

Artículo de Investigación

Divulgación sobre temas sustentables en el sector de empresas de retail en el mercado de capitales chileno

Disclosure on sustainable matters in retail companies' sector in the Chilean capital market

Fernando Morales Parada: Universidad del Bío-Bío, Chile.

fmorales@ubiobio.cl

Francisco Nova Rodríguez¹: Universidad Santo Tomás, Chile.

francisconovaro@santotomas.cl

Juan Carlos Armijos: Universidad Bernardo O'Higgins y Universidad Santo Tomás, Chile.

jarmijos@santotomas.cl

Fecha de Recepción: 18/09/2025

Fecha de Aceptación: 19/10/2025

Fecha de Publicación: 24/10/2025

Cómo citar el artículo

Morales Parada, F., Nova Rodríguez, F. y Armijos, J. C. (2026). Divulgación sobre temas sustentables en el sector de empresas de retail en el mercado de capitales chileno [Disclosure on sustainable matters in retail companies' sector in the Chilean capital market]. *European Public & Social Innovation Review*, 11, 01-24. <https://doi.org/10.31637/epsir-2026-2089>

Resumen

Introducción: El desarrollo industrial y el crecimiento económico han generado importantes externalidades negativas, lo que ha provocado una creciente preocupación global y ha ejercido presión sobre las empresas para modificar sus prácticas. Este contexto, junto con nuevas y más amplias demandas informativas, resalta la importancia de la divulgación de información corporativa. El presente estudio examina los reportes corporativos para evaluar el nivel de divulgación en aspectos de sostenibilidad, con el objetivo de identificar brechas de cumplimiento y las externalidades que estas podrían generar para los stakeholders. **Metodología:** Se realizó un análisis de contenido longitudinal de los reportes anuales y de sostenibilidad de seis empresas del sector retail listadas en el índice IPSA del mercado continuo chileno, en el período 2017-2022. Se empleó una lista de verificación basada en normativas locales e internacionales, y se diseñó un índice de medición para evaluar el

¹ **Autor Correspondiente:** Francisco Nova Rodríguez. Universidad Santo Tomás (Chile).

cumplimiento en la divulgación de aspectos sociales, ambientales y de gobernanza. **Resultados:** Los resultados evidencian un mayor nivel de divulgación en gobernanza corporativa, mientras que los aspectos sociales y ambientales muestran una tendencia creciente, en línea con la normativa local y los estándares internacionales. **Conclusiones:** Las empresas chilenas del retail han mejorado su divulgación en sostenibilidad, anticipándose a la regulación, aunque persisten brechas con implicancias para sus grupos de interés.

Palabras clave: Sostenibilidad; Cambio climático; Divulgación; Retail; Gobernanza; Estándares ESG; Transparencia; Stakeholders.

Abstract:

Introduction: Industrial development and economic growth have generated significant negative externalities, leading to growing global concern and placing pressure on companies to modify their practices. This context, along with new and broader informational demands, highlights the importance of corporate disclosure. This study examines corporate reports to assess the level of disclosure on sustainability issues, with the aim of identifying compliance gaps and the externalities they may create for stakeholders. **Methodology:** A longitudinal content analysis was conducted on the annual and sustainability reports of six retail companies listed on the IPSA index of the Chilean continuous market during the period 2017-2022. A checklist based on local and international regulations was used, and a measurement index was designed to evaluate compliance in disclosing social, environmental, and governance aspects. **Results:** The results show a higher level of disclosure in corporate governance, while social and environmental aspects exhibit a growing trend, in line with local regulations and international standards. **Conclusions:** Chilean retail companies have improved their sustainability disclosure, anticipating regulation, although gaps remain with implications for their stakeholders.

Keywords: Sustainability; Climate change; Disclosure; Retail; Governance; ESG standards; Transparency; Stakeholders.

1. Introducción

La sostenibilidad se ha consolidado como una de las problemáticas más apremiantes a nivel global, impulsada por la creciente conciencia respecto de los efectos adversos del cambio climático, la pérdida de biodiversidad y la degradación progresiva de los recursos naturales. El impacto de estos fenómenos, que se proyecta especialmente severo en América Latina, trasciende el ámbito ambiental y afecta de manera significativa tanto el desarrollo económico como el bienestar social de la región.

Tal como plantea Lebdioui (2022), la elevada vulnerabilidad latinoamericana frente al cambio climático representa una amenaza directa a su capacidad para potenciar el comercio exterior, con implicancias sustantivas en sus perspectivas de exportación de largo plazo. Este escenario pone de manifiesto la necesidad imperiosa de que los gobiernos y el sector privado adopten estrategias más eficaces orientadas a la mitigación de riesgos y a la promoción de un desarrollo sostenible integral.

En las últimas décadas, se ha observado una transformación sustantiva en la manera en que los países y las organizaciones empresariales abordan la sostenibilidad. Este proceso ha sido propiciado por la intensificación de las presiones sociales, regulatorias y financieras, las cuales han derivado en una incorporación progresiva de la sostenibilidad en las agendas políticas y económicas internacionales.

Desde esta perspectiva, las empresas han comenzado a reconocer que su desempeño y legitimidad a largo plazo dependen de manera indisoluble de la salud ambiental, social y económica de los entornos en los que operan.

En este contexto, han surgido múltiples iniciativas con el propósito de estandarizar y sistematizar la divulgación de información no financiera. Entre ellas, destaca la Global Reporting Initiative (GRI), que ha desarrollado lineamientos exhaustivos para la elaboración de informes de sostenibilidad. Asimismo, las Naciones Unidas han ejercido un rol determinante mediante la formulación de los Objetivos de Desarrollo Sostenible (ODS), una agenda que orienta los esfuerzos de la comunidad internacional hacia un desarrollo armónico en sus dimensiones económica, social y ambiental en el marco de la Agenda 2030 (Halkos & Nomikos, 2021).

De manera complementaria, otras iniciativas —como la Value Reporting Foundation (VRF), el Sustainability Accounting Standards Board (SASB), el Integrated Reporting Framework (IIRC), el Climate Disclosure Standards Board (CDSB), el Task Force on Climate-Related Financial Disclosures (TCFD) y el International Sustainability Standards Board (ISSB) de la Fundación IFRS— han contribuido al establecimiento de estándares cada vez más rigurosos y convergentes en materia de reportes de sostenibilidad. Estos marcos persiguen objetivos de comparabilidad, transparencia y fiabilidad de la información divulgada, de forma tal que inversores, reguladores y otros grupos de interés puedan evaluar con mayor precisión el desempeño de las organizaciones. La convergencia de estas iniciativas, como subraya EFRAG (2024), resulta esencial para fortalecer la confianza global en la utilidad de los informes de sostenibilidad y en su capacidad de incidir positivamente en los procesos de toma de decisiones empresariales y de formulación de políticas públicas.

El presente estudio se propone analizar la divulgación de información relacionada con la sostenibilidad en empresas chilenas del sector retail, particularmente aquellas que integran el Índice de Precios Selectivo de Acciones (IPSA). La investigación examina sus prácticas a la luz de los principales estándares nacionales e internacionales. La creciente relevancia de la transparencia y la rendición de cuentas respecto de aspectos no financieros ha motivado que numerosos países, incluido Chile, promuevan activamente la elaboración de reportes de sostenibilidad.

Sin embargo, pese a su importancia económica y social, el sector retail ha recibido una atención relativamente menor en la literatura especializada, en comparación con industrias cuyos impactos ambientales son más evidentes, como la minería o la manufactura. No obstante, el retail enfrenta desafíos sustantivos vinculados con las condiciones laborales de su fuerza de trabajo, las prácticas de sus cadenas de suministro y su huella ambiental (Jara, 2022). Este estudio, en consecuencia, busca contribuir al conocimiento académico mediante una evaluación sistemática de la divulgación de sostenibilidad en un sector estratégico de la economía chilena.

2. Revisión de Literatura

2.1. Relación Sostenibilidad, Gobernanza y Divulgación

El gobierno corporativo se entiende como el conjunto de relaciones que se establecen entre los distintos actores de una empresa, con el propósito de garantizar que cada uno reciba lo que le corresponde según su rol y derechos.

Este enfoque se centra en las estructuras y procesos de toma de decisiones organizacionales, buscando equilibrar los intereses de accionistas, directores y otros stakeholders, mientras se asegura una gestión eficiente y responsable de los recursos (Coen y Werbin, 2022). En línea con esto, Lefort (2003) sostiene que un buen gobierno corporativo no solo facilita la administración eficaz de los recursos, sino que también fomenta la confianza y la transparencia, elementos esenciales para atraer inversores y asegurar el éxito sostenido de la organización.

En los últimos años, la demanda de información relacionada con las prácticas ambientales, sociales y de gobierno corporativo (ESG) ha crecido considerablemente. Alves y Muñoz (2021) destacan que este interés ha impulsado el desarrollo de diversas clasificaciones y estándares ESG, que funcionan como referentes para las empresas comprometidas con la sostenibilidad. La OCDE (2023) enfatiza que el objetivo fundamental del gobierno corporativo es construir un entorno de confianza, transparencia y rendición de cuentas, lo cual contribuye a la integridad del mercado, estabilidad económica y al adecuado funcionamiento de los mercados de capitales.

