

## Revelación de la información voluntaria sobre el capital humano en los informes anuales

**Miguel Ángel Villacorta Hernández**

Doctor en Ciencias Económicas y Empresariales

Departamento de Contabilidad. Universidad Complutense de Madrid

[mianvi@emp.ucm.es](mailto:mianvi@emp.ucm.es)

*Fecha de recepción:* noviembre de 2005

*Fecha de aceptación:* diciembre de 2005

**Área de especialización:** Contabilidad/Finanzas

---

### **Resumen:**

La normalización contable actual impide el registro de parte de la información sobre los intangibles de las diferentes empresas. Para atenuar esta situación, muchas empresas ofrecen datos voluntarios sobre ellos en la documentación contable que ofrecen a terceros. Este trabajo analiza la información voluntaria que exponen las empresas españolas cotizadas sobre los intangibles no reconocidos en el Balance, incidiendo en el lugar que ocupan dentro del Informe Anual. La principal conclusión de la investigación es que las empresas ofrecen la información voluntaria que más les interesa para sus propias motivaciones y, sin embargo, los usuarios de la Contabilidad Financiera necesitan una información más amplia y comparable sobre el Capital Humano.

**Palabras clave:** capital humano, contabilidad normalizada, informes anuales, información voluntaria.

---

**Title:** Revelation of the voluntary information about Human Capital in the Annual Reports.

### **Abstract:**

The Financial Accounting impedes the registration on behalf of the information on the intangible of the different companies. To attenuate this situation, many

companies offer voluntary data on them in the accounting documentation. This work analyzes the voluntary information of the Spanish companies about the intangible, impacting in the place that they occupy inside the Annual Report. The main conclusion of the investigation is that the companies offer the voluntary information that more it interests them for their own motivations and, however, the users of the Financial Accounting need a wider and more comparable information on the Human Capital.

**Keywords:** human capital, financial accounting, annual report, voluntary information.

## 1. Justificación de la investigación

En el contexto económico presente, el Capital Humano es el motor del desarrollo económico y social. Sin embargo, a pesar de la importancia de este concepto, sus peculiaridades jurídicas y económicas dificultan su normalización.

La contabilidad es una de estas legislaciones a las que afecta decisivamente el incremento de su importancia, pues presenta dificultades para registrar algunos elementos del Capital Humano. La legislación contable actual no incorpora al Balance los recursos autogenerados por las compañías, salvo los que la legislación considere que poseen una alta probabilidad de obtener beneficios futuros.

Las deficiencias en el registro de los activos intangibles autogenerados convierte a la contabilidad financiera en un sistema de información incompleto y, en consecuencia, inadecuado para satisfacer las necesidades informativas de los usuarios externos.

Para intentar resolver esta situación existe una corriente de opinión favorable a reflejar voluntariamente información sobre el Capital Humano. Esto se materializa en la documentación contable de algunas empresas, las cuales, ante las dificultades para reconocer los intangibles en el Balance, publican información sobre ellos, de forma voluntaria, en el Informe Anual aunque fuera de las Cuentas Anuales.

Esta incorporación voluntaria está evidentemente realizada de forma desigual, de modo que no existe una incorporación homogénea de los datos que puedan permitir al usuario externo comparar las diversas sociedades. Ante la ausencia de homogeneización, las empresas que incluyen datos sobre los intangibles de forma voluntaria informan de los aspectos que más le interesan para sus motivaciones particulares, o en el mejor de los casos, los que consideran fundamentales.

Ante esta situación, parece necesario que un trabajo de investigación analice la información que actualmente muestran las empresas de forma voluntaria, con dos posibles objetivos:

- a) Servir de guía para la divulgación del Capital Humano entre el conjunto de empresas, en el caso que la ofrecida en estos momentos fuese adecuada.
- b) Normalizar en un futuro la información a divulgar, en el supuesto que la ofrecida en estos momentos fuese insuficiente o inadecuada.

Este trabajo de investigación analiza la información voluntaria que sobre el Capital Humano ofrecen las empresas.

## **2. Objetivo de la investigación**

El objetivo de esta investigación es analizar la información que, sobre el Capital Humano, aparece voluntariamente en el Informe Anual.

## **3. Estudios previos sobre la divulgación de la información del capital humano**

Como primer paso para analizar las prácticas de revelación de los activos intangibles integrantes del capital humano realizados por las diferentes empresas, se procede a establecer una recopilación de los trabajos en los que se ha revisado dicha información.

Los trabajos analizados, ordenados por fecha de realización, aparecen reflejados en el cuadro 1, así como, los aspectos más destacables de los mismos: autor, año

del estudio, elementos objeto de estudio, tamaño de la muestra, periodo de información de la muestra recogida y conclusiones más relevantes.

AUTOR	ELEMENTOS ANALIZADOS	MUESTRA	CONCLUSIONES PRINCIPALES
<b>Carmona y Carrasco (1988)</b>	Labor social y Recursos Humanos	61 empresas españolas cotizadas y no cotizadas, 1985	18 empresas informan sobre la seguridad en el trabajo, 38 sobre el desarrollo personal y 12 sobre las actividades humanitarias
<b>Giner (1995)</b>	Actividades de marketing, I+D, presencia en el mercado y Recursos Humanos	49 empresas cotizadas en la Bolsa de Valencia, excluidas financieras, seguros y SIM, 1989-1991	Obtiene un valor del índice de divulgación para I+D: 0.47 (1989), 0.55 (1990), 0.47 (1991); y para trabajadores y su formación: 0.24 (1989), 0.15 (1990), 0.09 (1991)
<b>Moneva y Llena (1996)</b>	Labor social y Recursos Humanos	47 empresas industriales cotizadas en el mercado continuo de la Bolsa de Madrid, 1992	Todas informan sobre los empleados en la Memoria, casi un 50% en el Informe de Gestión y otro tanto en el resto de información
<b>Pons (1996)</b>	Recursos Humanos	35 empresas españolas cotizadas en el mercado continuo de la Bolsa de Madrid, 1993-1994	El 100% de las empresas difunden la información obligatoria sobre empleados y el 51% publica información voluntaria
<b>Peyró (1997)</b>	Labor social y Recursos Humanos	52 empresas cotizadas en el mercado continuo de la Bolsa de Madrid susceptibles de adherirse al sistema comunitario de gestión y auditoría medioambiental, 1994	Todas las empresas informan sobre los empleados, el 100% en la Memoria el 53.85% en el Informe de Gestión, el 25% en la Carta del Presidente y el 36.54% en la Información adicional
<b>Subbarao y Zéghal (1997)</b>	Recursos Humanos	120 empresas cotizadas de Alemania, Canadá, Corea del Sur, Japón, UK y USA, 1993-1994	Los aspectos más divulgados son los programas de pensiones y de beneficios
<b>Mazarracín (1998)</b>	Recursos Humanos	66 empresas españolas en 1978 y 1988, 33 en 1991 y 23 en 1996	El porcentaje de empresas que informan sobre distintos aspectos de los recursos humanos disminuye entre 1978 y 1996
<b>Laínez et al. (1999)</b>	Recursos Humanos	30 empresas (2 de cada uno de los países de la UE, de entre las 10 empresas más grandes en cada uno de los países)	El 70% de las compañías hacen referencia a los empleados en las Cuentas Anuales, principalmente en la Memoria
<b>García-Arrieta (2001)</b>	Activos intangibles, entre ellos los recursos humanos	a) 65 grupos españoles que cotizan en bolsa, 1996-1999 b) 38 empresas del club Intellect, 1999 c) 100 empresas que integran el índice S&P Global 100, 1997-1999	Las empresas analizadas detallan en la Memoria toda la información que sus respectivas normativas dictan como obligatoria, siendo escasa la información voluntaria ofrecida

Cuadro 1. Estudios empíricos revisados

Fuente: Elaboración propia con adaptación parcial de Sierra y Rojo (2002)

De los estudios revisados podemos destacar varios aspectos:

Las compañías que componen las muestras son, en la mayoría de los casos, cotizadas y de gran dimensión.

