de la organización.

En la muestra de empresas de productos del cuidado de la salud que compone el estudio, estas se comprometen a publicar un informe integrado. Sin embargo, únicamente tres de un total de treinta destacan en su denominación su condición de "integrado", siendo el título más empleado en el informe anual. Asimismo, debido a la muy reciente introducción del concepto de informe integrado y de su marco conceptual, únicamente dos empresas del sector han declarado en su interior que siguen las recomendaciones emitidas por el IIRC.

Por otra parte, la extensión de los informes analizados resulta muy variada; existe una gran dispersión en cuanto a esta, por lo que no se puede identificar un claro patrón. El tipo de informe integrado que se publica es el de un documento suma o, en algún caso, un mero enlace del informe financiero, del informe de gobierno corporativo y del informe de sostenibilidad; esta última información es la que más se suele conectar con el resto de las categorías informativas. Por lo tanto, parece que las empresas se toman el informe integrado como una moda de poner juntos distintos informes, más que como un interés o necesidad de presentar una información integrada relevante, diversa y cohesionada.

La información sobre las categorías de contenido se encuentra dispersa a lo largo de los distintos informes analizados; por lo que resulta difícil su localización. Es más, ninguno de los informes analizados ordena los contenidos de acuerdo con el nuevo marco conceptual para la información integrada emitida por el IIRC.

En términos generales, los informes integrados de las empresas de este sector no suelen incluir los contenidos recomendados por el reciente marco conceptual del IIRC, siendo los más precisos y completos, y los que en más ocasiones se ofrecen a los grupos de interés, los relativos a la visión general de la organización y el contexto externo, y al modelo de negocio. Por el contrario, las categorías sobre información de riesgos y oportunidades así como

de perspectiva son menos precisas y completas, con valores inferiores al promedio general.

Por todo ello, y a modo de conclusión final, es necesario que las empresas de productos de la salud realicen importantes esfuerzos para que se produzca un informe integrado que se ajuste a los requisitos exigidos en el marco conceptual aprobado por el IIRC. Finalmente, se señala que este trabajo tiene limitaciones, como el tamaño de la muestra que se ha restringido a aquellas firmas que a través de dos bases de datos señalaban que realizaban informes integrados, por lo que los resultados de este trabajo nos muestran una primera aproximación al *gap* existente entre los actuales informes anuales elaborados por la muestra de empresas del sector analizado y las recomendaciones realizadas por el IIRC. A esta limitación hay que añadir que el análisis realizado es cuantitativo; por lo que en este trabajo se deja de un lado un análisis cualitativo, lo cual debe tener presente el lector a la hora de interpretar los resultados obtenidos.

Por lo tanto, resultaría interesante, de cara a futuros trabajos de investigación, entre otros, aumentar la muestra de empresas de este sector, o bien, analizar lo que está ocurriendo en otros sectores, así como realizar un estudio que mida la evolución en el tiempo de los informes anuales para conocer el ritmo al que se van adaptando las empresas a las recomendaciones realizadas por el IIRC, tanto desde el punto de vista cuantitativo como cualitativo.

REFERENCIAS

1. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). (2011a). *Hacia la información integrada. La comunicación de valor en el siglo XXI*. Recuperado de http://www.aeca.es/comisiones/rsc/iirc_traducccion_espanol.pdf
2. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA). (2011b). *Información integrada: el cuadro integrado de indicadores (CII-FESG) y su taxonomía XBRL* (Documento AECA, 8). Madrid: Responsabilidad Social Corporativa.
3. Chen, L., Srinidhi, B. & Tsang A., Yu W. (2012). *Corporate social responsibility, audit fees and audit opinions, working paper*. Virginia: George Mason University.
4. Deloitte. (2012). *Integrated reporting. Navigating your way to a truly integrated reporting*. Recuperado de [http://www.deloitte.com/assets/Dcom-SouthAfrica/Local%20Assets/Documents/Integrated%20Reporting%20Publication%20II%20\(electronic2\).pdf](http://www.deloitte.com/assets/Dcom-SouthAfrica/Local%20Assets/Documents/Integrated%20Reporting%20Publication%20II%20(electronic2).pdf)
5. Dey, C. & Burns, J. (2010). Integrated reporting at Novo Nordisk. In accounting for sustainability. En A. Hopwood, J. Unerman & J. Fries (Eds.), *Practical insights* (pp. 197-214). London: Earthscan.
6. Eccles, R. G. & Armbruster, K. (2011). Integrated reporting in the cloud. *IESE Insight*, 8, 13-20.
7. Eccles, R. G. & King, M. E. (2010). Integrated reports voluntary filing. *Focus*, 5, 3-6.
8. Eccles, R. G. & Krzus, M. P. (2010). *One report. Integrated reporting for a sustainable strategy*. Hoboken: John Wiley and Sons.
9. Eccles, R. G. & Serafeim, G. (2011). Accelerating the adoption of integrated reporting. En F. Leo & M. Vollbracht (Eds.), *CSR Index 2011*. Recuperado de <http://ssrn.com/abstract=1910965>
10. Fifka, M. S. & Drabble, M. (2012). Focus and standardization of sustainability reporting —a comparative study of the United Kingdom and Finland. *Business Strategy and the Environment*, 21 (7), 455-475.
11. Frías-Aceituno, J. V., Rodríguez-Ariza, L. & García-Sánchez, I. M. (2013). The role of the board in the dissemination of integrated corporate social reporting. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 20(4), 219-233.
12. Frías-Aceituno, J. V., Rodríguez-Ariza, L. & García-Sánchez, I. M. (2014). Explanatory factors of integrated sustainability and financial reporting. *Business Strategy and the Environment*, 23, 56-72.
13. González Goraieb, G. C. (2005). *Sistema de patentes en farmacéuticos* (Tesis profesional). Universidad de las Américas, Puebla. Recuperado de http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/ledi/gonzalez_g_gd/
14. Herzlinger, R. E. (2006). *Why innovation in health care is so hard*. Recuperado el 20 de enero de 2014 de <http://hbr.org/web/extras/insight-center/health-care/why-innovation-in-health-care-is-so-hard>
15. International Integrated Reporting Council (IIRC). (2013). *The international <IR> framework*. Recuperado de <http://www.theiirc.org/wp-content/uploads/2013/12/13-12-08-THE-INTERNATIONAL-IR-FRAMEWORK-2-1.pdf>
16. Jensen, J. C. & Berg, N. (2012). Determinants of traditional sustainability reporting versus integrated reporting. An institutionalist approach. *Business Strategy and Environment*, 21, 299-316.

