

Los Estudios sobre los Informes de Sostenibilidad en América Latina: Una Aproximación desde la Comunicación Organizacional

Studies on Sustainability Reporting in Latin America: an Approach from the Perspective of Organizational Communication

Diego Ortiz-Jaramillo¹

Docente

Universidad Hemisferios

diego@uhemisferios.edu.ec

Quito, Ecuador

Irene Trelles²

Docente

Universidad Católica de Santiago de Guayaquil

irene.trelles@cu.ucsg.edu.ec

Guayaquil, Ecuador

¹ Licenciado en Filosofía por la Pontificia Universidad Católica del Ecuador. Máster en Periodismo y Comunicación Digital, mención Datos y Nuevas Narrativas Digitales por la Universitat Oberta de Catalunya (España). Especialista en Liderazgo, Cambio Climático y Ciudades por la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (Flacso-Ecuador). Maestrante de Relaciones Internacionales y Diplomacia, mención Política Exterior, por el Instituto de Altos Estudios Nacionales. Candidato doctoral en Comunicación y Periodismo por la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Código ORCID: <https://orcid.org/0009-0007-3460-5824>

² Doctora en Ciencias de la Comunicación y Máster en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de La Habana. Más de 40 años de experiencia en la educación superior, tanto en la formación de grado como en posgrado. Profesora Titular de la Universidad Católica de Santiago de Guayaquil. Directora del Doctorado en Ciencias de la Comunicación y Periodismo y de la Maestría en Periodismo y Gestión de Comunicación de la UCSG. Ha participado en diversos proyectos y redes de investigación, como el de Comunicación de la Ciencia y la Tecnología para la creación de Cátedras de Cultura Científica en universidades cubanas, (de 2006 al 2008); en la Red Internacional para el Monitoreo de Periodismo Científico en América Latina 2009-2010, financiado por el Programa Iberoamericano de Ciencia y Tecnología para el Desarrollo (Cyted); así como en el proyecto de investigación del CACES sobre la calidad de la educación superior en el Ecuador, como integrante de grupo de académicos que indagaron sobre el campo de Comunicación y Periodismo (agosto del 2020 a julio del 2021), Código ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-5370-7155>

Resumen

Los informes, reportes o memorias de sostenibilidad son un mecanismo ampliamente utilizado en la contabilidad empresarial para la rendición de cuentas de una organización con respecto a sus acciones en los ámbitos sociales, económicos y medioambientales. A pesar de que su característica informativa está vinculada con el ámbito de la comunicación corporativa, esta relación no es ampliamente explícita en los estudios sobre dichos documentos técnicos. El presente trabajo bibliométrico analizó los artículos académicos disponibles en la base de datos de Scopus entre los años 2015 y 2023 en países latinoamericanos para verificar las aproximaciones a los reportes o memorias de sostenibilidad desde un enfoque comunicativo-corporativo. Se buscó información en títulos de los artículos, resúmenes y palabras clave de publicaciones académicas que contengan los términos ‘sustainability reporting’ [informes de sostenibilidad], ‘corporate social responsibility’ [responsabilidad social de las empresas], ‘global reporting initiative’ [iniciativa mundial de presentación de informes], ‘sustainability report’ [informe de sostenibilidad], ‘corporate sustainability’ [sostenibilidad empresarial]. Se usó el software VOSViewer para hacer un análisis de contenido de 83 artículos, tras lo cual se evidenció una falta de investigaciones que aborden la relación de la memoria o reporte de sostenibilidad con la comunicación corporativa, a pesar de que estos son documentos técnicos cuya finalidad es llegar a los stakeholders con mensajes sobre el estado de una organización.

Palabras clave: comunicación corporativa, reporting, sostenibilidad, GRI, Global Reporting Initiative

Abstract

Sustainability reports are a widely used mechanism in corporate accounting for the accountability of an organization with respect to its actions in the social, economic, and environmental spheres. Although their informative characteristic is linked to the field of corporate communication, this relationship is not widely explicit in studies on such technical documents. The present bibliometric work analyzed the academic articles available in the Scopus database between 2015 and 2023 in Latin American countries to verify the approaches to sustainability reports or memories from a communicative–corporate approach. Information was sought in article titles, abstracts, and keywords of academic publications containing the terms ‘sustainability reporting’, ‘corporate social responsibility’, ‘global reporting initiative’, ‘sustainability report’, ‘corporate sustainability’. VOSViewer software was used to perform a content analysis of 83 articles, which revealed a lack of research addressing the relationship between sustainability reporting and corporate communication, despite the fact that these are technical documents whose purpose is to reach stakeholders with messages about the state of an organization.

Keywords: corporate communication, reporting, sustainability, GRI, Global Reporting Initiative

Introducción

En las últimas décadas, los informes, reportes o memorias de sostenibilidad se han consolidado como una herramienta clave en la rendición de cuentas y de contabilidad de las organizaciones –gobierno, empresas, oenegés,

etc.– ante sus grupos de interés. A diferencia de los informes financieros, estos documentos no se centran exclusivamente en reportar el desempeño económico de una institución, sino que integran aspectos sociales, ambientales y demás, por medio de lo cual se intenta evidenciar y transparentar el compromiso de las organizaciones con el desarrollo sostenible y valores conexos intangibles, tales como la responsabilidad social corporativa [RSC], la lucha contra el cambio climático, el fomento de la inclusividad laboral, entre otros (Diez-Cañamero et al., 2020; Turzo et al., 2022).

Entre las décadas de 1970 y 1980, a escala global tomó fuerza una preocupación por las actividades humanas y sus impactos en la salud de los ecosistemas, especialmente en procesos de una reactivación económica que sentaba sus bases en la producción industrial (Dabelko, 2008; Srivastav, 2019). Como efecto de esto, en 1987, la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo (1987) pidió al sector privado que trabajara en la elaboración del Informe Brundtland, titulado *Nuestro Futuro Común*, en el cual se estableció que “está en manos de la humanidad hacer que el desarrollo sea sostenible, duradero, o sea, asegurar que satisfaga las necesidades del presente sin comprometer la capacidad de las futuras generaciones para satisfacer las propias” (p. 23). Esto abrió las puertas a un nuevo modelo en las relaciones entre las organizaciones, especialmente las productivas, la sociedad y el medioambiente, bajo el paradigma de la sostenibilidad. Esto tuvo como efecto la implementación de las memorias o reportes de sostenibilidad, cuya consolidación e institucionalización empezaría a finales del siglo XX e inicios del XXI. Gokten et al. (2020) sistematizan esta historia –ver Figura 1– de la siguiente manera:

a) Periodo raíz o inicial (entre 1962 y 1979): se destaca como la época en la cual se desarrollan las primeras aproximaciones epistemológicas al *reporting* de la sostenibilidad. Un espacio destacado para ello fue el Club de Roma, considerado como un laboratorio de ideas para estudiar críticamente los problemas de la humanidad.