Las muestras están formadas por empresas pertenecientes a un país (Australia, Austria, Canadá, España, Estados Unidos y Reino Unido), salvo los trabajos de Subbarao y Zéghal (1997), Laínez *et al.* (1999), García-Arrieta (2001) que realizan un estudio de la información divulgada en varios estados.

En algunos trabajos se suelen omitir los sectores financieros y de seguros (Giner, 1995) (Pons, 1996), debido a su especial normativa respecto a la información a divulgar. Otros trabajos tienen por objetivo el estudio de sectores concretos: por ejemplo Moneva y Llena (1996), Peyró (1997) y Archel (1999) se centran en el sector industrial.

Los períodos analizados generalmente se circunscriben a un año, con la excepción de Giner (1995), García-Arrieta (2001) y Sierra y Rojo (2002) que abarcan tres años y Pons (1996), Mazarracín (1998) y que analizan, respectivamente, dos y cuatro años.

La documentación que ha servido de soporte a los investigadores para la realización del estudio ha sido diversa, pudiendo clasificar las investigaciones en dos grupos:

- El Informe Anual, distinguiendo, la información divulgada en cada uno de sus componentes: Carta del Presidente, Cuentas Anuales, Informe de Gestión y resto del Informe (Moneva y Llena, 1996) (Peyró, 1997) (García-Arrieta, 2001) (Sierra y Rojo, 2002).
- La información recogida en las páginas web oficiales de las empresas (Gandía, 2002).

#### **4. Metodología de la investigación**

Para alcanzar el objetivo analizaremos el contenido de la información sobre el Capital Humano, que aunque no aparezca recogida de forma obligatoria en el

Balance e Informe de Gestión, sí lo hace de forma voluntaria en otra parte del Informe Anual.

A efectos de esta investigación, consideramos al Capital Humano como la combinación de habilidades, aptitudes, educación, valores, relaciones interpersonales y la capacidad de los empleados individuales de la empresa para llevar a cabo su labor.

La investigación consiste en la revisión de los Informes Anuales de todas las empresas que cotizan en la Bolsa de Madrid, incluyendo Cartas del Presidente, Cuentas Anuales, Informe de Gestión y cualquier otro tipo de información que discrecionalmente incorporen las sociedades. Con ello intentaremos conocer el porcentaje de empresas que ofrecen información voluntaria sobre el Capital Humano y el contenido de esa información. Los resultados del análisis del contenido se expondrán en términos absolutos y relativos sobre dos dimensiones: (a) la realizada de forma meramente narrativa y (b) la que complementa a la anterior con indicadores cuantitativos, con independencia de que sean numéricos o no numéricos y la empresa los ofrezca en términos absolutos (con una cifra) o relativos (en porcentaje).

La información que vamos a analizar en esta investigación es la voluntaria que ofrecen las empresas sin que les obligue la legislación contable, por lo que no analizaremos la información de carácter obligatorio ofrecida, tanto en las Cuentas Anuales como en el Informe de Gestión.

## **5. Descripción de la muestra**

La investigación analiza los Informes Anuales de las 189 empresas que cotizan en el Mercado Continuo de la Bolsa de Madrid en el ejercicio contable 2.001. Para procesar la información, ordenamos las empresas en función de la clasificación sectorial establecida por este organismo (Bolsa de Madrid, 2005).

Para que los resultados de un muestreo opinático, como el realizado en esta investigación (López Cachero, 1991, 399), puedan ser tenidos en cuenta, la muestra elegida debe ser representativa. Consideramos que la muestra sería representativa si integrara empresas de los diferentes sectores productivos de la

economía. El cuadro 2 refleja la distribución de las empresas de la muestra en los diferentes sectores.

<b>SECTOR</b>	<b>F/ ABSOLUTA</b>	<b>F/ RELATIVA</b>
1. Bienes de consumo	35	18.5 %
2. Bienes de inversión e intermedios	41	21.6 %
3. Energía	11	5.8 %
4. Construcción	8	4.2 %
5. Servicios Financieros	37	19.5 %
6. Comunicaciones y servicios de información	11	5.8 %
7. Servicios de mercado	46	24.3 %
<b>TOTAL</b>	<b>189</b>	<b>100 %</b>

Cuadro 2. Distribución de las empresas por sectores

Fuente: Elaboración propia

Los sectores con mayor representación en la muestra son “Bienes de consumo”, “Bienes de inversión e intermedios”, “Servicios financieros” y “Servicios de mercado”, que a su vez son los sectores con mayor peso en los mercados de bienes y de capitales internacionales, y en particular, en los mercados de capitales españoles (Bolsa de Madrid, 2005).

De las 189 empresas que forman parte de la muestra, no deben aparecer en la muestra efectiva 27 de ellas, ya que su documentación contable no ofrece información voluntaria relevante sobre estos temas, limitándose a indicar la información a la que obliga la legislación contable española.

Una vez descartadas estas empresas, la muestra efectiva es de 163 compañías, que ofrecen algún tipo de información voluntaria del Capital Humano en el Informe Anual pero fuera de las Cuentas Anuales. El anexo número 1 expone las empresas integrantes de la muestra efectiva, ordenadas alfabéticamente, indicando el sector de actividad al que pertenecen.

## **6. Información exclusivamente literal**

La mayoría de las empresas toman la decisión de ofrecer información exclusivamente literal sin incluir indicadores no monetarios para complementarla. El principal problema de incluir únicamente lenguaje literal es que puede acercarse más a meros datos publicitarios que a información útil a los usuarios de la documentación contable para la toma de decisiones.

El anexo 2 recoge los ámbitos del Capital Humano reflejados de forma literal en los Informes Anuales de las empresas que conforman la muestra, ordenados de mayor a menor recurrencia.

El cuadro 3 recoge un resumen de los aspectos meramente literales sobre el Capital Humano incluidos en los Informes Anuales de las empresas de la muestra, indicando la materia sobre la que versa la información literal y la frecuencia relativa de aparición respecto a la muestra.

<b>Ámbitos del Capital Humano expuestos de forma literal</b>	<b>F/ RELATIVA</b>
Recursos Humanos	40´2%
Seguridad laboral y Salud laboral	11´1%
Programas de formación	6´8%

Cuadro 3. Frecuencia de aparición de la información literal sobre el Capital Humano en la información voluntaria de los Informes Anuales. Fuente: Elaboración propia

Los aspectos más frecuentemente recogidos por los Informes Anuales son todos los relacionados con la importancia y gestión de los empleados, englobados, de forma conjunta, en el apartado recursos humanos, pues son mostrados por el 40,2% de las empresas analizadas.

El segundo aspecto que aparece con mayor recurrencia es el referido a la seguridad y salud laboral (11´1%), incluida la información sobre la prevención de riesgos laborales.

El examen del Capital Humano se completa con la información literal ofrecida sobre los programas de formación de la empresa. A pesar de que únicamente el 6´8% de las empresas recogen información literal sobre los programas formativos, muchas de ellas, como veremos más adelante, ofrecen indicadores para ampliar dicho ámbito. Incluso muchas de las empresas que no ofrecen información literal sobre el tema muestran indicadores de las acciones formativas, su asistencia y valoración.

De los datos anteriores concluimos, que a pesar de incluir el aspecto del Capital Humano que con mayor frecuencia exponen los Informes Anuales, la importancia y



gestión de los empleados, la amplitud de materias del Capital Humano sobre las que informan las empresas es muy limitada.

Sobre la información literal del Capital Humano proponemos motivar al conjunto de las empresas a que ofrezcan información literal sobre ámbitos que en la actualidad no recogen y que son estratégicamente fundamentales, por ejemplo, los esfuerzos de la compañía en el mantenimiento y motivación de los empleados.

## **7. Información por medio de indicadores**

Frente a la anterior posición de ofrecer solamente información literal sobre ciertos aspectos del Capital Humano, existe otra posibilidad, consistente en complementar esa información con indicadores monetarios y no monetarios.

