



*Las opiniones y los contenidos de los trabajos publicados son responsabilidad de los autores, por tanto, no necesariamente coinciden con los de la Red Internacional de Investigadores en Competitividad.*



Esta obra por la Red Internacional de Investigadores en Competitividad se encuentra bajo una Licencia Creative Commons Atribución-NoComercial-SinDerivadas 3.0 Unported. Basada en una obra en riico.net.

## **Reflexionando sobre las bases de la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE)**

<b>Área del Conocimiento</b>	<b>Responsabilidad Corporativa</b>
<b>Temática</b>	<b>Las realidades y limitaciones de la RSC en las organizaciones</b>
<b>Autor e Institución</b>	<b>Laura Margarita Medina Celis</b> <b>Departamento de Contabilidad de la Universidad de Guadalajara</b> <b>Miembro del UDG-CA-535</b> <a href="mailto:lamedina@cucea.udg.mx"><b>lamedina@cucea.udg.mx</b></a>
<b>Datos de ubicación</b>	<b>Centro Universitario de Ciencias Económico Administrativas (CUCEA) Mód. H202, Av. Periférico Norte No. 799 Núcleo Los Belenes Zapopan, Jalisco, México C.P.45101</b> <b>Tel. y Fax. + 52 (33) 3770 33 00 ext. 5175 y (33) 3770 33 76</b>

## **Reflexionando sobre las bases de la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE)**

Laura Margarita Medina Celis

### **0. Resumen**

Este estudio tiene como propósito establecer las bases más trascendentes que permite a las empresas fundamentar sus actuaciones en la triple cuenta de resultados para competir en los mercados con base en acciones responsables de su gestión, estipulando algunas motivaciones que las organizaciones tienen para cumplir desde el ámbito contable con requisitos tales como la emisión de información a cada una de sus partes relacionadas.

Se exponen algunas doctrinas electas en un análisis preliminar tales como la Teoría de los Stakeholders, la Teoría de la Legitimidad, la Teoría de la Política Económica, la Teoría Institucional y la Teoría de la Dependencia de Recursos que propician un soporte para la transparencia de la gestión socialmente responsable en las organizaciones; mediante la consulta y análisis documental exploratorio de literatura utilizando el método deductivo.

### **0. Abstract**

*This study itself purpose to establish the base more important that the corporations permit more important their basis management in the triple bottom line for competition on the markets with responsible actions management, stipulating some motivation that the corporations must have since accountant field with requirements as reveal information of everyone their stakeholders.*

*Some doctrines are exposed in this study as the Stakeholders Theory, Legitimacy Theory, Politic Economic Theory, Institutional Theory and Resource Dependency Theory, that supply it a support for the accountability on corporate social responsibility management; by means of search and analysis exploratory papers on some sources with a deductive method.*

**Keywords:** *Corporate Social Responsibility, Stakeholders Theory, Legitimacy Theory, Politic Economic Theory, Institutional Theory and Resource Dependency Theory.*

## **Reflexionando sobre las bases de la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE)**

### **1. Introducción**

La función de las empresas históricamente ha sido la creación de valor para sus propietarios, Friedman [1962, 126] señala que su principal responsabilidad social es la de maximizar la riqueza para sus accionistas siempre que se encuadre dentro del marco legal a que éstas se encuentran sujetas y sin caer en una conducta fraudulenta.<sup>1</sup> Actualmente la Responsabilidad Social de la Empresa (RSE, en adelante) sigue fundamentada en la idea de la máxima ganancia, siempre que, dicho beneficio sea más plural, distribuyéndolo justamente a un colectivo de actores más amplio y considerando, además, otros aspectos y no exclusivamente los económicos.

La concepción actual de la RSE, incide en los ámbitos social y medioambiental, adquiriendo una posición similar al ámbito económico. La RSE, contempla un alto grado de cambio y adaptación a las características y necesidades de las corporaciones sin establecer límite a sus recursos, relaciones, productos, consideraciones, etc., de cara a la consecución de valor añadido no sólo a sus actividades y fines, sino para todos los que se encuentran relacionados o afectados por la empresa.

