

## **LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA Y SU PARALELISMO CON LAS SOCIEDADES COOPERATIVAS**

POR

Adoración MOZAS MORAL y

Raquel PUENTES POYATOS\*

### **RESUMEN**

El concepto de responsabilidad social corporativa no es nuevo. Es un enfoque que, según la literatura científica, está muy presente en las sociedades cooperativas y es fuente de singularidades de éstas. En este sentido la Comisión Europea (2002) indicó que “Las cooperativas tienen una larga tradición en combinar viabilidad económica y responsabilidad social gracias al diálogo entre las partes interesadas y a la gestión participativa, y pueden servir de referencia a otras organizaciones”.

Este trabajo tiene como objetivo poner de manifiesto que la responsabilidad social corporativa está entroncada en los valores y principios cooperativos y que, por tanto, constituye una ideología innata al cooperativismo. En consecuencia podemos decir que las sociedades cooperativas se sitúan como las máximas exponentes de la RSC.

**Palabras clave:** Responsabilidad social corporativa, sociedades cooperativas, principios cooperativos, valores cooperativos

**Clasificación JEL:** P13, M14, Q01

---

\* Universidad de Jaén, Departamento de Administración de Empresas, Contabilidad y Sociología. Campus Las Lagunillas s/n. 23071 Jaén (España). Direcciones de correo electrónico: [amozas@ujaen.es](mailto:amozas@ujaen.es) y [rpuentes@ujaen.es](mailto:rpuentes@ujaen.es)

## **CORPORATE SOCIAL RESPONSIBILITY AND ITS PARALLELISM WITH THE COOPERATIVES SOCIETIES**

### **ABSTRACT**

Corporate social responsibility is not a new concept. According to the scientific literature it is a very present concept in cooperatives societies and it is a source of singularities of these ones. In this context the European Commission (2002) reported that “Cooperatives have a long tradition in combining economic viability and social responsibility through dialogue between stakeholders and participatory management, so they can serve as reference for other organizations”.

This work aims to show that corporate social responsibility is rooted in the cooperative values and principles and, therefore, constitutes an inherent ideology of cooperatives. Therefore we can say that cooperatives are positioned as the greatest exponents of CSR.

**KeyWords:** Corporate social responsibility, cooperatives societies, cooperatives principles, cooperatives values.

### **1. INTRODUCCIÓN**

En el último decenio ha surgido un gran interés por los conceptos de desarrollo sostenible y de responsabilidad social corporativa (en adelante RSC). En un contexto de desarrollo económico y social el Informe Brundtland (1987) definió por primera vez el término de desarrollo sostenible como aquel que “satisface las necesidades de las generaciones presentes sin comprometer las posibilidades de las del futuro para atender sus propias necesidades”. Este objetivo se puede alcanzar por medio de la RSC la cual es conceptualizada por la World Business Council on Sustainable Development (Consejo Empresarial Mundial para el Desarrollo Sostenible) (WBCSD) (2002) como “el compromiso continuo por parte de las empresas a comportarse de forma ética y contribuir al desarrollo económico sostenible, al tiempo que se mejora la calidad de vida de los trabajadores y sus familias así como de la comunidad local y la sociedad en general.”. A nivel Europeo la RSC

ha quedado recogida en el *Libro Verde: Fomentar un marco Europeo para la Responsabilidad social de las empresas* (2001), como “la integración voluntaria, por parte de las empresas, de las preocupaciones sociales y medioambientales en sus operaciones comerciales y sus relaciones con sus interlocutores”.

El interés por la RSC ha sido puesto de manifiesto por numerosos organismos, gubernamentales y no gubernamentales, como la ONU, la OCDE, la OIT, la Comisión Europea, el Institute of Social and Ethical AccountAbility, la Global Reporting Initiative, la International Organization for Standardization, la Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, entre otros, que han provocado la existencia de una pluralidad de normas, principios o recomendaciones (Global Compact, Líneas directrices de la OCDE, Declaraciones de la OIT, Libro Verde, AA1000, SA-8000, Guía GRI3, SGE21, PNE165010, Marco Conceptual de la RSC (AECA), entre otras) que dictan directrices, de carácter voluntario, para la implantación de la RSC. Ante esta gran diversidad de documentos actualmente se está trabajando a nivel internacional en la elaboración de un documento, la ISO 26000 (prevista su publicación para finales de 2010), que permita una normalización, aunque también será de carácter voluntario y no será certificable.

El origen exacto del interés por la RSC es difícil de delimitar, y aunque algunos autores atribuyen su nacimiento a Sheldon (1923) y otros a Bowen (1953), no hay duda que su mayor auge ha sido desde finales de los años 90, a raíz de los escándalos financieros y el boom de las inversiones socialmente responsables. El concepto de RSC ha ido evolucionando desde su origen, y como señala Votaw (1972) significa algo, pero no siempre la misma cosa para todo el mundo.

La triple dimensión que implica la RSC: responsabilidad económica, social y medioambiental, está muy presente en las sociedades cooperativas las cuales por naturaleza realizan su actividad bajo unos principios y valores que asumen por completo esa triple dimensión del término (Puentes y Velasco, 2009). Autores como Carrasco (2007), indican que la cooperativa y la responsabilidad social de las empresas han bebido de las mismas fuentes y tienen muchos elementos comunes. La importancia que actualmente ha adquirido la RSC puede beneficiar a las empresas de Economía Social a que sean más reconocidas, se

identifiquen sus valores y cobren un mayor protagonismo en el conjunto del tejido empresarial (Comín, 2007).

Este trabajo tiene como objetivo buscar la relación entre la responsabilidad social corporativa y los principios cooperativos, así como poner de manifiesto si ésta está entroncada en los valores y principios cooperativos que constituye la ideología innata al cooperativismo.

Para conseguir el objetivo propuesto se han revisado gran cantidad de trabajos relacionados con las materias aquí tratadas y el resultado se ha estructurado como sigue. Tras esta introducción donde se hace una revisión del término RSC, se pone de manifiesto el interés que ha suscitado en el mundo empresarial e institucional y se esboza la vinculación del cooperativismo y la RSC, analizamos en un segundo epígrafe las principales contribuciones al concepto de RSC estudiando su evolución y enfoques actuales. Posteriormente, en el tercer epígrafe se establece la relación entre la RSC y las sociedades cooperativas, partiendo de los principios o directrices que rigen en ambas. El trabajo culmina con unas conclusiones y la bibliografía utilizada.