En el anexo 3 se presentan los indicadores del Capital Humano recogidos en los Informes Anuales de las empresas que conforman la muestra, ordenados de mayor a menor recurrencia.

Esta opción permite apoyar con una cifra (número o porcentaje) la información literal ofrecida voluntariamente y, además, sirve como medio para objetivizar y comparar la información a ofrecer.

El número mayor de indicadores se concentra en el Capital Humano. El cuadro 4 recoge un resumen de los indicadores encontrados en la muestra sobre esta dimensión del Capital Humano y su frecuencia de aparición

El 45´5% de las empresas incluyen en sus Informes Anuales la cifra del número medio de empleados.

En segundo lugar, y con mucha menos presencia (14´2%), las empresas de la muestra recogen el número de horas de formación, sea reflejado en términos totales o de forma unitaria por empleado.

El 12´6% de las compañías reflejan, de alguna manera (gráficos, diagramas...), la distribución de la plantilla por nivel de educación.

<b>Indicadores del Capital Humano</b>	<b>F/ RELATIVA</b>
Número de empleados de la empresa	45´5%
Horas de formación	14´2%
Distribución de la plantilla por nivel de educación	12´6%
Número de empleados participantes en cursos de formación	12´1%
Número de cursos impartidos	10´0%
Distribución de los cursos formativos por materias	6´8%
Distribución de la plantilla por categoría profesional	6´8%
Edad media de la plantilla	6´8%
Inversión en formación	6´3%
Productividad de la plantilla	5´2%
Número de empleados promocionados internamente	4´2%
Número de empleados con retribución variable	4´2%
Porcentaje de hombres y mujeres empleados en la empresa	4´2%
Número de empleados incorporados del exterior en el último ejercicio	4´2%
Índices de siniestralidad laboral	4´2%
Distribución de la plantilla entre personal fijo y eventual	3´7%
Antigüedad media de la plantilla	3´1%
Horas de formación / jornada laboral	2´6%
Distribución del personal entre los que reciben retribución fija y variable	2´6%
Índice de absentismo laboral	1´5%
Distribución de cursos formativos por áreas de negocio	1´5%
Distribución de la plantilla por profesiones	1´5%
Índices de satisfacción de la plantilla	1´0%
Porcentaje de personas contratadas tras el proceso de selección	1´0%
Distribución de la plantilla por centros de trabajo	0´5%
Número de personas incorporadas del exterior en los 5 últimos ejercicios	0´5%
Índice de satisfacción de la formación obtenida	0´5%
Incremento del número de horas dedicadas a formación	0´5%
Porcentaje de empleados con acciones u obligaciones convertibles	0´5%
Porcentaje del personal que trabaja en jornada partida	0´5%
Número de contratos en prácticas	0´5%
Número de cursos impartidos en el extranjero	0´5%
Número de empleados participantes en cursos en el extranjero	0´5%
Número de empleados menores de 35 años	0´5%
Número de empleados menores de 45 años	0´5%
Porcentaje de empleados mayores de 55 años	0´5%
Número de empleados con menos de 15 años de antigüedad	0´5%
Número de contrataciones de jóvenes con alto potencial	0´5%
Número de personas contratadas con minusvalías	0´5%
Número de sugerencias aportadas por el personal	0´5%
Rotación externa no deseada / total de empleados	0´5%
Número de empleados premiados por sus sugerencias	0´5%
Número de nacionalidades encontradas entre los trabajadores	0´5%
Porcentaje del incremento salarial anual	0´5%
Porcentaje de plantilla que aporta propuestas de mejora	0´5%

Cuadro 4. F Frecuencia de aparición de los indicadores del Capital Humano en la información voluntaria de los Informes Anuales. Fuente: Elaboración propia

El cuarto indicador que aparece con más frecuencia es el número total de empleados participantes en los cursos de formación o el porcentaje de empleados que participan en los mismos, con una concurrencia del 12´1%.

El quinto indicador también tiene que ver con los cursos de formación, pues el 10% de las empresas de la muestra recogen el número de cursos impartidos.

A continuación, encontramos tres indicadores con una frecuencia relativa del 6´8%: distribución de los cursos formativos por materias, distribución de la plantilla por categoría profesional y edad media de la plantilla.

El noveno indicador del Capital Humano es la inversión en formación para los empleados, que aparece en el 6´3% de las compañías.

En décimo lugar, aparecen diferentes indicadores sobre la productividad de la plantilla (5´2%).

Después de éste, aparecen cinco indicadores mostrados por el 4´2% de las empresas: número de empleados promocionados internamente, número de empleados con retribución variable, porcentaje de hombres y mujeres empleados en la empresa, número de empleados incorporados del exterior en el último ejercicio e índices de siniestralidad laboral.

El 3´7% de las empresas muestran el porcentaje entre el personal fijo y eventual.

El decimoséptimo indicador mostrado por las empresas es el que ofrece la antigüedad media de la plantilla dentro de la compañía (3´1%).

El 2´6% de las empresas muestrales ofrecen información sobre la distribución del personal entre los que reciben retribución fija y variable; el mismo porcentaje de empresas incluye el indicador "horas de formación / jornada laboral".

Del análisis realizado sobre estos tipos de indicadores podemos concluir varios aspectos.

No todas las sociedades que ofrecen algún indicador de Capital Humano recogen información literal sobre el tema, al contrario, varias empresas, por ejemplo, la constructora "Obras y Servicios Públicos", exponen indicadores, como el "número

de empleados”, sin complementarla con información literal sobre los Recursos Humanos.

El índice de antigüedad en la empresa se expresa de formas demasiado diversas. Por ejemplo, unas compañías muestran el porcentaje de empleados con menos de 15 años de antigüedad (Banesto) y otras ofrecen información sobre el porcentaje de empleados con menos de otra cifra. Igual ocurre con la edad media de la plantilla, pues algunas empresas ofrecen el “número de trabajadores menores de 45 años” (Banesto) y otras el “número de empleados menores de 35 años” (Avanzit). De la misma forma, algunas empresas ofrecen datos sobre los empleados que superan una cifra de edad, por ejemplo el “porcentaje de empleados mayores de 55 años” (Logista). Parece necesario homogeneizar la cifra a incluir para ofrecer unos resultados comparables.

La aparición masiva de algún indicador y la minoritaria de otros no significa que unas empresas estén muy concienciadas con la exposición del Capital Humano y otras no, pues existen empresas, como Cementos Leona, que ofrecen información sobre el número de empleados que reciben cursos de formación pero no expresan el número de empleados totales de la sociedad.

Tras analizar la información de los cuadros y establecer las conclusiones, aportamos el tratamiento recomendado para algún indicador del Capital Humano.

El principal indicador incluido por las empresas, el número de empleados, no es ni importante ni representativo del Capital Humano de la mayoría de los sectores, sólo lo sería en los que sea fundamental el número de vendedores o de algún trabajador especializado. Para la globalidad de las empresas parece más importante incidir en la productividad, mantenimiento y situación laboral de esos empleados.

Un aspecto fundamental del Capital Humano es la satisfacción de los empleados. A tal efecto, varias empresas incluyen índices de satisfacción de la plantilla diseñados por ellas, medidas que recogen esa información pero también presentan el gran inconveniente de la alta subjetividad. Por esta razón, proponemos complementar estos indicadores con algunos otros, más objetivos, que nos acerquen a esta información de forma indirecta, como el “porcentaje del incremento salarial anual”, que muestra la empresa Hullas Coto Cortes.

No existen indicadores para reflejar un aspecto fundamental del Capital Humano, el mantenimiento de trabajadores. Únicamente encontramos indicadores que lo muestren parcialmente y de forma indirecta, como la antigüedad media de la plantilla (Banco Atlántico, Banco Popular, Banco Sabadell, Bankinter, BSCH, Caja Madrid y Unión Fenosa). Proponemos el establecimiento del indicador “porcentaje de empleados que mantienen su puesto de trabajo”.