Esta consideración ha sido motivada por una serie de cambios relativamente recientes que interna y externamente la empresa ha sufrido, tales como los procesos de globalización, la acelerada innovación técnica, la expansión y difusión de nuevas tecnologías de la información y el conocimiento que junto a otros factores han impulsado las transformaciones de la vida social. Aspectos que, entre otros, han permitido que los individuos se relacionen, conciencien y dirijan a formas más justas, equitativas y responsables de convivencia social (personal, laboral y de gobierno, dentro de la misma empresa e incluso fuera de ella).

Así también, se observa una mayor preocupación por el entorno, su cuidado y su mejora, no sólo pensado en el momento actual sino tomando en cuenta el futuro que depende de la prevención, respeto y explotación “racional” que se haga ahora de los recursos naturales.

---

<sup>1</sup> Ya que la obtención de los óptimos beneficios se configura como una condición esencial para la supervivencia de la empresa.

En este estudio se va a considerar, un reducido número de las teorías en que se posicionan las estructuras que le dan soporte a la RSE, concediéndole a ésta una situación más sólida, para que su inclusión en las organizaciones esté debidamente fundamentada. Algunas concepciones que se exponen en este capítulo irán de la teoría de los *stakeholders*, la teoría de la legitimidad, pasando por las teorías de la política económica y la institucional, hasta la teoría de la dependencia de recursos.

Se propone, a continuación, hacer una revisión de la literatura relacionada a las distintas teorías en que hemos de fundamentar el estudio sobre la RSE, haciendo un análisis de las opiniones en las que se justifica y explica la consideración que en los últimos años ha resurgido reclamando a las empresas una responsabilidad más amplia, consciente y equitativa para con todas sus partes relacionadas.

## **2. La teoría del *stakeholder***

Precisamente, haciendo alusión a los grupos de interés de las organizaciones, nos remitiremos a la *Stakeholders Theory* que según la opinión de algunos estudiosos de la RSE ha adquirido una singular relevancia [Gray, *et. al.*, 1995, 1996 y 1997; Donaldson y Preston, 1995], la definición más generalmente aceptada sobre el concepto de *stakeholders* es precisamente la que proporciona Edward R. Freeman [1984, 25] que, con la publicación de su estudio “*Strategic management: A stakeholder approach*”, señala que los “partícipes son cualquier grupo o individuo que influye o es afectado por la actividad o los objetivos de la compañía, los que pueden tener un sin fin de formas y clasificaciones y que además, estarán determinados en buena parte por las propias características y dimensiones de la empresa”.

Haciendo eco del referido concepto, se señala a algunos de los diferentes partícipes que anteriormente se suponían (identificados por la sociedad) como los únicos que importaban a las corporaciones, tales como propietarios de los bienes tangibles o intangibles, empleados, estado, clientes. En el momento actual, la consideración de éstos se ha extendido para contemplar también a otros participantes (identificados por la organización) como proveedores, competidores, consumidores, comunidades, sociedad, bancos, gobiernos locales, abastecedores, corporaciones industriales o comerciales (nacionales y extranjeras), sindicatos, gobiernos extranjeros, futuras generaciones y hasta las diversas formas de vida animal y vegetal como indican Gray *et. al.*, [1996],

entre otros grupos de interés que pueden ser precisados como parte importante de la RSE ya que participan del desarrollo de los fines y del éxito de la estrategia de negocio que la empresa junto con ellos establece.

Para esta teoría es de gran trascendencia el papel que las partes relacionadas de las organizaciones ha cobrado en los últimos años, destacando una manifiesta concurrencia de los partícipes en el desarrollo de la empresa y su consecuente contribución a la comunidad en que se encuentra como un importante actor social preocupado por las nuevas exigencias y problemas emergentes de la sociedad en pro de un estado de bienestar general presente y posterior.

Las formas en que se establece esta interrelación con la empresa es a través del diálogo que, en ocasiones, ésta propone a los grupos que ha identificado y que mantiene a raíz de la ininterrumpida relación que pactan.

La inclusión de intereses (diversos y conflictivos) de las partes y la atención a expectativas más plurales que convergen en la empresa (un juicio más fluido, social y democrático<sup>2</sup>) pretenden mejorar la capacidad de crear beneficios para atender a una sociedad cada vez más compleja y exigente.

Bajo la exposición de Argandoña [1998, 8] para que demos sentido a la RSE en la empresa “toda relación social llevará consigo una dimensión del bien común”. Él, apoya esta teoría, considerando que el deber de las partes relacionadas, principalmente las internas, es contribuir al fin de la empresa y con ello “aportar su bien común, con las prestaciones concretas” propiciando las condiciones para que cada “partícipe reciba de la empresa aquello que razonablemente espera de ella y a lo que tiene derecho por su contribución [...]”.