Paralelamente, los informes corporativos han evolucionado para incorporar aspectos sociales, ambientales, éticos y de gobernanza en la evaluación del desempeño organizacional. El concepto de Triple Bottom Line (TBL), acuñado por John Elkington, propone evaluar el desempeño empresarial en tres dimensiones – social, económica y ambiental –, fomentando así una visión integral que beneficia tanto a accionistas como a la sociedad y el medio ambiente (Rotner, 2016). En este marco, iniciativas como el Global Reporting Initiative (GRI) y el Sustainability Accounting Standards Board (SASB) ofrecen marcos y estándares que permiten evaluar impactos ambientales y desempeños en áreas sociales y de gobernanza, alineados con criterios ESG.

Por otra parte, el International Integrated Reporting Council (IIRC) y el Value Reporting Foundation (VRF) han desarrollado un marco conceptual para informes integrados, que combinan información financiera y no financiera en un único reporte. Esta integración facilita a los inversionistas obtener una visión más completa de las empresas y sus perspectivas a largo plazo, incorporando factores ambientales, sociales y de gobernanza en la toma de decisiones (IFRS, 2021). Asimismo, el International Sustainability Standards Board (ISSB) promueve la alineación entre empresas y estándares internacionales de sostenibilidad basados en estos marcos.

En América Latina, la transparencia y la rendición de cuentas han adquirido relevancia central en las políticas públicas de países como Argentina, Brasil, Chile y Colombia. En Chile, la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) ha adoptado la Norma de Carácter General NCG 461, que exige a las sociedades anónimas la presentación de informes de sostenibilidad a partir del cierre del ejercicio 2022. Esta regulación contempla una implementación gradual según el tamaño y características de cada empresa, y contempla además ajustes futuros alineados con las Normas Internacionales de Información Financiera para Sostenibilidad (NIIFS1 y NIIFS2) en 2026, fortaleciendo así el marco regulatorio en esta materia.

2.2. Relación Sostenibilidad, Gobernanza y Divulgación

Diversas teorías han abordado la divulgación de información sobre sostenibilidad en las empresas. Una de las más influyentes es la teoría de los stakeholders, propuesta por Freeman (1984), que sostiene que las organizaciones deben rendir cuentas no solo a sus accionistas, sino también a otros grupos de interés, como empleados, clientes, proveedores y la comunidad.

En este sentido, la divulgación de información ESG fortalece la imagen corporativa y mejora las relaciones con estos grupos, aportando beneficios estratégicos para la empresa (Sánchez Rojas, 2020).

Otra teoría clave es la teoría de la legitimidad, que plantea que las organizaciones buscan mantener su estatus social mediante un “contrato social” con la comunidad. Para conservar este estatus, las empresas deben demostrar que sus actividades son aceptables y beneficiosas para la sociedad, lo que suele lograrse a través de la divulgación transparente de sus prácticas ambientales, sociales y de gobernanza (Shocker y Sheti, 1973).

Adicionalmente, la teoría de la señalización, formulada inicialmente por Akerlof (1970) y desarrollada por Spence (1973), explica que las empresas transmiten señales al mercado mediante sus acciones y comunicaciones, permitiendo a inversionistas y otros stakeholders identificar aquellas organizaciones comprometidas con la sostenibilidad. Estas señales influyen en decisiones de inversión y en la percepción pública de la empresa (Spence, 1973). Por último, la teoría de la agencia, desarrollada por Jensen y Meckling (1976), aborda los conflictos de intereses entre agentes dentro de la organización. En este marco, la divulgación de información sobre sostenibilidad funciona como un mecanismo para reducir dichos conflictos y alinear los intereses de gestores, accionistas y otros stakeholders.

Este estudio se propone llenar un vacío en la literatura al analizar cómo las empresas del sector retail en Chile adoptan y divulgan información de sostenibilidad, evaluando el impacto de estas prácticas en sus grupos de interés clave. La investigación busca ofrecer una visión detallada sobre la implementación de normas internacionales de sostenibilidad y su influencia en la relación con los stakeholders y en el desempeño organizacional a largo plazo.

2.3. La evolución de la divulgación de sostenibilidad en el retail

La divulgación de sostenibilidad en el sector retail ha experimentado una evolución significativa en las últimas décadas. Inicialmente, las prácticas sostenibles se adoptaban de forma aislada y generalmente para cumplir con normativas locales o mejorar la imagen corporativa. Sin embargo, recientemente esta tendencia ha avanzado hacia una transparencia total respecto a las actividades sostenibles, motivada por la creciente preocupación social por el cambio climático, la justicia social y la equidad económica (López, 2024).

La presión ejercida por los consumidores ha sido un motor fundamental de este cambio. Con una mayor conciencia sobre el impacto ambiental y social de sus decisiones de compra, los consumidores exigen mayor transparencia y responsabilidad por parte de las marcas. Así, la divulgación de sostenibilidad trasciende su función como herramienta de marketing para convertirse en un compromiso ético con la sociedad. Además, la adopción creciente de reportes de sostenibilidad responde tanto a la necesidad de mejorar la competitividad empresarial como a las expectativas de consumidores cada vez más exigentes (López, 2024).

2.4. El impacto de las políticas públicas sobre la divulgación de sostenibilidad

Las políticas públicas han sido determinantes en la evolución de la divulgación de sostenibilidad, especialmente en sectores como el retail. A nivel internacional, regulaciones como la Directiva de Reportes No Financieros de la Unión Europea, que obliga a las empresas a reportar su impacto social y ambiental, han fomentado la transparencia corporativa (Rodríguez y Jiménez, 2010). De manera paralela, en América Latina, países como Chile han implementado normativas que incentivan la divulgación sostenible, alineándose con estándares globales.

En Chile, la Comisión para el Mercado Financiero (CMF) estableció la Norma NCG 461, que obliga a las empresas a emitir reportes de sostenibilidad. Esta legislación ha catalizado la mejora en las prácticas de divulgación, estableciendo un marco regulatorio que promueve la transparencia y la rendición de cuentas. A medida que gobiernos a nivel global refuerzan estas regulaciones, las empresas del retail se ven cada vez más compelidas a adoptar enfoques sostenibles y comunicar sus esfuerzos a la sociedad (Delmas y Burbano, 2011).

2.5. Factores motivacionales para la divulgación de sostenibilidad en empresas del retail

Diversos factores motivan la divulgación de sostenibilidad en el sector retail, entre los que destacan la presión de consumidores, inversionistas, organizaciones no gubernamentales (ONGs) y los beneficios tangibles derivados de estas prácticas. La creciente demanda de consumidores por productos responsables y sostenibles ha sido uno de los principales impulsores para que las empresas adopten prácticas éticas y sostenibles. En especial, las generaciones más jóvenes prefieren marcas alineadas con sus valores, generando una presión significativa para que las empresas implementen y divulguen prácticas responsables (Rodríguez & Jiménez, 2010).

Los inversionistas también juegan un papel crucial, pues cada vez más fondos priorizan empresas con buen desempeño en sostenibilidad, reconociendo que estas presentan menores riesgos a largo plazo y mejores oportunidades de retorno financiero. Además, las ONGs promueven la responsabilidad empresarial y presionan para que las compañías divulguen sus impactos sociales y ambientales (Abajo-Herranz, 2020).

2.6. La medición y los indicadores de sostenibilidad en el retail

La medición de la sostenibilidad en el sector retail resulta esencial para evaluar el desempeño en aspectos clave como la huella de carbono, eficiencia en el uso de recursos y gestión de la cadena de suministro. Este sector ha adoptado diversos indicadores alineados con marcos globales estandarizados, tales como los indicadores ESG (Environmental, Social, and Governance) (Cowan y Cutler, 2023), la Global Reporting Initiative (GRI) (Moneva *et al.*, 2006) y las métricas del Sustainability Accounting Standards Board (SASB) (Hales, 2021).

Estos indicadores permiten no solo medir el impacto ambiental y social, sino también facilitar la comparación entre actores del sector, promoviendo la transparencia (Calderón *et al.*, 2023). Asimismo, las empresas del retail han comenzado a incorporar tecnologías avanzadas y plataformas digitales para evaluar su desempeño en tiempo real, lo que les posibilita optimizar procesos y tomar decisiones correctivas ágilmente (Duque *et al.*, 2021). La adopción de estos marcos y métricas ha elevado la calidad de la divulgación, permitiendo reportes más precisos y completos sobre desempeño en sostenibilidad (Miranda Pegueros *et al.*, 2022).