## **2. ORIGEN Y EVOLUCIÓN DE LA RESPONSABILIDAD SOCIAL CORPORATIVA**

### **2.1. Origen del concepto**

No existe un consenso por parte de los autores a la hora de fijar el inicio de la preocupación por la RSC. Algunos autores fijan el nacimiento de la idea de la responsabilidad social de las empresas en los años 20 y en concreto en 1923, fecha en la que Oliver Sheldon publicó su obra en la que manifiesta que las responsabilidades básicas de la gestión son sociales. Este autor enfatiza sobre la ética o el deber sobre los elementos humanos, estableciendo que los gerentes deben tratar a sus subordinados con justicia y honestidad.

Para otros académicos, como Carroll (1999), uno de los más prestigiosos estudiosos de esta disciplina, el origen del concepto de RSC data de mediados del siglo XX, exactamente en los años 50, donde el mundo empresarial se enfrentó a grandes escándalos financieros. En particular, es 1953 la fecha que se considera como clave en el origen de la RSC. En dicha

fecha Bowen publica su obra “Social Responsibilities of the Businessmen” haciendo mención a las obligaciones de los empresarios para con los objetivos y valores de nuestra sociedad. En ella se indicó que la RSC se refiere a las obligaciones de los hombres de negocios de aplicar políticas, tomar decisiones o seguir líneas de acción que son deseables en términos de objetivos y valores de nuestra sociedad. En su opinión, los directivos son responsables de las consecuencias de sus acciones más allá de la simple consideración de un objetivo de pérdidas y ganancias en la empresa.

Pero si relacionamos el término de RSC con el de sociedades cooperativas, como se hará a lo largo del artículo, el origen lo podemos situar mucho antes, en Robert Owen (1771-1858)<sup>1</sup>, socialista utópico que defendía la posibilidad de desarrollar un sistema económico alternativo al capitalista, más justo basado en la sociedad cooperativa. Owen manifestaba que no creía que el sufrimiento de los trabajadores fuese una condición necesaria para la acumulación de la riqueza, y además afirmaba que una fuerza de trabajo satisfecha sería una fuerza de trabajo eficiente. Abogaba por un comportamiento responsable de la empresa hacia sus trabajadores, el cual no era incompatible con la obtención de beneficios. En este sentido, se puede hablar de Robert Owen como uno de los padres del cooperativismo y de la RSC (Carrasco, 2007).

Esta primera etapa marcó el inicio del proceso de formalización de la RSC como campo de estudio; y se ha de hablar de campo de estudio y no de disciplina científica pues, como indica Reyes (2008), no se cumple el principio de Kuhn de 1962 universalmente aceptado de que, un paradigma científico a lo largo del tiempo debe pasar del desarrollo teórico a la constatación. Autores como Frederichk (1986) y Carroll (1999), definen esta etapa como *etapa filosófica*, en la medida que se conceptualiza la RSC como un término abstracto, centrado en la ética y la moral.

Durante los años 60, la RSC queda en un segundo plano al considerar que la relación entre la RSC y los resultados financieros son excluyentes (Lee, 2008), y se volvió a dar prioridad al aspecto económico de la gestión, donde el objetivo último de la empresa es la maximización del beneficio, no siendo sujetos de responsabilidades sociales. Se entendía que

---

<sup>1</sup> Su obra más importante es Owen. R. (1813-1814). *A new view of society, or essays on the principle of the human character* [Un Nuevo punto de vista sobre la sociedad o ensayos sobre la formación del carácter humano]. Londres: Cadell and Davis.

si una empresa gastaba dinero en causas sociales, estaba actuando en detrimento del beneficio de los accionistas. Autores como Friedman (1970) y Henderson (2001), abogan por esta corriente de pensamiento.

Es a comienzos de la década de los 70, cuando vuelve a resurgir el interés por la RSC, pero como obligación moral más que como obligación empresarial. Es en esta época cuando se realizan los primeros estudios empíricos y se introduce el concepto en el ámbito europeo, aunque con determinados matices, pues está limitada a los aspectos sociales, de ahí la importancia que adquieren los Balances Sociales en esta época. Algunos de los autores que sobresalen en esta etapa son Steiner (1971) y Carroll (1979). Steiner (1971) aportó una definición de RSC según la cual “las empresas deben seguir siendo fundamentalmente una institución económica, pero tiene responsabilidad para ayudar a la sociedad a alcanzar sus metas básicas, y por tanto tiene responsabilidades sociales...”. Por su parte Carroll (1979) propuso un modelo tridimensional de la RSC que permite analizar el acercamiento de las empresas al concepto de RSC y donde la define como: “La Responsabilidad social de las empresas abarca las expectativas económicas, legales, éticas o discrecionales de la sociedad sobre la organización en un momento dado en el tiempo”.

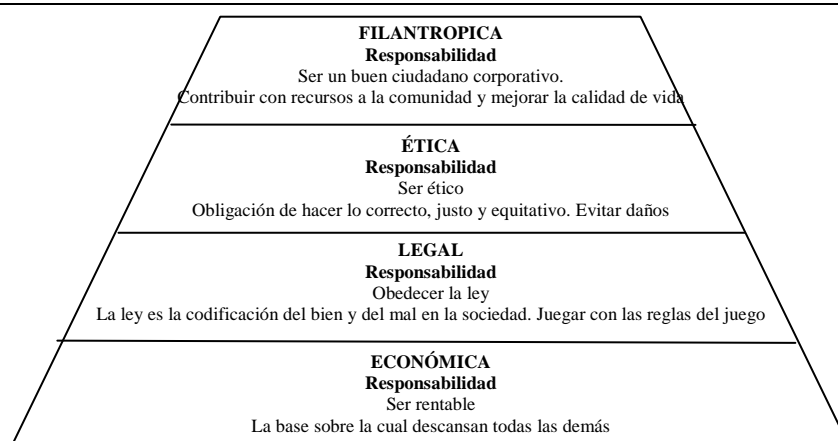
En el siguiente decenio (años 80), las aportaciones al concepto se centran en la formulación de teorías, modelos y términos alternativos como responsabilidad pública, sensibilidad social, ética empresarial, la teoría de los partícipes, ciudadanía empresarial, etc. Destacan los trabajos de Carroll (1983) y Freeman (1984).

Carroll (1983) definió con más detalle el concepto de la RSC, indicando que “La RSE implica la realización de un negocio de manera que sea económicamente rentable, respetuoso de la ley, ético y socialmente solidario. Por tanto, ser socialmente responsable, significa que la rentabilidad y la obediencia a la ley son ante todo las condiciones para debatir la ética de la empresa y el grado en el que se apoya a la sociedad, con las contribuciones de dinero, tiempo y talento”. Por su parte Freeman (1984) sienta las bases de la Teoría de los grupos implicados o Teoría Stakeholder según la cual “La empresa debe atender no sólo a los accionistas sino a todos los grupos o individuos que afectan o son afectados por la actividad, tendente al logro de los objetivos de la compañía”.