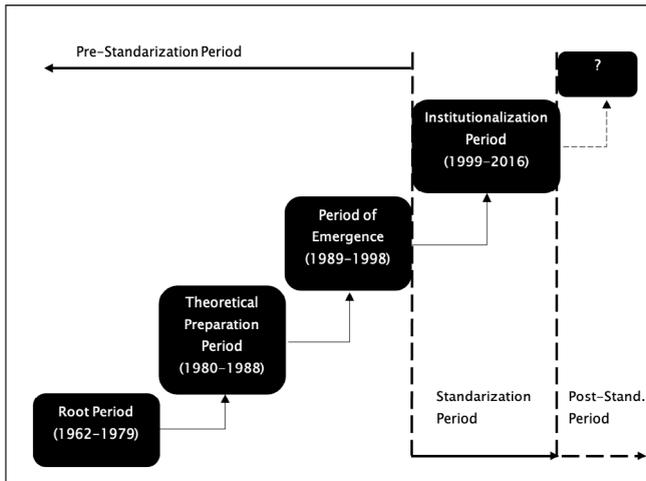
b) Periodo de preparación teórica (1980–1988): es cuando los académicos e intelectuales empiezan a diseminar sus ideas sobre lo que es la sustentabilidad, término utilizado durante esta época para el estudio de las afectaciones del crecimiento desordenado de las actividades productivas humanas. Sobre este tema, el estudio de Retamal–Ferrada (2020) sostiene que el uso del término sustentable vs. sostenible también está asociado a problemas de la traducción al español del vocablo inglés *sustainable*.

c) Periodo de emergencia: hechos como el apareamiento del agujero en la capa de ozono, a mediados de la década de 1980, hicieron que entre los años 1989 y 1998 se intensificara el estudio y posibles aplicaciones de la sostenibilidad.

d) Periodo de institucionalización: desde finales de la década de 1990, en la agenda mundial se aceleró la implementación del paradigma de la sostenibilidad como un eje transformador de la humanidad. (pp.103–104)

Figura 1

Aproximación histórica al reporting de la sostenibilidad, de Goken et al. (2020)



Nota: Adaptado de Gokten et al. (2020)

Ya en el siglo XXI, la creación de los Objetivos de Desarrollo del Milenio (Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL], 2000), planteados por las Naciones Unidas en el año 2000, tuvo un eco en la consolidación de este tipo de documentos como parte de las acciones globales para pensar en un desarrollo sostenible a escala empresarial, en especial en el Objetivo 8: Fomentar una asociación mundial para el desarrollo. Al proponer acciones conjuntas entre gobiernos, sector privado y sociedad civil, este objetivo planteó tácitamente la necesidad de crear marcos comunes de referencia para que estos sectores pudieran transitar efectivamente hacia un modelo sostenible para el presente

milenio. Producto de esto, el estudio de las memorias, reportes o informes de sostenibilidad cobró relevancia en diversos ámbitos académicos, principalmente en las disciplinas de la contabilidad y la administración de empresas (Adams y McNicholas, 2007; Rahi et al., 2022; Traxler et al., 2020). En estos se analizan temas como la responsabilidad social corporativa, la transparencia ambiental o el desempeño financiero asociado a las prácticas sostenibles. Al respecto, Unerman (2017), uno de los principales teóricos en este ámbito, sostiene que estos documentos de *reporting* requieren de información, metodologías y evaluaciones de carácter técnico que podrían facilitar una transición global hacia un modelo de desarrollo sostenible en el cual la transparencia no es una meta final, sino un elemento transversal.

A pesar de su relevancia, el estudio desde el enfoque de la comunicación organizacional es escaso, especialmente en América Latina, donde la literatura sobre los reportes o informes está enfocada en sus espectros contables-empresariales, dejando de lado su dimensión comunicacional. Esta limitación investigativa abre las posibilidades de comprender al *reporting* de la sostenibilidad como una herramienta que posibilita las comunicaciones internas y externas entre la organización y su entorno en tres aspectos clave: la economía, la sociedad, el medioambiente (Cahyandito, 2010; Siano, 2012), tomando como elemento central la relación que tiene una organización con los *stakeholders* por medio de estos documentos. Para el presente estudio, se tomará al término *reporting* como la acción voluntaria de crear informes, reportes o memorias sobre las acciones de una organización en los ámbitos económicos, sociales y ambientales.

Si tomamos en cuenta la riqueza de la región latinoamericana, en cuanto a recursos naturales y los desafíos socioeconómicos que enfrenta, la investigación sobre las memorias de sostenibilidad desde un enfoque comunicacional adquiere una especial relevancia para las sociedades del presente y el futuro. En efecto, las empresas requieren pensar y comunicar sus acciones por fuera de su ámbito estricto de acción con la finalidad de encontrar caminos para ‘hablar’ con sus potenciales audiencias.

Frente a este escenario, la presente investigación tiene como objetivo realizar un análisis bibliométrico de los estudios académicos en torno a las memorias e informes de sostenibilidad en América Latina, utilizando como fuente los artículos académicos publicados sobre el tema en la base de datos Scopus entre los años 2015 y 2023, tomando en cuenta que en 2015 empezó el proceso de implementación de las estrategias asociadas al Acuerdo de París (2015) y la Agenda 2030 (2015).

El proceso de investigación bibliométrico permite identificar tendencias de investigación, áreas temáticas predominantes, así como los autores y revistas más influyentes en este campo en la región latinoamericana. A su vez, y debido a su enfoque en la comunicación organizacional, se pone especial énfasis en comprender qué categorías emergen en los estudios sobre las memorias e informes de sostenibilidad que requieran de un análisis desde la comunicación organizacional o corporativa.

Antecedentes Teóricos

Los informes, reportes o memorias de sostenibilidad son la práctica de medir, divulgar y rendir cuentas a las partes

interesadas internas y externas por el desempeño ambiental, social y económico de una organización (Roca y Searcy, 2012; Siew, 2015). Esto implica que su esencia es, indiscutiblemente, comunicacional, ya que provee de mensajes, de información, sobre una organización.