Los índices de siniestrabilidad laboral han sido agrupados para recoger su frecuencia de aparición, pero no todas las empresas incluyen los mismos y entre ellas existen diferentes formas de calcular similares índices. Proponemos consensuar algunos de ellos y la forma concreta de especificarlos, para que sea incluida información comparable entre las diferentes empresas.

Las empresas de la muestra no reflejan la misma orientación para todos los indicadores. En algunos de ellos (número de cursos impartidos) un valor más alto en el indicador ofrece una mejor imagen de la empresa, sin embargo, en otros (rotación externa no deseada, número de contratos en prácticas, índice de absentismo laboral, índices de siniestrabilidad laboral) un valor mayor indica una situación peor. Para solucionarlo, proponemos la unificación de criterios y establecer los indicadores de forma que el aumento del indicador suponga una mejora en la situación de la empresa. Para ello proponemos la modificación de los índices para adaptarlos a esta situación, por ejemplo, convertir el índice “rotación externa no deseada” en “porcentaje de empleados satisfechos que mantienen su puesto”.

El indicador “número de contratos en prácticas” pretende estar definido como una correlación positiva entre el valor y la imagen de la empresa, al contrario que el indicador “número contratos estables”, pues intenta reflejar el esfuerzo de la empresa en ofrecer un puesto de trabajo a personas recién formadas. Sin embargo, este índice no puede reflejarlo por sí sólo, porque un alto valor de este índice tampoco es necesariamente un aspecto positivo, por lo que habría que completarlo con otro similar al “porcentaje de contratos en prácticas que se convierten en indefinidos”.

Existen indicadores que presentan una indefinición en su definición. El indicador “número de contratación de jóvenes con alto potencial” (BBVA) no tiene bien definido lo que se entiende por empleado joven. Para solucionarlo proponemos definir cada partida integrante del indicador de forma concreta y detallada, estableciendo una cifra de edad concreta.

No parece adecuado la utilización de distribuciones, tanto de los cursos formativos (por materias o por áreas de negocio), como de la plantilla (por nivel de educación, por categorías profesional por profesiones o por centros de trabajo). La información así presentada es irrelevante para comparar el Capital Humano de las diferentes empresas. Si alguna de ellas es importante debería presentarse como porcentaje, por ejemplo “porcentaje de diplomados o licenciados universitarios respecto al total”.

El indicador “distribución de la plantilla entre personal fijo y eventual” no puede ser comparable entre las diferentes empresas, por esa razón, proponemos su modificación por el indicador “porcentaje de empleados con contrato fijo respecto al total”, ofreciendo un dato concreto expresado en porcentaje.

Las empresas ofrecen dos indicadores muy relacionados y complementarios: “horas de formación” y “horas de formación / jornada laboral”, y que quizás debería consensuarse uno de ellos. Para mejorar la comparabilidad interempresarial proponemos la inclusión de esta medida expresada en porcentaje, por ejemplo el “porcentaje de horas de formación / jornada laboral”.

El indicador “porcentaje de personas contratadas tras el proceso de selección” no parece representativo en el contexto económico actual, pues la estructura del personal en las empresas es más flexible pudiendo incorporar trabajadores por otros medios que no sea la selección directa, como por ejemplo, la contratación temporal. Además, un mayor número de personas contratadas tras el proceso de selección no parece indicar un Capital Humano mejor gestionado. En nuestra opinión, es más adecuado la inclusión del “incremento del número de trabajadores”.

Las mismas empresas muestran indicadores con información redundante, como la ofrecida por el Banco Guipuzcoano, Bankinter, BBVA y Caja Madrid con la exposición simultánea de dos índices complementarios: el “número de empleados

con retribución variable” y la “distribución del personal entre los que reciben retribución fija y variable”. Para intentar reducir la redundancia de información, únicamente debe tener cabida uno de ellos. En nuestra opinión, es mejor la inclusión del segundo indicador, porque expresa sus resultados en porcentaje más que en términos de frecuencia absoluta, situación que ofrecería resultados más comparables entre las diferentes compañías. Sin embargo, desde aquí expresamos las dudas acerca de si tener muchos empleados con retribución variable indica una situación más favorable para el conjunto de las sociedades, o más bien únicamente sería útil para reflejar el Capital Humano de determinadas empresas en las que sea muy importante la unión entre los resultados de la sociedad y la remuneración de los trabajadores como factor de motivación.

El índice absoluto “edad media de la plantilla” no parece representativo, pues un mayor valor no indica que la empresa se encuentre en mejor situación. Proponemos la utilización del número de empleados que se encuentran entre dos edades, en función de la plenitud laboral en cada tipo de empresa. Más importante que la edad media de los empleados son los años de permanencia en la empresa, porque con ellos se muestra la experiencia de los trabajadores y su mantenimiento por parte de la empresa.

El indicador encontrado en la empresa Telefónica Móviles, “incremento del número de empleados”, parece fundamental, porque refleja un cierto nivel de expansión de la sociedad y cierta estabilidad en el puesto de trabajo de los empleados.

No parece muy importante el indicador ofrecido por la empresa Ponferrada, “distribución de la plantilla por centros de trabajo”, pues al contrario que la “distribución de la plantilla por profesiones”, “distribución de la plantilla por nivel de educación” o “distribución de la plantilla por categoría profesional” expuestos por otras sociedades o grupos, que ofrecen una información significativa sobre la estructura de los recursos humanos, el indicador a que no referimos no ofrece una información representativa sobre ellos.

La inclusión del “porcentaje del personal que trabaja en jornada partida” podría ofrecer unos resultados equívocos, pues no posee un Capital Humano más

adecuado la empresa que posea un mayor número de trabajadores con jornada partida o con jornada completa.

El indicador “porcentaje de empleados con acciones y obligaciones convertibles” no parece básico para mostrar ningún aspecto fundamental del Capital Humano, sin embargo, sí puede ser utilizado como medida auxiliar de la vinculación de los trabajadores a la empresa.

El indicador “número de empleados premiados por sus sugerencias” no permite la comparabilidad entre las distintas empresas porque sus dimensiones pueden ser muy diferentes. Para que sea homogeneizable debería incluirse el “porcentaje de empleados premiados por sus sugerencias” lo que supondría ofrecer un porcentaje en vez de un número absoluto.

## **8. Consecuencias finales**

El Capital Humano debe seguir siendo analizado, pues los avances en su estudio deberían ser acordes con la creciente importancia concedida por las empresas, la doctrina y los organismos públicos y privados. A pesar de ello, y teniendo en cuenta que el presente estudio empírico es un análisis limitado a un momento y a un tipo de información determinada, de los resultados obtenidos podemos extraer las siguientes conclusiones:

1. Reconocemos el interés de muchas empresas por ofrecer información voluntaria sobre el Capital Humano en su documentación contable orientada a terceros, por lo que podemos suponer que no es cierto que las empresas únicamente quieren mostrar información sobre el Capital Humano a los usuarios internos y no ofrecerla a terceros para mantener los secretos de su proceso productivo. Creemos que las empresas desean ofrecer parte de la información sobre este tema a los usuarios externos, pero se encuentran con la dificultad de que no existe un método establecido para reflejarlo
2. Dado que detectamos una cierta concienciación por parte de las grandes empresas cotizadas respecto a la importancia de sus activos intangibles, en la medida que con carácter voluntario proporcionan información relativa a los mismos, es necesario seguir trabajando con estudios empíricos para



intentar discernir la utilidad y oportunidad de la emisión de este tipo de información voluntaria para el resto de empresas

