

Divulgación sobre capital humano: evidencias del sector bancario argentino

Human capital disclosure: evidence from the argentinian banking sector

Jonathan Luna Valenzuela¹, Carmen Verón Medina², Cecilia Ficco Pansarasa³

RESUMEN

En el contexto de la economía del conocimiento, el capital humano (CH) es considerado como el principal activo del sector bancario. No obstante, la divulgación de información sobre CH es exclusivamente voluntaria.

El objetivo principal de este estudio es examinar las prácticas de divulgación sobre CH de los principales bancos listados en el mercado de capitales argentino. La investigación se basó en el análisis de contenido de los reportes anuales de cuatro bancos, considerando como período de análisis 2017-2019. Para capturar las múltiples facetas de la divulgación sobre CH, tres dimensiones de la comunicación fueron analizadas: temática, formato y orientación temporal.

Los resultados obtenidos indican que los bancos informaron fuertemente en las áreas de formación y capacitación, perfil del directorio y beneficios a los empleados. No obstante, los hallazgos también revelan importantes diferencias en los niveles de divulgación de los distintos indicadores de CH, lo cual refleja la importancia relativa que los bancos otorgaron a esos temas. Durante los tres años examinados, los niveles de divulgación sobre CH se incrementaron considerablemente, particularmente a partir de la adopción de las NIIF en el año 2018. Respecto de la calidad de las divulgaciones, la información sobre CH comunicada en los reportes anuales fue predominantemente narrativa e histórica.

Los principales hallazgos de esta investigación, en línea con estudios previos, indican que la información sobre CH comunicada, a través de los reportes anuales, por los principales bancos listados en Argentina, es aún incompleta, reflejando las dificultades existentes para medir y gestionar los recursos intangibles.

Palabras clave: análisis de contenido, capital humano, divulgación voluntaria, sector bancario.

Recepción: 20/10/2022. Aprobación: 08/04/2023.

ABSTRACT

In the knowledge economy, human capital (HC) is considered to be the most important asset in the banking sector. However, HC disclosure is entirely voluntary.

The main objective of this paper is to examine HC disclosure practices by leading banks listed on the Argentinian stock market. The research is based on content analysis of the annual reports of four banks from 2017 to 2019. To capture multiple facets of HC disclosure, three communication dimensions were analysed: topic, evidence and time orientation.

Findings indicate that banks reported strongly in areas of training, director's profile and em-

1 Universidad Nacional de Río Cuarto, Facultad de Ciencias Económicas, Río Cuarto, Argentina jvalenzuela@fce.unrc.edu.ar

2 Universidad Nacional de Rosario, Facultad de Ciencias Económicas y Estadísticas, cveron@fcecon.unr.edu.ar

3 Universidad Nacional de Río Cuarto, Facultad de Ciencias Económicas, Río Cuarto, Argentina, cficco@fce.unrc.edu.ar

ployee benefits. However, the results also revealed significant differences in the levels of disclosure for HC items, which reflect the relative importance given by the banks to these issues. Over the three years examined, HC disclosure levels increased considerably, particularly after adopting the IFRS in 2018. Regarding the quality of the disclosure, the HC information disclosed in the annual reports was mainly discursive and non-time specific.

The main findings of this research, in agreement with previous studies, indicate that IC information disclosed in their annual reports by leading Argentinian listed banks is still incomplete, reflecting the current difficulties in measuring and managing their intangible resources.

Keywords: content analysis, human capital, voluntary disclosure, banking sector.

INTRODUCCIÓN

En el entorno actual que configura la economía del conocimiento, el capital intelectual (CI) de las empresas se erige como un recurso clave para la generación de valor. El CI abarca todas las formas de elementos intangibles que poseen las empresas (Meritum Project, 2002), entre las que destaca el conocimiento disponible a nivel individual y organizativo. El CI incluye, así, elementos de diversa índole, que la mayor parte de la literatura coincide en agrupar en tres grandes dimensiones o categorías: capital humano (CH), capital estructural (CE) y capital relacional (CR).

El CH representa el stock de conocimientos individuales que reside en los empleados (Bontis, Chua Chong Keow, & Richardson, 2000) e incluye tanto los saberes que poseen los mismos, como sus capacidades, experiencias y habilidades (Meritum Project, 2002). Se trata de un concepto amplio, que involucra también aspectos tales como el nivel educativo, la formación y la cualificación del empleado (Guthrie & Petty, 2000); sus habilidades y actitudes (Shih, Liu, Jones, & Lin, 2010), así como la satisfacción, el clima laboral y el bienestar (McCracken, McIvor, Treacy, & Wall, 2018).

El CH es, esencialmente, conocimiento tácito (Bontis, 1998), que presenta importantes dificultades para ser retenido por la empresa. No obstante, es considerado como el componente clave del CI (Tyskbo, 2019), por ser la fuente fundamental de otros recursos estratégicos (Ginesti, Caldarelli, & Zampella, 2018) y de la creación de valor (Smriti & Das, 2018).

Sin embargo, y pese al generalizado reconocimiento del relevante papel del CH, la información que se incorpora en los informes que las empresas elaboran para atender a los requerimientos normativos vigentes, es muy limitada en lo que respecta a este importante componente del CI, como también lo es la referida a la dimensión estructural y relacional del CI.