En el siglo XXI, la presentación de informes es una práctica con una tendencia en crecimiento a escala global (Baier et al., 2020; Jensen y Berg, 2012), con varios marcos y directrices que guían a las organizaciones a la hora de hacer sus divulgaciones, tales como los estándares de la Global Reporting Initiative [GRI] (Aljajawy et al., 2023; Van-Oorschot et al., 2024), las directrices de Responsabilidad Social Corporativa [RSC] (Burgos-Romero, 2018), la Environmental Management Accounting (Ferreira et al., 2010), entre otros. Con sus especificidades, estos y otros estándares constituyen instrumentos técnicos que establecen una relación comunicacional interna y externa, por medio de la cual las diferentes piezas o componentes de una organización entran en contacto con un amplio número de sujetos hacia los cuales se intenta comunicar algo.

Si bien las motivaciones para el desarrollo de informes de sostenibilidad son múltiples – incluidos el cumplimiento de los requisitos legales, la mejora de la reputación o las licencias para operar en determinados ámbitos –, externamente, estos documentos son vistos comúnmente como una herramienta de rendición de cuentas para que las partes interesadas tomen en cuenta si las operaciones de una organización son sostenibles o no (Halkos y Nomikos, 2021). Muestra de esto es el estudio realizado en Corea del Sur por Park y Jang (2021), quienes hallaron que los inversores institucionales

valoran positivamente factores como los derechos de los accionistas, la contaminación y los residuos, las emisiones de gases de efecto invernadero y la gestión de riesgos al momento de tomar decisiones sobre sus inversiones. En la misma línea, la investigación desarrollada por McCahery et al. (2022) encontró que los inversionistas están motivados a incorporar información sobre los procesos ambientales, sociales y de gobernanza en sus empresas, ya que existe una mayor demanda de productos sostenibles por parte de sus clientes:

Investors, in general, may be motivated for three reasons: performance motives (investment performance); financial motives (product strategy or client demand); or ethical considerations. Originally, the last element was the core motivation and defined an investment stride independent of ESG [environmental, social and governance], usually referred to as ethical investing. Over the last five to ten years, financial performance seemed to be the main driver, but as we have shown, results—except for the category of considering ESG as an investment risk—are mixed. [Los inversores, en general, pueden estar motivados por tres razones: motivos de rentabilidad (rendimiento de la inversión); motivos financieros (estrategia del producto o demanda del cliente); o consideraciones éticas. En un principio, el último elemento era la motivación principal y definía una línea de inversión independiente de ESG [environmental, social and governance], normalmente denominada inversión ética. En los últimos cinco a diez años, el rendimiento

financiero parecía ser el principal motor, pero como hemos demostrado, los resultados –excepto en la categoría de considerar los ASG como un riesgo de inversión– son dispares]. (McCahery et al., 2022, p. 828)

Como ponen en evidencia los autores, los inversionistas en la actualidad no solo tienen su mirada puesta en el rendimiento de una empresa. Sus acciones, al parecer, también están siendo analizadas desde sus dimensiones éticas, en medio de lo cual la relación sujeto–empresa, en la correlación tripartita ambiente–economía–sociedad, resulta relevante.

Los Stakeholders o Tomadores de Decisiones

Entre los públicos más relevantes de los informes y memorias de sostenibilidad están los públicos estratégicos, también conocidos como *stakeholders*, quienes forman parte del ecosistema de la empresa por medio de prácticas y relaciones sociales internas y externas que implican cadenas entrelazadas en sus interacciones cotidianas (Valentinov y Chia, 2022), y reciben los impactos de las decisiones y acciones que se toman y realizan en las entidades, pero, a su vez, pueden impactar en ellas. En las empresas de la actualidad, y desde una perspectiva simbólico–interpretativa, estos sujetos pueden ser considerados como agentes junto con los cuales es necesario construir los mensajes e informaciones que se desarrollan en sus imaginarios.

Partiendo de esto, es necesario comprender que estos actores suponen una nueva dimensión de la importancia que presentan los públicos, no sólo los accionistas, sino también para una serie de grupos afectados positiva o negativamente

por las operaciones de la empresa, lo cual incide en la construcción de su sentido e imagen en la comunidad y la sociedad en general (Bacq y Aguilera, 2022).

Es por esto que la empresa, en el siglo XXI, ya no debe ser evaluada exclusivamente desde un enfoque financiero. Son estas otras dimensiones de su accionar –ambiente, política, sociedad, innovación– las que, precisamente, deben justificar su valor para sus públicos, así como permitirles destacarse en un mercado cada vez más competitivo y que asume a la sostenibilidad como un paradigma para el mediano y largo plazo.

Reputación e Imagen

Uno de los efectos deseables de los informes de sostenibilidad, mencionado en las discusiones sobre las tendencias de los informes GRI, es la mejora consecuente de la reputación y la imagen de la marca (Flores–Hernández et al., 2020; Gomez–Trujillo et al., 2020). Las empresas emiten informes y memorias de este tipo para transmitir que son una marca responsable, con el fin de distinguirse de los imaginarios que tienen las personas sobre sus pares en su ámbito empresarial. Tal comportamiento está preconditionado por la tradición de integrar las dimensiones perceptivas (imagen y reputación) de los actores organizacionales en las decisiones estratégicas para la competitividad a largo plazo y el logro holístico de los objetivos; en consecuencia, se pondrán en práctica estrategias que podrían conducir a percepciones favorables, y se medirán y comunicarán cuidadosamente fenómenos particulares por su capacidad percibida para informar e inferir la veracidad de las percepciones que se están construyendo (González–Hernández et al., 2011).

Es probable que la demostración de una imagen de marca sostenible, que se deriva de un compromiso registrable con las partes interesadas mediante el *reporting*, tenga beneficios sobre su posicionamiento en el mercado.

Si la interrelación anterior – lo que se mide se gestiona – se mantiene, entonces las decisiones estratégicas, el comportamiento organizacional y el rendimiento organizacional final se alinearán automáticamente con el máximo valor de los interesados, la ventaja competitiva corporativa y el bienestar social y ambiental. En este caso, la reputación favorable creada en la mente de las partes interesadas internas y externas debido a la inclusión en los informes de sostenibilidad, también tendrá un efecto fluido y positivo en la imagen corporativa. Así, pues, las empresas que buscan invertir e incorporar la sostenibilidad como factor transversal de sus operaciones consideran que este parámetro es un elemento importante para la creación de valor-marca (Flores-Hernández et al., 2020; Gomez-Trujillo et al., 2020). La integración de la sostenibilidad en la marca requiere un cambio fundamental en la cultura organizacional y el pensamiento estratégico, ya que puede servir como catalizador de estrategias creativas que promuevan los objetivos de desarrollo sostenible (Kadam, 2024). Las empresas que establecen posiciones claras en temas ambientales y sociales, construyen redes de colaboración y se adhieren a agendas de desarrollo sostenible, mejoran su reputación corporativa positiva en los mercados locales e internacionales, especialmente en un momento atravesado por la necesidad de participar en acciones para reducir la desigualdad, fortalecer el empleo pleno o luchar contra el cambio climático, entre otros aspectos.