A partir de los años 90 es cuando comienza a adquirir la relevancia que se merece. Se empieza a considerar la responsabilidad social y medioambiental de las empresas, aunque en un primer momento está ligada a sus responsabilidades mínimas legales y a actuaciones filantrópicas. Se comienza a hablar de la relación estrecha entre la RSC y los resultados financieros y a considerar que las empresas pueden obtener mejores resultados financieros por ser y hacer el bien (Lee, 2008). A pesar, de ser diversos los estudios empíricos que han encontrado evidencias de esta relación (Waddock y Graves, 1997; Balbanis et al., 1998; Orlitzky, 2001), hay otros que no llegan a esa conclusión (McWilliams y Siegel, 2000; Moore, 2001), por lo que los resultados obtenidos hasta el momento son algo contradictorios y han de tomarse con cierta cautela (Ullmann, 1985; Margolis y Walsch, 2001; Vogel, 2005).

Es de destacar en esta etapa las contribuciones de Carroll (1991) y Quazi y O'Brien (2000). Carroll (1991), a partir de su modelo tridimensional estableció una definición cuatripartita de la RSC proponiendo una pirámide de RSC. Sugiere que la RSC está compuesta por cuatro tipos de responsabilidades: económica, jurídica, ética y filantrópica, las cuales podrían ser representadas con una pirámide (**figura 1**). Estas responsabilidades se han de cubrir no de forma secuencial, sino de forma integral. En este sentido Carroll (1991) indica que “La responsabilidad social de la empresa implica el deber de obtener un beneficio, obedecer la ley, ser ético y ser un buen ciudadano”. Esta visión de la RSC es también compartida por otros autores como Sulbarán (1992) y Ferrell et al. (2000).

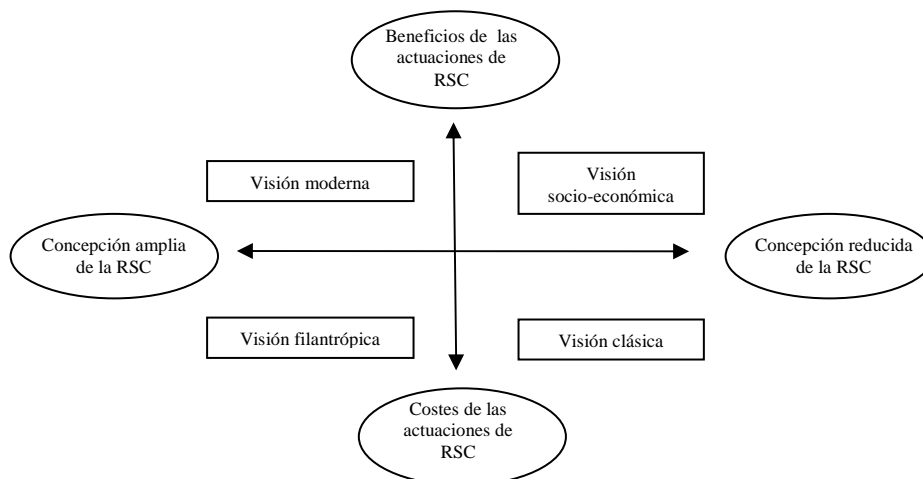
**Figura 1:** La pirámide de la Responsabilidad Social Corporativa



*Fuente:* Carroll (1991).

Por su parte Quazi y O'Brien (2000) proponen un modelo bidimensional para presentar los enfoques de la RSC desde una perspectiva organizacional (**figura 2**). Las dos dimensiones que proponen son: ámbito de la responsabilidad social (reducido o amplio) y percepciones de las consecuencias de la acción social de las empresas (costes o beneficios). A partir de estas dimensiones el modelo define cuatro enfoques o perspectivas de entender la RSC: clásica, socio-económica, filantrópica y moderna.

**Figura 2.** Modelo bidimensional de la Responsabilidad Social Corporativa



*Fuente:* Quazi y O'Brien (2000).

El máximo desarrollo de la RSC se produce a partir de finales de los años 90 y principios del siglo XXI, cuando adquiere importancia estratégica, integrándose en la misión, visión y principios organizativos de las empresas. Mientras nos adentramos más en el siglo XXI, la maximización del beneficio y la RSC llegarán a ser cada vez más inseparables (Werther y Chandler, 2005). Pero quizás el mayor impulso de la RSC está ligado a los escándalos financieros acaecidos en los últimos años, como los de Enron (2001) y World-Com (2002), que han dejado en entredicho las actuaciones de las empresas y han hecho que pierdan credibilidad y confianza (Bronchain, 2003). La sociedad exige una gestión más ética y responsable, y la RSC configura esta gestión generando confianza y mejorando la reputación de la empresa (De la Fuente y De Quevedo, 2003).

Las principales aportaciones al término durante esta época proceden fundamentalmente de organismos gubernamentales y no gubernamentales (la ONU, la OCDE, la OIT, la Comisión Europea, la Global Reporting Initiative, etc.), que más que introducir un



concepto nuevo de RSC lo que hacen es aunar los ya existentes, pero sin llegar a delimitar una definición de la misma. Esto hace que el concepto de la RSC pueda llegar a ser ambiguo y a veces difuso para las empresas. Muchas empresas han relacionado el término RSC con el de patrocinio de eventos, el mecenazgo, las donaciones a fondo perdido, etc., asociando dichas acciones únicamente a la obtención de beneficios en términos económicos o de ventaja competitiva.

En este sentido, organismos internacionales como la ONU y la OCDE resaltan la importancia de la RSC pero no llegan a conceptualizarla, se limitan a enunciar una serie de principios o recomendaciones, de carácter voluntario, para que las empresas sean más responsables con la sociedad y contribuyan al desarrollo sostenible. A pesar de que no existe una definición única, hay un acuerdo general de todas las organizaciones de que la RSC es voluntaria, que va más allá del cumplimiento de las obligaciones legales de las empresas y se extiende a todas las operaciones donde quieran que desarrollen su actividad.

En definitiva, existe una gran variedad de definiciones y no se ha logrado conformar una declaración generalmente aceptada del término. Autores como Frankental (2001) sostienen que la RSC es un concepto vacío de significado, en la medida que, es un concepto intangible que puede significar cualquier cosa. Para Castillo (1996) la mayoría de las veces se hace referencia a la noción de responsabilidad social de forma descriptiva, aludiendo más al contenido y dando lugar a definiciones que no poseen la suficiente generalidad y estabilidad para poder recoger todas las circunstancias y situaciones. Y en este sentido, Prakash (1975) afirma que la RSC es un concepto relativo, en la medida que tendrá diferentes acepciones en función del contexto temporal y cultural que se tome en consideración.