2.7. Desafíos en la implementación de prácticas sostenibles en el retail

La adopción de prácticas sostenibles en el sector retail enfrenta diversos desafíos tanto internos como externos. Entre ellos, la falta de recursos representa una barrera significativa, especialmente para las pequeñas y medianas empresas (PYMEs), que a menudo carecen del financiamiento necesario para realizar inversiones sostenibles, limitando así su capacidad para implementar acciones responsables de manera efectiva. Además, la complejidad inherente a la medición de los impactos sociales y ambientales dificulta la estandarización de los informes de sostenibilidad, generando incertidumbre sobre las mejores formas de comunicar estos resultados (García y Sánchez, 2023).

Otro obstáculo relevante radica en la resistencia interna al cambio dentro de las organizaciones. En algunos casos, las empresas del retail perciben las prácticas sostenibles como una carga adicional o una amenaza para la eficiencia operativa. Esta resistencia puede estar motivada por un desconocimiento de los beneficios a largo plazo que la sostenibilidad puede aportar, así como por la necesidad de adaptarse a regulaciones que evolucionan con rapidez (García y Sánchez, 2023).

2.8. La percepción de los consumidores sobre la sostenibilidad en el retail

La percepción de los consumidores respecto a la sostenibilidad en el retail ha experimentado una transformación significativa, impulsada en gran medida por el aumento de la conciencia ecológica, especialmente entre las generaciones más jóvenes. Actualmente, las prácticas sostenibles constituyen un factor determinante en las decisiones de compra de numerosos consumidores (Bellido, 2018). La fidelidad hacia marcas que evidencian un compromiso auténtico con la sostenibilidad ha crecido, y las empresas del retail capitalizan esta tendencia para obtener ventajas competitivas. Asimismo, la sostenibilidad influye no solo en la compra directa, sino también en las recomendaciones y referencias entre consumidores, ampliando la visibilidad y alcance de las marcas (Benavides-Sánchez *et al.*, 2022).

Las organizaciones que logran comunicar eficazmente sus iniciativas sostenibles suelen generar mayor confianza y un vínculo emocional más fuerte con sus consumidores. Esta relación, además de potenciar las ventas, fortalece la reputación corporativa y contribuye a la construcción de una marca sólida en un mercado cada vez más competitivo (Bonilla, 2024).

2.9. La importancia de la cadena de suministro en la sostenibilidad del retail

La gestión sostenible de la cadena de suministro es un componente esencial para la sostenibilidad integral de las empresas del retail. Las decisiones relacionadas con la selección de proveedores, la gestión de residuos y el transporte de productos inciden directamente en la huella de carbono de la organización (Ruiz-Real, 2018). Por ello, numerosas empresas del retail están adoptando prácticas innovadoras para hacer sus cadenas de suministro más eficientes y responsables, minimizando su impacto ambiental.

Además, la certificación de proveedores conforme a normativas internacionales de sostenibilidad ha adquirido creciente importancia, asegurando que las prácticas de los proveedores estén alineadas con los estándares ambientales y sociales definidos por la empresa (Wiese y Toporowski, 2015). La cadena de suministro no solo condiciona el impacto ambiental, sino que también influye en la percepción del consumidor: aquellas empresas que gestionan una cadena sostenible son valoradas positivamente, lo que contribuye a fortalecer su reputación y a satisfacer las expectativas crecientes del mercado en materia de sostenibilidad.

3. Metodología

3.1. Tipo de investigación y recolección de datos

Esta investigación es de base empírica no experimental y longitudinal. Posee un enfoque cualitativo que abarca lo exploratorio y causal, respecto de la medición de las revelaciones del reporte sostenible. Se aplica el análisis de contenido a partir de la recolección de datos de los reportes de sostenibilidad o memorias anuales, de una muestra de empresas obtenida desde la base de datos de la Bolsa de Comercio de Santiago de Chile y desde la Comisión para el Mercado Financiero de Chile, entre los años 2017 y 2022, con una periodicidad anual.

Para evaluar el nivel del reporte de sostenibilidad y determinar un índice de divulgación de la misma, se sigue el trabajo de Borrachero (2018) que realizó sobre una muestra de empresas del IBEX-35 de España.

La muestra en este estudio, está compuesta por las siete empresas del sector *retail* que formaron parte del IPSA de la Bolsa de Comercio de Santiago. De las siete empresas señaladas, se dejó fuera Cencosud Retail, debido a que no presenta información financiera ni reportes de sostenibilidad para los periodos 2017 y 2018. En consecuencia, las empresas que conforman la muestra definitiva son: SMU, Ripley, Mall Plaza, Parque Arauco, Falabella, y Cencosud. En la Tabla 1 se presentan algunos datos al 31/12/2022 de las empresas del retail de la muestra para comprender su posición financiera y tamaño:

Tabla 1.

Descriptivos económicos de las empresas de la muestra

EMPRESA ²	Capital (MUS\$)	EBITDA (MUS\$)	Nro. Trabajadores
SMU	1.764.722	300.780	24.455
RIPLEY	3.044.862	98.888	19.924
MALL PLAZA	3.703.136	291.251	761
PARQUE ARAUCO	2.794.120	295.444	553
FALABELLA	21.483.692	82	102.542
CENCOSUD	9.994.229	1.586.912	63.684
Promedio	7.130.794	428.893	35.320

Fuente: Elaboración propia (2025).

3.2. Índice de medición de la divulgación sobre sostenibilidad

La generalización del uso de índices para cuantificar la divulgación información que divulgan las organizaciones, suelen interpretarse como un indicador de la transparencia informativa. Se utilizó una lista de chequeo como instrumento de investigación sobre la base de distintos factores que reflejen la sostenibilidad de las empresas de la muestra (Borrachero, 2018). Los ítems a considerar en la lista de chequeo fueron obtenidos a partir de tres cuerpos normativos a la vez: la NCG 461 emitida por la CMF Chile, los Estándares GRI consolidados y los Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE/G20. Lo anterior implica que el nivel de revelación de los aspectos sostenibles de cada empresa, se medirá en base al cumplimiento de las variables definidas en la Tabla 2.

² La muestra se limita a seis empresas del retail que participan del IPSA en el mercado de capitales de Chile. Si bien el número reducido podría afectar la potencia estadística de las pruebas, esta limitación es reconocida en el estudio; no obstante, el estudio presenta una solidez metodológica respaldada por la validación de la consistencia interna (Alfa de Cronbach) y significancia estadística.

Tabla 2.

Dimensiones consideradas en el índice de divulgación

Indicador Ambiental	Indicador de Gobierno	Indicador Social
1. ODS	4. Códigos nacionales o internacionales 5. Comité de directorio 6. Directorio 7. Ejecutivos principales	17. Evaluación de proveedores 18. Pago a proveedores
2. KPI's de Sostenibilidad	8. Grupos de interés 9. Marco de gobierno 10. Riesgos 11. Informes financieros 12. Negocios 13. Sector industrial	19. Clientes 20. Trabajadores 21. Adaptabilidad laboral
3. Medioambiental	14. Control 15. Misión, visión, propósito, valores 16. Socios mayoritarios	22. Formalidad laboral 23. Personas 24. Subcontratación

Fuente: Elaboración propia (2025).

Se elaboró un índice de revelación para medir la divulgación de aspectos sostenibles en las empresas, utilizando la metodología del análisis de contenido. Los datos se recogieron de manera dicotómica (1 para revela, 0 para no revela) siguiendo el enfoque de Cooke (1989). Se aplicó el test Alpha de Cronbach para asegurar la independencia de las variables. El software Atlas.ti facilitó el análisis detallado de los reportes de sostenibilidad mediante la identificación de palabras clave. A continuación, se presenta la fórmula [1] para el cálculo del Índice General de Divulgación (IGD).

$$\frac{(\bar{X}_{\text{Ambiental}} + \bar{X}_{\text{Gobierno}} + \bar{X}_{\text{Social}})}{3} = IGD \quad [1]$$

Los datos fueron analizados utilizando estadística descriptiva, a través de medias, frecuencias y distribuciones. Para complementar el análisis, se hizo uso de la herramienta de inteligencia artificial Tableau, lo que permitió incorporar una representación gráfica de las relaciones existentes entre las variables.

3.3. Variables y formulación de hipótesis

Debido a la relevancia de la divulgación de información no financiera para las empresas latinas (Carrillo y Galarza, 2022; Vélez *et al*, 2024) y particularmente chilenas (Pocomucha y Venegas, 2021; Navarrete *et al*, 2022; Morales *et al*, 2022), se ha propuesto determinar cuál es el nivel de evolución y cumplimiento presentado por las empresas de la muestra del mercado de capitales de Chile, considerando tanto los requisitos establecidos por la norma local (NCG 461) y consistentes con GRI y los Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE/G20. Esto nos ha llevado a formular las siguientes hipótesis.

Hipótesis 1: El nivel de divulgación en aspectos relacionados con la sostenibilidad se ha incrementado en los últimos años, entre las empresas del rubro retail que pertenecen al IPSA del mercado de capitales de Chile.

Hipótesis 2: Existe un alto nivel de cumplimiento en indicadores sostenibles presentado por las empresas del rubro retail que pertenecen al IPSA del mercado de capitales de Chile.