Comunicación Organizacional y Sostenibilidad

Los informes de sostenibilidad no son un objetivo en sí mismos, sino que pretenden contribuir al cambio en la imagen corporativa promoviendo la sostenibilidad, siendo una poderosa recomendación de comunicación entre los públicos internos y externos de una organización. Desde el enfoque de la perspectiva sistémica, se comprende que la comunicación adquiere un rol protagónico en una organización en tanto que los flujos de información se mueven en cuatro direcciones (horizontal, vertical, ascendente, descendente). Bajo esta mirada, y apoyados por los aportes de la escuela simbólico-interpretativa, entre los *stakeholders* se realizan procesos de construcción de significados compartidos. De acuerdo con Trelles-Rodríguez et al. (2017), el “modelo simbólico interpretativo ofrece una plataforma de construcción de consensos que, al asentarse en valores y significados, aporta una dimensión participativa que fortalece la sostenibilidad de este tipo de gestión” (p. 17). Partiendo de esto, a través de sus diversos medios, las organizaciones pueden comunicar la información relacionada con la sostenibilidad a sus grupos de interés, generando en estos aquellos significados compartidos que permitirán reconocer a la empresa y diferenciarla frente a otros actores similares en el mercado. Aquellos consensos que pueda crear serán los que finalmente quedarán en el imaginario de las personas que entren en contacto con la organización.

Partiendo de lo anterior, la presentación de informes y la comunicación en materia de sostenibilidad no son independientes de las construcciones simbólicas que tienen

los *stakeholders* con relación a una organización, sino que existe una relación compleja entre ambos temas. Un *stakeholder* no imagina una organización que publica un informe de sostenibilidad de forma aislada y sin considerar otras actividades de comunicación de la organización (Aureli et al., 2020; Tiwari y Khan, 2020). Pensar que no existe una relación directa entre estos es un error evidenciado por autores como Cooper y Owen (2007) en su estudio sobre responsabilidad social corporativa, quienes advierten que:

(...) the crucial question from a stakeholder accountability perspective has to be whether the engagement and “dialogue” processes they are invited to participate in do meaningfully influence specific aspects of corporate decision-making, and in particular it should be possible for decisions reached to be in the interests of stakeholders other than shareholders. [... la cuestión crucial desde la perspectiva de la responsabilidad de las partes interesadas tiene que ser si los procesos de compromiso y “diálogo” a los que se les invita a participar influyen de manera significativa en aspectos específicos de la toma de decisiones de las empresas y, en particular, debería ser posible que las decisiones alcanzadas redunden en interés de partes interesadas distintas de los accionistas.] (p. 656)

El informe de sostenibilidad es una parte integral de la comunicación y no puede entenderse y apreciarse de forma aislada de las operaciones de una organización. Incluso cuando las discusiones en cuanto a los dominios de los informes de

sostenibilidad ocurren de forma aislada, siempre tienden a ignorar las interrogantes sobre cómo la audiencia del informe percibe y aprecia dicha documentación, y cómo –si es posible– las organizaciones informantes deben intervenir en el reporte para satisfacer mejor las expectativas o gustos de la audiencia. Así, por ejemplo, el mismo estándar GRI del 2021 señala que lo que se busca por medio del *reporting* es compartir información sobre una organización de manera “coherente y creíble”. Es precisamente este “compartir información” lo que convierte a los informes, reportes o memorias de sostenibilidad en un instrumento de comunicación corporativa u organizacional que requiere no solo de un abordaje técnico, sino también de un estudio sistematizado para que los mensajes sean coherentes para una audiencia que puede desconocer la terminología técnica, pero que requiere establecer vínculos simbólicos con la organización.

Metodología

Las investigaciones previas en materia de informes, reportes y memorias de sostenibilidad han empleado estrategias analíticas para investigar tanto a los impulsores de estos documentos como al contenido presentado en estos (Manes–Rossi et al., 2020; Usman, 2020). Estos estudios se han ocupado principalmente de explorar las características de la divulgación contable de las empresas a través de los documentos.

En el presente trabajo exploratorio bibliométrico, se toma en cuenta la literatura existente sobre las memorias o informes de sostenibilidad publicadas en la base de datos de Scopus entre 2015 y 2023. Esta metodología ha sido empleada

anteriormente para conocer el estado del arte y los avances investigativos en distintos ámbitos del conocimiento (Hahn y Kühnen, 2013; Hernández-Pajares, 2023). La selección temporal responde al periodo vigente desde la creación del Acuerdo de París, en 2015, así como a las estrategias asociadas al cumplimiento de los Objetivos de Desarrollo Sostenible [ODS] (Organización de las Naciones Unidas [ONU], 2015) para la Agenda 2030, cuya fecha de entrada en vigencia coincide con 2015. En este marco temporal, es de suma relevancia comprender que el Acuerdo de París (2015) es un tratado internacional firmado en la XXI Conferencia de las Partes [COP21], cuya finalidad es la lucha contra el cambio climático mediante acciones de adaptación, mitigación o resiliencia. Por su parte, los Objetivos de Desarrollo Sostenible son 17 metas globales establecidas por las Naciones Unidas para integrar esfuerzos sociales, económicos y ambientales que beneficien a la humanidad. Durante este tiempo es importante considerar que la pandemia por el covid-19 ralentizó la implementación del Acuerdo (2015) y los Objetivos (2015), lo cual es considerado también como un factor de impacto durante la sistematización de la información.

Para el presente estudio, realizado con documentación obtenida entre el 31 de julio y el 1 de septiembre de 2024, se buscó información en títulos de los artículos, resúmenes y palabras clave de publicaciones académicas que contengan los términos ‘sustainability reporting’ [informes de sostenibilidad], ‘corporate social responsibility’ [responsabilidad social de las empresas], ‘global reporting initiative’ [iniciativa mundial de presentación de informes], ‘sustainability report’ [informe

de sostenibilidad], ‘corporate sustainability’ [sostenibilidad empresarial]. Ya que el estudio se centra en la producción académica en América Latina, la información seleccionada se restringió a los países de la región donde se haya publicado al menos 1 artículo sobre el tema: Brasil, México, Perú, Colombia, Chile, Ecuador, Panamá, Argentina, Cuba. El estudio se limitó a resultados en las áreas de ciencias ambientales; negocios, administración y contabilidad; ciencias sociales; economía, econometría y finanzas. En la selección se excluyeron artículos que hayan sido publicados en la región, pero que su objeto de estudio sean las realidades de otros países, así como si fueron escritos en idiomas que no sean el inglés o el español, debido a las limitaciones lingüísticas de los investigadores para procesar información en portugués, principalmente, y para mantener un control en la sistematización de los datos cualitativos.

