

# La información medioambiental como estrategia de legitimación, un análisis comparativo

Agustina Andrea Martínez<sup>1</sup>

Recibido: 30/09/2025

Aceptado: 20/10/2025

## Resumen

En el marco del PID 7072\* Legitimación de la contabilidad financiera en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Concordia, se realizó una primera aproximación a la teoría de la legitimidad mediante la contrastación de dos investigaciones de carácter socioambiental: Una aproximación desde la teoría de la legitimidad a la información medioambiental revelada por las empresas españolas cotizadas (Husillos Carqués, 2007), sobre la revelación de información medioambiental en empresas cotizantes de España; Informe MIPYME 2022: Digitalización y desarrollo sostenible de la MIPYME en Iberoamérica (García Pérez de Lema, 2022), investigación realizada por el Observatorio Iberoamericano de la Mipyme sobre la digitalización y desarrollo sostenible de la mipyme iberoamericana, y en particular con los resultados de Argentina del año 2022. A partir de ello se pudo comprobar que, tanto las empresas cotizantes como las mipymes adoptan medidas de sostenibilidad y revelan información medioambiental amparadas en la teoría de la legitimidad, a fin de mejorar la imagen y reputación que la sociedad tiene de ellas. Ahora, cabe preguntarse si esta teoría solamente resulta aplicable a la revelación de información medioambiental o si también se puede extrapolar al segmento financiero, principalmente a la emisión de información en épocas de crisis sin vulnerar los requisitos de la información contable.

**Palabras claves:** contabilidad socioambiental, teoría de la legitimidad, empresas cotizantes, mipymes

**Clasificación JEL:** M410

**Clasificación UNESCO:** 5399

*Environmental information as a legitimization strategy, a comparative analysis*

<sup>1</sup> Facultad de Ciencias de la Administración, Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER), Argentina

Correo: agustina.martinez@uner.edu.ar

\* PID 7072 Legitimación de la contabilidad financiera en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Concordia. Directora: Dra. Braghini, María Pastora. Institución de radicación: Facultad de Ciencias de la Administración, Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER). Fecha de inicio: 12/2022. Fecha de finalización: 12/2025. Institución de financiamiento: Universidad Nacional de Entre Ríos (UNER)

**Abstract**

Within the framework of PID 7072, Legitimization of Financial Accounting in Small and Medium-sized Enterprises in the City of Concordia, an initial approach to legitimacy theory was undertaken by contrasting two socio-environmental studies: One approach from legitimacy theory regarding environmental information disclosed by Spanish listed companies (Husillos Carqués, 2007), which examines environmental disclosures by publicly traded companies in Spain; and the MIPYME 2022 report: Digitalization and Sustainable Development of SMEs in Ibero-America (García Pérez de Lema, 2022), a study conducted by the Ibero-American Small and Medium-sized Enterprises Observatory, focusing on the digitalization and sustainable development of SMEs in Ibero-America, specifically highlighting the results from Argentina in 2022. The findings indicated that both listed companies and SMEs adopt sustainability measures and disclose environmental information based on legitimacy theory, aiming to enhance their image and reputation in the eyes of society. The question now arises whether this theory is solely applicable to environmental information disclosure or if it can also be extended to the financial segment, particularly regarding the issuance of information during times of crisis without violating the requirements of accounting information.

**Keywords:** *socio-environmental accounting, legitimacy theory, listed companies, SMEs.*

*Informação ambiental como estratégia de legitimação, um análise comparativa*

**Resumo**

No âmbito do PID 7072, Legitimação da contabilidade financeira nas pequenas e médias empresas da cidade de Concordia, foi realizada uma primeira aproximação à teoria da legitimidade, contrastando dois estudos socioambientais: Uma abordagem baseada na teoria da legitimidade sobre as informações ambientais divulgadas por empresas listadas na Espanha (Husillos Carqués, 2007), que analisa a divulgação de informações ambientais por empresas cotadas na Espanha; e o Relatório MIPYME 2022: Digitalização e desenvolvimento sustentável da PME na Ibero-América (García Pérez de Lema, 2022), uma pesquisa realizada pelo Observatório Ibero-Americano de PME, com foco na digitalização e no desenvolvimento sustentável das PME ibero-americanas, destacando em particular os resultados da Argentina em 2022. Os resultados indicaram que tanto as empresas cotadas quanto as PME adotam medidas de sustentabilidade e divulgam informações ambientais com base na teoria da legitimidade, buscando melhorar a sua imagem e reputação perante a sociedade. Agora, surge a questão de se essa teoria é aplicável apenas à divulgação de informações ambientais ou se também pode ser estendida ao segmento financeiro, principalmente à emissão de informações em períodos de crise, sem violar os requisitos da informação contábil.