4. Resultados

Una primera revisión a partir del análisis de contenido usando palabras claves que arrojó que de manera prioritaria en estos informes se resaltan palabras asociadas a la gestión empresarial y de resultados como puede verse en Tabla 3:

Tabla 3.

Frecuencia de palabras en reportes de sostenibilidad usando Atlas.ti.

Palabra	N° Menciones	Palabra	N° Menciones	Palabra	N° Menciones
Chile	25,187	pasivos	11,534	resultados	8,432
Financieros	21,328	efectivo	11,225	ingresos	8,416
Activos	20,011	corrientes	10,982	información	8,224
Perú	16,869	UF	10,072	años	7,531
Total	14,777	cuentas	9,921	riesgo	7,454
Sociedad	13,947	comerciales	9,802	gestión	7,320
Banco	11,916	compañía	9,315		

Fuente: Elaboración propia (2025).

Según la tabla anterior, las palabras prioritarias no están mayoritariamente relacionada con los conceptos ASG, lo que no resta que, si puedan estar los indicadores y métricas vinculantes al tema, pero al menos como palabras contadas, se ve una preferencia por conceptos financieros.

El índice de divulgación a partir de la recolección de datos según la lista de chequeo de los ítems indicados en metodología. A continuación, presentamos en tabla 5 una clasificación del resultado por empresa e índice determinado, promediando los 6 años medidos:

Tabla 4.

Índices promedio por tipo y empresa para el periodo 2017-2022

Empresa	Ambiental	Social	Gobernanza	Promedio
Cencosud	0,72	0,46	0,92	0,70
Falabella	0,39	0,48	0,91	0,59
Parque Arauco	1,00	0,46	0,93	0,80
Plaza	0,72	0,54	0,81	0,69
Ripley	0,28	0,40	0,81	0,50
SMU	0,89	0,59	0,85	0,77
Promedio	0,67	0,49	0,87	0,68

Fuente: Elaboración propia (2025).

Se observa a nivel de empresas que Parque Arauco posee un mejor nivel de divulgación de los conceptos medidos, alcanzado un índice de 0,8 en la escala de 0 al 1, seguido por SMU con 0,77 y Cencosud con 0,7. La compañía con menor valoración de la divulgación ha sido Ripley con un 0,50. El poner la atención en los índices, los temas gobernanza resultan ser los más altos prácticamente en todas las empresas, excepto Parque Arauco y SMU que es superado por ambiental. La tendencia de una mejor revelación de los aspectos contenidos en gobernanza a partir del instrumento de investigación, podría ser un indicativo de la importancia de la regulación, ya que los temas de gobernanza han sido incorporados por el regulador chileno desde 2015 a diferencia de los temas sociales y ambientales.

Luego, los temas ambientales han tendido segunda mejor valoración después de gobernanza, y los temas sociales han resultado con menor puntuación promedio en la muestra de empresas del retail, donde sólo dos compañías superan más del 50% de cumplimiento de los ítems considerados para la elaboración del índice.

A estos resultados se aplicó el test de Alpha de Cronbach, coeficiente que permite estimar la confiabilidad de una prueba, o de cualquier compuesto obtenido a partir de la suma de varias mediciones (Cervantes, 2005). El coeficiente calculado para el índice propuesto es de 0,81, el que está entre el rango aceptable de 0,7 a 0,9 como un buen indicador de confiabilidad.

A continuación, se presentan en la Tabla 5 los resultados promedios por índice y años, para poder obtener una mirada evolutiva de las divulgaciones en la muestra.

Tabla 5.

Índices promedio por año y tipo para el periodo 2017-2022

	Ambiental	Social	Gobernanza	Promedio
Año 2017	0,332	0,293	0,768	0,468
Año 2018	0,555	0,293	0,820	0,557
Año 2019	0,667	0,398	0,872	0,645
Año 2020	0,722	0,462	0,897	0,693
Año 2021	0,722	0,543	0,897	0,723
Año 2022	1,000	0,940	0,973	0,970
Promedio	0,666	0,488	0,871	0,676
Mediana	0,835	0,380	0,920	0,695
Mínimo	0,000	0,130	0,690	0,310
Máximo	1,000	1,000	1,000	1,000
Desviación estándar	0,375	0,260	0,099	0,210
Rango 2017-2022	0,668	0,647	0,205	0,502

Fuente: Elaboración propia (2025).

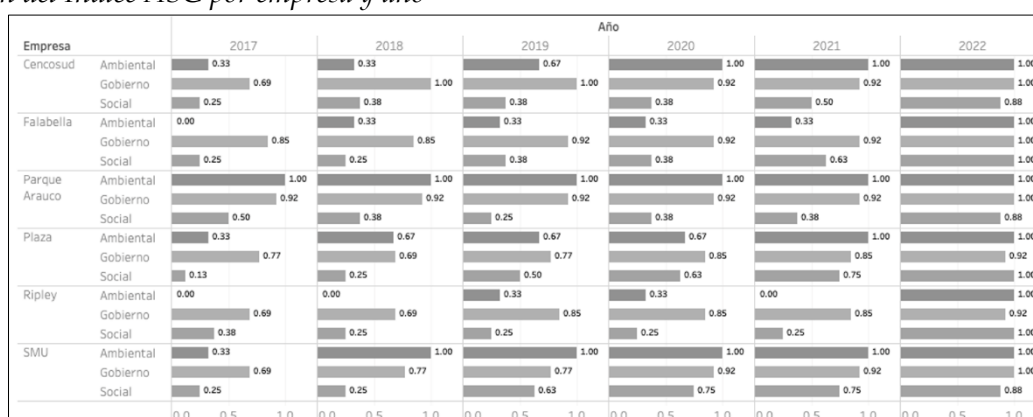
La tabla muestra una tendencia alcista en los índices de divulgación de 2017 a 2022, con un promedio que aumenta de 0,468 a 0,970. Los índices ambiental y social presentan un crecimiento significativo debido a los bajos resultados iniciales, mientras que el índice de gobernanza muestra un rango menor pero con el mejor promedio, reflejando una menor dispersión en sus datos.

Los ítems menos frecuentes en la dimensión social son la subcontratación (17 menciones) y la evaluación de proveedores (30 citas). En contraste, los ítems más frecuentes en la dimensión de gobernanza son el negocio (347 menciones), el comité de directorio (220 menciones) y el sector industrial (207 referencias).

Estos resultados indican una mayor revelación de asuntos ASG, junto con la consolidación de los aspectos financieros tradicionales en las divulgaciones corporativas.

Figura 1.

Evolución del Índice ASG por empresa y año



Fuente: Elaboración propia (2025).

Si bien a nivel agregado se observa un incremento gradual del índice de divulgación, al analizar la evolución del índice general por empresa, se evidencia que este comportamiento es compartido por todas las empresas de la muestra, con excepción de Parque Arauco y Ripley, las cuales presentan un recorrido zigzagante en su cumplimiento (Ver figura 2).

Figura 2.

Evolución del Índice General por empresa y año



Fuente: Elaboración propia (2025).

Al analizar las dimensiones que configuran el índice de divulgación (ASG), en el gráfico 3 puede observarse que, en general, la dimensión mejor evaluada es la de gobierno corporativo, que inicia el periodo de revisión en 2017 con un 0,77 y al cierre del periodo en 2022 presenta un 0,97. En contraste, la dimensión con menor nivel de cumplimiento es la social, que comienza el periodo de revisión con un 0,29 y, aunque incrementa gradualmente su valor, alcanzando un 0,94 al cierre de 2022, se mantiene en el último lugar comparativo durante los seis años que abarca el estudio. Por lo tanto, a nivel de toda la muestra, el comportamiento de la divulgación presenta una evolución positiva, pasando de un 0,47 de cumplimiento en 2017 a un 0,97 en 2022. El salto porcentual más significativo se da en el periodo de 2021 a 2022, en el cual el cumplimiento del índice de divulgación pasa de un 0,72 a un 0,97, impulsado principalmente por la entrada en vigencia de la NCG Nro. 461.

Respecto a las hipótesis planteadas que orientan el trabajo, la hipótesis 1 establece que el nivel de divulgación en aspectos relacionados con la sostenibilidad se ha incrementado en los últimos años entre las empresas del rubro retail que pertenecen al IPSA del mercado de capitales de Chile. Hemos evaluado los niveles de divulgación medidos en los índices a partir de la prueba T, como una forma de observar la existencia de diferencias significativas.

Tabla 6.*Prueba t para medias de dos muestras emparejadas*

	Total		Ambiental		Social		Gobernanza	
	2017	2022	2017	2022	2017	2022	2017	2022
Media	0,468	0,970	0,332	1,000	0,293	0,940	0,768	0,973
Varianza	0,029	0,000	0,133	0,000	0,017	0,004	0,010	0,002
Observaciones	6	6	6	6	6	6	6	6
Coefficiente de correlación de Pearson	-0,425		S/I		-0,341		0,303	
Grados de libertad	5,000		5,000		5,000		5,000	
Estadístico t	-6,937		-4,483		-9,715		-5,332	
P(T<=t) dos colas	0,001		0,006		0,000		0,003	

Fuente: Elaboración propia (2025).