Se ha optado por un enfoque mixto que se orienta a identificar indicadores cualitativos y cuantitativos en los documentos seleccionados. Se ha procedido por el análisis de contenido, método gracias al cual es posible el estudio ordenado de las interpretaciones textuales o lingüísticas que no son usualmente investigadas durante las pruebas estadísticas, de corte exclusivamente cuantitativo, en los estudios de informes de sostenibilidad. Con este enfoque mixto, se pretendió también evaluar las prácticas de divulgación y el cumplimiento de las normas de presentación de dicha documentación. Esto implicó un examen sistemático de la información textual, a menudo utilizando categorías o principios predefinidos para evaluar la calidad y la cantidad

de la información divulgada (Froehlich, 2014; Juniati y Abadi, 2017). Entre los artículos seleccionados existe contenido de investigadores que también utilizan este método para evaluar el cumplimiento de estándares de presentación de informes como las directrices de la Global Reporting Initiative con la finalidad de comprender que esta información requiere de ser estandarizada (E-Vahdati y Aripin, 2023; Fifka, 2012) para así poder facilitar una comprensión más profunda de los códigos de conducta sobre la divulgación de asuntos sociales, económicos y ambientales (Caputo et al., 2021; Khan et al., 2020; Safari y Areeb, 2020).

Una vez seleccionados los artículos, se extrajeron los títulos, autores, citas, palabras clave y resúmenes. Esta información fue sistematizada con la ayuda del software VOSviewer versión 1.6.20 (Van-Eck y Waltman, 2010) para el análisis de resúmenes, coocurrencias y co-citación para: a) explorar las relaciones existentes en este campo de investigación; b) estudiar las relaciones entre las publicaciones citadas y los temas que emergen de este proceso (Donthu et al., 2021; Galvez, 2018); c) estudiar cuáles son las categorías que emergen de los resúmenes de dichos documentos.

Resultados

En una primera fase, durante el periodo analizado, fueron obtenidos 96 resultados de los trabajos publicados entre los años 2015 y 2023. De estos, se descartaron aquellos artículos repetidos o que no correspondían específicamente a los términos de búsqueda antes identificados, obteniendo finalmente 83 resultados (ver Tabla 1).

Tabla 1

Número de publicaciones por año

Año	Número
2023	8
2022	16
2021	17
2020	11
2019	9
2018	9
2017	5
2016	6
2015	2

Nota: Elaboración propia con base en Scopus

En cuanto al área académica, la revisión bibliométrica muestra que los artículos indexados en el ámbito de Negocios, Gestión y Contabilidad cuentan con el mayor porcentaje de investigaciones, con un 27%. A este le siguen las Ciencias sociales –19%–, Ciencias Ambientales –18%– y Energía –12%–, seguidas de otras áreas –25%– (ver Tabla 2). Uno de los hallazgos es la ausencia de estudios desde el área de la comunicación en general, y desde la comunicación organizacional en específico. Estos términos no fueron hallados ni en los filtros de áreas temáticas de Scopus, ni en las palabras claves de los artículos estudiados.

Tabla 2*Áreas de investigación*

Área	Porcentaje
<i>Negocios, Gestión y Contabilidad</i>	27
<i>Ciencias sociales</i>	19
<i>Ciencias Ambientales</i>	18
<i>Energía</i>	12
<i>Ingeniería</i>	10
<i>Economía, Econometría y Finanzas</i>	6
<i>Informática</i>	4
<i>Ciencias de la Decisión</i>	2
<i>Matemáticas</i>	1
<i>Psicología</i>	1
<i>Artes y Humanidades</i>	1

Nota: Elaboración propia, con base en Scopus

Al estudiar las redes de concurrencia de palabras clave [keywords] con las cuales se indexaron los trabajos, en el estudio se halló que las principales categorías que emergen de los estudios desarrollados en estos años se relacionan con las categorías ‘sustainable development’, ‘global reporting initiative’, ‘sustainability’, ‘corporate social responsibility’, entre otras (ver Figura 2). Nuevamente, en este mapa no fue posible hallar categorías relacionadas directamente con la comunicación organizacional; sin embargo, sí aparece el término ‘environmental disclosure’, un término que hace alusión a la entrega de información sobre el impacto ambiental y los esfuerzos de una empresa. Esta información puede ser

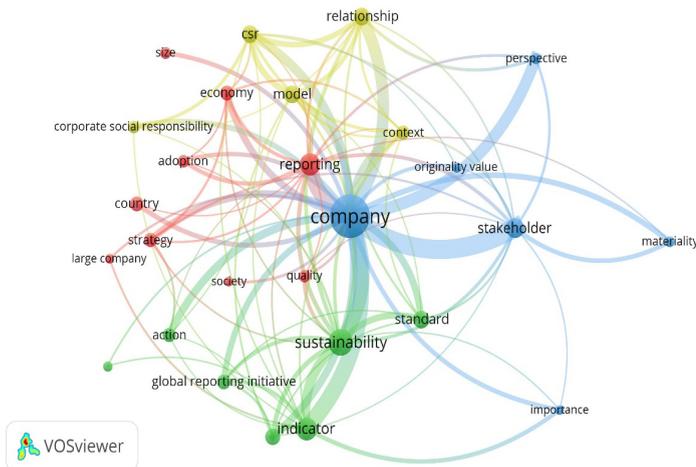
obligatoria o voluntaria, y es una forma para que las empresas demuestren su responsabilidad ante la sociedad por su impacto ambiental (Aureli, 2023, p. 2). Esto confirma que las memorias, reportes o informes de sostenibilidad tienen intrínsecamente una naturaleza comunicativa que implica el intercambio de mensajes a varios niveles dentro y fuera de una organización.