Tanto las normas contables argentinas, como las normas internacionales de información financiera (NIIF), adoptadas por las entidades financieras a partir del año 2018, regulan el tratamiento contable de los activos intangibles. Ambos marcos normativos presentan similitudes en cuanto al reconocimiento, medición y exposición de estos elementos en los estados financieros (Ficco, 2019). Particularmente, las normas mencionadas requieren para el reconocimiento de los activos intangibles el cumplimiento de ciertas condiciones: la posibilidad de obtención de beneficios económicos futuros y la medición confiable, a lo que se suma la identificabilidad en el caso de las NIIF. En ese sentido, se advierten que las normativas contables, tanto a nivel local como internacional, imponen importantes restricciones para al reconocimiento de los activos intangibles. En consecuencia, solo pocos componentes del CI son reconocidos como activos intangibles, estando la mayoría "ocultos", al no estar reflejados en los estados financieros.

Frente a estas deficiencias, la alternativa más utilizada por las empresas para dar a conocer el CI, y dentro de él al CH, es la de divulgar esta información de forma voluntaria. Esta divulgación se realiza a través de diversos formatos de informes y diferentes medios o canales informativos, siendo uno de los más importantes, los reportes anuales, especialmente en el contexto de mercados en desarrollo (Abhayawansa & Azim, 2014; Khan & Khan, 2010).

A partir de esta situación descripta es que se formulan las siguientes preguntas de investigación: *¿Cuál es la información que divulgan voluntariamente las empresas sobre CH? ¿Cuál es la extensión y los atributos de esta información divulgada voluntariamente?*

A los fines de responder estas preguntas, este trabajo tiene como objetivo analizar las prácticas de divulgación de información sobre CH que desarrollan, las empresas argentinas, en particular las entidades financieras, examinando la extensión y los atributos de la información sobre CH que divulgan voluntariamente estas empresas.

Las entidades financieras, y en particular los bancos, se caracterizan por un singular proceso productivo, que se distingue por tener como insumos fundamentales a la moneda nominal y al trabajo (Werbin, 2010). Esta situación determina que el CH se configure como un recurso básico (Mention, 2011) y que los elementos intangibles tengan, en dicho proceso, una participación diferencial y más intensiva en comparación con los bienes tangibles (Castilla & Ruiz, 2018). Así la decisión de trabajar con bancos encuentra su justificación en la trascendencia que tienen los intangibles, y en especial el CH, para estas empresas, lo que las convierte en un ámbito muy propicio para el desarrollo del estudio propuesto. De esta forma se contribuye a la evidencia empírica existente sobre las entidades financieras, por ser habitualmente excluidas en la investigación referida a intangibles. Además, en la revisión de la literatura previa se observa que este sector le otorga más importancia a la revelación de información sobre CH que otros sectores de la economía (Khan y Khan, 2010). Sin embargo, son pocas las investigaciones empíricas que se han centrado en el CH de los bancos.

El estudio se realiza para el período temporal 2017-2019 y se contextualiza en las entidades financieras cotizadas en el mercado de capitales argentino (MCA).

Revisión de la Literatura

La divulgación sobre CH no ha resultado de interés en la literatura hasta mediados del siglo XX cuando fue identificado el CH como una de las dimensiones del CI (Khan & Khan, 2010). En los estudios sobre CI y, en particular sobre CH, se analiza como el CH es medido y reportado por las empresas utilizando diversos modelos teóricos o herramientas metodológicas. Dumay & Cai (2014) señalan que estos análisis se han realizado entre firmas, entre industrias o entre países.

Los estudios entre firmas muestran que la divulgación sobre el CH se refiere mayoritariamente a información sobre *“training”*, *“salud y seguridad”*, *“career development”* y *“liderazgo”* (Abeysekera & Guthrie, 2004; Khan & Khan, 2010). Sin embargo, se observan diferencias notorias en los niveles de divulgación de determinados indicadores de CH (Abeysekera & Guthrie, 2004).

Los estudios entre industrias han analizado las prácticas de divulgación de sectores intensivos en conocimiento. Entre ellos, Birindelli, Ferretti, Chiappini, & Cosentino (2020), Castilla & Ruiz (2018) y Mention (2011) se enfocaron en la divulgación del CI en bancos europeos. Los resultados de estos estudios coinciden en que el CR y el CH fueron, en ese orden, las dimensiones del CI más divulgadas por

los bancos. Sin embargo, la información sobre CI comunicada en los reportes anuales fue reducida, tanto en términos de cantidad como de calidad. Por su parte, Brandt, Draguetti, & Tenório (2018) y Herrera (2013) analizaron la divulgación del CI en bancos latinoamericanos. Ambos estudios coinciden en que el CR presentó el mayor nivel de divulgación en los bancos analizados, seguidos por el CE y el CH. En cuanto al CH, la información referida a “beneficios más allá de los exigidos por la ley” (Brandt et al., 2018) y al “número de gerentes/ directivos” (Herrera, 2013) fue la más divulgada en los estudios respectivos. Por otro lado, Abhayawansa & Azim (2014) estudiaron las prácticas de divulgación de CI en el sector farmacéutico, con resultados que indican una mayor propensión a comunicar información sobre CI respecto de otras industrias. No obstante, el alcance y los elementos del CI divulgados variaron entre las empresas, evidenciando la falta de un marco de referencia para el reporte del CI.

Con respecto a los estudios entre países, los primeros estudios sobre divulgación de información sobre CH se enfocaban principalmente en CI, con resultados que, en general, indican que la información sobre CH en los reportes anuales fue escasa y deficiente en términos de calidad y extensión. En ese sentido, Guthrie & Petty (2000) sostienen que el CH fue poco comprendido como componente del CI, inadecuadamente identificado, administrado de forma ineficiente y reportado de forma inconsistente.

Subbarao & Zeghal (1997) fueron pioneros en analizar la divulgación del CH internacionalmente, con resultados que muestran que la información referida a “beneficios” y “pensiones” fue la más divulgada, mientras que la información sobre la contribución del CH para incrementar el valor de la empresa y sobre diversidad y equidad fue la menos divulgada.