Dicha idea consiste, en tomar en cuenta los intereses de todos los implicados (no exclusivamente los de los propietarios de tipo económico) para lograr los objetivos de la empresa. El fin de la empresa estará así, pues, en función de lo que cada *stakeholder* espera recibir [*ibidem.*, 1998, 6-8].

Luego, las consecuencias de decisiones corporativas óptimas que conllevan al éxito económico de la firma son el resultado de la calidad de las relaciones establecidas entre los partícipes, previamente

---

<sup>2</sup> Tal y como lo reconoce Rovira [2002, 33].

identificadas con su responsabilidad, cooperación e interés. El proceso establecido forma parte de un análisis del contexto social, político y económico concreto [Ruiz, 1994].

Rovira [2002: 33] aduce que “la teoría de los *stakeholders*<sup>3</sup> ofrece una visión más realista de las interacciones entre la empresa y su entorno socio-político”, aunque la identificación de las partes relacionadas, “puede ser difícil”. Así como el proceso de diálogo y compromiso con partícipes” será de delicada administración en caso de haber grupos con intereses opuestos y, por tanto, un distinto nivel de atención a los mismos, observando principalmente las demandas sociales de partícipes clave.

Gray *et. al.*, [1996] señalan que en el punto de vista organizativo de la referida teoría se desprende un modelo de rendición de cuentas a todos sus *stakeholders* con una aproximación normativa, descriptiva y explicativa del poder que tienen en el contexto de la RSE según dicho modelo, que involucra las responsabilidades de la firma y la transparencia de sus acciones.

El principal elemento que la empresa puede emplear para gestionar la relación con sus grupos de interés es la información (financiera o de sostenibilidad, o ambas) ofrecida en atención a que éstos den su apoyo y aprobación a la estrategia de la firma, sin encontrarse como una oposición a ésta.

La revelación de información voluntaria es, entonces, una parte importante en la justificación de la teoría de los partícipes con la que se posibilita un canal apropiado de retroalimentación de las relaciones establecidas entre los diferentes grupos de interés y las organizaciones, de las utilidades que cada uno le encuentra en beneficio precisamente de un bien que en la relación entre ambos haya quedado plasmada, o que, conforme se modifiquen sus requerimientos, ambos establezcan los parámetros bajo los cuales se deba atender a dichas necesidades, con transparencia y verificación sirviendo de garantía para la consolidación de sus relaciones.

---

<sup>3</sup> Frente a la teoría del contrato social que señala que se considera a la empresa como agente de un conjunto amplio de partícipes de una sociedad que se conocen como el principal y que han otorgado al agente una licencia para operar que debe satisfacer ciertos requisitos dentro de los límites de la justicia Rovira [2002, 31].

### 3. La teoría de la legitimación

Esta hipótesis nace de la existencia de un contrato social entre la empresa y la sociedad, y es el resultado de la aplicación del estudio del *business ethics*. Subsiste en la organización cuando los objetivos y modos de operar que lleva a cabo son acordes a las normas sociales y sus baluartes.

La empresa en esta idea se configura y expresa con un enfoque institucional considerada como una organización social coordinadora de recursos y con capacidad de influencia, incluso en la legislación, los gustos y preferencias de los consumidores y en la opinión pública, yendo más allá que la *Stakeholders Theory*. Es decir, el quehacer empresarial se ajusta a partir del sistema de valores que una sociedad ha establecido en su devenir, considerando una visión más amplia de sus precedentes y expectativas autenticando las actuaciones que las organizaciones habrán de considerar entre sus objetivos con identificación total a su entorno. Incluso, la propia empresa será hábil para influir en las propias reglas y expectativas de la sociedad, siempre que comparta el sistema de valores de ésta.

De acuerdo con la idea de Gray *et. al.*, [1996, 48] en la teoría de los partícipes se introduce una segunda variante en la que no sólo se toman en cuenta las necesidades y posibilidades de los *stakeholders*, sino que va más allá y añade a dicha concepción teórica, conflictos y disentimientos. Se argumenta que la empresa puede solamente compenetrarse con la sociedad si su sistema de valores es congruente y acorde con esta última, lo que representa una cantidad importante de amenazas a la legitimidad de la organización, sí ésta no las considera en forma idónea y oportuna.