## **2.2. Enfoques actuales de RSC**

En el campo de la RSC existe un amplio abanico de teorías o enfoques que buscan dar una explicación a la necesidad de las empresas de ser socialmente responsables. Son diversos los estudios (Wartick y Rude, 1986; Wood, 1991<sup>a</sup>, Altman, 1998, Brummer 1991) que tratan de analizar las teorías existentes en torno a la RSC, y el más reciente es el realizado por los autores Garriga y Melé (2004) quienes ofrecen una agrupación de teorías desde la perspectiva de la relación empresa-sociedad. Como se muestra en el **cuadro 1** aportan una interesante

clasificación del amplio abanico de teorías en cuatro grupos: instrumentales, políticas, integradoras y éticas.

**Cuadro 1.** Principales teorías de Responsabilidad Social Corporativa

Tipologías	Principales teorías
Teorías instrumentales	Teoría del valor del accionista o Teoría Shareholder
Teorías integradoras	Teoría instrumental de Stakeholders
Teorías éticas	Teoría normativa de Stakeholders
Teorías políticas	Teoría de la ciudadanía empresarial

*Fuente:* Elaboración propia a partir de Garriga y Melé (2004).

### ***Teoría de valor para el accionista o Shareholders Theory***

Para este enfoque las empresas sólo deben preocuparse de obtener beneficios económicos o creación de valor para el accionista. Las acciones que el gobierno corporativo desarrolle desde un punto de vista responsable irán dirigidas a la consecución de este objetivo. En caso contrario no tendrán razón de ser, pues supondrán una desventaja en costes para la empresa (Anderson, 1989; Argandoña, 2006). Como principal exponente de esta corriente de pensamiento podemos citar a Friedman (1962, 1970) según el cual la única responsabilidad social de una empresa es la maximización de los beneficios para los accionistas, dentro del marco legal y las costumbres éticas del país. Otros defensores de esta teoría son Jensen (2000) y Porter y Kramer (2002, 2006). Para éstos últimos se ha de prestar atención y emprender ciertas actividades sociales si proporcionan ventajas competitivas para la empresa, y en consecuencia, contribuyen a su beneficio a corto o largo plazo. En esta misma línea, se encontrarían la teoría de la agencia (Berle y Jeans, 1932; Jensen y Meckling, 1976) y la teoría *stewardship* (Donaldson y Davis, 1994), para las cuales los directivos como agentes han de servir a los intereses de los accionistas como principales.

Para autores como Chilosi y Damiani (2007) este enfoque parece ser el predominante sobre todo en el mundo anglosajón, y en concreto orienta el modelo anglosajón de gobierno corporativo, mientras que el enfoque *stakeholders* predomina en los modelos continentales.

### ***Teoría de los grupos implicados o Stakeholders Theory***

La Teoría de los grupos implicados o enfoque stakeholders, parte de la consideración de que la responsabilidad de la empresa no se simplifica a la búsqueda de valor o maximización de beneficio a corto plazo para el accionista, sino que se expande a la búsqueda de valor para todos los que participan en ella, es decir, para sus grupos de interés, partícipes o stakeholders. No existe incompatibilidad a la hora de alcanzar objetivos económicos y sociales. La empresa deberá de cubrir sin lugar a dudas sus responsabilidades económicas (generación de riqueza y supervivencia), pero atendiendo a las demandas de sus grupos de interés. En este sentido, para Carroll (1991) la base sobre la que descansa el resto de responsabilidades de la empresa (legal, ética y filantrópica o discrecional) es la responsabilidad económica. Autores como Freeman (1984), Carroll (1979), Wood (1991) y Donaldson y Preston (1995) apoyan esta corriente de pensamiento.

Son diversos los enfoques que existen de la teoría stakeholders, siendo el enfoque instrumental y normativa las propuestas más difundidas. Estos dos tipos de perspectivas, instrumental y normativa, divergen en el fin perseguido en la relación con los stakeholders, el cual puede ser visto como un medio o como un fin en sí misma.

Para la ***Teoría instrumental de stakeholders***, la orientación de la empresa hacia sus stakeholders está justificada desde un punto de vista estratégico para mejorar el rendimiento corporativo y el éxito económico. Esta teoría parte de que, el mantenimiento de unas relacionales sostenibles con sus stakeholders, que permitan atender a las exigencias de los mismos, originará alianzas que facilitarán el acceso a información que poseen éstos sobre aspectos como diseño de productos, servicios postventa, atención al empleado, etc., (Hartman y Stafford, 1997), permitiendo consolidar la posición de la empresa en el mercado, y generar mayores beneficios (Maignan, 2001; Simpson y Kohers, 2002; Garrigues y Trulleque, 2008). En consecuencia, las obligaciones gerenciales hacia los grupos implicados se realizaran con el fin de establecer aquellas colaboraciones que desde una perspectiva estratégica puedan beneficiar a la empresa. En un primer momento fue Freeman (1984) el precursor de esta teoría, pero en trabajos posteriores (Evan y Freeman (1988) se justifica interesado por la teoría normativa.

Por su parte, la *Teoría normativa de stakeholders* se posiciona en una concepción de ética empresarial, donde la RSC tiene un fundamento social, y no tanto económico. Bajo este enfoque la orientación de la empresa hacia sus stakeholders no se realiza con un objetivo económico, sino que se ajusta a una norma de ética o de buen comportamiento. La empresa es entendida como una entidad económica que afecta a muchas personas en términos de bienestar y riesgos. Esta concepción está ligada a lo que Carroll (1987) define como “gestión moral”, frente a otros tipos de gestión, como la inmoral y la amoral, que persiguen la rentabilidad como su objetivo.

Junto a estos enfoques, actualmente se está observando una tendencia a utilizar la *Teoría de la ciudadanía empresarial* (Corporate Citizenship) para justificar la RSC. En opinión de Melé (2007) esta teoría considera que la empresa es parte de la sociedad y ha de participar en la vida social contribuyendo en alguna medida y voluntariamente al desarrollo y bienestar de la sociedad más allá de la creación de riqueza. Como corporación pública tiene obligaciones sociales, como la equidad, justicia social y protección de los trabajadores (Letza et al, 2004). En este sentido, tiene la responsabilidad de ser una buena ciudadana, para lo cual con sus actuaciones han de contribuir, de forma socialmente responsable, al bienestar de las comunidades en las que se instalan. Autores como Weiss (2003) indican que la definición de una sociedad o comunidad se genera a partir de las empresas, surgiendo así un nuevo concepto el de “stakeholder society” o sociedad de afectados.