A partir del valor-p, observamos que para todos los índices existe una diferencia estadística significativa al 1%, lo que nos permite rechazar la hipótesis de igualdad de medias del test. Por lo tanto, la hipótesis 1 sería aceptada, ya que efectivamente el periodo medido en 2022 muestra importantes incrementos respecto de 2017, es decir, existe una diferencia significativa.

Respecto a la hipótesis 2, que plantea que existe un alto nivel de cumplimiento en indicadores sostenibles presentado por las empresas del rubro retail que pertenecen al IPSA del mercado de capitales de Chile, hemos evaluado los resultados descriptivos de los índices por año y tipo. Cada una de las dimensiones que componen el índice (ASG) y el comportamiento desagregado por empresa también presenta un alto nivel de cumplimiento. Hemos aplicado la prueba T para observar la existencia o no de diferencias entre los índices que se presentan en la Tabla 7.

Tabla 7.*Prueba t para medias de dos muestras emparejadas*

	Ambiental	Social	Ambiental	Gobernanza	Social	Gobernanza
Media	0,666	0,488	0,666	0,871	0,488	0,871
Varianza	0,140	0,068	0,140	0,010	0,068	0,010
Observaciones	36	36	36	36	36	36
PCC*	0,600		0,487		0,538	
Grados de libertad	35		35		35	
Estadístico t	3,536		-3,642		-10,287	
P(T<=t) dos colas	0,001		0,001		0,000	
Valor crítico de t (dos colas)	2,030		2,030		2,030	

Nota: Pearson Correlation Coefficient*.**Fuente:** Elaboración Propia (2025).

A partir del valor-p de la Tabla 7, observamos que para todos los emparejamientos de los índices existe una diferencia estadística significativa al 1%, lo que nos permite rechazar la hipótesis de igualdad de medias del test. Por lo tanto, cada índice es diferente y contribuye al índice total. Desde la perspectiva de la hipótesis 2, cada índice representa un buen nivel de divulgación en temas sostenibles, ya que el resultado obtenido para el índice de divulgación general alcanza un 97% de cumplimiento al 2022.

5. Discusión

La creciente preocupación por el impacto ambiental ha trascendido la esfera social y ha alcanzado nuevas dimensiones, afectando sectores clave como el político, el empresarial y el gubernamental. Esto se debe a la toma de conciencia global sobre los efectos adversos del cambio climático, la pérdida de biodiversidad, la contaminación y otras crisis medioambientales. Este fenómeno ha generado una presión creciente sobre las empresas, llevándolas a adoptar políticas de sostenibilidad y cumplir con regulaciones específicas destinadas a mitigar su huella ambiental y social. A través de la creación de marcos normativos y la implementación de regulaciones, los gobiernos están incentivando la transición hacia una economía más verde y responsable, alineándose con las estrategias empresariales sostenibles que no solo buscan la rentabilidad económica, sino también el bienestar social y ambiental.

Este contexto regulatorio ha forzado a las empresas a cambiar su enfoque hacia la sostenibilidad, adoptando prácticas de responsabilidad social corporativa (RSC) y creando políticas que incorporen criterios ASG (Ambientales, Sociales y de Gobernanza). El cumplimiento de estos criterios se ha convertido en un aspecto esencial para obtener acceso a capital, fortalecer la reputación de la empresa y satisfacer las expectativas de los consumidores y otros grupos de interés. Las empresas que no adoptan estas prácticas pueden enfrentar consecuencias como la pérdida de competitividad, sanciones regulatorias o daño a su imagen pública.

Al analizar los índices obtenidos a nivel agregado, se observa que el indicador de sostenibilidad muestra un incremento progresivo durante el período de estudio. Este comportamiento general está en línea con la tendencia observada a nivel desagregado por empresa, aunque se destacan dos casos específicos: Parque Arauco y Ripley. Estas empresas presentan un comportamiento irregular en cuanto al cumplimiento de sus informes de sostenibilidad, lo que plantea interrogantes sobre las barreras que pueden estar enfrentando en su implementación. A pesar de estas excepciones, el comportamiento en términos generales muestra una clara tendencia hacia la mejora en la divulgación de las prácticas sostenibles.

Estos resultados concuerdan con lo planteado por Del Barco *et al.* (2018), quienes argumentan que la evolución de la información no financiera está ganando preponderancia, y no solo se limita a los informes dirigidos a inversionistas y acreedores, sino que también incluye a otros públicos de interés como los consumidores, las comunidades y las organizaciones no gubernamentales. En este sentido, las empresas están cada vez más comprometidas con el reporte transparente de sus prácticas sostenibles, ya que la sostenibilidad se ha convertido en un factor clave de competitividad y en un criterio importante de evaluación para los stakeholders.

El estudio de Loza (2020) también destaca un aspecto interesante al respecto, al afirmar que las mejoras en el reporte sostenible no dependen exclusivamente de las regulaciones en países como Perú, sino que muchas empresas han tomado la iniciativa de mejorar sus prácticas voluntariamente, respondiendo a la demanda del mercado y la presión social. Este fenómeno refleja una tendencia más global, donde las empresas, independientemente de la normativa existente, están buscando formas de mejorar sus prácticas y fortalecer su posicionamiento en un entorno cada vez más consciente del impacto de las actividades económicas en el medio ambiente y la sociedad.

En complemento, Lavín y Montecinos (2021) aportan una perspectiva crucial sobre la gobernanza ESG, enfatizando que la incorporación efectiva de criterios ambientales, sociales y de gobernanza en la estructura organizacional va más allá del reporte, implicando cambios en la toma de decisiones y en la cultura corporativa. Según estos autores, la gobernanza ESG sólida es un factor determinante para la credibilidad y el éxito de las estrategias sostenibles, ya que garantiza que los compromisos declarados se traduzcan en acciones concretas y supervisadas, fortaleciendo así la confianza de los stakeholders y mejorando la resiliencia empresarial en un contexto de creciente exigencia social y regulatoria.

Además, las empresas del sector retail, que fueron el foco de este estudio, muestran un alto nivel de divulgación sostenible, lo que sugiere un fuerte compromiso con las prácticas responsables. Esta tendencia se alinea con los resultados de Jara (2022), quien señala que en América Latina existe una clara tendencia hacia la promoción de la transparencia y la rendición de cuentas. En este sentido, países como Argentina, Brasil, Chile y Colombia han incentivado la presentación de Reportes de Sostenibilidad mediante regulaciones y políticas públicas. Estos países buscan, además, fomentar una mayor adopción de los estándares internacionales, como los establecidos por la Global Reporting Initiative (GRI), que han servido como guía para estructurar y evaluar los informes de sostenibilidad de las empresas.

El análisis realizado también muestra que la media de cumplimiento del índice de divulgación alcanzó un notable 97% al cierre de 2022, lo que resalta el compromiso de las empresas con la sostenibilidad y la adopción de los criterios ASG. Este resultado confirma la hipótesis planteada sobre la creciente relevancia de la sostenibilidad dentro de las estrategias empresariales y la evolución de la divulgación de información no financiera. Este alto nivel de cumplimiento es consistente con los hallazgos de Castillo *et al.* (2021), quienes observan que las empresas en América Latina han incrementado la adopción de criterios GRI a lo largo de más de una década, promoviendo una mayor estandarización en los informes de sostenibilidad.

Al desagregar el índice en sus diferentes dimensiones (ambientales, sociales y de gobernanza), se observa que todas las categorías presentan un nivel elevado de cumplimiento. Sin embargo, la dimensión ambiental ha recibido más atención que los aspectos sociales, lo que podría indicar que las empresas se enfocan en el cumplimiento de normativas ambientales más específicas, mientras que los criterios sociales, como la inclusión, la equidad de género y los derechos laborales, aún requieren mayor atención. Este fenómeno está relacionado con las presiones regulatorias y las expectativas de los consumidores, quienes han sido más vocales en cuanto a las prácticas ambientales, pero que también comienzan a demandar un mayor compromiso con los derechos humanos y la equidad social.

Estos resultados coinciden con lo señalado por Hernández (2023), quien realizó un análisis bibliométrico sobre la evolución de la divulgación de información sobre sostenibilidad. Según su investigación, se ha observado un incremento continuo en la publicación de informes de sostenibilidad, en gran parte debido al cambio de paradigma que impulsa a las empresas a integrar los criterios ASG dentro de sus estrategias y a asegurar la transparencia de sus operaciones. Esto también refleja un cambio en el comportamiento de las empresas, que ahora consideran la sostenibilidad no solo como una exigencia externa, sino como una ventaja competitiva a largo plazo.