En el respeto a la legislación y en los acuerdos que establecen sus propios principios y valores, la empresa se adapta a su entorno social en busca de legitimación, de no hacerlo así, le puede acarrear una serie importante de problemas (legales o de tipo social), que podrían ir desde la pérdida de confianza y credibilidad hasta el pago de multas o sanciones por su falta de lealtad y compromiso para con la sociedad.

La legitimación del sistema de valores en el que la empresa se constituya debe estar muy por encima de las propias tradiciones y expectativas de la sociedad y debe adaptarse constantemente a su dinamismo, requerimientos y preferencias garantizando la atención inmediata de las necesidades de cada uno de los participantes, e incluso excediendo las perspectivas sociales (que quizá sean muy cambiantes) y a las que deberá anticiparse oportunamente con una actuación proactiva adecuada.

Cuando en algunos casos es difícil o imposible que la empresa esté en posibilidad de adelantarse a los hechos y no sea posible identificar situaciones críticas, una solución posible es que trate de aminorar o poner remedio definitivo a los problemas y a los efectos de sus debilidades, con el fin de amortiguar los obstáculos que encuentre en el entorno en el que se desenvuelve.

Es muy importante señalar que, al igual que en la teoría de los partícipes, la organización debe manifestar su legitimación a través de la emisión de resultados que puedan ser por todos conocidos (aún cuando en este caso no son completamente identificables por la empresa cada uno de sus grupos de interés). Así, las memorias de RSE son estrictamente esenciales para refrendar su actuación con legitimidad.

Tanto la contabilidad, como la información emitida por la firma se ven influidas por conceptos e ideas que imperan en el contexto social en que se desenvuelven, tratando de racionalizar los comportamientos de individuos y procesos que sean útiles para legitimar acciones de las firmas para hacer prevalecer sus intereses auténticos y naturales.

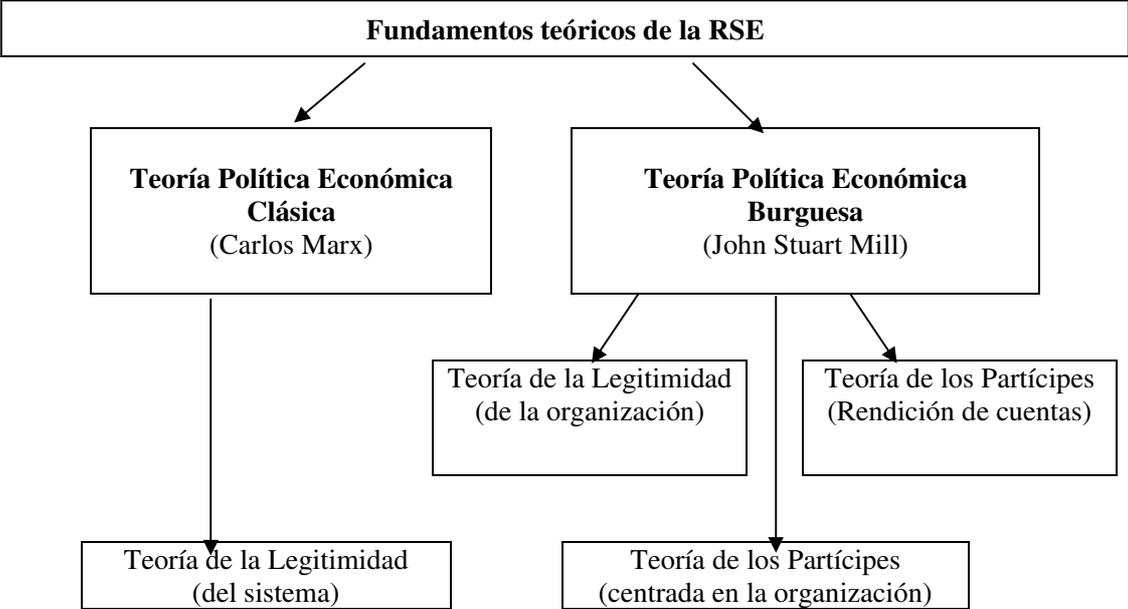
#### **4. La teoría de la política económica**

Desde una perspectiva más amplia que las dos anteriores, esta teoría concibe a las corporaciones a un nivel más trascendente e influyente desde la complejidad de un gran sistema (social, económico y político de la vida humana) en el que considera principalmente las relaciones sociales de producción y su vinculación a las partes afectadas con el sistema de intercambio productivo, previo análisis de las interacciones que resultan.