McCracken et al. (2018) realizaron un estudio a partir del análisis de contenido de los reportes anuales de empresas británicas. Los resultados muestran que la información sobre “capacitación”, “salud y seguridad”, “desarrollo profesional” y “liderazgo” fueron las más divulgadas.

Lim & Mali (2021) realizaron un estudio comparativo de las prácticas de divulgación de CH en Reino Unido y Corea del Sur. Las evidencias encontradas muestran que las empresas de Corea del Sur comunican altos niveles de información sobre CH en forma narrativa y numérica; mientras que las empresas británicas tienden a divulgar mayoritariamente información narrativa en tono positivo.

En el contexto de los países en desarrollo la investigación sobre divulgación sobre CH es comparativamente limitada. Así en el estudio de Abeysekera & Guthrie (2004) analizaron las empresas de Sri Lanka y los resultados encontrados muestran que la información referida a “características de los empleados”, “valor agregado” y “programas de capacitación” fueron las más divulgadas, mientras que la referida a “equidad y seguridad laboral” la menos divulgada.

Khan & Khan (2010) realizaron su estudio en las principales empresas listadas de Bangladesh, correspondientes al sector manufactura y servicios. La evidencia encontrada muestra que los indicadores más divulgados corresponden a información sobre “capacitación”, “número de empleados”, “desarrollo profesional” y “políticas de reclutamiento”. Por otro lado, la información sobre “rotación de personal”, “emprendimiento” y “salud y seguridad” fue la menos divulgada.

En el ámbito latinoamericano, Morales Parada & Sáez Salazar (2022) analizaron la divulgación del CH en los reportes anuales y memorias de sostenibilidad de empresas líderes del *retail* en Chile, Colombia, México y Perú. Los resultados de este estudio evidencian un aumento en la información sobre CH divulgada por las empresas en el periodo analizado. No obstante, se observaron diferencias notorias en los niveles de divulgación entre los países estudiados, lo cual es atribuido por los autores a factores

culturales. Asimismo, se encontró que las empresas son más transparentes respecto a aspectos del CH vinculados a “igualdad y equidad”; mientras que, por el contrario, la divulgación sobre “prevención de riesgos y acosos” es limitada en todos los países.

En Argentina no se han constatado estudios publicados que analicen la divulgación del CH en el sector bancario. No obstante, los estudios de Rabasedas, Barco y Jara Sarrua (2016) y Sader (2019) aportan indicios respecto del estado de las prácticas de divulgación voluntaria de información no financiera de los bancos argentinos. Rabasedas et al. (2016) observó que el sector financiero es uno de los más comprometidos con el reporte de información sobre responsabilidad social, destacándose en la divulgación sobre “Prácticas Laborales” y “Responsabilidad sobre Producto”. Sader (2019) halló evidencias de que el CH es la dimensión del CI menos divulgada por las empresas que cotizaron regularmente en el MCA en el período 2009- 2015. No obstante, los resultados de este estudio indican que las entidades financieras presentan mayor cantidad de información sobre CI, en comparación con el resto de las empresas.

La revisión de la literatura muestra que los resultados encontrados sobre la divulgación del CH no son concluyentes. Esto sería el resultado de los factores sociales, culturales y ambientales, la falta de interés de las empresas en divulgar este tipo de información, las diferencias en la herramienta utilizada para captar su revelación y la falta de un concepto único de CH. Esta situación plantea la necesidad de profundizar la investigación en torno a las prácticas de divulgación del CH en el sector bancario, cuyo abordaje se encuentra aún inconcluso, particularmente en el contexto latinoamericano, donde las evidencias empíricas son muy limitadas

A partir de esta introducción en la que se describió la problemática, el objetivo del trabajo y la revisión de la literatura, se presentan a continuación los principales aspectos metodológicos de la investigación, para luego exponer los resultados obtenidos y su discusión. Finalmente, se exponen las conclusiones que se derivan de tales resultados.

METODOLOGÍA, MATERIALES Y MÉTODOS

Para dar cumplimiento al objetivo planteado se aplicó un diseño de investigación no experimental. Y, en lo que respecta al alcance, se realizó un estudio de tipo descriptivo, sustentado en la estrategia de análisis de contenido.

Muestra y recolección de datos

El estudio empírico se realiza sobre los reportes anuales de las empresas del sector bancario listadas en el MCA que integran el índice S&P Merval. Este índice bursátil se conforma por las acciones de las empresas de mayor tamaño y liquidez del MCA. El sector bancario presenta la mayor ponderación dentro del S&P Merval, y representa el 17,7% de la capitalización bursátil total de sus componentes⁴. La selección de estas empresas es consistente con estudios empíricos previos, considerando que las empresas listadas de mayor capitalización tienden a divulgar información sobre CI, y en particular sobre CH (Abeysekera & Guthrie, 2004; Khan & Khan, 2010; McCracken et al., 2018).

Por lo tanto, la muestra de este estudio queda conformada por los cuatro bancos que conforman el sector financiero del índice S&P Merval: Banco Macro, BBVA Banco Frances, Grupo Financiero Galicia y

⁴ Fuente: Página oficial del índice S&P MERVAL (<https://www.spglobal.com/spdji/en/indices/equity/sp-merval-index>).

Grupo Supervielle. Se trata de “bancos típicos”, de acuerdo con Werbin (2010), caracterizados por captar un alto nivel de depósitos y otorgar préstamos comerciales y personales.