A pesar del hito marcado por la implementación de la NCG 461 por parte de la CMF Chile, aún persisten desafíos relevantes. Entre ellos, se encuentra la necesidad de fortalecer la concisión y verificabilidad de los reportes, dado que actualmente muchos presentan una extensión excesiva que limita su análisis efectivo por parte de los stakeholders. Asimismo, no existe una obligación de auditoría externa de estos reportes, lo que compromete su fiabilidad. Esta situación ha motivado una reciente discusión sobre estándares de aseguramiento, particularmente los contenidos en las ISSA 5000, emitidos en febrero de 2025.

En términos comparativos, Brasil ha mostrado un mayor avance en la integración de marcos internacionales como el TCFD y SASB en su regulación. También ha promovido instrumentos financieros sostenibles, como los bonos verdes, lo cual ha generado mayor estandarización en la divulgación ASG. Aunque existen diferencias estructurales entre ambos países, tanto Chile como Brasil han manifestado su intención de alinearse con los estándares del ISSB a partir de 2026. En el caso chileno, este proceso se ha formalizado mediante la NCG 519, que modifica la NCG 461 e incorpora las NIIF S1 y S2 como parte obligatoria de la Memoria Anual. Por su parte, Brasil ha avanzado a través de la CBPS, complementando la Resolución 193 con las Resoluciones 217 y 218, y ampliando el plazo de reporte mediante la Resolución 219.

Desde una perspectiva metodológica, el presente estudio utilizó una lista de chequeo construida a partir de 24 ítems distribuidos en tres dimensiones: ambiental, social y de gobernanza. Este instrumento se fundamentó en la convergencia normativa entre la NCG 461 (CMF), los estándares GRI y los Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE/G20. El Índice General de Divulgación (IGD) se calculó como el cociente entre ítems cumplidos y aplicables por empresa y año, y su consistencia interna fue respaldada por un Alfa de Cronbach de 0,81. La lista de chequeo completa se presenta en el apéndice metodológico.

Finalmente, aunque el modelo europeo (ESRS/CSRD) ha sido citado como referencia, su aplicación estricta no constituye un referente directo para Chile. La reciente revisión conocida como “OMNIBUS”, que busca simplificar los requisitos exigidos, demuestra las dificultades prácticas de adoptar estándares excesivamente complejos. En este sentido, Chile ha seguido un camino más progresivo, con elementos tomados de distintos marcos internacionales, pero sin replicar de forma íntegra modelos europeos.

La reciente ficha técnica publicada por el ISSB sobre Chile ofrece una visión oficial del posicionamiento del país en materia de reporte sustentable, confirmando el avance y los desafíos aún pendientes para lograr una estandarización efectiva a nivel regional e internacional.

En conclusión, los hallazgos de este estudio confirman que la adopción de prácticas sostenibles en el sector retail ha avanzado significativamente en los últimos años. El incremento en la divulgación de la información ASG refleja un cambio hacia un modelo de negocio más transparente y responsable, donde la sostenibilidad es vista no solo como un requisito normativo, sino como un factor estratégico para el éxito empresarial. A medida que las regulaciones continúan evolucionando y las expectativas de los stakeholders se fortalecen, es probable que las empresas sigan adaptándose y mejorando sus prácticas sostenibles, consolidando un enfoque de gestión más ético, competitivo y alineado con los desafíos globales.

6. Conclusiones

Los resultados obtenidos en el estudio muestran que, en términos generales, los conceptos relacionados con la gestión financiera siguen siendo los más revelados en los informes de sostenibilidad. Sin embargo, a partir de la implementación de la norma NCG 461, se ha observado un aumento significativo en la preponderancia de los criterios ASG en dichos informes. Este cambio demuestra que el mercado está reaccionando ante la regulación, ajustando sus prácticas para alinearse con los nuevos requisitos antes de la vigencia plena de la norma. La adopción de esta normativa, que inicialmente se presentó como un reto para muchas empresas, ha incentivado un esfuerzo de adaptación y mejora en las divulgaciones, lo que evidencia una respuesta proactiva por parte de las empresas del retail en particular.

Además, los hallazgos de este estudio evidencian una tendencia creciente hacia una mayor transparencia y rendición de cuentas en las empresas, impulsada tanto por el marco normativo como por las expectativas de los grupos de interés. Aunque las divulgaciones sobre aspectos sociales y de gobernanza todavía son menores en comparación con la información financiera, el compromiso con la sostenibilidad comienza a consolidarse como una prioridad estratégica. Esta evolución está alineada con las teorías revisadas en la literatura, que indican que el aumento sostenido en la divulgación busca proporcionar más y mejor información a una variedad de grupos de interés en el mercado, y no solo cumplir con las regulaciones vigentes. En consecuencia, refleja la importancia creciente de los factores ambientales, sociales y de gobernanza (ASG) como elementos clave para ganar la confianza de inversionistas y otros actores relevantes.

En cuanto a la especificidad de los informes, se ha observado que las empresas del retail han logrado una notable mejora en la divulgación de aspectos relacionados con la sostenibilidad, alcanzando un nivel de cumplimiento general del 97% para el índice de divulgación al cierre de 2022. Este resultado es particularmente importante, ya que demuestra un avance considerable en la adopción de prácticas responsables dentro de un sector que ha sido históricamente menos enfocado en la sostenibilidad en comparación con otros sectores industriales. A nivel más específico, las dimensiones de gobernanza y ambientales fueron las que recibieron mayor atención, mientras que los aspectos sociales, aunque también mejoraron, siguen siendo menos divulgados, lo que resalta áreas de oportunidad para un enfoque más holístico.

Este estudio tiene implicaciones tanto para las políticas públicas como para la práctica empresarial. Para los reguladores, los resultados sugieren que la implementación de normas como la NCG 461 ha contribuido a mejorar la calidad y cantidad de la información sobre sostenibilidad divulgada por las empresas, evidenciando avances significativos en la reportería sostenible en Chile. Esto refleja una mayor madurez frente a la nueva regulación chilena NCG 519, que modifica la NCG 461 y alinea la Memoria Anual con un enfoque sostenible basado en las NIIF S1 y S2 del International Sustainability Standards Board (ISSB), con el objetivo de que la información reportada sea útil, consistente y comparable a nivel internacional.

Para las empresas, estos hallazgos resaltan la importancia de adaptarse de manera proactiva a las normativas y de mejorar continuamente sus informes de sostenibilidad, dado que la transparencia en estos ámbitos se está convirtiendo en un factor clave de diferenciación en el mercado. Además, la creciente presión social y de los inversionistas por altos estándares de responsabilidad social y ambiental podría impulsar una integración más profunda de la sostenibilidad en las estrategias de negocio.

Un aspecto que resalta en los resultados es que, aunque la normatividad chilena ha logrado un progreso significativo en la promoción de la divulgación de sostenibilidad, todavía existen limitaciones, especialmente en lo que respecta a la uniformidad en la divulgación de ciertos indicadores ASG. Esto sugiere que las empresas podrían necesitar un apoyo adicional en términos de orientación sobre cómo abordar de manera efectiva las nuevas exigencias de transparencia. En este sentido, la intervención de entidades regulatorias y organismos de normalización, como el Comité de Normas de Información Financiera (CNC) y la Superintendencia de Valores y Seguros (SVS), sería crucial para promover la estandarización de los informes y garantizar su comparabilidad.

Además, la integración de los aspectos sociales, como la equidad de género en la alta dirección o el bienestar de los trabajadores, debe recibir mayor atención, ya que estos son factores clave para una sostenibilidad integral. A medida que las empresas evolucionan en sus prácticas de sostenibilidad, se hace cada vez más evidente que los aspectos sociales son esenciales no solo para el bienestar de la sociedad, sino también para la rentabilidad y la reputación corporativa. Por lo tanto, una mayor inversión en la divulgación de estos aspectos podría contribuir a mejorar la competitividad y sostenibilidad a largo plazo.

Desde la perspectiva empresarial, se vuelve necesario implementar estrategias que fortalezcan especialmente aquellas dimensiones que aún presentan rezagos, particularmente la social. En este sentido, se sugiere potenciar la evaluación ética y ambiental de los proveedores, fomentar políticas de inclusión y equidad, y abordar los desafíos que plantea la subcontratación. Estas acciones no solo permitirían a las organizaciones avanzar hacia el cumplimiento normativo, sino que también propenderían a un desarrollo más genuino y equilibrado de la sostenibilidad.

A pesar de los avances evidenciados en el estudio, resulta pertinente señalar algunas limitaciones. En primer lugar, el reducido tamaño de la muestra, si bien rescata exclusivamente a las empresas IPSA que pertenecen al Retail, su bajo número (seis) constituye una restricción a la proyección de los resultados. Para futuras investigaciones, la idea sería aumentar el universo a otras empresas o sectores. También se reconoce como una limitación el hecho de que, habiendo constatado el bajo nivel de divulgación de la dimensión social, no se haya indagado en las estrategias concretas que permitan acortar estas brechas. Por último, en futuros estudios sería recomendable abordar la determinación de cuáles son los factores estructurales que soportan el buen desempeño de la dimensión Gobierno.