Al igual que la legitimación también se enfoca institucionalmente, pero a un nivel más amplio y legislado, en el que la política económica de los gobiernos tienen un gran protagonismo, en tanto que los intereses de los participantes se propician mediante los mecanismos del mercado que los vinculan, siendo muy relevante la injerencia que las empresas pueden tener en las propias normas establecidas.

El cuadro 1 presenta los fundamentos teóricos antes referidos que, a criterio de Gray *et al.*, [1996] se desprenden de la teoría de la política económica en sus dos variantes, y que en esta parte del trabajo se aborda.

**Cuadro no. 1 Esquema tentativo de sistemas y política basado en las Teorías de la RSE**



Fuente: Gray *et al.*, (1996, 49)

De la misma manera que la legitimación, la economía política favorece que las relaciones de la compañía con la sociedad sean muy estrechas y su influencia en las normas y perspectivas sociales rebasa a las que se entienden establecidas en la teoría anterior. La empresa debería fomentar un consideración más revolucionaria de la actuación de las organizaciones para proporcionar fiabilidad, confianza y transparencia a sus participantes de forma reglada y obligatoria.

Por ello se desprende que en esta teoría no basta ser consciente de su deber autorregulado, sino que también hay que acatar disposiciones imperativas del Estado sin restringirse únicamente a su actuar.

Se contempla también, que la empresa puede tener un efecto no tan positivo en la sociedad a la que debe propiciar bienestar con la observancia de leyes imperativas y voluntarias involucradas en el cumplimiento de su misión empresarial. En esta teoría los negocios tienen un gran protagonismo y

evidente control político. La RSE se presenta más por presiones de los grupos, que por convencimiento, aquí, es donde el actuar de la empresa se justifica como “generosidad”.

En cuanto a la política económica burguesa, se presenta un esquema de diversidad y cambio social en el que la economía empresarial se apalanca en las capacidades de los individuos y en que cada quien es poseedor de su propia riqueza. En cambio, en la política económica clásica el fundamento teórico se presenta en la justificación de la consecución del beneficio óptimo al inversionista, reducción al mínimo de gastos y al cumplimiento estricto de las legislaciones y restricciones impuestas por el Estado, ya que éste actúa en un ámbito de imparcialidad con todos los actores sociales.

Ambas variantes de la teoría giran en torno a un principal objetivo: el interés económico, [Friedman, 1970], por lo que se propicia el argumento de que en ésta hipótesis los demás aspectos pueden quedar sometidos o condicionados al principal con disposiciones insuficientes a favor de la triple base económica, debido a la escasez de incentivos a los grupos que afectan o son afectados.

La diferencia entre ambas proviene del nivel de resolución de análisis, así como de la importancia del conflicto estructural dentro de la sociedad. La teoría política económica burguesa tiende a preocuparse por las interacciones entre los grupos dentro de un mundo plural; se aplica para ayudar a explicar la falta de RSE en las corporaciones.

En cambio la teoría política económica clásica tiene poco que decir sobre la RSE, defiende que la responsabilidad que se produce voluntariamente son las migas de autenticación del capitalismo.

## **5. La teoría institucional**

Si la legitimidad procede de un sistema de valores sociales, reglas, creencias y definiciones en sintonía con la sociedad que conlleva la conformidad con el sistema y responde a la aceptación social, es decir, a percibir como legítima una organización, el modelo de estructuras, organizaciones y acciones que asume, entonces seguirá la prescripción de las normas y principios sociales.

La perspectiva de teoría institucional es más amplia que la teoría de legitimación. En vez de explorar directamente el sistema de valores de la sociedad, contempla el patrón de las instituciones establecidas como representación simbólica del sistema de valores sociales.

Las partes interesadas y sus motivos personales dentro de ésta forman parte central de la discusión empresarial. No se atiende a las necesidades dispersas o individuales, sino agrupadas y determinadas por las prioridades que al conjunto, institucionalmente, le resultan más convenientes y con repercusiones generales.