**Palavras-chave:** *contabilidade socioambiental, teoria da legitimidade, empresas listadas, MPMEs.*

## 1. Introducción

El presente trabajo se desarrolló en el ámbito del PID 7072 Legitimación de la contabilidad financiera en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Concordia (Braghini, 2023), y la construcción de su marco teórico se sustenta en tres teorías: la teoría condicional normativa (CoNAM), la teoría de la legitimidad y la teoría de la utilidad. De estas teorías se retoman tres conceptos básicos y fundamentales de la contabilidad: aproximación a la realidad, legitimación y utilidad. A partir de ello, en la mencionada investigación se pretende indagar si la contabilidad es una representación de la realidad económica y financiera de las empresas en los contextos de crisis que caracterizan a la Argentina, si la sociedad legitima la información brindada por la contabilidad y si la consideran verdaderamente útil para la toma de decisiones, o si la contabilidad es llevada a cabo meramente para dar cumplimiento a las exigencias de las normativas profesionales y legales.

### 1.1 Formulación del problema

Una de las principales fuentes de información sobre un ente son sus estados financieros, los cuales trascienden a terceros, es por ello por lo que desde la teoría contable se exige el cumplimiento de una serie de requisitos para que dicha información sea útil para la toma de decisiones.

La inflación, la evasión tributaria, la informalidad y la existencia de mercados

de la economía informal son algunos de los flagelos que atraviesan la realidad argentina y en consecuencia afectan las registraciones contables de las organizaciones de nuestro país. La inobservancia de algunos de los requisitos de la información contable en este contexto deriva en la deslegitimación de la contabilidad como herramienta para la toma de decisiones, ya que esta resultaba poco confiable y en algunas ocasiones hasta alejada de la realidad.

En virtud de ello, un equipo de investigación de la Facultad de Ciencias de la Administración de la Universidad Nacional de Entre Ríos se dispuso a investigar sobre la legitimación de la contabilidad financiera en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Concordia. Se pretende analizar la utilización que los usuarios externos hacen de los estados contables de las pymes dentro de un contexto de crisis económica, de excesiva presión tributaria y múltiples regulaciones.

### 1.2 Objetivo de la investigación

Ante la situación de crisis que caracteriza a nuestro país hace varios años, resulta importante y hasta necesario cuestionarse si la información financiera se adapta adecuadamente a este contexto, al preservar el cumplimiento de los requisitos fundamentales exigidos por la teoría contable. Es por ello por lo que en el PID 7072 (Braghini, 2023) se plantean los siguientes objetivos de investigación:

- Determinar el grado de legitimidad

ción y utilidad que le otorgan a la contabilidad los usuarios externos en un contexto caracterizado por la inflación y la informalidad.

- Determinar el grado de aproximación a la realidad que reviste la contabilidad financiera en contextos caracterizados por la inflación y la informalidad.
- Analizar el papel que tiene la contabilidad financiera en la toma de decisiones de los usuarios externos (bancos, proveedores, inversionistas, AFIP) en contextos inflacionarios.
- Relevar y analizar los diferentes tipos de normativas que regulan los estados contables (normas legales, normas contables profesionales, normas emitidas por organismos nacionales).

En el mencionado PID se busca realizar un paralelismo entre la contabilidad socioambiental y la contabilidad financiera en la aplicación de la teoría de la legitimidad, con la intención de conocer las medidas que adopta la profesión contable, en épocas de crisis caracterizadas por la inflación y la informalidad, para que la sociedad legitime la información que esta brinda. Se pretende conocer el grado de legitimación social y profesional en los estados financieros elaborados en épocas de crisis, sin perder de vista que dicha información debe ser útil y debe respetar requisitos como ser la confiabilidad, la aproximación a la realidad, la comparabilidad, la integridad, entre otros.

Ahora bien, cabe señalar que la teoría de la legitimidad es principalmente abordada en el marco del segmento socioambiental de la contabilidad, y esta investigación pretende una transposición al segmento financiero. Debido a ello, en la construcción del marco teórico fue necesario abordar dicha teoría desde distintas referencias bibliográficas.