6.1. Oportunidades de Proyección

Este estudio ofrece diversas oportunidades para futuras investigaciones. Sería útil investigar cómo la integración de los criterios ASG impacta no solo en el desempeño financiero de las empresas, sino también en su relación con los consumidores y en la percepción pública de la marca. Esto puede ayudar a comprender cómo los consumidores valoran las prácticas sostenibles y cómo estas impactan las decisiones de compra y la lealtad hacia las marcas. Además, un análisis más profundo de la relación entre los informes de sostenibilidad y el comportamiento del mercado podría revelar si las empresas que adoptan estas prácticas logran acceder a fuentes de financiamiento más favorables, como inversiones socialmente responsables o bonos verdes, lo cual también podría ser un tema relevante para los reguladores.

Otro camino prometedor sería ampliar el ámbito de la investigación a otros sectores económicos, como el sector energético, la minería, o las telecomunicaciones, que tienen una huella ambiental significativamente mayor.

En este sentido, el análisis de las prácticas de divulgación en empresas de sectores con un mayor impacto ambiental podría proporcionar información más detallada sobre las diferencias en la adopción de prácticas sostenibles en sectores de alta y baja sostenibilidad.

Un análisis longitudinal más extenso también sería valioso para evaluar cómo las empresas continúan adaptándose a las regulaciones a lo largo del tiempo, especialmente con la introducción de nuevas normativas como la NCG 461. Este estudio podría ser complementado con entrevistas a líderes empresariales y reguladores para obtener una comprensión más profunda de las barreras y desafíos que enfrentan las empresas en su camino hacia la transparencia y la sostenibilidad.

Por último, sería útil investigar el impacto que tienen los inversores institucionales y los accionistas en la calidad y transparencia de los informes de sostenibilidad. Como han señalado Lavín y Montecinos (2021), la influencia de estos actores clave podría tener un papel importante en la presión que las empresas ejercen para mejorar sus prácticas sostenibles, abriendo nuevas avenidas de investigación en cuanto al papel de los actores externos en la evolución de la sostenibilidad corporativa.

7. Referencias

- Abajo Herranz, B. (2020). *La inversión responsable y sostenible: Análisis del inversor y las empresas energéticas españolas*.
- Akerlof, G. A. (1970). The market for “Lemons”: qualitative uncertainty and the market mechanism. *Quarterly Journal of Economics*, 86, 488-500. <https://doi.org/10.2307/1879431>
- Alves, T. y Muñoz, V. (2022). Desafíos y oportunidades de la medición de la sustentabilidad. *Gestión y Tendencias*, 6(1), 4-7. <https://doi.org/10.11565/gesten.v6i1.138>
- Benavides-Sánchez, E. P., Moya-Clemente, I. y Ribes-Giner, G. (2022). Emprendimiento Sostenible y Objetivos de Desarrollo Sostenible: un análisis bibliométrico. *Tec Empresarial*, 16(1), 101-122. <https://doi.org/10.18845/te.v16i1.5994>
- Borrachero Prieto, I. (2018). *La Responsabilidad Social Corporativa y su efecto en el desempeño financiero de las empresas*. Tesis Universidad Pontificia de Comillas. <https://acortar.link/iK3NJ1>
- Bonilla Lituma, S. A. (2024). *Branding emocional: la influencia de las estrategias en la percepción y fidelización de las consumidoras de la marca de Litargmode* (Bachelor's thesis, Universidad del Azuay).
- Brundtland, G. H. (1987). Our common future world commission on environment and development.
- Calderón, C. J., Peña-Romero, J., Mairena-Fox, P. y Ayambo-Cortez, W. (2023). Panorama del comercio electrónico sostenible en el sector retail en Perú (2019-2021). *Plataforma Abierta de Libros y Memorias Académicas-PALMA*, 9-32.
- Carrillo Punina, Á. P. y Galarza Torres, S. P. (2022). Reportes de sostenibilidad de organizaciones sudamericanas. *Ciencias administrativas*, 20, 5-5. <https://doi.org/10.24215/23143738e103>

- Castillo-Muñoz, C. A., Ripoll-Felieu, V. y Urquirdi, A. (2021). Divulgación de Responsabilidad Social Empresarial en América Latina: Evidencias en el uso de la Directriz GRI. *Revista Lasallista de Investigación*, 18(1), 134-157. <https://doi.org/10.22507/rli.v18n1a9>
- Cervantes, V. (2005). Interpretaciones del coeficiente alpha de Cronbach. *Avances en medición*, 3(1), 9-28.
- Cohen, N. L. y Werbin, E. M. (2022). La sustentabilidad y el desempeño. *Documentos de Trabajo de Investigación de la Facultad de Ciencias Económicas (DTI-FCE)*, 3, 1-21. <https://doi.org/10.24215/26185474e032>
- Comisión para el Mercado Financiero (2021). Proyecto Normativo: Incorpora temática de sostenibilidad y gobierno corporativo en la Memoria Anual. <https://acortar.link/aqSG7Q>
- Cooke, E. (1989). "Disclosure in the corporate annual reports of Swedish companies". *Accounting & Business Research*, 19(74), 113-124. <https://doi.org/10.1080/00014788.1989.9728841>
- Cowan, M. J. y Cutler, J. (2023). ESG and the demand for state tax incentives. *Forthcoming, Florida Tax Review, Fall*.
- Del Barco Zilli, J. P., del Barco, M. D. L. A., del Barco Zilli, M. S. y Federici, I. G. (2018). Divulgación de aspectos ambientales en los informes de sostenibilidad frente al nuevo escenario internacional. *Capic review*, 16, 1-19. <https://doi.org/10.35928/cr.vol16.2018.67>
- Delmas, M. A. y Burbano, V. C. (2011). The drivers of greenwashing. *California management review*, 54(1), 64-87. <https://doi.org/10.1525/cmr.2011.54.1.64>
- Duque, P., Trejos, D., Hoyos, O. y Mesa, J. C. C. (2021). Finanzas corporativas y sostenibilidad: un análisis bibliométrico e identificación de tendencias. *Semestre económico*, 24(56), 25-51. <https://doi.org/10.22395/seec.v24n56a1>
- EFRAG (2024). ESRS-ISSB Standards interoperability guidance. <https://acortar.link/Dd54fQ>
- Freeman, R. E. (1984). *Strategic Management: A Stakeholder Approach*, (Pitman, Boston). <https://doi.org/10.1017/CBO9781139192675>
- Fronti, I. G. (2012). Problemas de la Contabilidad social y ambiental: Algunas reflexiones sobre la necesidad de un abordaje interdisciplinario. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 60, 209-218. <https://doi.org/10.17533/udea.rc.14690>
- Initiative, G. R. (2011). Guía para la elaboración de Memorias de Sostenibilidad versión 3.1. <https://www.globalreporting.org/resource/library/Spanish-G3>
- Hales, J. (2021). Sustainability accounting standards board (SASB). En *World Scientific Encyclopedia of Climate Change: Case Studies of Climate Risk, Action, and Opportunity* (pp. 37-41). https://doi.org/10.1142/9789811213960_0007
- Halkos, G. y Nomikos, S. (2021). Corporate social responsibility: Trends in global reporting initiative standards. *Economic Analysis and Policy*, 69, 106-117. <https://doi.org/10.1016/j.eap.2020.11.008>

- Hernández-Pajares, J. (2023). Explorando la investigación sobre el reporte de sostenibilidad: una revisión bibliométrica y de literatura exhaustiva en el contexto Latinoamericano. *J. Environ. Manag. & Sust.*, 12(1), 1-45. <https://doi.org/10.5585/2023.22801>
- Husted, B. y de Sousa-Filh, J. (2019) Board structure and environmental, social, and governance disclosure in Latin America. *Journal of Business Research*, 102, 220-227. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.01.017>
- IFRS-F (2021). Value Reporting Foundation. <https://www.ifrs.org/sustainability/value-reporting-foundation/>
- Jara Sarrúa, L. A. (2022). *Reportes de sostenibilidad en latino américa: una exploración a través del análisis de redes*. Tesis doctoral Universidad de Zaragoza <https://zaguan.unizar.es/record/112133/files/TESIS-2022-074.pdf?version=1>
- Jensen, M. C. y Meckling, W. H. (1976). Theory of the firm: Managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economics*, 3(4), 305-360. [https://doi.org/10.1016/0304-405X\(76\)90026-X](https://doi.org/10.1016/0304-405X(76)90026-X)
- Lavin, J. y Montecinos-Pearce, A. (2021) ESG Reporting: Empirical Analysis of the Influence of Board Heterogeneity from an Emerging Market. *Sustainability*, 13, 3090. <https://doi.org/10.3390/su13063090>
- Lebdoui, A. (2022). *El comercio de América Latina está ligado al cambio climático. Un Pacto Verde podría ser la solución*. LSE Latin America and Caribbean Blog.
- Lefort, F. (2003). Gobierno corporativo: ¿qué es? Y ¿cómo andamos por casa? *Cuadernos de economía*, 40(120), 207-237. <http://dx.doi.org/10.4067/S0717-68212003012000002>
- Lima, R. C. y Moreira, H. (2014). Information transmission and inefficient lobbying. *Games and Economic Behavior*, 86, 282-307. <https://doi.org/10.1016/j.geb.2014.02.010>
- Loza Adauí, C. R. (2020). Sustainability reporting quality of Peruvian listed companies and the impact of regulatory requirements of sustainability disclosures. *Sustainability*, 12(3), 1135. <https://doi.org/10.3390/su12031135>
- Miranda Pegueros, M., López Castro, E. M. y Vega Zarate, C. (2022). Hacia una perspectiva integral de gestión en sostenibilidad empresarial. *Trascender, contabilidad y gestión*, 7(19), 150-164. <https://doi.org/10.36791/tcg.v7i19.136>
- Moneva, J. M., Archel, P. y Correa, C. (2006, June). GRI and the camouflaging of corporate unsustainability. *Accounting forum*, 30(2), 121-137. No longer published by Elsevier. <https://doi.org/10.1016/j.accfor.2006.02.001>
- Morales Parada, F., Vergara Puentes, D. y Jara Rodríguez, V. (2022). Divulgación de la información ambiental en páginas web en empresas cotizadas chilenas. *Tendencias*, 23(1), 200-224. <https://doi.org/10.22267/rtend.222301.188>
- Navarrete-Oyarce, J., Gallizo Larraz, J. L. y Guzmán-Cofré, C. (2022). Reporte integrado y desempeño financiero en una economía emergente: análisis del mercado chileno. *Información tecnológica*, 33(2), 89-98. <http://dx.doi.org/10.4067/S0718-07642022000200089>