17. KPMG. (2010). *Información integrada. Completando el ciclo estratégico*. Recuperado de <http://www.kpmg.com/ES/es/ActualidadNovedades/ArticulosyPublicaciones/Documents/Informacion-integrada-completando-ciclo-estrategico.pdf>
18. KPMG. (2012). *¿Refleja su informe anual la capacidad de crear valor de su empresa?* Recuperado de <http://www.kpmg.com/es/es/servicios/advisory/riskcompliance/iarcs/global sustainabilityservices/documents/integrated-reporting-service%20sheet.pdf>
19. Lizcano, J. L., Flores Muñoz, F. & Rejón López, M. (2011). *El informe integrado: primeras aproximaciones de aplicación. El caso español*. Recuperado de http://www.aeca.es/comisiones/rsc/estudio_empirico.pdf
20. Lozano, R. & Huisingh, D. (2011). Inter-linking issues and dimensions in sustainability reporting. *Journal of Cleaner Production*, 19, 99-107.
21. Melé, D. (2006). *Las cinco mayores compañías farmacéuticas: imagen corporativa y críticas en responsabilidad social*. Cátedra Economía y Ética. Recuperado de <http://www.iese.edu/research/pdfs/OP-06-05.pdf>
22. PwC. (2012). *12 reporting tips: What does your reporting say about you?* Recuperado de <https://www.pwc.com/gx/en/corporate-reporting/corporate-reporting-guidelines/assets/pwc-12-reporting-tips.pdf>
23. Saxton, G. D. & Guo, C. (2011). Accountability online: Understanding the web-based accountability practices of nonprofit organizations. *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(2), 270-295.
24. Sierra-García, L., Zorio-Grima, A. & García-Benau, M. A. (2013). Stakeholder engagement, corporate social responsibility and integrated reporting: An exploratory study. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*. doi: 10.1002/csr.1345
25. Smith, J., Haniffa, R. & Fairbrass J. (2010). A conceptual framework for investigating “Capture” in corporate sustainability reporting assurance. *Journal of Business Ethics*, 99, 425-439.
26. Verbruggen, S., Christiaens, J. & Milis, K. (2011). Can resource dependence and coercive isomorphism explain nonprofit organizations’ compliance with reporting standards? *Nonprofit and Voluntary Sector Quarterly*, 40(1), 5-32.
27. Vives, A. (2013). *El informe integrado: lo que podría haber sido y lo que debería ser*. Recuperado el 15 de enero de 2014 de <http://www.diarioresponsable.com/portada/opinion/16439-el-informe-integrado-lo-que-podria-haber-sido-y-lo-que-deberia-ser.html>
28. Willis, A. (2010). *Integrated reporting in a disconnected world? The macro measurement challenge*. En R. G Eccles, B. Cheng & D. Saltzman (Eds.), *The landscape of integrated reporting. Reflections and next stops* (pp. 22-24). Massachusetts: Harvard Business School.

APÉNDICE 1.

Empresa	Página web	Empresa	Página web
ADCOCK INGRAM	http://www.adcock.com	KNECHT&MÜLLER	http://www.knecht-vision.ch
ASTELLAS PHARMA INC	http://www.astellas.com	MEDIQ	http://www.mediq.com
ASTRAZENECA	http://www.astrazeneca.com	NOBEL BIO CARE	www.nobelbiocare.com
AYURVET	http://www.ayurved.com	NOVARTIS	http://www.novartis.com
BILIMILAC	http://www.bilimilac.com.tr	NOVO NORDISK	http://www.novonordisk.com
BIO SCIENCE	http://www.bioscience.co.za	NOVOZYMES	http://www.novozymes.com
ESSILOR	http://www.essilor.com	PFIZER	http://www.pfizer.com
F.HOFFMAN- ROCHE	http://www.roche.com	POLYMERGROUP INC	http://www.polymergroupinc.com
GALENICA	http://www.galenica.com	ROYAL DSM	http://www.dsm.com
GENENTECH	http://www.gene.com	SANOFI-AVENTIS GROUP	http://en.sanofi.com
GLAXOSMITHKLINE PLC	http://www.gsk.com	SYNGENTA	http://www.syngenta.com
HAW PAR CORPORATION	http://www.hawpar.com	TAKEDA	http://www.takeda.com
IGEFA NACHHALTIGKEITSBERICHT	http://www.igefa.de	UCB	http://www.ucb.com.pdf
INTERCELL-VALNEVA	http://www.valneva.com	VYGON	http://www.vygon.co.uk
JOHNSON & JOHNSON	http://www.jnj.com	WELEDA	www.weleda.com