Asimismo, autores como Aerts y Cormier (2009) y Rocca et al. (2020) destacan que la divulgación de información ambiental tiene consecuencias, positivas o negativas, en la construcción de mensajes sobre lo que se quiere decir de la empresa hacia sus públicos internos y externos. La aparición de este elemento dentro de la red investigada representa una oportunidad para ahondar, precisamente, en el tratamiento comunicacional de la información ambiental y de la sostenibilidad en el marco de estudios de comunicación organizacional o corporativa. En ese sentido, es importante señalar que las organizaciones no pueden descartar el hecho de que estos informes constituyen informes técnicos con información especializada, por lo que se requieren procesos integrales y constantes para evaluar los mecanismos más efectivos para transmitir la información que llegará a los *stakeholders*. Desde la perspectiva simbólico-interpretativa, desconocer el valor intrínseco de un mensaje sería un error en cuanto no se sabría a ciencia cierta qué mensajes y por cuáles canales y mecanismos están llegando a los oídos de las audiencias.

fin de cuentas, la compañía en sí misma. De hecho, en la comunicación organizacional es esencial una gestión eficaz de la reputación, lo que implica crear una imagen corporativa positiva y mantener la identidad interna (Van-Riel, 2007). Así, pues, en el caso de los estudios sobre informes y memorias de sostenibilidad, la categoría de *compañía* resulta un término medular que debe ser estudiado desde un enfoque comunicacional.

Figura 3

Análisis de los principales términos que emergen de los resúmenes de los textos seleccionados



Nota: Elaboración propia a partir de los datos de Scopus

Otro elemento destacado es la aparición del término *indicator* como un elemento estrechamente relacionado con la sostenibilidad. Esto indica, precisamente, que este tipo de documentos está construido a partir de una estandarización de datos que son leídos como indicadores de la sostenibilidad

de una organización. Más allá del argot de este ámbito, para los estudios en comunicación corporativa resulta relevante encontrar mecanismos efectivos para transmitir la información técnica hacia una audiencia más amplia, cuyos conocimientos técnicos sobre la sostenibilidad pueden llegar a ser limitados. Sobre este punto, el estudio de Salaverría–Aliaga, R. (2002), que si bien se centra en la divulgación científica en ámbitos periodísticos, nos aporta luces sobre la importancia de decodificar la información para las audiencias. Al respecto, este habla de la existencia de tres niveles expresivos para esta actividad: el nivel léxico, enfocado en la selección de vocabulario; el nivel oracional, que relaciona a las oraciones con los órdenes sintácticos; y el nivel textual, en el cual texto y discurso se entrelazan. En este sentido, un campo de estudio para la presente década debería estar enfocado en cómo desarrollar idóneamente estos tres niveles al momento de que las memorias o informes de sostenibilidad comuniquen algo a audiencias cada vez más amplias.

Conclusiones

Durante las últimas dos décadas, las exigencias competitivas de las empresas se han vuelto cada vez más estrictas en sus relaciones con el medioambiente, la sociedad y la economía. El ritmo cambiante de la empresa en el siglo XXI y la creciente amplitud de los temas de los informes, reportes o memorias de sostenibilidad han intensificado estas expectativas entre los *stakeholders* internos y externos, partiendo especialmente por el hecho de que dichos documentos son el producto de un ejercicio voluntario de contabilidad y transparencia que realiza la empresa con la finalidad de construir los imaginarios posibles en sus

públicos.

Aunque los estudios en la región latinoamericana sobre los informes, reportes o memorias de sostenibilidad se han centrado en el ámbito de los negocios, gestión y contabilidad, se requiere ampliar la investigación a los ámbitos de la comunicación organizacional o corporativa. Esto se da en respuesta a que es necesario pensar que los informes centran su atención en la empresa como una generadora de mensajes, de datos, de información para sus audiencias internas y externas, las cuales crean símbolos y perspectivas sobre lo que es dicha organización y lo que se puede comunicar sobre esta. En este aspecto es importante retomar los aportes de Flores–Hernández et al. (2020) y Siano (2012), quienes, desde distintos enfoques, abordan que las acciones de las organizaciones implican la construcción de un discurso, sea este explícito o implícito, y sus relaciones posibles con quienes entran en contacto con estas.

Uno de los elementos críticos dentro de los estudios ha sido la poca relación existente entre el COVID–19 y la literatura seleccionada en este caso. Si bien la presente investigación no abordó directamente esta relación, sí resulta importante esclarecer la necesidad de trabajar con mayor profundidad en este ámbito, ya que, desde 2021, se vienen advirtiendo a escala global retrasos y hasta retrocesos en la Agenda 2030 (2015) y el Acuerdo de París (2015). Esto tiene implicaciones para las organizaciones y sus informes de sostenibilidad, en cuanto estos documentos técnicos son uno de los principales mecanismos de comunicación entre los *stakeholders* internos y externos.

Finalmente, resulta imperativa la investigación sobre cómo comunicar información técnica y especializada por fuera de los grupos de interés directo de una organización. En ese sentido, el amplio trabajo realizado en la divulgación científica ofrece un camino para saber cómo transmitir grandes cantidades de datos de una organización hacia un público que no es necesariamente un conocedor de los ámbitos de acción de dicha institución. En este punto es importante recalcar que los informes, reportes o memorias de sostenibilidad son el punto de convergencia informativa de departamentos como producción, talento humano, responsabilidad social, gobierno corporativo, finanzas, entre otros. Esto los convierte en un poderoso instrumento comunicacional, por lo cual se sugieren estudios para mejorar los mecanismos de recopilación de dicha información, así como de la transmisión idónea y eficaz a las audiencias en los escenarios *transmedia* y *crossmedia* que emergen en las sociedades que van paulatinamente adaptando nuevos formatos para narrar los hechos asociados a las marcas y productos con los cuales interactúan.

Referencias

- Acuerdo de París. (2015). Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Cambio Climático (COP21). <https://www.un.org/es/climatechange/paris-agreement>
- Adams, C. A. y McNicholas, P. (2007). Making a difference: Sustainability reporting, accountability and organizational change. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 20(3), 382-402. <https://doi.org/10.1108/09513570710748553>