Ligadas a los postulados de la Teoría normativa de stakeholders y de la Teoría de la ciudadanía empresarial, se encuentran las empresas de Economía Social, y en concreto, las sociedades cooperativas. En este sentido, la Conferencia Europea Permanente de Cooperativas, Mutualidades, Asociaciones y Fundaciones (European Standing Conference of Cooperatives, Mutual Societies, Associations and Foundations) (2002), como órgano de representación institucional de la Economía Social en Europa, afirma que la Economía Social cuenta con una amplia base social caracterizándose por:

- Fundamentarse en los principios de solidaridad y en el compromiso de las personas en un proceso de ciudadanía activa.
- Generar empleo de calidad así como una mejor calidad de vida, y proponer un marco adaptado a las nuevas formas de empresa y de trabajo.
- Desempeñar un papel importante en el desarrollo local y la cohesión social.

- Ser socialmente responsable.
- Constituir un factor de democracia.
- Contribuir a la estabilidad y al pluralismo de los mercados económicos.

En definitiva, ambas teorías están en íntima relación con la razón de ser de las sociedades cooperativas; donde su objetivo va más allá de la obtención de beneficios económicos y sociales para los socios, cubriendo las necesidades de sus stakeholders, tal y como se enuncia en los principios cooperativos y en especial en el séptimo principio: “Las cooperativas trabajan para conseguir el desarrollo sostenible de sus comunidades”. La cooperativa debe ser socialmente responsable por coherencia con su propia definición constitutiva (Montes y Ressel, 2006).

### **3. RELACIÓN ENTRE RSC Y SOCIEDADES COOPERATIVAS**

Hasta ahora hemos puesto de manifiesto que la RSC implica un nuevo enfoque empresarial, donde el objetivo estratégico de la empresa no se simplifica a la búsqueda de valor para el accionista, teoría shareholders, sino que se expande a la búsqueda de valor para todos los grupos de interés, teoría stakeholders. Sin embargo, este enfoque stakeholders no es nuevo para las sociedades cooperativas, sino que según la literatura es un modelo intrínseco a la naturaleza de éstas. El múltiple rol del socio en las sociedades cooperativa (capitalista, cliente, proveedor, trabajador, etc..) hacen que estos asuman diferentes roles como stakeholder, y entendemos que esta singularidad cooperativa facilitan el desarrollo en estas organizaciones de la RSC, por la capacidad de estas empresas para integrar las necesidades de los referidos grupos de interés y para establecer con ellos sólidas relaciones basadas en la participación (Vargas y Vaca, 2005).

Como consecuencia de lo argumentado anteriormente, las sociedades cooperativas tienen un camino andado en el ámbito de la responsabilidad social corporativa y las sitúa en una mejor posición estratégica (Collado, 2006). La forma normal de actuar de la Economía Social se sitúa en el ámbito de la RSC (Castro, 2006). En este sentido, la *Comunicación de la Comisión Europea relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible* (2002) indica que “Las cooperativas y otras empresas de tipo mutualista y asociativo tienen una larga tradición en combinar viabilidad económica y

responsabilidad social gracias al diálogo entre las partes interesadas y a la gestión participativa, y pueden servir de referencia a otras organizaciones”. Con esta declaración la Comisión deja claro que la RSC no es nada nuevo para las sociedades cooperativas, siendo entidades exponentes de la responsabilidad social o como indica Castro (2006) “... modelo de RSC”. Además, podríamos decir que como empresa social su responsabilidad social consistiría en invertir en sus propios recursos y capacidades para desplegar su estrategia social (Barrera, 2007).

Para analizar más detalladamente la relación que existe entre la RSC y las sociedades cooperativas, se requiere que partamos de un análisis de los principios que imperan en ambas y las caracterizan. A diferencia de las sociedades cooperativas, donde existen unos principios y valores generalmente aceptados que orientan el funcionamiento de éstas y las singularizan, para la RSC no existen unos principios formalmente establecidos que caractericen a las organizaciones socialmente responsables. Los principios de RSC se derivan tanto de la propia definición de RSC como de las recomendaciones que al respecto hacen los organismos internacionales para que las empresas adopten una conducta empresarial responsable. Así, tras un análisis de las definiciones presentadas en la sección anterior, y en especial de la pirámide de RSC propuesta por Carroll (1991), podemos citar como directrices generales de la RSC las siguientes:

- 1) Equilibrio económico, social y medioambiental.
- 2) Cumplimiento de la legislación a nivel nacional e internacional.
- 3) Ética empresarial.
- 4) Satisfacción de las necesidades de sus grupos de interés de forma equilibrada.
- 5) Transparencia de información.

Estas directrices deben sustentarse siempre sobre las recomendaciones dictadas por organismos internacionales como son, el Global Compact, las Directrices de la OCDE, las Declaraciones de OIT y el Libro Verde de la Unión Europea, entre otras. En este sentido, las *Líneas Directrices de la OCDE para Empresas Multinacionales* (2000) establecen unos principios que promueven la responsabilidad y la transparencia de las empresas de cara a contribuir al desarrollo sostenible. Estos principios que también pueden enunciarse como principios de RSC, quedan recogidos en el **cuadro 2**.

**Cuadro 2.** Principios básicos de RSC según la OCDE

1. Contribuir al progreso económico, social y medioambiental con vistas a lograr un desarrollo sostenible.
2. Respetar los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente.
3. Estimular la generación de capacidades locales mediante una cooperación estrecha con la comunidad local.
4. Fomentar la formación del capital humano, particularmente mediante la creación de oportunidades de empleo y el ofrecimiento de formación a los empleados.
5. Abstenerse de buscar o de aceptar exenciones no contempladas en el marco legal o reglamentario.
6. Apoyar y defender unos correctos principios de gobierno empresarial y desarrollar y aplicar unas buenas prácticas de gobierno empresarial.
7. Desarrollar y aplicar prácticas autodisciplinarias y sistemas de gestión eficaces que promuevan una relación de confianza recíproca entre las empresas y las sociedades en las que ejercen su actividad.
8. Promover el conocimiento por los empleados de las políticas empresariales y su conformidad con ellas.
9. Abstenerse de tomar medidas discriminatorias o disciplinarias.
10. Alentar, cuando sea factible, a los socios empresariales, incluidos proveedores y subcontratistas, para que apliquen principios de conducta empresarial compatibles con las Directrices.
11. Abstenerse de cualquier ingerencia indebida en actividades políticas locales.

*Fuente:* OCDE (2000).