Los reportes anuales de los cuatro bancos analizados fueron obtenidos de la página web de la Comisión Nacional de Valores⁵, órgano de contralor del MCA. Estos informes son considerados en la literatura previa como un importante medio para entender las prácticas de divulgación sobre CH (Khan & Khan, 2010; Lim & Mali, 2021; McCracken et al., 2018; entre otros), en tanto permiten a las empresas “ir más allá de la simple información financiera para incluir elementos de CH” (McCracken et al., 2018, p. 133). Asimismo, los reportes anuales constituyen el principal medio de comunicación corporativa en mercados de capitales en desarrollo (Abhayawansa & Azim, 2014; Khan & Khan, 2010), como es el caso del MCA.

Periodo de estudio

El período de análisis comprende los años 2017-2019. La elección de un período trianual es acorde a la literatura sobre la temática (Castilla & Ruiz, 2018). El período de tiempo seleccionado se justifica, por un lado, por la adopción de las NIIF para la preparación de los estados financieros de las entidades financieras, lo que ocurrió a partir de los ejercicios iniciados en el año 2018. De este modo, el período mencionado permite examinar la incidencia de la adopción de este marco normativo en las prácticas de divulgación de información sobre CH de los bancos, ya que incluye un año pre-NIIF (2017), el año de adopción de dichas normas (2018) y un año post-NIIF (2019). Por otro lado, el análisis finaliza en el ejercicio 2019 para evitar que los resultados de la investigación se vean influenciados por los efectos de la pandemia de COVID-19.

Diseño del Análisis de Contenido

Krippendorff (2013) define al análisis de contenido como una técnica de investigación de las comunicaciones que permite describir su contenido y realizar inferencias replicables y válidas respecto de los contextos de su uso. Esta metodología ha sido ampliamente utilizada en la literatura contable para investigar la divulgación de información sobre CI (Dumay & Cai, 2014), dada su naturaleza predominantemente cualitativa (Bini & Giunta, 2021).

El análisis de contenido consiste en la codificación de información cualitativa y cuantitativa en grupos o categorías, que “representan diferentes características de interés según el objetivo de la investigación” (Gaur & Kumar, 2018, p. 281). Estas categorías permiten capturar y sistematizar la información sobre CI con la finalidad de identificar patrones en prácticas de divulgación de las empresas (Bini & Giunta, 2021).

La información sobre CH divulgada en los reportes anuales fue codificada en categorías desarrolladas a partir de la revisión de estudios previos sobre CH y sobre divulgación del CI. En la Tabla 1 se listan las categorías e indicadores de CH utilizados en este estudio.

⁵ <https://www.argentina.gob.ar/cnv>

Tabla 1
Categorías e indicadores de CH.

Categorías	Definición	Indicadores de CH
Perfil Capital Humano (PCH)	Composición y características del CH de los bancos.	Perfil del directorio, Perfil de la gerencia, Cantidad de empleados, Empleados por edad, Empleados por género, Empleados por función, Otras características.
Competencias (COMP)	Conocimiento, habilidades y actitudes de los empleados.	Educación, Cualificaciones profesionales y experiencia, Habilidades y actitudes.
Gestión de Competencias (GCOMP)	Políticas e inversiones destinadas a desarrollar y aumentar las competencias de los empleados.	Selección de personal, Formación y capacitación, Carrera profesional, Evaluación de desempeño.
Bienestar y motivación (ByM)	Condiciones laborales, desempeño y satisfacción de los empleados.	Remuneración e incentivos, Beneficios y reconocimientos al personal, Salud y seguridad, Clima laboral, Actividades sociales y culturales internas.

Para realizar la codificación del contenido de los reportes anuales, siguiendo a Abhayawansa (2011), se seleccionaron las oraciones como unidades de registro, esto es el segmento de texto que se caracteriza o codifica al asignarlo a una determinada categoría (Krippendorff, 2013). Así, las oraciones de los reportes anuales referidas al CH fueron codificadas respecto de indicadores listados en la Tabla 1. Cuando diferentes indicadores de CH fueron identificados en una misma oración, esta fue dividida en partes independientes o “unidades de texto” (Abhayawansa, 2011), que se codificaron en forma separada.

Como resultado del proceso de codificación, la divulgación de CH en los reportes anuales fue cuantificada a partir de la frecuencia en que cada indicador se presenta en las oraciones o unidades de texto analizadas. Así, la importancia de cada categoría de CH se determina en base al número de veces en que es citada, es decir, en base a su frecuencia (Krippendorff, 2013).

Complementariamente, en línea con estudios previos (Abhayawansa, 2011; Abhayawansa & Azim, 2014; Birindelli et al., 2020; Lim & Mali, 2021; Mention, 2011), dos atributos cualitativos de la información fueron considerados para examinar la calidad de la divulgación: formato (narrativo, numérico o monetario) y orientación temporal (histórica, presente o prospectiva).

El proceso de codificación descrito en esta sección fue desarrollado manualmente con apoyo del software ATLAS.ti. Este tipo de softwares, especializados en el análisis de datos textuales, asisten al investigador en la exploración de los textos, su codificación y en la identificación de patrones de divulgación (Abhayawansa, 2011). Asimismo, contribuyen a incrementar la fiabilidad de la investigación (Krippendorff, 2013).

RESULTADOS

En esta sección se resumen y discuten los principales resultados obtenidos sobre las prácticas de divulgación de CH del sector bancario argentino.

Extensión de la Divulgación sobre CH

En la Tabla 2 se presentan las categorías y los indicadores de CH divulgados por los bancos para cada uno de los años analizados y para el período completo (2017-2019). Los resultados de cada indicador se presentan en término del número oraciones/ unidades de texto codificados en cada uno de ellos y su participación porcentual en cada categoría. Los resultados de cada categoría es el acumulado de cada uno de sus indicadores.

Tabla 2

Divulgación de CH por categorías e indicadores en el período 2017-2019.