En virtud de ello, como una primera aproximación al tema se realizó la contrastación de dos investigaciones de carácter socioambiental basadas en la teoría de la legitimidad, que dan cuenta sobre la revelación de información medioambiental en empresas cotizantes de España y el grado de importancia de las medidas de sostenibilidad en las mipymes iberoamericanas.

Este artículo se plantea como una contrastación empírica, mediante la confrontación de un estudio realizado por Francisco Javier Husillos Carqués durante el 2007 en España, y la investigación efectuada por el Observatorio Iberoamericano de la Mipyme de la cual participó un equipo de docentes de la Facultad de Ciencias de la Administración de la UNER, durante el 2022. Husillos Carqués (2007) estudió los motivos que llevaban a las empresas españolas cotizantes a revelar información medioambiental entre 1997 y 1999, a la luz de un cambio de régimen voluntario frente un marco regulatorio, con base en la teoría de la legitimidad. Las hipótesis planteadas por el autor español en 2007 fueron contrastadas con los resultados obtenidos

en el Informe MIPYME 2022 realizado a nivel Iberoamérica, y en los resultados particulares de la Argentina.

## 2 Desarrollo

### 2.1. Marco teórico

#### 2.1.1 Teoría de la legitimidad

La contabilidad puede comprenderse como un elemento clave del sistema de información de las organizaciones, que debe atender las diferentes necesidades de información de los usuarios a través del producto de sus diferentes segmentos. En este sentido, Pahlen Acuña y Fronti de García (2004) señalan que el segmento de la contabilidad social podrá caracterizarse como un instrumento de control y protección del medioambiente, como un factor de protección a la sociedad en general.

Es importante señalar que dentro de este segmento contable coexisten diversos paradigmas, y dentro de ellos distintas teorías y enfoques que pretenden explicar la presentación de información socioambiental. En este sentido, D`Onofrio (2013), en su trabajo sobre *Las teorías de la contabilidad social y su relación con la responsabilidad social empresaria*, indica que dentro de las teorías de la contabilidad social se distinguen tres paradigmas:

- El paradigma funcionalista o de mercado, que incluye todas las teorías derivadas de la económica neoclásica y la clásica de gestión. Sostiene que el usuario básico de la información social es el inversor en particular, y

en general los mercados de capitales, ya que esta puede influenciar la valoración de las acciones.

- El paradigma radical basado en los argumentos de los "teóricos críticos" que pretenden un modelo de sociedad alternativo, donde el mercado debe ser abolido y la contabilidad debe cambiar para rendir cuentas de las relaciones sociales de una forma más amplia, al formar parte en el conflicto social a través de sus relaciones sociales.
- El paradigma interpretativo o social que considera la existencia de un mundo con múltiples usuarios de la información social generada por las empresas con el ánimo de satisfacer el contrato social al legitimar sus acciones.

A su vez, D`Onofrio (2013) destaca que dentro de este último paradigma se desarrollan diversos enfoques, como la teoría del contrato social, la teoría del *stakeholder* y la legitimidad organizacional. La primera teoría sostiene la existencia de un contrato implícito entre las empresas y la sociedad a través del cual se les permite a las primeras utilizar recursos naturales y contratar empleados, a cambio de la oferta de productos, servicios y residuos al entorno, para retribuir a la sociedad, explicado todo ello a través de la presentación de información social.

La autora pone de manifiesto que, de acuerdo con la teoría del *stakeholder*, las empresas presentan información socioambiental debido a que a un gran

número de usuarios les interesa esta información y requieren de su apoyo para asegurar la existencia de la compañía. Por último, D`Onofrio (2013) sostiene que la teoría de la legitimidad explica la presentación de información de base social por parte de las empresas, la cual se lleva a cabo con el objetivo de conseguir que estas sean aceptadas por la sociedad como fin último, donde lo importante es conseguir la legitimación social aún a costa de la presentación de informaciones sesgadas.

En igual sentido, González (2017) sostiene que la teoría de la legitimidad implica que “(...) las acciones informativas se realizan con el propósito de asegurar de que la sociedad tenga la percepción de que las organizaciones actúan conforme a las reglas sociales” (p. 30). En definitiva, se puede entender que los esfuerzos por revelar información socioambiental procuran mejorar la imagen pública de las empresas.