Como hemos puesto de manifiesto, la RSC está íntimamente ligada a la ética empresarial, pues RSC y ética son dos términos intrínsecos. Así, autores como Vargas y Vaca (2005) defienden que la RSC es la expresión de un posicionamiento ético en el mundo empresarial. Resulta difícil pensar en una actuación ética que no contenga muchos de los postulados de una responsabilidad empresarial (Garrigues y Trullenque, 2008). Un comportamiento ético por parte de las empresas va más allá del desarrollo de su actividad bajo el cumplimiento de la legislación, pues implica además realizar ésta bajo unos valores de honestidad, transparencia, responsabilidad, preocupación por los demás, principios morales, etc. No obstante, la ética no es un valor exclusivo de las sociedades cooperativas, sin embargo, su arraigo si resulta diferenciador (MacPherson, 1995).

Para la Alianza Cooperativa Internacional (en adelante ACI), organismo máximo del Movimiento Cooperativo a nivel mundial, las sociedades cooperativas se fundamentan en unos valores éticos, bajo los cuales sustentan su cultura empresarial y su gestión responsable. En la Declaración sobre Identidad y Principios Cooperativos, adoptada en Manchester en 1995 se preceptúa que "Las cooperativas se basan en los valores de ayuda mutua,

responsabilidad, democracia, igualdad, equidad y solidaridad". Estos valores cooperativos, que se pueden agrupar en dos categorías: valores sociales y valores de la soberanía (Nilsson, 1996), son valores de ética empresarial que entroncan directamente con la RSC (Melián, 2006) y son la base de la estrecha conexión que hay entre ellas. Vínculo que también se puede extraer de la definición que de sociedad cooperativa realiza la ACI, según la cual "una cooperativa es una asociación autónoma de personas que se han unido voluntariamente para hacer frente a sus necesidades y aspiraciones económicas, sociales y culturales comunes por medio de una empresa de propiedad conjunta y democráticamente controlada".

Pero es sin duda, en los principios cooperativos donde podemos ver más claramente esa correspondencia. Autores como Nilsson (1996) clasifica estos principios en principios empresariales y principios de la sociedad, cuyo seguimiento lleva a las sociedades cooperativas a desarrollar su actividad con el objetivo de cubrir las necesidades e inquietudes de sus socios y demás grupos de interés, entre los que se encuentran sus trabajadores, la comunidad y el medioambiente; y todo ello bajo los principios de cumplimiento con la legislación, equilibrio económico, social y medioambiental, ética empresarial y transparencia; principios que antes hemos enunciado como directrices generales de RSC.

Este nexo de unión lo podemos constatar igualmente, al comparar uno a uno los principios cooperativos con los principios de RSC según la OCDE, tal y como se muestra en el **cuadro 3**. Esta es una de las aportaciones principales de este artículo, ya que se puede observar la relación entre ambos colectivos de principios.

Se puede observar como los principios de RSC están presentes a lo largo de todos los principios cooperativos, siendo el Principio de educación, formación e información, el Principios de cooperación entre cooperativas, y el Principio de interés por la comunidad, los más significativos en esta relación. Así, el compromiso de las sociedades cooperativas con la comunidad, los trabajadores y el medioambiente es claro (Carrasco, 2007). En este sentido Vargas y Vaca (2005) indican que el principio de interés por la comunidad es una prueba inequívoca de ese sentido de responsabilidad social que impregna la identidad cooperativa.

Las sociedades cooperativas por naturaleza han de desarrollar su actividad de forma responsable, tanto con socios como con la sociedad en general, sin renunciar a su viabilidad



económica, y bajo unos principios y valores de responsabilidad social que hacen que asuman sus implicaciones a nivel económico, social y medioambiental. Surgen desde su compromiso con el entorno, con las personas, y su desarrollo se apoya precisamente en la realización de ese compromiso, convirtiéndola en modelo de RSC (Castro, 2006). La RSC no es vista como una moda sino como un aspecto consustancial a las mismas, formando parte de su razón de ser o ADN. En este mismo sentido, Belhouari et al. (2005) defienden que la internalización de la RSC por parte de las sociedades cooperativas se basa tanto en sus valores y principios específicos, como en su configuración empresarial.

**Cuadro 3.** Principios de RSC versus Principios Cooperativos.

<b>Principios de RSC según la OCDE</b>	<b>Principios Cooperativos Vinculados</b>
1. Contribuir al progreso económico, social y medioambiental con vistas a lograr un desarrollo sostenible.	P. de participación económica de los socios; P. de educación, formación e información; P. de cooperación entre cooperativas; P de interés de la comunidad.
2. Respetar los derechos humanos fundamentales, reconocidos internacionalmente.	P. de adhesión voluntaria y abierta; P. de gestión democrática; P. de educación, formación e información; P de interés de la comunidad.
3. Estimular la generación de capacidades locales mediante una cooperación estrecha con la comunidad local.	P. de educación, formación e información; P. de cooperación entre cooperativas; P de interés de la comunidad.
4. Fomentar la formación del capital humano.	P. de educación, formación e información.
5. Abstenerse de buscar o de aceptar exenciones no contempladas en el marco legal o reglamentario.	P. de la autonomía e independencia.
6. Apoyar y defender unos correctos principios de gobierno empresarial y desarrollar y aplicar unas buenas prácticas de gobierno empresarial.	P. de adhesión voluntaria y abierta; P. de gestión democrática; P. de participación económica de los socios; P. de la autonomía e independencia.
7. Desarrollar y aplicar prácticas autodisciplinarias y sistemas de gestión eficaces que promuevan una relación de confianza recíproca entre las empresas y las sociedades en las que ejercen su actividad.	P. de cooperación entre cooperativas; P de interés de la comunidad.
8. Promover el conocimiento por los empleados de las políticas empresariales y su conformidad con ellas.	P. de educación, formación e información.
9. Abstenerse de tomar medidas discriminatorias o disciplinarias.	P. de adhesión voluntaria y abierta; P. de gestión democrática; P. de educación, formación e información
10. Alentar, cuando sea factible, a los socios empresariales, incluidos proveedores y subcontratistas, para que apliquen principios de conducta empresarial compatibles con las Directrices.	P. de educación, formación e información; P. de cooperación entre cooperativas.
11. Abstenerse de cualquier injerencia indebida en actividades políticas locales.	P. de la autonomía e independencia.

*Fuente:* Elaboración propia.

En función del cuadro anterior, podemos establecer más claramente la relación evidente y estrecha entre los dos bloques de principios. Se muestra cómo los principios de la RSC según la OCDE forman parte de los principios cooperativos, configurando ambas tipologías un todo bajo el cual se fundamenta la RSC. En consecuencia, se podría decir que los principios cooperativos podrían ser considerados como principios de RSC a seguir por las sociedades socialmente responsables, convirtiéndose así las sociedades cooperativas en entidades modelos o exponentes de la RSC.