	2017		2018		2019		Período 2017-2019		
	n	%	n	%	n	%	n	%	Δ%
Perfil Capital Humano (PCH)	95	30,45	137	34,5	146	31,5	378	32,2	53,7
Perfil del directorio	41	13,14	51	12,8	61	13,1	153	13,0	48,8
Perfil de la gerencia	18	5,77	25	6,3	26	5,6	69	5,9	44,4
Cantidad de empleados	7	2,24	11	2,8	8	1,7	26	2,2	14,3
Empleados por edad	5	1,60	21	5,3	18	3,9	44	3,8	260,0
Empleados por género	1	0,32	1	0,3	4	0,9	6	0,5	300,0
Empleados por función	10	3,21	14	3,5	14	3,0	38	3,2	40,0
Otras características	13	4,17	14	3,5	15	3,2	42	3,6	15,4
Competencias (COMP)	3	0,96	10	2,5	9	1,9	22	1,9	200,0
Educación	0	0,00	0	0,0	0	0,0	0	0,0	-
Cualificaciones profesionales y experiencia	3	0,96	3	0,8	6	1,3	12	1,0	100,0
Habilidades y actitudes	0	0,00	7	1,8	3	0,6	10	0,9	-
Gestión de Competencias (GCOMP)	116	37,18	135	34,0	163	35,1	414	35,3	40,5
Selección de personal	20	6,41	25	6,3	20	4,3	65	5,5	0,0
Formación y capacitación	73	23,40	74	18,6	98	21,1	245	20,9	34,2
Carrera profesional	8	2,56	17	4,3	26	5,6	51	4,3	225,0
Evaluación de desempeño	15	4,81	19	4,8	19	4,1	53	4,5	26,7
Bienestar y motivación (ByM)	98	31,41	115	29,0	146	31,5	359	30,6	49,0
Remuneración e incentivos	30	9,62	19	4,8	19	4,1	68	5,8	-36,7
Beneficios y reconocimientos al personal	28	8,97	37	9,3	44	9,5	109	9,3	57,1
Salud y seguridad	28	8,97	28	7,1	36	7,8	92	7,8	28,6
Clima laboral	9	2,88	28	7,1	34	7,3	71	6,1	277,8
Actividades sociales y culturales internas	3	0,96	3	0,8	13	2,8	19	1,6	333,3
Totales por año	312	-	397	-	464	-	1173	-	48,7

Las categorías de CH “Gestión de Competencias” (35,3% de la información codificada), seguida por “Perfil Capital Humano” (32,2%) y “Bienestar y motivación” (30,6%) fueron las más divulgadas. Mientras que la categoría “Competencias” fue notoriamente menos reportada por los bancos (1,9%) en el período considerado.

En relación con los indicadores de CH, el correspondiente a “Formación y capacitación” (COMP), que incluye información referida a las políticas y programas de formación y capacitación de los bancos, fue más destacado a lo largo del tiempo (20,9%). Estos resultados concuerdan con los obtenidos por Abeysekera & Guthrie (2004), Khan & Khan (2010) y McCracken et al (2018), en la medida que las empresas tienden a divulgar mayoritariamente información sobre “training” en sus reportes anuales. Información sobre el “Perfil del Directorio” (PCH) fue el segundo indicador más importante (13,0%), seguido por “Beneficios y reconocimientos al personal” (ByM) (9,3%). Respecto de este último indicador, resultados similares fueron encontrados en los estudios de Brandt et al. (2018), Khan & Khan (2010), Mention (2011) y Subbarao & Zeghal (1997).

En contraste, los indicadores menos divulgados por los bancos fueron aquellos pertenecientes a la categoría “Competencias” (“Educación”, “Cualificaciones profesionales y experiencia” y “Habilidades y actitudes”), junto a la información sobre el perfil de sus empleados por género (PCH). Respecto de los indicadores de “Competencias”, las evidencias en la literatura previa son diversas. Por un lado, Mention (2011) observó que los principales elementos de CH divulgados por bancos europeos fueron aquellos vinculados al conocimiento (nivel educativo, calificaciones y experiencia). Por otro lado, en el contexto de países en desarrollo, Khan & Khan (2010), en línea con Mention (2011), reportó que más de la mitad de las empresas líderes en Bangladesh informan sobre los antecedentes educativos de sus empleados. No obstante, Abeysekera & Guthrie (2004) observó que las cualificaciones laborales de los empleados fueron escasamente divulgadas por las empresas de Sri Lanka en sus reportes anuales. Una posible respuesta a esta situación se encuentra en el estudio internacional de Subbarao & Zeghal (1997), el cual concluye que la información sobre CH divulgada por las empresas es influenciada por factores sociales, culturales y ambientales, así como por el marco regulatorio y las expectativas de los *stakeholders*.

Estos hallazgos evidencian diferencias notorias en los niveles de divulgación tanto entre las categorías como entre los indicadores de CH, lo que resulta consistente con resultados de estudios previos (Abeysekera & Guthrie, 2004; Abhayawansa & Azim, 2014; McCracken et al., 2018; Morales Parada & Sáez Salazar, 2022). Tejedo & Araujo (2022) sostienen que la divulgación sobre CH, así como las diferencias en la extensión de la información sobre sus diversos componentes y categorías, reflejan la importancia relativa que las empresas otorgan a estos temas. En ese sentido, las evidencias de este estudio sugieren que bancos argentinos están dispuestas a divulgar información sobre CH a sus *stakeholders*; enfocándose en comunicar sobre la gestión de su CH a través de formación y capacitación, sobre el perfil de sus directores y sobre los beneficios con lo que cuentan sus empleados. Por el contrario, la información sobre los conocimiento, habilidades y actitudes de sus empleados y sobre cuestiones vinculadas al género parece revestir de menor importancia.