Aquí se observa un amplio marco regulatorio ceñido a disposiciones obligatorias y voluntarias que bajo el acuerdo de los participantes conformados institucionalmente deben observar y ratificar conforme al establecimiento de las directrices aplicables, en armonía con sus valores, costumbres, cultura e identidad social, es decir, las instituciones buscan establecer su legitimidad por la moralidad de su gobierno y la observancia de normas que deben ser sancionadas institucionalmente con la aceptación de valores culturales y sociales del deber ser.

Se señala que los involucrados pueden llegar a acuerdos voluntarios para establecer los parámetros acerca de la revelación de información que la organización proporcione a sus grupos enmarcada dentro de los acuerdos y regulaciones determinados previamente, por los intereses de todos en base al principio del bienestar general. O bien, puede conformarse, a su vez, un grupo selecto que disponga de autoridad para asumir los cargos que determinarán los modos de actuar que queden legalmente establecidos por ellos, con base en la representación que les ha sido confiada para sancionar las conductas observadas [Ruiz, 1994].

En esta teoría se concibe el análisis institucional de la RSE como un proceso desde dentro [*ibidem*], tomando en consideración el dominio y el control que les confiere su capacidad institucional concedido por sus representados para afrontar las decisiones y los costos de su actuación.

## **6. La teoría de la dependencia de recursos**

La *Resource Dependency Theory* (RDT por sus siglas en inglés) busca maximizar el poder de las organizaciones basada en el intercambio de recursos. En las corporaciones se propicia la búsqueda de relaciones entre los distintos grupos de una sociedad, y de todos los partícipes, y se origina una

relación de sumisión de unos a otros para cumplir su fin: para obtener los recursos necesarios. Dentro de dichas relaciones, las empresas intentan cambiar dichas inferioridades a su propio beneficio, creando dependencia a otros a su vez.

Dentro de esta perspectiva, las corporaciones están a la expectativa posicionando su estructura en patrones de conducta que conllevan la consecución y aseguramiento de recursos externos que puedan controlar y mantener para reducir paulatinamente, en lo posible, la subordinación a otros agentes por los recursos que son los necesarios para llevar a cabo sus fines.

La RDT descansa en la asunción de que la empresa asume estar comprendida por partes internas y externas que resultan del intercambio social, formado por la influencia de sus conductas; así, el medioambiente se considera escaso y esencial para la supervivencia de la compañía, ésta depende del mismo y actúa en un medio incierto, si no cuenta con los recursos o le es difícil la adquisición de los bienes que incluye en sus procesos. Una firma con gran variedad de recursos posee una importante fuente de poder, incluso si sólo tiene forma de asegurarse de que los obtendrá fácilmente, pero si únicamente depende de un reducido número de proveedores, esto le deja en desventaja frente a sus competidores.

Los objetivos de las firmas de cara a tener un control sobre los recursos las llevan a tratar de minimizar su dependencia en otras empresas o a maximizar la dependencia que otras organizaciones tienen en ella. Consiguiendo también que, de alguna manera, se pueda someter a los grupos de interés al poder de la empresa, para afectar su influencia en éstos de manera significativa en su favor.

El siguiente cuadro nos muestra cómo las organizaciones dependen del medioambiente para mantener el control sobre los demás grupos, lo que relaja la incertidumbre de las organizaciones con poder, el caso de la localización de los recursos también le otorga potestad sobre otros.

## Cuadro no. 2 Bases que potencian el control de las organizaciones

Fundamentos del poder de las organizaciones
<ul style="list-style-type: none"><li>• Posesión de los recursos</li><li>• Propiedad de los recursos</li><li>• Control del acceso a los recursos</li><li>• Control del uso actual de los recursos</li><li>• Creación de las reglas que regulan los recursos</li></ul>

Fuente: Adaptado de Pfeffer & Salancik (1978)

Esta teoría es consistente con el aspecto ecológico y la teoría institucional en que las organizaciones son vistas como estructuras persistentes bajo la premisa de la negociación y adaptación que día a día presenta nuevos requerimientos a los que la corporación debe responder interactuando en una múltiple diversidad de intereses.

Una estrategia de beneficio se presenta en la conformación de alianzas a través de redes edificadas sobre la base de coincidir en los intereses a largo plazo que la firma establezca con sus partes relacionadas.