#### **4. CONCLUSIONES**

A pesar de ser difícil de delimitar el origen exacto de la preocupación por la RSC, es a partir de los años 90 cuando adquiere a nivel empresarial relevancia y se comienza a dar especial atención a los temas sociales y medioambientales y a los impactos que sobre ellos tienen las empresas. El entorno con el que interactúa la empresa le pide que sea responsable más allá del aspecto económico, es decir, que asuman sus responsabilidades sociales y medioambientales. Diversos estudios ponen de manifiesto que los consumidores prefieren los productos de empresas que invierten en acciones de protección del medioambiente y mantienen un buen comportamiento con la sociedad (Gildia, 1995; Zaman et al., 1996). En este sentido Server y Villalonga (2005) indican que “Se ha de considerar la RSC como una ventaja competitiva de las empresas, la sociedad antes elegirá los productos ofertados por una empresa que sea responsable socialmente y que tenga como prioridad el cuidado del medioambiente que los productos de otra empresa que no tenga en cuenta todas estas medidas”.

El interés por la RSC ha sido puesto de manifiesto tanto por los numerosos estudios internacionales publicados hasta el momento, como por la pluralidad de normas, principios o recomendaciones que han sido elaboradas por organismos, gubernamentales y no gubernamentales, al objeto de poder delimitar los principios que rigen en ella y que delimitan a las empresas socialmente responsables.

La RSC se ha convertido en un modelo de gestión que toma en consideración las implicaciones sociales y medioambientales de sus actuaciones, además de considerar como

objetivo estratégico la creación de valor para todos sus stakeholders, entre los que se encuentran sus accionistas o socios, trabajadores, clientes, proveedores y sociedad en general. Estos stakeholders son los que juzgan las actuaciones empresariales, y en función de que las acepten o no, influirán en la permanencia y sostenibilidad de las empresas (Berbel et al., 2007).

Son diversas las teorías que tratan de analizar la razón de ser de la RSC, buscando dar una explicación a la necesidad de las empresas de ser socialmente responsables, siendo la Teoría de los grupos implicados o Stakeholders Theory, en sus distintos enfoques, discrecional, instrumental y normativo, su máxima representante. Esta última teoría se encuentra en íntima relación con la razón de ser de las sociedades cooperativas, existiendo un vínculo evidente y estrecho entre la RSC y las sociedades cooperativas, cuyo nexo de unión reside en los valores y principios que rigen en ambas y que configuran a la sociedad cooperativa como entidad exponente de los principios de RSC, la cual puede servir de guía al resto de entidades. Además, en la medida que en las sociedades cooperativas sus socios asumen múltiples roles de stakeholder (socios, proveedores, clientes, trabajadores, etc..) perseguirán las necesidades de estos grupos de interés e incluso contarán con su participación activa, contribuyendo a alcanzar sus objetivos económicos y sociales de forma coordinada e integrada.

Además de la revisión teórica, este trabajo tenía como objetivo buscar la relación entre la responsabilidad social corporativa y los principios cooperativos, así como poner de manifiesto si la RSC está entroncada en los valores y principios cooperativos que constituye la ideología innata al cooperativismo. La aportación fundamental de este trabajo se recoge en el cuadro 3. En él se ha conseguido plasmar la Relación de la Responsabilidad Social corporativa y las sociedades cooperativas a través de la relación de sus respectivos principios básicos.

Como resultado del trabajo, consideramos que, en definitiva, la RSC se configura como un aspecto intrínseco a la propia naturaleza de las sociedades cooperativas, forma parte de su razón de ser o ADN. Las sociedades cooperativas por naturaleza han de desarrollar su actividad de forma responsable, tanto con socios como con la sociedad en general, sin

renunciar a su viabilidad económica, y esta responsabilidad es la guía de sus actuaciones empresariales.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALIANZA COOPERATIVA INTERNACIONAL (ACI). *Declaración de identidad cooperativa. Principios cooperativos*. Manchester: ACI. 1995.
- ASOCIACIÓN ESPAÑOLA DE CONTABILIDAD Y ADMINISTRACIÓN DE EMPRESAS. *Marco conceptual de la responsabilidad social corporativa*. Madrid: AECA, 2003. 84 p. ISBN: 1577-2403.
- ALTMAN, B.W. Corporate community relations in the 1990s: A study in transformation. *Business & Society*, nº 37(2), 1998, p. 221–228.
- ANDERSON, J.W. *Corporate social responsibility. Guidelines for top management*. Estados Unidos: Quorum.
- ARGANDOÑA, A. Economía de mercado y responsabilidad social de la empresa. *Papeles de Economía Española*, nº 108, 2006, p. 2-9.
- BALBANIS, G., PHILLIPS, H.C. y LYALL, J. Corporate social responsibility and economic performance in the top British companies: are they linked?. *European Business Review*, nº 98(1), 1998, p. 25-44.
- BARRERA, E. La empresa social y su responsabilidad social. *Innovar*, nº 17(30), 2007, p. 43-54.
- BELHOUARI, A. BUENDIA, I, LAPOINTE, M.J y TREMBLAY, B. La responsabilidad social de las empresas: ¿un nuevo valor para las cooperativas?. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 53, 2005, p. 191-208.
- BERBEL, G., REYES, J.D. y GÓMEZ, M. La responsabilidad social en las organizaciones (RSO): análisis y comparación entre guías y normas de gestión e información. *Innovar*, nº 17(29), 2007, p. 43-54.
- BERLE, J.R. and MEANS, G.C. *The modern corporation and private property*. New York: Macmillan, 1992.
- BOWEN, H.R. *Social responsibilities of businessman*. New York: Harper & Brothers, 1953.
- BRONCHAIN, P. *Towards a sustainable corporate social responsibility*. Dublin: European Foundation for the Improvement of Living and Working Conditions, 2003.
- BRUMMER, J. *Corporate responsibility and legitimacy*. New York: Greenwood Press, 1991.