Evolución en la Divulgación sobre CH en el Período de Análisis

Durante el período 2017-2019 los niveles de divulgación de información sobre CH se incrementaron un 48,7%. Esta tendencia es consistente con la literatura, en cuanto la divulgación sobre CI, y de CH en particular, tiende a aumentar a lo largo del tiempo (Abeysekera & Guthrie, 2004; Castilla & Ruiz, 2018; Khan & Khan, 2010; McCracken et al., 2018; Mention, 2011; Morales Parada & Sáez Salazar, 2022).

Los resultados indican, asimismo, que el mayor incremento en la información divulgada tuvo lugar en el año 2018 (27,2% de incremento respecto del 2017). El año 2018 fue particularmente relevante para los bancos argentinos dado que se produjo la adopción de las NIIF para la preparación de sus estados financieros. Estudios previos han demostrado la influencia de los marcos regulatorios en las prácticas de divulgación voluntaria de las empresas, en particular en el contexto de mercados en desarrollo. Entre ellos, Khan & Khan (2010), McCracken et al. (2018), Mention (2011) y Tejedo & Araujo (2022) advirtieron que la introducción de nuevas regulaciones impacta positivamente en la divulgación sobre CH. En el contexto del MCA, Sader (2019) y Ficco & Sader (2020) analizaron los efectos de la adopción de las NIIF para las empresas no financieras listadas en la divulgación del CI y su relevancia valorativa. Los resultados de estos estudios indican que la implementación de este marco normativo produjo un incremento de la información divulgada sobre CI y sus dimensiones, pero no ha impactado en la relevancia valorativa de la información no financiera referida al CI.

En línea con estos estudios, se realizó un test de diferencias de medias (t de Student⁶) de muestras apareadas o no independientes para comparar los niveles de divulgación a nivel global en el año 2017 (pre-NIIF) y en el año 2018 (NIIF). En resultados no tabulados se observó que la media del nivel de divulgación del año 2018 (99,25) fue mayor que la media del año 2017 (63), siendo esta diferencia estadísticamente significativa, con un nivel de significación del 5%. Este resultado confirma que los bancos tuvieron una propensión significativamente mayor a divulgar información sobre CH en el período NIIF en relación con el período pre-NIIF. Esto puede interpretarse, en línea con los hallazgos de Sader (2019), que la transición de normas locales a NIIF para de las empresas financieras listadas en el MCA incidieron positivamente en su propensión a divulgar información sobre CH.

No obstante, a pesar del incremento en los niveles de divulgación de los bancos, esta tendencia presentó una amplia variabilidad entre las categorías e indicadores de CH estudiados, como se observa en la Tabla 2. Así, en lo que respecta a las categorías, el mayor incremento corresponde a "Competencias" (200,0%); sin embargo, a pesar del aumento reportado, su frecuencia de divulgación continuó siendo escasa. Las restantes categorías presentaron incrementos similares, los que se ubican en torno al aumento reportado a nivel global (48,7%). En relación con los indicadores, los aumentos más significativos se refieren a información sobre "Actividades sociales y culturales internas" (333,3%), "Clima laboral" (277,8%), "Empleados por género" (300,0%), "Empleados por edad" (260,0%) y "Cualificaciones profesionales y experiencia" (100,0%). El único indicador que presentó una disminución en su frecuencia de divulgación, en el período de análisis, fue "Remuneraciones e incentivos" (-36,7%).

En general, los resultados indican un cambio positivo en la divulgación sobre CH que se refleja en todas las categorías e indicadores estudiados, con excepción del mencionado precedentemente. Particularmente, se destaca el incremento observado en la comunicación de información sobre las competencias de los empleados y sobre aspectos vinculados a bienestar laboral y a diversidad.

Calidad de la Divulgación sobre CH

Tal como se indicó anteriormente, la calidad de la información sobre CH divulgada en los reportes anuales de los bancos fue examinada a partir de dos atributos cualitativos de la información: formato y orientación temporal. En la Tabla 3 se presentan los hallazgos respecto de la calidad de la información sobre CH.

⁶ Previamente se contrastó la normalidad de la variable referida al nivel de divulgación sobre CH a nivel global a través de la prueba de Shapiro Wilks, con un nivel de significación del 5%.

Tabla 3
Divulgación de CH por formato y orientación temporal.

	n	%		n	%
Formato de divulgación			Orientación temporal		
Narrativa	714	60,9	Histórica	237	20,2
Numérica	455	38,8	Presente	872	74,4
Monetaria	4	0,3	Prospectiva	64	5,4

En relación con el formato de divulgación, se advierte que los bancos divulgan información sobre su CH en forma predominantemente narrativa (60,9%). Este resultado confirma los hallazgos de Birindelli et al. (2020) y Mention (2011), que revelan que la divulgación sobre CH en los reportes anuales de los bancos ocurre, principalmente, en términos cualitativos. La extensión de la información numérica (38,8%) es consistente con los resultados de Birindelli et al. (2020) y Lim & Mali (2021). No obstante, resulta ampliamente superior al 11% de información numérica obtenido por Abhayawansa & Azim (2014) en empresas farmacéuticas, sector considerado, al igual que el bancario, como intensivo en conocimiento. Asimismo, en línea con los hallazgos de Abhayawansa & Azim (2014) y Mention (2011), la divulgación en términos monetarios es sumamente limitada (0.3%).

Estas evidencias respecto del formato de divulgación información sobre CH apoyan la idea de que los bancos argentinos aún deben “traducir la retórica en medidas” (Guthrie & Petty, 2000, p. 247) que les permitan gestionar y comunicar más eficientemente su CI.