Asimismo, Martínez (2025) recupera las ideas de otros autores que señalan la existencia de otras teorías que pretenden explicar la divulgación de información no financiera a través de reportes de sostenibilidad. En este sentido, la autora retoma las ideas de Panario Centeno y Macció (2024), quienes destacan otras perspectivas menos difundidas, como son la teoría institucional y la teoría del costo político. A partir de ello sugieren la coexistencia del isomorfismo normativo y mimético desde un enfoque institucional, donde las empresas tienden a parecerse

entre sí al adoptar prácticas comunes, al imitar a otras que consideran exitosas o legítimas, o al seguir normas y valores porque los consideran correctos o apropiados. A su vez, señalan que, si bien la difusión de reportes de sostenibilidad en Argentina es incipiente y ello dificulta la determinación del enfoque teórico que fundamenta dichas prácticas, estudios recientes utilizan como marco las teorías de la legitimidad, la de la agencia y la de los *stakeholders*.

## 2.2 Materiales y métodos

Como ya se mencionó anteriormente, el método elegido para desarrollar el presente artículo es la contrastación de investigaciones socioambientales desde la mirada de la teoría de la legitimidad. Por un lado, se aborda una investigación realizada en España en el 2007 sobre los motivos de la revelación de información socioambiental en empresas cotizantes ante un cambio regulatorio y, por otro, un estudio realizado en Iberoamérica en el 2022 sobre la ponderación otorgada por parte de los directivos de mipymes a la adopción de medidas de sostenibilidad, los cuales se abordan a continuación.

### 2.2.1 Una aproximación desde la teoría de la legitimidad a la información medioambiental revelada por las empresas españolas cotizadas

En su investigación, Husillos Carqués (2007) se planteó estudiar los motivos que empujan a las empresas españolas, que cotizan en el mercado continuo y

la Bolsa de Madrid, a informar sobre el impacto medioambiental en sus estados financieros a través de la teoría de la legitimidad y la metodología de análisis de contenido. Luego de analizar la información medioambiental relevada en los estados financieros presentados entre 1997 y 1999 por estas empresas, el autor pudo arribar a la conclusión de que estas emiten dicha información para influir en la percepción que la sociedad tiene de ellas, que dicha información es fuertemente sesgada hacia los intereses empresariales y que la legislación española vigente en ese momento era incapaz de resolver el problema.

Señala que diferentes investigaciones previas revelan la escasa relación existente entre el contenido de la información medioambiental y el verdadero comportamiento de las empresas, incluso que en muchos casos se utilizó su revelación para manipular la información que recibe la sociedad frente a desastres naturales o sanciones por infracciones medioambientales, lo cual genera dudas sobre la utilidad de esta información para la toma de decisiones.

Husillos Carqués (2007) recopila las opiniones de diferentes autores para destacar algunos de los principales impulsores de la revelación de información medioambiental, como ser las exigencias de determinados grupos de presión, el cumplimiento con las obligaciones legales, la influencia de los fondos de inversión, la intención de reducir los costes de agencia o el afán por perpetuar las re-

laciones desiguales de poder que caracterizan al sistema capitalista. Indica que la mayoría de los autores, amparados en la teoría de la legitimidad, destacan el afán de las compañías por legitimar su existencia en el seno de la sociedad en la cual están insertas, lo que las lleva a emitir información medioambiental.

El autor, además de analizar la teoría de la legitimidad para explicar la revelación de información medioambiental, señala que también se deben atender otros aspectos como las diferencias de carácter cultural entre los distintos países, y analizar la adecuación de la teoría de la legitimidad en entornos regulados versus aquellos en los que la presentación de este tipo de información resulta voluntaria. Para ello, estudia la revelación de la información medioambiental de las empresas que cotizaron en el mercado continuo y en la Bolsa de Madrid durante los años de 1997, 1998 y 1999, mediante la aplicación de la metodología de análisis de contenido.

A su vez, retomó las ideas de algunos autores que sostienen que las instituciones operan en la sociedad en virtud de *un contrato social*, y justifican su existencia a partir de que sus fines sean del agrado de la sociedad y sus beneficios se distribuyan entre los grupos de los que derive su poder. Además, como se está en permanente cambio, todas las instituciones deben justificar su existencia constantemente. Es entonces que, según el autor y de acuerdo con la teoría de la legitimidad, las entidades buscan o

pretenden mantenerse como *legítimas* a partir de la congruencia entre su sistema de valores y el de la sociedad en la que están insertas, por ello justifican su comportamiento y revelan información medioambiental al efecto.