- Navarrete-Oyarce, J., Moraga-Flores, H., Mardones, J. A. G., Ganga-Contreras, F. y Araya-Castillo, L. (2023). Reporte integrado y cambios internos: Análisis de empresas chilenas. *Interciencia*, 48(7), 363-371. <https://doi.org/0378-1844/14/07/468-08>
- OCDE (2023) Principios de Gobierno Corporativo de la OCDE y el G20. <https://acortar.link/sq0gbZ>
- Pocomucha, K. y Venegas, C. (2021). Nivel de cumplimiento de información medioambiental en los reportes de sostenibilidad en sector minería y energía de empresas peruanas y chilenas. *Contabilidad y Negocios*, 16(31), 71-94. <https://doi.org/10.18800/contabilidad.202101.005>
- Rejón López, M. (2024). *La divulgación de los riesgos ante el nuevo marco regulatorio europeo en materia de sostenibilidad y estandarización digital* (Doctoral dissertation, Universidad de Granada).
- Rodriguez, L. H. y Jimenez, J. V. G. (2010). Las demandas de los stakeholders y la evolución de las memorias de sostenibilidad del GRI: un análisis desde la transparencia y la creación de valor. *Economía, Gestión y Desarrollo*, 10, 11-36. <https://core.ac.uk/download/pdf/6552304.pdf>
- Ross, S. A. (1977). The determination of financial structure: the incentive-signalling approach. *The bell journal of economics*, 23-40. <https://doi.org/10.2307/3003485>
- Rotner, E. (2016). *Corporate Environmentalism: ¿How Green is it Actually?* Environmental Studies Honors Papers. <https://digitalcommons.conncoll.edu/envirohp/14/>
- Ruiz-Real, J. L., Uribe-Toril, J., Gázquez-Abad, J. C. y de Pablo Valenciano, J. (2018). Sustainability and retail: Analysis of global research. *Sustainability*, 11(1), 14. <https://doi.org/10.3390/su11010014>
- Sánchez Rojas, D. Y. (2020). Tipos de teorías usadas en investigaciones sobre reportes de sostenibilidad. Tesina de grado Universidad Cooperativa de Colombia <https://acortar.link/u4I14M>
- Shoker, A. D. y Sethi, S. P. (1973). An approach to developing societal preferences in developing corporate action strategies. *California Management Review*, 15(4), verano, 97-105. <https://doi.org/10.2307/41164466>
- Shocker, A. D. y Sethi, S. P. (1973). An approach to incorporating societal preferences in developing corporate action strategies. *California management review*, 15(4), 97-105.
- Spence, A. M. (1973). Job Market Signaling. *The Quarterly Journal of Economics*, 87(3): 355-374. <https://doi.org/10.2307/1882010>
- Tubay, J. B. y Leon, M. V. D. (2020). Website sustainability disclosure analysis: a case of publicly-listed mining companies in the Philippines. *International Journal of Energy Economics and Policy*, 10(1), 23-30. <https://doi.org/10.32479/ijeep.8347>
- Vélez, R., Moneva, J. M. M. y Marco, M. Á. (2024). El Reporte Integrado como instrumento comunicador de la RSE en América Latina. *Contaduría Universidad de Antioquia*, 84, 99-120. <https://doi.org/10.17533/udea.rc.n84a05>

Vergés, J. (2000). *Control e incentivos en la gestión empresarial*. Universidad Autónoma de Barcelona. <https://webs.uab.cat/jverges/es/texto-para-cae/>

Wiese, A., Zielke, S. y Toporowski, W. (2015). Sustainability in retailing—research streams and emerging trends. *International Journal of Retail & Distribution Management*, 43(4/5). <https://doi.org/10.1108/IJRDM-02-2015-0024>

CONTRIBUCIONES DE AUTORES/AS, FINANCIACIÓN Y AGRADECIMIENTOS

Contribuciones de los/as autores/as:

Fernando Morales Parada: Conceptualization, Methodology, Software, Project Administration, Resources, Writing – Review & Editing, Supervision.

Francisco Nova Rodríguez: Validation, Investigation, Supervision, Resources, Visualization, Writing – Review & Editing.

Juan Carlos Armijos: Formal Analysis, Investigation, Methodology, Writing – Original Draft, Visualization, Writing – Review & Editing.

Financiación: Esta investigación no recibió financiamiento externo.

Agradecimientos: Los autores agradecen el respaldo institucional, así como las facilidades y el acceso a recursos tecnológicos proporcionados por las universidades a las que están afiliados: la Universidad Santo Tomás y la Universidad del Bío-Bío, ambas en Chile.

Conflicto de intereses: Los autores declaran no tener conflictos de interés.

AUTOR/ES:

Fernando Morales Parada

Universidad del Bío-Bío, Chile.

Departamento de Administración y Auditoría, Universidad del Bío-Bío, Chile.

fmorales@ubiobio.cl

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0001-9046-5407>

Francisco Nova Rodríguez

Universidad Santo Tomás, Chile.

Escuela de Auditoría y Control de Gestión, Facultad de Economía y Negocios, Universidad Santo Tomás, Av. Ejército Libertador 146, Santiago, Región Metropolitana, Chile.

francisconovaro@santotomas.cl

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-0381-9284>

Juan Carlos Armijos

Universidad Bernardo O'Higgins y Universidad Santo Tomás, Chile.

1. Escuela de Administración y Negocios, Facultad de Ingeniería, Ciencia y Tecnología, Universidad Bernardo O'Higgins, Santiago, Chile.

2. Escuela de Auditoría y Control de Gestión, Facultad de Economía y Negocios, Universidad Santo Tomás, Av. Ejército Libertador 146, Santiago, Región Metropolitana.

jarmijos@santotomas.cl

Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0002-0618-1987>

Google Scholar: <https://scholar.google.com/citations?user=f5qWgn8AAAAJ&hl=es&oi=ao>

ResearchGate: https://www.researchgate.net/profile/Juan-Carlos-Armijos?ev=hdr_xprf

APÉNDICE A

Lista de chequeo organizada por dimensiones

Ítem revisados	Dimensión	0: No divulga 1: Divulga
1. ODS	Indicador Ambiental	
2. KPI's de Sostenibilidad	Indicador Ambiental	
3. Medioambiental	Indicador Ambiental	
4. Códigos nacionales o internacionales	Indicador de Gobierno	
5. Comité de directorio	Indicador de Gobierno	
6. Directorio	Indicador de Gobierno	
7. Ejecutivos principales	Indicador de Gobierno	
8. Grupos de interés	Indicador de Gobierno	
9. Marco de gobierno	Indicador de Gobierno	
10. Riesgos	Indicador de Gobierno	
11. Informes financieros	Indicador de Gobierno	
12. Negocios	Indicador de Gobierno	
13. Sector industrial	Indicador de Gobierno	
14. Control	Indicador de Gobierno	
15. Misión, visión, propósito, valores	Indicador de Gobierno	
16. Socios mayoritarios	Indicador de Gobierno	
17. Evaluación de proveedores	Indicador Social	
18. Pago a proveedores	Indicador Social	
19. Clientes	Indicador Social	
20. Trabajadores	Indicador Social	
21. Adaptabilidad laboral	Indicador Social	
22. Formalidad laboral	Indicador Social	
23. Personas	Indicador Social	
24. Subcontratación	Indicador Social	

Fuente: Elaboración propia (2025).