3. El 52´3% de las empresas ofrecen información voluntaria, sea en forma literal o por medio de indicadores (anexo 4). De este dato se obtiene que, teniendo en cuenta la amplia concepción de recursos humanos que recogemos, la exposición voluntaria sobre este tipo de información se ha frenado, porque ofrece niveles similares a los encontrados en estudios realizados en la década anterior
4. La información voluntaria sobre el Capital Humano se encuentra actualmente (a) en diferentes ubicaciones de los Informes Anuales, (b) con diferentes denominaciones y, además, (c) aparece con una profundidad desigual
5. Respecto a la ubicación de la información voluntaria sobre el Capital Humano, las empresas no establecen un apartado único donde encontrarla, lo que provoca un esfuerzo importante a la hora de poder analizarla. Las empresas ofrecen esta información en diversos apartados de la documentación que ofrecen al público en general: el Informe de Gestión, la Carta del Presidente y los apartados complementarios del Informe Anual elaborados a tal efecto, recibiendo las más dispares denominaciones. La disgregación de este tipo de información a lo largo de todo el Informe Anual hace muy difícil su localización. Con el objetivo de facilitar a los distintos usuarios la búsqueda de este tipo de información proponemos la ubicación de la información del Capital Humano en un apartado único, fijo y estable dentro del Informe Anual para todas las empresas que deseen ofrecer información sobre estos aspectos. El establecimiento de un emplazamiento perfectamente identificable donde incluir la información del Capital Humano permitiría separarla de la mera publicidad con la que actualmente se confunde y entremezcla
6. Respecto a la nomenclatura, lo importante es que hubiese una única denominación que facilitase su localización. Con la generalización y normalización de una nomenclatura única evitaríamos las denominaciones particulares de la empresa, como el nombre de la empresa o ella misma

acompañada de coletillas o palabras personalizadas, y las denominaciones sobre aspectos puntuales de la organización. En nuestra opinión, la denominación más adecuada es Capital Humano

7. La investigación parte de la idea generalizada de que la exposición voluntaria del Capital Humano a los Informes Anuales se realiza por dos medios: ofrecer información literal de ciertos aspectos del Capital Humano, y complementar la información literal con una serie de indicadores. La inclusión de información literal es independiente de la inclusión de indicadores, pues en el desarrollo de investigación hemos encontrado empresas y grupos que para mostrar uno de sus aspectos ofrecen indicadores sin incluir información literal. Por esta razón, no podemos admitir la premisa de partida: "las empresas emiten indicadores para completar la información literal", al contrario, afirmamos que las empresas ofrecen dos soluciones independientes para mostrar el Capital Humano: (a) información literal e (b) indicadores
8. La información literal incluida por las diferentes sociedades sirve más para autopromocionarse que para ofrecer una información útil a la toma de decisiones, situación producida, sobre todo, por la heterogeneidad de la información ofrecida, tanto en los temas elegidos como en su amplitud. De esta forma, las empresas suelen incidir en los aspectos que consideran fundamentales para mejorar su imagen o aspectos que potencialmente podrían perjudicarla
9. Respecto a la presentación de indicadores la experiencia es interesante, pero existiendo 45 indicadores con gran variedad de aspectos a analizar. En esta situación, es absolutamente obligatorio establecer un listado detallado de indicadores con los que un usuario externo podría hacerse una idea aproximada de la empresa
10. La principal conclusión de esta investigación es que la exposición con indicadores debe diferenciar, con claridad, su ámbito de aplicación, siendo diferente si se utiliza en la Contabilidad Normalizada o en la Contabilidad de Gestión. La Contabilidad Financiera debe buscar, sobre todas las posibles características, una información comparable sobre el Capital Humano. Para

alcanzar la comparabilidad interempresarial proponemos cinco medidas: (a) definir cada partida de forma concreta, (b) establecer un único sentido en la orientación de los indicadores, (c) establecer cierto nivel de normalización y (d) establecer un listado de indicadores diferente para cada sector productivo

11. Muchos indicadores establecidos por las empresas cotizadas pueden ser calculados de varias formas, por ejemplo por la vaguedad de uno de los componentes (número de contratación de jóvenes). Para solucionar las dificultades de comparabilidad provocadas por la obtención, de forma diferente, de indicadores similares, proponemos definir cada partida integrante del indicador de forma concreta y detallada
12. No todos los indicadores analizados están diseñados con la misma orientación. En algunos de ellos (número de cursos de formación), un valor más alto de indicadores ofrece una mejor imagen de la empresa, sin embargo, en otros (rotación externa no deseada, número de contratos en prácticas, índice de absentismo laboral, índices de siniestrabilidad laboral) un valor mayor indica una situación más deteriorada. Para solucionarlo proponemos la unificación de criterios por medio de la modificación de los indicadores, de forma que el aumento del indicador suponga una mejora en la situación de la empresa; por ejemplo, convertir el índice "rotación externa no deseada" en "porcentaje de empleados satisfechos que mantienen su puesto"
13. Pero sobre todo es necesario analizar con detalle la principal interrogante que se deriva de esta investigación, el nivel de normalización de la información. Para ello podemos utilizar dos medios antagónicos: (1) mantener esa información como voluntaria, siendo necesario que los organismos contables emitan pautas de actuación orientativas para aquellas empresas que quieran informar sobre los elementos que conforman su Capital Humano, o (2) normalizar esa información, para lo cual los organismos reguladores de normas deben emitir un documento detallado de aplicación obligatoria sobre la información del Capital Humano que las empresas deben mostrar. Estas dos medidas extremas podrían no ser la solución adecuada. La primera opción no está dando los resultados

adecuados, porque la exposición totalmente voluntaria ofrece una información tan diversa que no permite hacerse una idea de la evolución de las empresas y grupos. La información puramente literal incide en los aspectos que le resulta más interesante para ofrecer una mejor imagen, obviando los que puede resultar desventajosos. Respecto a los indicadores que acompañan a esa información, las mismas empresas emiten múltiples indicadores sobre un mismo aspecto mientras que para otros aspectos no incluyen indicador alguno. Por su parte, la segunda opción presentaría un coste y una complejidad alta y la imposibilidad de normalizar la información literal. No parecen adecuadas ninguna de estas rígidas soluciones porque es absolutamente necesario aunar flexibilidad y normalización en la exposición de la información sobre el Capital Humano

14. Por esta razón la solución podría ser otras dos alternativas intermedias entre ellas: (a) obligar a las empresas a incluir esa información pero no regular sus contenidos y (b) normalizar los indicadores y obligar a recoger ciertas dimensiones literales, aunque dejando libertad acerca de su contenido. La primera no tiene ningún sentido y no supondría ventajas respecto a la situación actual, por lo que desde aquí abogamos por la generalización de la segunda. El contenido en formato literal debe ser totalmente voluntario de forma que cada unidad empresarial incluya la información que crea más adecuada. Sin embargo, deben estar normalizados los apartados sobre los que la empresa debe informar de forma literal y los indicadores que obligatoriamente debe incluir
  
15. Las necesidades informativas sobre el Capital Humano son muy diferentes para cada tipo de negocios. Por ello, concluimos que la toma de decisiones requiere necesariamente que los indicadores y los apartados de la información literal sobre el Capital Humano deben normalizarse para cada sector, situación que permitiría la comparación interempresarial

## Referencias

BOLSA DE MADRID (2005). Listado de empresas clasificadas por sectores, <[http://www.bolsademadrid/esp/empresas/clasif\\_sectores.htm](http://www.bolsademadrid/esp/empresas/clasif_sectores.htm)>, consulta realizada el 10/02/2005.

CARMONA, S.; CARRASCO, F. (1988). 'Información de contenido social y estados contables: una aproximación empírica y algunas consideraciones teóricas', *Actualidad financiera*, nº 41, noviembre, 2175-2192.

GARCÍA ARRIETA, M. (2001). 'La información contable de los activos intagibles', Tesis doctoral, *Universidad San Pablo CEU*, Madrid.

GINER INCHAUSTI, B. (1995): 'La divulgación de información financiera: una investigación empírica', *Instituto de Contabilidad y Auditoría de Cuentas*, Madrid.

LAÍNEZ, J.A.; CALLAO, S.; JARNE, J.I. (1999). 'Tendencias en la presentación de la información económico-financiera en las empresas europeas', *X Congreso AECA*, septiembre, Zaragoza.

