

Pilar Pérez Cañizares (Wien)

‘Sostenibilidad’ frente a ‘Responsabilidad Social Corporativa’: estudio comparativo de páginas web españolas e hispanoamericanas

Los términos *Responsabilidad (Social) Corporativa* (a partir de aquí RSC) y *Sostenibilidad* han sido utilizados como campo y objeto de investigación durante las últimas décadas sin una clara distinción (Montiel, 2008) o incluso "de forma intercambiable, inconsistente y ambigua" (Bansal & Song, 2017: 106). Dado que incluso los estudiosos tienen problemas para definir ambos conceptos y establecer los límites entre ellos, no es en absoluto sorprendente que también las propias empresas tengan dificultades a la hora de decidir qué término utilizar.

La importancia de las páginas web en la comunicación empresarial es cada vez mayor (Capriotti, 2017) y se viene subrayando desde el nacimiento de Internet. En lo que respecta a las empresas españolas que cotizan en bolsa, un estudio de 2007 sugirió que el concepto de RSC difundido a través de las páginas web se limitaba a las cuestiones sociales y ambientales (Capriotti y Moreno, 2007).

Esta investigación se centra en cómo se presenta la RSC/ sostenibilidad en las páginas web de un grupo de empresas españolas y latinoamericanas que han obtenido puntuaciones especialmente buenas en dos índices de sostenibilidad. La muestra está formada por las empresas incluidas en los rankings FTSE4Good IBEX (23 empresas) y Dow Jones Sustainability MILA Pacific Alliance Index (42 empresas).

Mediante la realización de un análisis de contenidos, concretamente, una descripción y categorización sistemática de las partes de los sitios web que tratan de la RSC/Sostenibilidad, se intentará responder a las siguientes preguntas de investigación:

1. ¿Cómo ha evolucionado el uso de estos términos en las páginas web de las empresas a lo largo de los últimos años?
2. ¿Existen diferencias específicas entre España y los distintos países de Hispanoamérica respecto a la terminología usada para referirse a estos campos?
3. ¿Existe una terminológica específicas de la RSC / sostenibilidad?

Para arrojar luz sobre la evolución de la comunicación de la RSC/ Sostenibilidad en las webs de las empresas, se han examinado las versiones anteriores de las páginas de inicio de sus sitios web, tomando los datos del archivo de Internet Wayback Machine. En total, se han examinado 562 imágenes de páginas web de las empresas entre 2009 y 2019

Los resultados muestran una tendencia a la homogeneización, tanto en España como en Hispanoamérica. Los temas de RSC / sostenibilidad ocupan lugares cada vez más prominentes en las páginas web de ambos grupos y los términos relacionados con la sostenibilidad van sustituyendo gradualmente a los de la RSC.

Las empresas latinoamericanas, que se embarcaron algunos años más tarde que las españolas en la implementación y comunicación de RSC / sostenibilidad parecen haber saltado la fase de comunicación de RSC para embarcarse directamente en el discurso de sostenibilidad.