Pfeffer [1992] señala que la concepción de las relaciones establecidas en la red deben centrarse en entrelazarse, asociarse y hacerse más próximas y sólidas. La relación creada entre las alianzas conformadas deberá consolidarse con la comunicación y el diálogo para que exista una estrecha cooperación con los múltiples *stakeholders* que se unen en la idea de la mejora continua de sus mutuas fuerzas dependientes hacia el logro de su objetivo.

Como las corporaciones son altamente dependientes del medioambiente para su supervivencia, se propicia la consideración de redes, por lo que las alianzas establecidas se consolidan con las relaciones que sostienen las distintas partes con el fin de reducir incertidumbres para todos. La interdependencia misma está relacionada con la cantidad de recursos disponibles y su demanda entre los grupos e individuos en el mismo ambiente, por lo que habrá que reducir al mínimo la incertidumbre que da no tener recursos.

Al igual que en la teoría institucional, la revelación de información se justifica en los procedimientos de *reporting* social y medioambiental que otorgan la legitimidad de las prácticas contables adoptadas por las organizaciones para dar cuenta de las actuaciones de las firmas.

## 7. Reflexiones finales

A partir de las diferentes teorías expuestas en este estudio se puede constatar cómo la RSE, lejos de ser una práctica empresarial sin fundamento, tiene unas buenas raíces teóricas. Por un lado, aquellas que las promueven a través de las relaciones con los demás agentes sociales (*stakeholders*) en alineamiento con lo que la sociedad les exige, (Teoría de la Legitimación), así como las que, de una forma más pragmática acuden a la necesidad de recursos (*Dependency Resources Theory –DRT-*).

También presentes en la ausencia de esas políticas responsables, por la falta de diálogo con las partes sociales (*Stakeholder Theory*), por una ética o principios contrarios a lo socialmente establecido (*Legitimacy Theory*) o bien por una mayor disponibilidad de recursos (DRT), incluso, por no convenir en la conformación de acuerdos de la organización con sus grupos de interés (*Institutional Theory*).

Podemos concluir que todas estas teorías son complementarias y relacionadas entre sí permiten un adecuado marco teórico acerca del comportamiento responsable de las empresas en nuestro país y en el mundo.

## Bibliografía

Argandoña, A. (1998). La teoría de los stakeholders y el bien común, División de Investigación IESE, Documento de investigación No. 355, enero, España: Universidad de Navarra.

Arizkuren, A., (1995). *Una aproximación al ambiguo concepto de responsabilidad social de la empresa*. España: Estudios empresariales, nº 89.

Arnot, A. (2004). Le triple résultant. Les comptables peuvent jouer un rôle clé dans l'établissement de la valeur réelle des programmes de responsabilité sociale des entreprises. *CGA Magazine*. Canadá: Gouvernance d'entreprise.

Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA) Comisión de responsabilidad social corporativa. (2004). *Marco Conceptual de la Responsabilidad Social*

*Corporativa*. Documento No. 1 de la serie: Responsabilidad Social Corporativa. 1ª. Ed. España: (AECA).

\_\_\_\_\_ (2005). *Límites de la información de sostenibilidad: entidad, devengo y materialidad*. Documento No. 2 de la serie: Responsabilidad Social Corporativa, 1ª. Ed. España: (AECA).

\_\_\_\_\_ (2006). *La Semántica de la Responsabilidad Social Corporativa*. Documento No. 3 de la serie: Responsabilidad Social Corporativa, 1ª. Ed. España: (AECA).

\_\_\_\_\_ (2007). *Gobierno y Responsabilidad Social de la Empresa*. Documento No. 4 de la serie: Responsabilidad Social Corporativa, 1ª. Ed. España: (AECA).

Comisión de las Comunidades Europeas, (2000). *Libro Blanco: "Sobre responsabilidad social de las empresas"*. Bélgica. UE COM 2000 (66).

\_\_\_\_\_ (2001). *Libro Verde: "Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas"*. Bélgica. UE COM 2001 (366).

Dillar, J., Brown, D., Marshall, R., (2006). *Triple Bottom Line: A business metaphor a social construct*. School of Business Administration. Estados Unidos de América. EUA.: Portland State University.