LÓPEZ CACHERO, M. (1991). 'Fundamentos y Métodos de Estadística', *Pirámide*, Madrid.

MAZARRACÍN BORREGUERO, M. R. (1998). 'La información contable de los Recursos Humanos', *ICAC*, Madrid.

MONEVA ABADÍA, J.M.; LLENA MARACULLA, F. (1996). 'Análisis de la información sobre responsabilidad social en las empresas industriales que cotizan en Bolsa', *Revista Española de Financiación y Contabilidad*, nº 87, abril-junio, 361-401.

PEYRÓ VILAPLANA, E. (1997). 'Información social y ambiental en España: Un estudio empírico', *IX Congreso de AECA*, Salamanca, 681-703.

PONS FELIX, A. (1996). 'La información social sobre empleados', *Partida Doble*, nº 73, diciembre, 23-29.

SIERRA FERNÁNDEZ, M. / ROJO RAMÍREZ, A. A. (2002): 'La revelación de información sobre activos intangibles en la gran empresa español: un estudio empírico', *X Encuentro de Profesores Universitarios de Contabilidad*, 29 mayo a 1 de junio 2002, Santiago de Compostela.

SUBBARAO, A.V. / ZÉGHAL, D. (1997): 'Human resources information disclosure in Annual Reports: an International Comparison', *Journal of Human Resource Costing and Accounting*, Vol. 2, nº 2, Autumn, 53-73.

## Anexos

### Anexo 1. Muestra efectiva de la investigación ordenada alfabéticamente

<b>GRUPO</b>	<b>SECTOR</b>
Abengoa	Servicios de mercado
Acciona	Construcción
Aceralia	Bienes de inversión e intermedios
Acerinox	Bienes de inversión e intermedios
Acesa	Servicios de mercado
ACS	Construcción
Adolfo Domínguez	Bienes de consumo
Aforasa	Bienes de inversión e intermedios
Agbar	Servicios de mercado
Aldeasa	Bienes de consumo
Altadis	Bienes de consumo
Amadeus	Servicios de mercado
Amper	Comunicaciones y servicios de información
Aragonesas	Bienes de inversión e intermedios
Asturiana de Zinc	Bienes de inversión e intermedios
Aurea	Servicios de mercado
Avanzit	Comunicaciones y servicios de información
Azkar	Servicios de mercado
Azkoyen	Bienes de inversión e intermedios
Bami	Servicios de mercado
Banco Atlántico	Servicios financieros
Banco de Andalucía	Servicios financieros
Banco de Castilla	Servicios financieros
Banco de Crédito Balear	Servicios financieros
Banco Esfinge	Servicios financieros
Banco de Galicia	Servicios financieros
Banco Guipuzcoano	Servicios financieros
Banco Pastor	Servicios financieros
Banco Popular	Servicios financieros
Banco Sabadell	Servicios financieros
Banco de Valencia	Servicios financieros
Banco de Vasconia	Servicios financieros
Banco Vitalicio	Servicios financieros
Banesto	Servicios financieros
Bankinter	Servicios financieros
Barón de Ley	Bienes de consumo
Bayer	Bienes de inversión e intermedios
BBVA	Servicios financieros
Grupo Befesa	Servicios de mercado
Bodegas Riojanas	Bienes de consumo

Bodegas y Bebidas	Bienes de consumo
BSCH	Servicios financieros
CAF	Bienes de inversión e intermedios
Grupo Caja Madrid	Servicios financieros
Grupo Campofrío Alimentación	Bienes de consumo
Carrefour	Bienes de consumo
Catalana Occidente	Servicios financieros
Cementos Alfa	Bienes de inversión e intermedios
Cementos Leonesa	Bienes de inversión e intermedios
Cementos Portland	Bienes de inversión e intermedios
Cepsa	Energía
CLEOP	Construcción
CLH	Servicios de mercado
Colonial	Servicios de mercado
Corporación Financiera Alba	Servicios financieros
Corporación Mapfre	Servicios financieros
Cortefiel	Bienes de consumo
Cuétara	Bienes de consumo
CVNE	Bienes de consumo
Dogi	Bienes de consumo
Grupo Dragados	Construcción
Duro Felguera	Bienes de inversión e intermedios
EADS	Bienes de inversión e intermedios
Ebro Puleva Grupo	Bienes de consumo
Elecnor	Bienes de inversión e intermedios
Enaco	Bienes de consumo
Ence	Bienes de inversión e intermedios
Endesa	Energía
Europac	Bienes de inversión e intermedios
Ercros	Bienes de inversión e intermedios
Europistas	Servicios de mercado
Faes	Bienes de consumo
FCC	Construcción
Ferrovial	Construcción
FILO	Servicios de mercado
Frimancha	Bienes de consumo
Funespaña	Servicios de mercado
Gamesa	Bienes de inversión e intermedios
Gas Natural	Energía
Global Steel	Bienes de inversión e intermedios
Heineken	Bienes de consumo
Hidrocarbónico	Energía
Hullas Coto Cortés	Energía
Hullera Vasco Leonesa	Energía
Iberdrola	Energía
Iberia	Servicios de mercado
Iberpapel	Bienes de inversión e intermedios
Iberpistas	Servicios de mercado
Imisa	Bienes de inversión e intermedios
Inbesos	Servicios de mercado
Incusa	Bienes de consumo
Inditex	Bienes de consumo
Indo Internacional	Bienes de consumo
Indra	Comunicaciones y servicios de información
Inmolevante	Servicios de mercado
Inypsa	Servicios de mercado
Jazztel	Comunicaciones y servicios de información
Koipe	Bienes de consumo
La Seda	Bienes de inversión e intermedios
Lingotes Especiales	Bienes de inversión e intermedios
Liwe Española	Bienes de consumo
Logista	Servicios de mercado
Natra	Bienes de consumo
Mapfre Vida	Servicios financieros

Mecalux	Bienes de inversión e intermedios
Metrovacesa	Servicios de mercado
Mercapital	Servicios financieros
NH-Hoteles	Servicios de mercado
Nicolás Correa	Bienes de inversión e intermedios
Nueva Montaña	Bienes de inversión e intermedios
Obras y Servicios Públicos	Construcción
OHL (Obrasco Huarte Lain)	Construcción
Papelera Navarra	Bienes de inversión e intermedios
Parques Reunidos	Servicios de mercado
Pascual Hermanos	Bienes de consumo
Federico Paternina	Bienes de consumo
Pescanova	Bienes de consumo
Grupo Picking Pack	Bienes de consumo
Ponferrada	Energía
Portland Valderribas	Bienes de inversión e intermedios
Prim	Bienes de consumo
Prisa	Comunicaciones y servicios de información
Procisa	Servicios de mercado
Promociones Eurobuilding	Servicios de mercado
Prosegur	Servicios de mercado
Puleva Biotech	Bienes de consumo
TPI	Comunicaciones y servicios de información
Uniland	Bienes de inversión e intermedios
Unión Fenosa	Energía
Unión Resinera	Bienes de inversión e intermedios
Unipapel	Servicios financieros
Uralita	Bienes de inversión e intermedios
Urbis	Servicios de mercado
Recoletos	Comunicaciones y servicios de información
Red Eléctrica de España	Energía
Renfila	Servicios de mercado
Reno Medici	Bienes de inversión e intermedios
Repsol YPF	Energía
Saba	Servicios de mercado
Sniace	Bienes de inversión e intermedios
Sogecable	Comunicaciones y servicios de información
Sol Melia	Servicios de mercado
Sotogrande	Servicios de mercado
Tavex Algodonera	Bienes de consumo
Tafisa	Bienes de inversión e intermedios
Tecnocom	Servicios financieros
Telefónica	Comunicaciones y servicios de información
Telefónica Móviles	Comunicaciones y servicios de información
Telepizza	Servicios de mercado
Terra	Comunicaciones y servicios de información
Testa	Servicios de mercado
Trasmediterránea	Servicios de mercado
Tubacex	Bienes de inversión e intermedios
Tubos Reunidos	Bienes de inversión e intermedios
Tudor	Bienes de inversión e intermedios
Grupo Vallehermoso	Servicios de mercado
Vidrala	Bienes de consumo
Viscofan	Bienes de consumo
Grupo Volkswagen	Bienes de inversión e intermedios
Zabalburu	Servicios de mercado
Zardoya Otis	Bienes de inversión e intermedios
Zeltia	Bienes de consumo
<b>TOTAL</b>	<b>162</b>