De acuerdo con la teoría de la legitimidad, cuando se amplía la brecha entre lo que la sociedad pretende de las empresas y lo que percibe de su comportamiento, se puede ver amenazada su supervivencia y en función de ello estas deberán optar por diferentes estrategias como informar cambios de actividades y comportamientos, justificar su actuación sin variar su actual desenvolvimiento, manipular la percepción de su público relevante o modificar las expectativas sociales respecto a la actuación de la entidad. En este sentido, el autor bajo análisis señala la existencia de varios trabajos empíricos donde se destaca que es esta teoría la que explica por qué las entidades revelan información medioambiental como un medio para ejecutar alguna de estas estrategias.

Posteriormente, Husillos Carqués (2007) refiere a las expectativas y la percepción de la sociedad con respecto a la actuación medioambiental de las empresas, la cual se verá influenciada por los medios de comunicación. En este punto indica que, de acuerdo con la teoría del establecimiento de la agenda (de McCombs y Shaw, 1972), los medios de comunicación juegan un rol fundamental en el establecimiento de la agenda de la sociedad, al influir en la atención hacia

un objeto concreto y en la comprensión de sus atributos. Es por ello por lo que en su investigación procuró analizar la cobertura de la prensa frente a acciones o acontecimientos que derivaron en un beneficio o un daño al medio ambiente, para capturar la imagen que tiene la sociedad del comportamiento medioambiental de las empresas analizadas.

A partir de lo anteriormente expuesto, el autor desarrolló dos hipótesis amparadas por la teoría de la legitimidad y dos por la teoría económica. Una hipótesis señala la existencia de una relación positiva y significativa entre la cobertura dada por la prensa a sucesos que vinculan a las empresas de la muestra con hechos relacionados con el medio ambiente, y los niveles de revelación de información medioambiental en los estados financieros de estas mismas empresas. Ello, vinculado a la existencia de una relación positiva entre la cobertura de la prensa frente a sucesos que dañan el medio ambiente y los niveles de revelación de información por parte de las empresas en sus estados financieros, describe por el contrario que actúan en armonía con este. Esto desencadenó en una segunda hipótesis sobre la existencia de una relación positiva y significativa entre la pertenencia de las empresas de la muestra a un sector sensible, y los niveles de revelación de información de estas en sus estados financieros que se describe en armonía con el entorno natural.

A su vez, el autor abordó una tercera hipótesis que señala que no existe re-

lación significativa entre la cantidad de información medioambiental revelada por las empresas y su rentabilidad; por último, la inexistencia de una relación significativa entre la cantidad de información medioambiental revelada y su nivel de endeudamiento.

Para la verificación de dichas hipótesis, incorporó al análisis tres variables:

- la sensibilidad medioambiental del sector, dada por la creencia de que determinadas empresas dañarán indefectiblemente el medio ambiente debido sus características intrínsecas y por ello revelarán mayor cantidad de información medioambiental;
- la rentabilidad, donde un aumento de los gastos producto de la revelación de información social puede conllevar mejoras en la rentabilidad fruto de una gestión más eficiente;
- el endeudamiento, ya que sostiene que las empresas más endeudadas no se verán incentivadas a revelar información social porque conlleva aparejada gastos que podrían disminuir los resultados del ejercicio.

Para llevar a cabo la investigación se tomó como muestra a las empresas que cotizaron en el mercado continuo y en la Bolsa de Madrid durante los años 1997, 1998 y 1999, debido a que esa franja temporal comprende períodos en los que la revelación de información medioambiental era totalmente voluntaria y períodos en los que se tornó obligatoria por ley.

Si bien el horizonte temporal aborda-

do por el autor español es de algunos años atrás, dicha investigación resulta relevante debido a que se considera un extracto temporal donde la publicación de información medioambiental era voluntaria, para luego verificar los cambios introducidos en el comportamiento de las empresas cotizantes bajo la existencia de un marco de obligatoriedad. Es importante señalar que esta investigación deja de lado las micro, pequeñas y medianas empresas (mipyme), por ello más adelante se contemplará la verificación de las hipótesis planteadas por Husillos Carqués (2007) en el marco de la investigación del Observatorio Iberoamericano de la Mipyme (García Pérez de Lema, 2022). Para la recolección de información, se trabajó con noticias medioambientales vinculadas a las empresas de la muestra, recopiladas de la base de datos de un sistema integrado de gestión de bibliotecas (Baratz); y con los estados financieros consolidados de las empresas de la muestra, obtenidos de la Comisión Nacional del Mercado de Valores de España, mediante el análisis del activo, la cuenta de pérdidas y ganancias, la memoria, el informe de gestión y el informe de auditoría.