En cuanto a la orientación temporal, la información sobre CH se refiere mayoritariamente al presente (74,4%), es decir, al stock de CH de los bancos. Este hallazgo resulta coincidente con los obtenidos por Abhayawansa & Azim (2014), Birindelli et al. (2020) y Mention (2011).

Los resultados también indican una preponderancia de la información histórica (20,19%) respecto de la prospectiva (5,45%), siendo esta última sumamente limitada. Esto sugiere, de acuerdo con Abhayawansa (2011), que las empresas priorizan la divulgación de información sobre el valor generado a partir de su CH, en el pasado, mientras que su potencial para crear valor en el futuro no es suficientemente comunicado.

DISCUSIÓN Y CONCLUSIONES

El presente estudio tuvo como objetivo estudiar la divulgación de información sobre CH que realizan los bancos listados en el MCA a través de sus reportes anuales, considerando para ello el período 2017-2019. El análisis se realizó a través de la aplicación de la metodología de análisis de contenido, que es una técnica ampliamente aceptada en la literatura contable para estudiar el tipo, la cantidad y la calidad de las divulgaciones sobre CI. Así, la información sobre CH divulgada en los reportes anuales fue estudiada de acuerdo con la temática de la divulgación y respecto de dos atributos cualitativos de la información: formato y orientación temporal. Estas dimensiones de análisis permitieron examinar no solo la extensión de la divulgación, sino también cómo la información sobre CH fue comunicada.

Los resultados obtenidos revelaron que todos los indicadores de CH estudiados, con excepción de uno (“Educación”), fueron comunicados por los bancos en sus informes anuales. No obstante, los ha-

llazgos también indicaron importantes diferencias en sus niveles de divulgación, lo cual es consistente con estudios previos realizados en otros países y sectores. Los bancos analizados pusieron un fuerte énfasis en la divulgación relacionada con sus políticas y programas de formación y capacitación, el perfil del directorio y los beneficios y reconocimientos otorgados a sus empleados. En contraste, la información sobre los conocimientos y capacidades de los empleados fue sumamente limitada. Estos hallazgos reflejaron tanto la extensión, en términos de las temáticas a las que refiere la información divulgada sobre CH, como la importancia relativa que los bancos otorgaron a estos temas.

Durante el período 2017-2019 los niveles de divulgación sobre CH se incrementaron considerablemente, particularmente a partir de la adopción de las NIIF, en el año 2018. No obstante, se observó una amplia variabilidad entre los indicadores estudiados. Los resultados confirman, por un lado, la tendencia creciente en la divulgación sobre CI, en general, y sobre CH en particular, identificada en estudios previos. Por otro lado, aportan evidencias adicionales respecto de la incidencia positiva de los cambios regulatorios en las prácticas de divulgación voluntaria de información de las empresas.

Respecto de la calidad de las divulgaciones sobre CH, la información comunicada en los reportes anuales de los bancos fue predominantemente narrativa e histórica. La información cuantitativa, principalmente de carácter monetario, así como la información prospectiva, fueron escasas. Esto sugiere, en línea con la literatura previa, que la información sobre CH comunicada por los bancos es aún incompleta y refleja las dificultades existentes para medir y gestionar sus recursos intangibles.

Este estudio contribuye a la literatura contable en torno a la divulgación corporativa, y en particular a aquella referida a los intangibles de las empresas, aportando evidencias del estado de las prácticas de divulgación de información sobre CH en el contexto de un país en desarrollo. Particularmente, contribuye a la evidencia empírica existente en esta área para las entidades financieras, que son empresas habitualmente excluidas en la investigación referida a intangibles.

No obstante, esta investigación es de naturaleza exploratoria y presenta ciertas limitaciones. Principalmente, las limitaciones se refieren a que este estudio se basa en una muestra pequeña de empresas pertenecientes a un único sector, caracterizado por ser intensivo en conocimiento. Además, utiliza solo una fuente de información: los reportes anuales. Por lo anterior, sus resultados no pueden generalizarse a otros sectores de actividad, ni considerarse representativos de la información sobre CH divulgada en otros informes corporativos. En ese sentido, de cara a una futura investigación, resultaría valioso analizar las prácticas de divulgación sobre CH de empresas listadas en el MCA pertenecientes a otros sectores, como paso previo para indagar respecto de la relevancia valorativa del CH.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

- Abeyssekera, I., & Guthrie, J. (2004). Human capital reporting in a developing nation. *British Accounting Review*, 36(3), 251–268. doi:10.1016/j.bar.2004.03.004
- Abhayawansa, S. (2011). A methodology for investigating intellectual capital information in analyst reports. *Journal of Intellectual Capital*, 12(3), 446–476. doi:10.1108/14691931111154733
- Abhayawansa, S., & Azim, M. (2014). Corporate reporting of intellectual capital: evidence from the Bangladeshi pharmaceutical sector. *Asian Review of Accounting*, 22(2), 98–127. doi:10.1108/ARA-10-2013-0067
- Bini, L., & Giunta, F. (2021). Investigating intellectual capital disclosure through content analysis: reflections and suggestions for future research. In J. Dumay, C. Nielsen, M. Lund, M. Massaro, &