*Anexo 2. Ámbitos del Capital Humano expuestos de forma literal*

		F/ ABSOLUTA	F/ RELATIVA
Recursos Humanos (Importancia y gestión de los empleados)	Abengoa Acciona Aceralia Acesa ACS Adolfo Domínguez Aforasa Asturiana de Zinc Aragonesas Avanzit Azkoyen Banco Atlántico Banco Guipuzcoano Banco Popular Banco Sabadell Banesto Bankinter Barón de Ley Bayer BBVA BSCH CAF Campofrio Carrefour Cementos Lemona Cementos Portland Cepsa Colonial Cortefiel Cuétara Duro Felguera EADS Ebro Puleva Enaco Ence Ercros FCC FILO Gas Natural Hidrocantábrico Hullas Coto Cortés Hullera Vasco Leonesa Iberdrola Iberia Imisa Inditex Indra Inypsa Jazztel Koipe Lingotes Especiales Mercapital Metrovacesa NH-Hoteles Nueva Montaña OHL Pascual Hermanos Papelera Navarra Portland Valderribas Ponferrada Prim Prisa Prosegur	76	40,2%

	Puleva Biotech Recoletos Repsol Sniace Telefónica Telefónica Móviles Tubos Reunidos Tudor Unión Fenosa Urbis Vallehermoso Zabalburu Zardoya Otis		
Seguridad laboral / Salud laboral (Riesgos laborales)	Abengoa Asturiana de Zinc Acciona Aragonesas Befesa Cementos Lemona Cementos Portland Dragados Duro Felguera Endesa Ercros FCC Hidrocantábrico Hullera Vasco Leonesa Lingotes Especiales Logista OHL Ponferrada Portland Valderribas Tubos Reunidos Zardoya Otis	21	11´1%
Programas de formación	Acciona Altadis Cementos Lemona Dragados EADS Enaco Ence Hullera Vasco Leonesa Lingotes Especiales Logista Nueva Montaña Prisa Uralita	13	6´8%

### Anexo 3. Indicadores del Capital Humano

		F/ ABSOLUTA	F/ RELATIVA
Número de empleados de la empresa	Abengoa ACS Adolfo Domínguez Aforasa Agbar Altadis Amadeus Amper Asturiana de Zinc Azkar Banco Atlántico	86	45´5%

	Banco de Andalucía Banco de Castilla Banco de Crédito Balear Banco de Galicia Banco Guipuzcoano Banco Sabadell Banco de Valencia Banco de Vasconia Bankinter Bayer BBVA Carrefour Catalana Occidente Cementos Portland Cepsa CLH Colonial Corporación Mapfre Cortefiel Duro Felguera Ebro Puleva Elecnor Enaco Ence Endesa Ercros Europac Faes FCC FILO Gamesa Gas Natural Hullas Coto Cortés Hullera Vasco Leonesa Iberdrola Iberia Imisa Inditex Indo Indra Inypsa Jazztel Lingotes Especiales Liwe Española Logista Natra NH-Hoteles Nicolás Correa Nueva Montaña Obras y Servicios Públicos OHL Papelera Navarra Pascual Hermanos Picking Pack Ponferrada Portland Valderribas Prim Procisa Prosegur Puleva Biotech Recoletos Sniace Sol Melia Tecnocom Telepizza Telefónica Telefónica Móviles		
--	---	--	--

	Tubos Reunidos Uniland Unión Fenosa Urbis Vidrala Volkswagen Zabalburu Zardoya Otis		
Horas de formación (totales o por empleado)	Abengoa ACS Asturiana de Zinc Agbar Banco Atlántico Banco Guipuzcoano Banco Sabadell Banesto Bankinter Caja Madrid Carrefour Cementos Portland Cepsa Cortefiel Banco de Valencia Dragados Endesa FCC Hidrocantábrico Hullera Vasco Leonesa Indra OHL Portland Valderribas Prosegur Telefónica Móviles Unión Fenosa Zardoya Otis	27	14´2%
Distribución de la plantilla por nivel de educación	Abengoa Acerinox ACS Avanzit Banco Atlántico Banco Popular Banco Sabadell Banco de Valencia Bankinter Caja Madrid Endesa Ercros Faes FCC FILO Iberdrola Indra Inypsa Koipe OHL Telefónica Móviles Unión Fenosa Urbis Vallehermoso	24	12´6%
Número de empleados participantes en cursos de formación (número total o porcentaje)	Abengoa Acerinox ACS Altadis Azkar	23	12´1%

	Banco Atlántico Banco Guipuzcoano Banco Popular Banco de Valencia Banesto Bankinter BSCH Carrefour Cementos Lemona Dragados Endesa Ercros FCC Hidrocantábrico Hullera Vasco Leonesa OHL Unión Fenosa Zardoya Otis		
Número de cursos impartidos (número de acciones formativas)	Abengoa Acerinox ACS Agbar Altadis Banco Atlántico Banco Guipuzcoano Banco Sabadell Carrefour Cepsa Colonial Cortefiel Ercros FCC Hidrocantábrico Hullera Vasco Leonesa OHL Prosegur Unión Fenosa Zardoya Otis	19	10%
Distribución de los cursos formativos por materias	Abengoa Aceralia ACS Asturiana de Zinc Banco Guipuzcoano Dragados Endesa Ercros FCC Hullera Vasco Leonesa Lingotes Especiales OHL Zardoya Otis	13	67,8%
Distribución de la plantilla por categoría profesional (distribución de la plantilla por niveles jerárquicos)	Adolfo Domínguez Banco Atlántico Banco Guipuzcoano Banco de Valencia Catalana Occidente Colonial Duro Felguera Gas Natural Hidrocantábrico Obras y Servicios Públicos Prosegur Uniland Zabalburu	13	67,8%

Edad media de la plantilla	BBVA Banco Atlántico Banco Guipuzcoano Banco Sabadell Banco de Valencia Bankinter BSCH Caja Madrid Catalana occidente Colonial Gas Natural Indra Telefónica Móviles	13	67,8%
Inversión en formación (total o en porcentaje)	Banco Atlántico Banco Guipuzcoano Banco Popular Bankinter BBVA BSCH Caja Madrid Cementos Portland Colonial Unión Fenosa Portland Valderribas Zardoya Otis	12	67,3%
Productividad de la plantilla (facturación / trabajador) (kilogramos / trabajador / hora) (toneladas / trabajador / año)	Bankinter Bayer BBVA Catalana occidente CLH Ence Hullas Coto Cortés Lingotes Especiales Nicolás Correa Urbis	10	57,2%
Número de empleados promocionados internamente	Altadis Banco Atlántico Banco Guipuzcoano Banco Sabadell Bankinter Catalana Occidente Carrefour Endesa	8	47,2%
Número de empleados con retribución variable	Banco Atlántico Banco Guipuzcoano Banesto Bankinter BBVA BSCH Caja Madrid Unión Fenosa	8	47,2%
Porcentaje de hombres y mujeres empleados en la empresa	Banco Atlántico Banco Guipuzcoano Banco Sabadell Bankinter BBVA BSCH Caja Madrid Indra	8	47,2%