Discroll, C., Crombie, A., (2001), Stakeholder Legitimacy management and the qualified neighbor: The case of Nova Nada and JDI. *Business and Society*. Vol. 40, No. 4. December 442-471. ABI/INFORM Global,

Donaldson, T., Preston, L.E. (1995). The stakeholders theory of the corporation: Concepts, evidence and implications. *Academy of Management Review*. Vol. 20, No. 1. pp. 65-91

European Communities. (2003). Mapping Instruments for Corporate Social Responsibility, Employment & Social Affairs Industrial Relations and Industrial Change. Bélgica. European Comisión Luxemburg: Office for oficial publications of the European Communities.

Freeman, E.R. (1984). *Strategic Management. A Stakeholder Approach*. Boston, Inglaterra. Pitman.

Friedman, M. (1970) The social responsibility of business is to increase its profit. *The New York Times Magazine*, Estados Unidos de América, 13 september, pp.32-33, 122-126.

Friedman, M.; Friedman, R., (1982), *Capitalism and Freedom*. 1962. Estados Unidos de América: Chicago University of Chicago Press.

Gibson, K. (2000). The moral basis of stakeholder theory, *Journal of Business Ethics*, Vol. 26, No. 3 August. 245-257. Países Bajos: ABI/INFORM Global.

Gray, R. (1987). *Corporate Social Reporting: Accounting and Accountability*. Inglaterra: Prentice Hall.

- Gray, R. (1996) Accounting and Accountability: Changes and challenges in corporate social and environmental reporting” Inglaterra: Prentice Hall.
- Grinnell, D.J., Hunt, H.G. (2001) Commentary on: Some thoughts on social and environmental accounting education. *Accounting Education*. 10 (4), pp. 365-368. Reino Unido.
- Lozano, J. (1999). *Ética y empresa*. España: Editorial Trotta.
- McWilliams, A., Siegel, D. (2001) Corporate social responsibility: A theory of the firm perspective. *Academy of Management, The Academy of Management Review*. Enero, Vol. 26, No. 1, 117-127 ABI/INFORM Global.
- Medina, L. (2006). La Responsabilidad Social de la Empresa, un enfoque descriptivo. Proyecto de investigación para obtener el Diploma de Estudios Avanzados. Noviembre. Barcelona, España: Universidad de Barcelona.
- Meyer, K. (2004). Stakeholder influence and radical change: A coordination game perspective, *Asia Pacific Journal of Management*, Vol. 21, 235-253. Holanda.
- Pearce, D. W. y Turner, R. K. (1990). *Economics of natural resources and the environment*. Inglaterra: Harvester.
- Pfeffer, J., Salancik, G. (1978). *The external control of organizations*. pp. 39-61, EUA.: Harper & Row.
- Pfeffer, J. (1981). “Power in organizations”, Ballinger Publishing Company: Cambridge, E.U.A.
- Pfeffer, J. (1982). *Organizations and organization theory*. pp.1-23, E.U.A.: Pittman.
- Pfeffer, J. (1992). *Managing with power: Politics and influence in organizations*, Harvard Business School Press, pp.83-110, Boston, Mass., E.U.A.
- Rollag, K., Owens, D. (1981). *Critique of Pfeffer’s power in organizations*. Ballinger Publishing Company: Cambridge, E.U.A.
- Rovira, Ma. R. (2002). El proceso de elaboración del informe medioambiental. *Tesis Doctoral del Departamento de Contabilidad de la División de Ciencias Jurídicas, Económicas y Sociales*, España: Universidad de Barcelona.
- Ruiz, E. (1994). Determinantes sociopolíticos en la fijación de normas contables. *Tesis Doctoral del Departamento de Economía de la Empresa*. España: Universidad de Cádiz.
- Somoza, A.; Vallverdú, J. (2006). Reflexionando acerca de la Responsabilidad Social Empresarial (RSE)” Madrid, España.: Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas (AECA).
- Swanson, D.L. (1996). Neoclassical economic theory, executive control and organizational outcomes. *Human Relations*. Vol. 49, No. 6, Jun., 735-756. ABI/INFORM Global.

Vallverdú, J.; Somoza, A. (2004). La Responsabilidad Social de la Empresa (RSE): una aportación contable. *XI Encuentro de Profesores Universitarios de Contabilidad (ASEPUC)*, Granada, España.

Young, S. (2003). *Moral capitalism, reconciling private interest with the public good*. San Francisco California, E.U.A.: Berrett-Koehler Publishers, Inc.