Para el análisis de los ratios económicos-financieros se utilizó la base de datos SABI, y se trabajó con el ROI (Resultado del Ejercicio/Total Activo), el ROE (Resultado del Ejercicio/Fondos propios) y el Ratio de endeudamiento (Fondos Ajenos/Total Pasivo).

En dicha investigación se trabajó con

el análisis de datos para luego generar inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse al contexto. Primero se definió qué se consideraba por información medioambiental, luego se codificó y cuantificó dicha información como medioambiental positiva, negativa o no medioambiental, se midió su cantidad para luego en función de ello calificar su significatividad. Posteriormente, se analizó su fiabilidad, y se optó por la reproductibilidad como el grado de fiabilidad testado.

Las principales conclusiones arribadas por Husillos Carqués (2007) fueron:

Aproximadamente el 60 % de las empresas no revelan información medioambiental, aunque esta cifra disminuye año a año.

La información emitida está sesgada hacia aspectos positivos, es insignificante la información negativa encontrada en los estados financieros. Existe una correlación positiva y significativa de aproximadamente el 40 % entre la variable «sensibilidad medioambiental del sector» y la cantidad de información medioambiental revelada, al ser los principales los dedicados a la prestación de servicios de electricidad, agua y gas, los de metal-mecánico, los que prestan servicios de comunicaciones y los referidos al sector petroquímico.

Existe una relación significativa y positiva entre la cantidad de información medioambiental revelada en los estados financieros y las noticias

aparecidas en la prensa que involucran a las empresas de la muestra en sucesos de carácter medioambiental. No existe relación significativa alguna entre las variables económico-financieras y la emisión de información medioambiental en la contabilidad.

No se pudo concluir sobre cuál de las cuatro estrategias de la teoría de la legitimidad estaría siendo utilizada por las empresas.

Existe una correlación positiva, pero no siempre significativa, entre la información publicada en los medios de comunicación sobre daños en el medio ambiente provocados por las empresas de la muestra y la revelación de información medioambiental que se describe en armonía con este.

En consecuencia, se verificaron las dos hipótesis basadas en la teoría de la legitimidad y las dos basadas en la teoría económica, ya que no existe relación positiva y significativa entre los niveles de endeudamiento y rentabilidad y la cantidad de información medioambiental revelada en los estados financieros de las empresas de la muestra. A su vez, se pudo constatar que las correlaciones estudiadas en la investigación se redujeron significativamente desde la entrada en vigor de la ley que obliga la revelación de la información medioambiental en las empresas españolas, es decir que las estrategias de legitimación se ven favorecidas por el carácter voluntario de la información medioambiental.

Husillos Carqués (2007) afirma que dada la comprobación de las hipótesis como así también el sesgo positivista de la información medioambiental revelada, se podría concluir que las firmas pretenden demostrar la coincidencia entre los valores que guían su accionar y las preocupaciones sociales, al utilizar las estrategias de la legitimación ante la falta de regulación para la revelación de la información medioambiental. El autor señala que, si bien con la sanción de las leyes españolas de 1998 y 2002 que regulan estas prácticas de revelación se atenuó su utilización estratégica, estas fueron incapaces de incrementar suficientemente la transparencia y la rendición de cuentas ante la sociedad. En virtud de lo señalado por el autor sobre la necesidad de atender, entre otros aspectos, diferencias de carácter cultural entre los distintos países es que se consideró relevante la contrastación de las hipótesis planteadas en su trabajo con los resultados de una investigación que toma como objeto de estudio las mipyme iberoamericanas. A su vez, es importante enriquecer el análisis mediante la observación de posibles diferencias existentes de acuerdo con la envergadura de las compañías analizadas.

### **2.2.2 Digitalización y desarrollo sostenible de la mipyme**

En el 2022 el Observatorio Iberoamericano de la Mipyme, que funciona bajo la órbita de la Fundación para el Análisis Estratégico y Desarrollo de la Pyme (FAE-

DPYME), llevó adelante una investigación sobre la digitalización y el desarrollo sostenible. Dicho trabajo se realizó con la participación de un gran número de investigadores de diferentes universidades iberoamericanas e instituciones oficiales de apoyo a la mipyme, dentro de los que se puede destacar la participación de un grupo de docentes de la Facultad de Ciencias de la Administración de la UNER. Ello concluyó con la elaboración de diferentes informes nacionales y regionales.