Número de empleados incorporados del exterior en el último ejercicio	Banesto Befesa Carrefour Endesa Gamesa Inditex Indra Telefónica Móviles	8	4´2%
Índices de siniestralidad laboral (índice de gravedad, índice de frecuencia..)	Aragonesas Asturiana del Zinc Endesa Ercros Hidrocantábrico Hullera Vasco Leonesa Tubos Reunidos Zardoya Otis	8	4´2%
Porcentaje del personal fijo y eventual	Adolfo Domínguez Agbar Banco Atlántico CLH Ebro Puleva Lingotes Especiales Vallehermoso	7	3´7%
Antigüedad media de la plantilla	Banco Atlántico Banco Popular Banco Sabadell Bankinter BSCH Caja Madrid Unión Fenosa	6	3´1%
Horas de formación / jornada laboral	Banco Guipuzcoano BBVA BSCH Unión Fenosa Zardoya Otis	5	2´6%
Distribución del personal entre los que reciben retribución fija y variable	Banco Guipuzcoano Bankinter Bayer BBVA Caja Madrid	5	2´6%
Porcentaje del personal que operan en España y en el exterior	Abengoa Corporación Mapfre Tecnocom Telefónica Móviles	4	2´1%
Índice de absentismo laboral	Aragonesas BBVA Catalana Occidente	3	1´5%
Distribución de cursos formativos por áreas de negocio	Endesa OHL Unión Fenosa	3	1´5%
Distribución de la plantilla por profesiones (distribución de la plantilla por área de negocio)	Duro Felguera Hullas Coto Cortés Recoletos	3	1´5%

Índices de satisfacción de la plantilla	BSCH Dragados	2	1%
Porcentaje de personas contratadas tras el proceso de selección	Carrefour Prosegur	2	1%
Distribución de la plantilla por centros de trabajo	Ponferrada	1	0´5%
Número de personas incorporadas del exterior en los 5 últimos ejercicios	Banesto	1	0´5%
Índice de satisfacción de la formación obtenida	Unión Fenosa	1	0´5%
Incremento del número de horas dedicadas a formación	Vallehermoso	1	0´5%
Porcentaje de empleados con acciones u obligaciones convertibles	Bankinter	1	0´5%
Porcentaje del personal que trabaja en jornada partida	Bayer	1	0´5%
Número de contratos en prácticas	Bayer	1	0´5%
Número de cursos en el extranjero	Bayer	1	0´5%
Número de empleados participantes en cursos en el extranjero	Bayer	1	0´5%
Número de empleados menores de 35 años	Avanzit	1	0´5%
Número de empleados menores de 45 años	Banesto	1	0´5%
Porcentaje de empleados mayores de 55 años	Logista	1	0´5%
Número de empleados con menos de 15 años de antigüedad	Banesto	1	0´5%
Número de contrataciones de jóvenes con alto potencial	BBVA	1	0´5%
Número de personas contratadas con minusvalías	Carrefour	1	0´5%



Número de sugerencias aportadas por el personal	Caja Madrid	1	0´5%
Rotación externa no deseada / Total de empleados	Caja Madrid	1	0´5%
Número de empleados premiados por sus sugerencias	Caja Madrid	1	0´5%
Número de nacionalidades encontradas entre los trabajadores	NH-Hoteles	1	0´5%
Porcentaje del incremento salarial anual	Hullas Coto Cortés	1	0´5%

*Anexo 4. Empresas que ofrecen información sobre el capital humano, tanto de forma literal o con indicadores*

GRUPO	SECTOR
Abengoa	Servicios de mercado
Acciona	Construcción
Aceralia	Bienes de inversión e intermedios
Acesa	Servicios de mercado
ACS	Construcción
Adolfo Domínguez	Bienes de consumo
Aforasa	Bienes de inversión e intermedios
Aqbar	Servicios de mercado
Altadis	Bienes de consumo
Amadeus	Servicios de mercado
Aragonesas	Bienes de inversión e intermedios
Asturiana de Zinc	Bienes de inversión e intermedios
Banco Atlántico	Servicios financieros
Banco de Andalucía	Servicios financieros
Banco de Castilla	Servicios financieros
Banco de Crédito Balear	Servicios financieros
Banco de Galicia	Servicios financieros
Banco Guipuzcoano	Servicios financieros
Banco Popular	Servicios financieros
Banco Sabadell	Servicios financieros
Banco de Valencia	Servicios financieros
Banco de Vasconia	Servicios financieros
Banesto	Servicios financieros
Bankinter	Servicios financieros
Barón de Ley	Bienes de consumo
Bayer	Bienes de inversión e intermedios
BBVA	Servicios financieros
BSCH	Servicios financieros
CAF	Bienes de inversión e intermedios
Grupo Caja Madrid	Servicios financieros
Grupo Campofrío Alimentación	Bienes de consumo
Carrefour	Bienes de consumo
Catalana Occidente	Servicios financieros
Cementos Leonesa	Bienes de inversión e intermedios
Cementos Portland	Bienes de inversión e intermedios
Cepsa	Energía
Colonial	Servicios de mercado

Corporación Mapfre	Servicios Financieros
Cortefiel	Bienes de consumo
Duro Felguera	Bienes de inversión e intermedios
Ebro Puleva Grupo	Bienes de consumo
Elecnor	Bienes de inversión e intermedios
Enaco	Bienes de consumo
Ence	Bienes de inversión e intermedios
Ercros	Bienes de inversión e intermedios
Faes	Bienes de consumo
FCC	Construcción
FILO	Servicios de mercado
Gamesa	Bienes de inversión e intermedios
Gas Natural	Energía
Hidrocantábrico	Energía
Hullas Coto Cortés	Energía
Hullera Vasco Leonesa	Energía
Iberdrola	Energía
Iberia	Servicios de mercado
Iberpistas	Servicios de mercado
Imisa	Bienes de inversión e intermedios
Inditex	Bienes de consumo
Indo Internacional	Bienes de consumo
Indra	Comunicaciones y servicios de información
Jazztel	Comunicaciones y servicios de información
Koipe	Bienes de consumo
Lingotes Especiales	Bienes de inversión e intermedios
Liwe Española	Bienes de consumo
Logista	Servicios de mercado
Natra	Bienes de consumo
Metrovacesa	Servicios de mercado
Mercapital	Servicios Financieros
NH-Hoteles	Servicios de mercado
Nicolás Correa	Bienes de inversión e intermedios
Nueva Montaña	Bienes de inversión e intermedios
Obras y Servicios Públicos	Construcción
OHL (Obrasco Huarte Lain)	Construcción
Papelera Navarra	Bienes de inversión e intermedios
Pascual Hermanos	Bienes de consumo
Grupo Picking Pack	Bienes de consumo
Ponferrada	Energía
Portland Valderribas	Bienes de inversión e intermedios
Prim	Bienes de consumo
Prisa	Comunicaciones y servicios de información
Procisa	Servicios de mercado
Prosegur	Servicios de mercado
Unión Fenosa	Energía
Uralita	Bienes de inversión e intermedios
Urbis	Servicios de mercado
Recoletos	Comunicaciones y servicios de información
Repsol YPF	Energía
Sniace	Bienes de inversión e intermedios
Tecnocom	Servicios Financieros
Telefónica	Comunicaciones y servicios de información
Telefónica Móviles	Comunicaciones y servicios de información
Telepizza	Servicios de mercado
Tubos Reunidos	Bienes de inversión e intermedios
Tudor	Bienes de inversión e intermedios
Grupo Vallehermoso	Servicios de mercado
Vidrala	Bienes de consumo
Grupo Volkswagen	Bienes de inversión e intermedios
Zabalburu	Servicios de mercado
Zardoya Otis	Bienes de inversión e intermedios
FRECUENCIA ABSOLUTA	99
FRECUENCIA RELATIVA	52´3%

---

© Intangible Capital, 2006 ([www.intangiblecapital.org](http://www.intangiblecapital.org))



El artículo está con [Reconocimiento-NoComercia 2.5 de Creative Commons](http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/es/). Puede copiarlo, distribuirlo y comunicarlo públicamente siempre que cite a su autor y a Intangible Capital. No lo utilice para fines comerciales. La licencia completa se puede consultar en <http://creativecommons.org/licenses/by-nc/2.5/es/>