- Aerts, W. y Cormier, D. (2009). Media legitimacy and corporate environmental communication. *Accounting, Organizations and Society*, 34(1), 1–27. <https://doi.org/10.1016/J.AOS.2008.02.005>
- Aljajawy, T. M. A., Dolab, Y., y Alkhfajy, E. J. A. (2023). The Role of Global Reporting Initiative (GRI) for Achieving Sustainability Reporting. *Lecture Notes in Networks and Systems*, 495 LNNS, 867–884. https://doi.org/10.1007/978-3-031-08954-1_73
- Aureli, S. (2023). Environmental Disclosure. *Encyclopedia of Sustainable Management*, 1444–1449. https://doi.org/10.1007/978-3-031-25984-5_677
- Aureli, S., Del-Baldo, M., Lombardi, R., y Nappo, F. (2020). Nonfinancial reporting regulation and challenges in sustainability disclosure and corporate governance practices. *Business strategy and the environment*, 29(6), 2392–2403. <https://doi.org/10.1002/BSE.2509>
- Bacq, S. y Aguilera, R. V. (2022). Stakeholder Governance for Responsible Innovation: A Theory of Value Creation, Appropriation, and Distribution. *Journal of Management Studies*, 59(1), 29–60. <https://doi.org/10.1111/JOMS.12746>
- Baier, P., Berninger, M., y Kiesel, F. (2020). Environmental, social and governance reporting in annual reports: A textual analysis. *Financial Markets, Institutions & Instruments*, 29(3), 93–118. <https://doi.org/10.1111/FMII.12132>
- Burgos-Romero, C. (2018). La responsabilidad social o sostenibilidad: un enfoque desde el entorno y la comunicación. *RETOS. Revista de Ciencias de la*

- Administración y Economía*, 8(16), 47–59. <https://doi.org/10.17163/RET.N16.2018.04>
- Cahyandito, F. (2010). *Corporate Sustainability Reporting – A New Approach for Stakeholder Communication*. <https://papers.ssrn.com/abstract=1670686>
- Caputo, F., Pizzi, S., Ligorio, L., y Leopizzi, R. (2021). Enhancing environmental information transparency through corporate social responsibility reporting regulation. *Business Strategy and the Environment*, 30(8), 3470–3484. <https://doi.org/10.1002/bse.2814>
- Comisión Económica para América Latina y el Caribe [CEPAL]. (2000). *Objetivos de Desarrollo del Milenio. Organización de las Naciones Unidas*. <https://www.cepal.org/es/temas/objetivos-de-desarrollo-del-milenio-odm/objetivos-desarrollo-milenio>
- Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo de la ONU. (1987). *Informe de la Comisión Mundial sobre el Medio Ambiente y el Desarrollo «Nuestro Futuro Común» (A/42/427)*. https://www.ecominga.uqam.ca/PDF/BIBLIOGRAPHIE/GUIDE_LECTURE_1/CMMAD-Informe-Comision-Brundtland-sobre-Medio-Ambiente-Desarrollo.pdf
- Cooper, S. y Owen, D. (2007). Corporate social reporting and stakeholder accountability: The missing link. *Accounting, Organizations and Society*, 32(7–8). <https://doi.org/10.1016/j.aos.2007.02.001>
- Dabelko, G. D. (2008). An Uncommon Peace: Environment, Development and the Global Security Agenda. *Environment: Science and Policy for Sustainable Development*, 50(3), 32–45. <https://doi.org/10.3200/ENVT.50.3.32-45>

- Diez-Cañamero, B., Bishara, T., Otegi-Olaso, J. R., Minguez, R., y Fernández, J. M. (2020). Measurement of Corporate Social Responsibility: A Review of Corporate Sustainability Indexes, Rankings and Ratings. *Sustainability*, 12(5), 2153. <https://doi.org/10.3390/SU12052153>
- Donthu, N., Kumar, S., Mukherjee, D., Pandey, N., y Lim, W. M. (2021). How to conduct a bibliometric analysis: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 133, 285–296. <https://doi.org/10.1016/J.JBUSRES.2021.04.070>
- E-Vahdati, S. y Aripin, N. (2023). A Review of Global Reporting Initiative (GRI) Research with Sustainability Reporting: 1999–2020 dataset. *Revista de Contabilidad-Spanish Accounting Review*, 26(2), 274. <https://doi.org/10.6018/RCSAR.468261>
- Ferreira, A., Moulang, C., y Hendro, B. (2010). Environmental management accounting and innovation: An exploratory analysis. *Accounting, Auditing and Accountability Journal*, 23(7), 920–948. <https://doi.org/10.1108/09513571011080180>
- Fifka, M. (2012). The development and state of research on social and environmental reporting in global comparison. *Journal für Betriebswirtschaft*, 62(1), 45–84. <https://doi.org/10.1007/S11301-012-0083-8>
- Flores-Hernández, A., Olavarría-Jaraba, A., Valera-Blanes, G., y Vázquez-Carrasco, R. (2020). Sustainability and Branding in Retail: A Model of Chain of Effects. *Sustainability*, 12(14), 1–15. <https://doi.org/10.3390/SU12145800>
- Froehlich, C. (2014). International publications about sustainability: a review of articles using the

- technique of qualitative content analysis. *Revista de Administração da UFSM*, 7(2), 178–195. <https://doi.org/10.5902/198346596519>
- Galvez, C. (2018). Análisis de co-palabras aplicado a los artículos muy citados en Biblioteconomía y Ciencias de la Información (2007–2017). *Transinformação*, 30(3), 277–286. <https://doi.org/10.1590/2318-08892018000300001>
- Global Reporting Initiative. (s. f.). Página de inicio. <https://www.globalreporting.org/>
- Gokten, S., Ozerhan, Y., y Gokten, P. O. (2020). The historical development of sustainability reporting: a periodic approach. *Zeszyty Teoretyczne Rachunkowości*, 107(163), 99–118. <https://doi.org/10.5604/01.3001.0014.2466>
- Gomez-Trujillo, A. M., Velez-Ocampo, J., y Gonzalez-Perez, M. A. (2020). A literature review on the causality between sustainability and corporate reputation: What goes first? *Management of Environmental Quality: An International Journal*, 31(2), 406–430. <https://doi.org/10.1108/MEQ-09-2019-0207>
- González-Hernández, E. M., Orozco-Gómez, M. M., De-La-Paz-Barríos, A. (2011). El valor de la marca desde la perspectiva del consumidor. Estudio empírico sobre preferencia, lealtad y experiencia de marca en procesos de alto y bajo involucramiento de compra. *Contaduría y administración*, 235, 217–239. http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0186-10422011000300011&lng=es&nrm=iso&tlng=es
- Hahn, R. y Kühnen, M. (2013). Determinants of sustainability reporting: a review of results, trends, theory, and opportunities in an expanding field of research. *Journal*

of *Cleaner Production*, 59, 5–21. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2013.07.005>

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). Exploring the research on sustainability reporting: a comprehensive bibliometric and literature review in the Latin American context. *Revista de Gestão Ambiental e Sustentabilidade*, 12(1), e22801. <https://doi.org/10.5585/2023.22801>

Jensen, J. C. y Berg, N. (2012). Determinants of Traditional Sustainability Reporting Versus Integrated Reporting. An Institutional Approach. *Business Strategy and the Environment*, 21(5), 299–316. <https://doi.org/10.1002/BSE.740>