La muestra se fundamentó en los principios del muestreo estratificado, mediante la definición de criterios en función de los objetivos del estudio, de la información disponible, de la estructura de la población y de los recursos con los que se contaba para la realización del trabajo de campo. En función de ello se fijaron como estratos el sector, el tamaño (micro, pequeñas y medianas empresas) y el país, y dentro de cada uno de ellos la selección se efectuó mediante un muestreo aleatorio simple. Finalmente, la muestra se conformó por 17.498 mipyme iberoamericanas y dentro de ellas se incluyeron 1.142 empresas argentinas. La recolección de la información se realizó mediante un cuestionario que estaba dirigido a los gerentes de las mipyme, y para contrastar la existencia de diferencias significativas en el perfil de respuestas se utilizaron como variables de clasificación el tamaño, la antigüedad y el sector de actividad de la empresa. A raíz de los datos recabados se puede indicar que las empresas que conformaron la muestra tenían una antigüedad

media de catorce años y un grado de madurez medioambiental medio, el cual se obtuvo al considerar el grado de utilización medio de los diferentes criterios medioambientales y su grado de importancia.

En el apartado de desarrollo sostenible del Informe MIPYME 2022 se señaló la existencia de acuerdo empírico al identificar presiones externas e internas a las que están sometidas las empresas frente a la sostenibilidad, como un concepto amplio que abarca aspectos ambientales, sociales y de gobernanza. A su vez, se destaca que las presiones externas normalmente están vinculadas a la normativa de diferentes administraciones, las exigencias de la comunidad local o de los propios clientes, las presiones del mercado y la competencia, como así también la existencia de fomentos para la adopción de estándares de sostenibilidad. Mientras que las presiones internas están orientadas a mejorar la competitividad y se relacionan con el compromiso medioambiental de los directivos y del personal, la necesidad de ganar reputación, aumentar la capacidad de innovación y mejorar la calidad de sus productos o servicios.

A partir del estudio realizado se concluyó que, a criterio de la gerencia, los principales beneficios derivados de la adopción de medidas que promuevan la sostenibilidad, especialmente en materia medioambiental, es en primer término la mejora de la imagen y de la reputación de la organización, luego el aumento del grado de satisfacción de los clientes y en

tercer lugar la generación de ventajas competitivas. El informe argentino de esta investigación coincide en el podio de los principales beneficios derivados de la adopción de medidas de sostenibilidad, y alterna el segundo y el tercer lugar. A su vez, tanto el informe iberoamericano como el argentino señalan que las mipyme de la muestra otorgaron menor importancia a la adopción de políticas de sostenibilidad para aumentar la rentabilidad.

Otra aseveración destacable de esta investigación es que la sostenibilidad del negocio es mayormente valorada conforme aumenta el tamaño de las empresas, al ser las medianas empresas las que mayormente reconocen la mejora lograda en la reputación mediante la adopción de medidas de sostenibilidad, lo cual les permitiría lograr una ventaja competitiva.

Además, atendiendo al sector económico al cual pertenecen las empresas de la muestra, son las del sector industrial las que atribuyen mayor importancia a las medidas de sostenibilidad; paradójicamente algunos autores las señalan como las mayores generadoras de residuos.

En conclusión, las hipótesis planteadas sobre la base de la teoría de la legitimidad y la teoría económica, que fueron comprobadas por Husillos Carqués (2007) en su investigación de las empresas cotizantes españolas, también fueron verificadas en el estudio efectuado por el Observatorio para las Mipyme iberoamericanas en 2022.

### 3 Conclusiones

A la luz de ambas investigaciones, se puede concluir que tanto las empresas que cotizan en el mercado de valores como las mipyme se enfrentan a exigencias de la comunidad en la cual están insertas, con la necesidad de mejorar la representación que la sociedad tiene de ellas frente a las cuestiones medioambientales.

Muchas veces la presentación de información socioambiental se realiza con el fin de satisfacer el compromiso social y legitimar las actividades que las empresas realizan ante la sociedad. Es decir que la contabilidad puede ser utilizada para que las firmas construyan una imagen de sí mismas acorde con las expectativas que la comunidad tiene de ellas. En otras palabras, cuando la legitimidad de una organización se ve amenazada, esta puede utilizar la información contable para mejorar la percepción que la sociedad tiene de ella frente a un patrón de valores o conductas valoradas como deseables.