- J. Guthrie (Eds.), *Research Handbook on Intellectual Capital and Business* (pp. 6–29). Edward Elgar Publishing. doi:10.4337/9781785365324
- Birindelli, G., Ferretti, P., Chiappini, H., & Cosentino, A. (2020). Intellectual Capital Disclosure: Some Evidence from Healthy and Distressed Banks in Italy. *Sustainability*, 12(8), 3174. doi:10.3390/su12083174
- Bontis, N. (1998). Intellectual capital: an exploratory study that develops measures and models. *Management Decision*, 36(2), 63–76. doi:10.1108/00251749810204142
- Bontis, N., Chua Chong Keow, W., & Richardson, S. (2000). Intellectual capital and business performance in Malaysian industries. *Journal of Intellectual Capital*, 1(1), 85–100. doi:10.1108/14691930010324188
- Brandt, V. A., Dragueti, A. L., & Tenório, G. de O. (2018). O capital intelectual e seu nível de divulgação nos bancos brasileiros listados na BM&FBOVESPA. *Anais do VIII Congresso Internacional de Conhecimento e Inovação (ciKi)*. Recuperado de: <https://proceeding.ciki.ufsc.br/index.php/ciki/article/view/596>
- Castilla, F., & Ruiz, M. del C. (2018). La divulgación de intangibles en entidades financieras: un análisis de contenido. *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, 47(1), 81–123. doi:10.1080/02102412.2017.1346912
- Dumay, J., & Cai, L. (2014). A review and critique of content analysis as a methodology for inquiring into IC disclosure. *Journal of Intellectual Capital*, 15(2), 264–290. doi:10.1108/JIC-01-2014-0010
- Ficco, C. (2019). Los activos intangibles en la normativa contable argentina y en las normas internacionales de información financiera. *Contabilidad y Auditoría*, (50), 61–108.
- Ficco, C., & Sader, G. (2020). Relevancia valorativa de los intangibles: Análisis pre-NIIF y NIIF en el mercado de capitales argentino. *CAPIC REVIEW*, 17, 1–15. doi:10.35928/cr.vol17.2019.54
- Gaur, A., & Kumar, M. (2018). A systematic approach to conducting review studies: An assessment of content analysis in 25 years of IB research. *Journal of World Business*, 53(2), 280–289. doi:10.1016/j.jwb.2017.11.003
- Ginesti, G., Caldarelli, A., & Zampella, A. (2018). Exploring the impact of intellectual capital on company reputation and performance. *Journal of Intellectual Capital*, 19(5), 915–934. doi:10.1108/JIC-01-2018-0012
- Guthrie, J., & Petty, R. (2000). Intellectual capital: Australian annual reporting practices. *Journal of Intellectual Capital*, 1(3), 241–251. doi:10.1108/14691930010350800
- Herrera R., E. E. (2013). Factores que explican la extensión de revelación de activos intangibles de los bancos que cotizan en la Bolsa de Valores de Panamá. *Contaduría y Administración*, 58(3), 173–202. doi:10.1016/S0186-1042(13)71226-9
- Khan, H., & Khan, R. (2010). Human capital disclosure practices of top Bangladeshi companies. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 14(4), 329–349. doi:10.1108/14013381011105984
- Krippendorff, K. (2013). *Content analysis: An introduction to its methodology* (3rd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Lim, H. J., & Mali, D. (2021). A comparative analysis of human capital information opaqueness in South Korea and the UK. *Journal of Intellectual Capital*. doi:10.1108/JIC-01-2021-0002
- McCracken, M., McIvor, R., Treacy, R., & Wall, T. (2018). A study of human capital reporting in the United Kingdom. *Accounting Forum*, 42(1), 130–141. doi:10.1016/j.acfor.2017.11.001
- Mention, A. L. (2011). Exploring voluntary reporting of intellectual capital in the banking sector. *Journal of Management Control*, 22(3), 279–309. doi:10.1007/s00187-011-0139-2
- Meritum Project. (2002). *Guidelines for managing and reporting on intangibles (Intellectual Capital Report)*. Madrid.
- Morales Parada, F., & Sáez Salazar, J. (2022). Transparencia corporativa sobre capital humano en empresas del retail del Mercado Integrado Latinoamericano (MILA). *Suma de Negocios*, 13(28), 19–27. doi:10.14349/sumneg/2022.V13.N28.A3

- Rabasedas, M., Barco, M. y Jara Sarrua, L. (2016). Análisis intersectorial de las memorias de sostenibilidad publicadas por empresas cotizadas en Argentina. *SaberEs*, 8(2), 133-160.
- Sader, G. (2019). *La revelación de información voluntaria sobre capital intelectual y su relevancia valorativa en el mercado de capitales argentino*. Tesis doctoral, Universidad Nacional de Córdoba.
- Shih, K. H., Liu, Y. T., Jones, C., & Lin, B. (2010). The indicators of human capital for financial institutions. *Expert Systems with Applications*, 37(2), 1503–1509. doi:10.1016/j.eswa.2009.06.042
- Smriti, N., & Das, N. (2018). The impact of intellectual capital on firm performance: a study of Indian firms listed in COSPI. *Journal of Intellectual Capital*, 19(5), 935–964. doi:10.1108/JIC-11-2017-0156
- Subbarao, A. V., & Zeghal, D. (1997). Human Resources Information Disclosure in Annual Reports: An International Comparison. *Journal of Human Resource Costing & Accounting*, 2(2), 53–73. doi:10.1108/eb029039
- Tejedo, F., & Araujo, J. (2022). The influence of corporate governance characteristics on human capital disclosure: the moderating role of managerial ownership. *Journal of Intellectual Capital*, 23(2), 342–374. doi:10.1108/JIC-03-2019-0055
- Tyskbo, D. (2019). Managers' views on how intellectual capital is recognized and managed in practice. *Journal of Intellectual Capital*, 20(2), 282–304. doi:10.1108/JIC-01-2018-0017
- Werbin, E. (2010). *La información contenida en el informe financiero: Una aplicación a bancos en Argentina*. Tesis doctoral, Universidad Nacional de Córdoba, Córdoba, Argentina.



Esta obra está bajo una licencia de
Creative Commons Atribución-NoComercial-CompartirIgual 4.0 Internacional