Juniati, J. y Abadi, K. (2017). Content analysis method: A proposed scoring for quantitative and qualitative disclosures. En *Handbook of Research Methods in Corporate Social Responsibility*, 349–363. <https://doi.org/10.4337/9781784710927.00028>

Kadam, P. V. (2024). Embracing the Future: Unveiling the Role of Sustainability in Innovative Branding. *Educational Administration: Theory and Practice*, 30(6), 2312–2318. <https://doi.org/10.53555/KUEY.V30I6.5733>

Khan, M., Lockhart, J., y Bathurst, R. (2020). A multi-level institutional perspective of corporate social responsibility reporting: A mixed-method study. *Journal of Cleaner Production*, 265. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2020.121739>

- Manes-Rossi, F., Nicolò, G., Tiron-Tudor, A., y Zanellato, G. (2020). Drivers of integrated reporting by state-owned enterprises in Europe: a longitudinal analysis. *Meditari Accountancy Research*, 29(3), 586–616. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-07-2019-0532>
- McCahery, J. A., Pudschedl, P. C., y Steindl, M. (2022). Institutional Investors, Alternative Asset Managers, and ESG Preferences. *European Business Organization Law Review*, 23(4), 821–868. <https://doi.org/10.1007/s40804-022-00264-0>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2015). Agenda 2030 para el Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/sustainabledevelopment/es/2015/09/la-asamblea-general-adopta-la-agenda-2030-para-el-desarrollo-sostenible/>
- Organización de las Naciones Unidas [ONU]. (2015). Objetivos de Desarrollo Sostenible. <https://www.un.org/es/impacto-acad%C3%A9mico/page/objetivos-de-desarrollo-sostenible>
- Park, S. R. y Jang, J. Y. (2021). The Impact of ESG Management on Investment Decision: Institutional Investors' Perceptions of Country-Specific ESG Criteria. *International Journal of Financial Studies* 2021, 9(3), 48. <https://doi.org/10.3390/IJFS9030048>
- Rahi, A. F., Johansson, J., Fagerström, A., y Blomkvist, M. (2022). Sustainability Reporting and Management Control System: A Structured Literature Review. *Journal of Risk and Financial Management*, 15(12). <https://doi.org/10.3390/JRFM15120562>

- Retamal-Ferrada, L. (2020). ¿Desarrollo sostenible o sustentable? Estudio de las memorias de sostenibilidad de la industria energética en Chile. En L.G. Duquino Rojas & S. Nail (Eds.), *Sustentabilidad y conciencia ambiental urbana en Abya Yala (Latinoamérica)* (pp. 53–87). Editorial Uniagustiniana. <https://doi.org/10.28970/9789585498457.02>
- Roca, L. C. y Searcy, C. (2012). An analysis of indicators disclosed in corporate sustainability reports. *Journal of Cleaner Production*, 20(1), 103–118. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2011.08.002>
- Rocca, L., Giacomini, D., y Zola, P. (2020). Environmental disclosure and sentiment analysis: state of the art and opportunities for public-sector organizations. *Meditari Accountancy Research*, 29(3), 617–646. <https://doi.org/10.1108/MEDAR-09-2019-0563>
- Safari, M. y Areeb, A. (2020). A qualitative analysis of GRI principles for defining sustainability report quality: an Australian case from the preparers' perspective. *Accounting Forum*, 44(4), 344–375. <https://doi.org/10.1080/01559982.2020.1736759>
- Salaverría-Aliaga, R. (2002). Técnicas redaccionales para la divulgación científica. *Mediatika. Cuadernos de Medios de Comunicación, monográfico "En torno al Periodismo científico: aproximaciones"*, (8), 13–25. <https://ojs.euskotikaskuntza.eus/index.php/mediatika/article/view/96>
- Siano, A. (2012). La comunicazione per la sostenibilità nel management delle imprese. <https://ojs.sijm.it/index.php/sinergie/article/view/275>

- Siew, R. Y. J. (2015). A review of corporate sustainability reporting tools (SRTs). *Journal of Environmental Management*, 164, 180–195. <https://doi.org/10.1016/J.JENVMAN.2015.09.010>
- Srivastav, A. (2019). Earth in Reverse Gear. In: *The Science and Impact of Climate Change. Advances in Geographical and Environmental Sciences*. Springer. https://doi.org/10.1007/978-981-13-0809-3_1
- Tiwari, K. y Khan, M. S. (2020). Sustainability accounting and reporting in the industry 4.0. *Journal of Cleaner Production*, 258, 120783. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2020.120783>
- Traxler, A. A., Schrack, D., y Greiling, D. (2020). Sustainability reporting and management control – A systematic exploratory literature review. *Journal of Cleaner Production*, 276. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2020.122725>
- Trelles–Rodríguez, I., Rodríguez Betancourt, M., Knezevich Pilay, T., y Donoso Guerrero, F. (2017). *Gestión de comunicación de riesgo y de crisis*. Universidad Católica de Santiago de Guayaquil.
- Turzo, T., Marzi, G., Favino, C., y Terzani, S. (2022). Non-financial reporting research and practice: Lessons from the last decade. *Journal of Cleaner Production*, 345. <https://doi.org/10.1016/J.JCLEPRO.2022.131154>
- Unerman, J. (2017). *The Perspectives of Sustainability Accounting*. Impresa Progetto. <https://www.impresaprogetto.it/interviews/perspectives-sustainability-accounting>
- Usman, B. (2020). CSR Performance, Firm’s Attributes, and Sustainability Reporting. *International Journal of Business and Society*, 21(2), 521–539. <https://doi.org/10.33736/IJBS.3269.2020>

- Valentinov, V. y Chia, R. (2022). Stakeholder theory: A process-ontological perspective. *Business Ethics, the Environment & Responsibility*, 31(3), 762–776. <https://doi.org/10.1111/BEER.12441>
- Van-Eck, N. J. y Waltman, L. (2010). Software survey: VOSviewer, a computer program for bibliometric mapping. *Scientometrics*, 84(2), 523–538. <https://doi.org/10.1007/S11192-009-0146-3>
- Van-Oorschot, K. E., Aas-Johansen, V., Lynes-Thorup, N., y Aspen, D. M. (2024). Standardization cycles in sustainability reporting within the Global Reporting Initiative. *European Management Journal*, 42(4), 492–502. <https://doi.org/10.1016/J.EMJ.2024.04.001>
- Van-Riel, C. B. M. (2007). *Essentials of corporate communication: Implementing practices for effective reputation management*. <https://doi.org/10.4324/9780203390931>