Se podría concluir que la mayoría de las empresas, amparadas en la teoría de la legitimidad, revelarán mayor cantidad de información medioambiental con la intención de reducir la brecha de legitimidad social, al atender las expectativas de sus *stakeholders*.

A su vez, tal como lo demostró Husillos Carqués (2007), aún ante la presencia de una regulación obligatoria, la revelación de información medioambiental se sigue utilizando para crear o mejorar

una imagen que denote el ejercicio de la responsabilidad social empresarial, inspirada en la teoría de la legitimidad. Esto se evidencia al observar que la información emitida está sesgada hacia aspectos positivos, y al ser prácticamente insignificante la información negativa revelada.

Asimismo, se pudo concluir que las variables económico-financieras, como la rentabilidad y el endeudamiento, no tienen mayor incidencia en la emisión de información medioambiental en la contabilidad.

Ahora bien, cabe preguntarse si las estrategias llevadas adelante por las empresas, amparadas en la teoría de la legitimidad, solo son aplicables en materia de información socioambiental o esto también resulta extrapolable a toda la información contable. En contextos de gran inestabilidad, donde variables como la inflación hacen estragos en la economía nacional, surgen interrogantes respecto a si la información que brindan las empresas en sus estados financieros, ¿es una verdadera aproximación a la realidad de estas?, ¿podrá servir de sustento fiable para la toma de decisiones de los usuarios?, ¿las empresas deben acudir a estrategias de legitimación social en materia financiera?

Por lo tanto, la contabilidad como base para la preparación y presentación de información financiera y no financiera de las organizaciones tiene una ardua tarea por delante para evitar que se ponga en tela de juicio la credibilidad de la infor-

mación contable y del sistema contable en su conjunto, al verse en peligro el cumplimiento de ciertos requisitos de la información contable como ser la aproximación a la realidad, la comparabilidad, la verificabilidad y la equidad.

### Referencias bibliográficas

- Braghini, M. P., (2023). PID 7072 Legitimación de la contabilidad financiera en las pequeñas y medianas empresas de la ciudad de Concordia [Universidad Nacional de Entre Ríos].
- D'Onofrio, P. A. (2013). *Las teorías de la contabilidad social y su relación con la responsabilidad social empresaria.* [http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/contsoc/contsoc\\_v1\\_n1\\_02.pdf](http://bibliotecadigital.econ.uba.ar/download/contsoc/contsoc_v1_n1_02.pdf)
- García Pérez de Lema, D. (Coord.). (2022). *Informe MIPYME 2022: Digitalización y desarrollo sostenible de la MIPYME en Iberoamérica.* Observatorio Iberoamericano de la MIPyME [https://gruposinvestigacion.unir.net/cosme/wp-content/uploads/sites/139/2023/05/F\\_A\\_E\\_D\\_P\\_Y\\_M\\_E - Iberoamerica-2022.pdf](https://gruposinvestigacion.unir.net/cosme/wp-content/uploads/sites/139/2023/05/F_A_E_D_P_Y_M_E - Iberoamerica-2022.pdf)
- González, C. L. (2017). En torno a la evolución de la investigación en contabilidad social y medioambiental. *Teuken Bidikay-Revista Latinoamericana de Investigación en Organizaciones, Ambiente y Sociedad*, 8(11), 21-38. <https://doi.org/10.33571/teuken.v8n11a1>
- Husillos Carqués, F. J. (2007). Una aproximación desde la teoría de la legitimidad a la información medioambiental revelada por las empresas españolas cotizadas. *Spanish Journal of Finance and Accounting/Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 36(133), 97-121. [https://www.aeca.es/old/refc\\_1972-2013/2007/133-5.pdf](https://www.aeca.es/old/refc_1972-2013/2007/133-5.pdf)
- Martínez, A. A. (2025). *La contabilidad*

*socioambiental en medianas y grandes empresas industriales de la ciudad de concordia. Un estudio de casos múltiples* [Tesis de Maestría en Contabilidad no publicada]. Facultad de Ciencias Económicas, Universidad Nacional de Entre Ríos.

Pahlen Acuña, R. y Fronti de García, L. (2004). *Contabilidad social y ambiental*. Ediciones Macchi.