- CARRASCO, I. Corporate social responsibility, values and cooperation. *International Advances in Economic Research*, nº 13(4), 2007, p. 454-460.
- CARROLL, A.B. A three-dimensional conceptual model of corporate social performance. *Academy of Management Review*, nº 4, 1979, p. 497-505.
- CARROLL, A.B. Corporate social responsibility: Will industry respond to cutbacks in social program funding?. *Vital Speeches of the Day*, nº 49, 1983, p. 604-608.
- CARROLL, A.B. In search of the moral manager. *Business Horizons*, March-April, 1987.
- CARROLL, A.B. The pyramid of corporate social responsibility: Toward the moral management of organizational stakeholders. *Business Horizons*, Julio-Agosto, 1991.
- CARROLL, A.B. Corporate social responsibility: Evolution of a definitional construct. *Business & Society*, nº 38(3), 1999, p. 268-295.
- CASTILLO, A. Aproximación metodológica al contenido de la responsabilidad social de la empresa. *ESIC-Market*, nº 93, 1996.
- CASTRO, M. Las empresas de economía social y la responsabilidad social corporativa. *Papeles de Economía Española*, nº 108, 2006, p. 92-105.
- CHILOSI, A. and DAMIANI, M. Stakeholders vs. shareholders in corporate governance. *MPRA Paper*, nº 2334, 2007 [septiembre de 2008]. Disponible en Internet: <http://mpa.ub.uni-muenchen.de/2334/>
- COLLADO, J.L. La Responsabilidad social corporativa y las cooperativas: aspectos y formulaciones comunes. En: *XI Jornadas de Investigadores de Economía Social y Cooperativa*. CIRIEC-España y CECOOP. 2006.Santiago de Compostela.
- COMÍN, A. La responsabilidad social empresarial y la economía social. *Cuadernos de Economía Social*- CEPES, 4, 2007, p. 1-6.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (CCE). (2001). *Libro Verde: Fomentar un marco europeo para la responsabilidad social de las empresas*. Brusela: CCE, 2001.
- COMISIÓN DE LAS COMUNIDADES EUROPEAS (CCE). (2002). *Comunicación de la Comisión relativa a la responsabilidad social de las empresas: una contribución empresarial al desarrollo sostenible*. Bruselas: CCE, 2002.
- COMISIÓN MUNDIAL SOBRE EL MEDIO AMBIENTE Y EL DESARROLLO (INFORME BRUNDTLAND). *Nuestro futuro común*. Oxford: Oxford University Press, 1987.

- DE LA FUENTE, J.M. y DE QUEVEDO, E. Empirical analysis of the relationship between corporate reputation and financial performance: A survey of the literature. *Corporate Reputation Review*, nº 6(2), 2003, p. 161-177.
- DONALDSON, L. and DAVIS, J.H. Boards and company performance research challenges the conventional wisdom. *Corporate Governance and International Review*, nº 2(3), 1994, p. 151-210.
- DONALDSON, T. and PRESTON, L.E. The stakeholder theory of the corporation: Concepts, evidence and implications. *Academy of Management Journal*, nº 16(2), 1995, p. 312-322.
- EUROPEAN STANDING CONFERENCE OF CO-OPERATIVES, MUTUAL SOCIETIES ASSOCIATIONS AND FOUNDATIONS (CEP-CMAF). *L'economie sociales et solidarie*. 2002, [diciembre de 2008]. Disponible en Internet: [http://ww.cepes.es/media/fotos/Carta\\_CEP\\_CMAF\\_ECONOMIA\\_SOCIAL.doc](http://ww.cepes.es/media/fotos/Carta_CEP_CMAF_ECONOMIA_SOCIAL.doc).
- EVAN, W.M and FREEMAN, R.E. A stakeholder theory of the modern corporation: Kantian capitalism. En: Beauchamp, T. and Bowie, N. (ed): *Ethical theory business*. New Jersey: Prentice hall, Englewood Clifis, 1998, p.75-93.
- FERRELL, O.C., FRAEDRICH, J. Y FERRELL, L. *Business ethics. Ethical decision making and cases*. Boston: Houghton Mifflin Company, 2000.
- FRANKENTAL, P. Corporate social responsibility-a PR invention?. *Corporate Communication: An International Journal*, nº 6(1), 2001, p. 18-23.
- FREDERICK, W.C. Towards CSR3: Why ethical analysis is indispensable and unavoidable in corporate affairs. *California Management Review*, nº 28(2), 1986, p. 126-41.
- FREEMAN, R.E. The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, September 13, 1970.
- FREEMAN, R.E. *Strategic management: a stakeholder approach*. Boston: Pitman, 1984.
- FRIEDMAN, M. *Capitalism and freedom*. Chicago: University of Chicago Press, 1962.
- FRIEDMAN, M. The social responsibility of business is to increase its profits. *New York Times Magazine*, September 13, 1970, p. 32-33.
- GARRIGA, E. and MELÉ, D. Corporate social responsibility theories: Mapping the territory. *Journal of Business Ethics*, nº 53, 2004, p. 51-71.
- GARRIGUES, A. y TRULLENQUE, F. Responsabilidad social corporativa: ¿papel mojado o necesidad estratégica?. *Harvard Deusto Business Review*, Enero, 2008, p. 19-36.

- GILDIA, R.L. Consumer survey confirms corporate social responsibility affects buying decisions. *Public Relations Quarterly*, nº 39, 1995, p. 20-21
- GLOBAL REPORTING INITIATIVE (GRI). *Guía para la elaboración de memorias de sostenibilidad*. Ámsterdam: GRI, 2006. Disponible en internet: <http://www.globalreporting.org>
- HARTMAN, C.L. and STAFFORD E.R. Green alliances: building new business with environmental groups. *Long Range Planning*, nº 30, 1997, p. 184-196.
- HENDERSON, D. The case against corporate social responsibility. *Policy*, nº 17(2), 2001, p. 28-32.
- JENSEN, M.C and MECKLING, W.H. Theory of the firm: managerial behavior, agency costs and ownership structure. *Journal of Financial Economic*, nº 3(4), 1976, p. 305-360.
- JENSEN, M.C. Value maximization, stakeholder theory, and the corporate objective function. En: Beer, M. and Nohria, N. (ed). *Breaking the code of change*. Boston: Harvard Business School Press, 2000.
- LEE, M.P. A review of the theories of corporate social responsibility: its evolutionary path and the road ahead. *International Journal of Management Reviews*, nº 10(1), 2008, p. 53-73.
- LETZA, S., SUN, X. and KIRKBRIDE, J. Shareholding versus stakeholding: a critical review of corporate governance. *Corporate Governance*, nº 12(3), 2004, p. 242-262.
- MACPHERSON, I. *Co-operative principles for the 21<sup>st</sup> Century*. Genova: International Co-operative Alliance, 1995.
- MAIGNAN I. Consumers perceptions of corporate social responsibilities: a cross-cultural comparison. *Journal of Business Ethics*, nº 30(1), 2001, p. 57-72.
- MARGOLIS, J.D. and WALSH, J.P. Misery loves companies: rethinking social initiatives by business. *Administrative Science Quarterly*, nº 48, 2003, p. 268-305.
- MCWILLIAMS, A. and SIEGEL, D. Corporate social responsibility and financial performance: correlation or misspecification?. *Strategic Management Journal*, nº 21(5), 2000, p. 603-609.
- MELÉ, D. Responsabilidad social de la empresa: una revisión crítica a las principales teorías. *Ekonomiaz*, nº 56, 2007, p. 50 -67.
- MELIÁN, A. Una aproximación a los instrumentos de medición de la responsabilidad social empresarial (RSE) en las cooperativas de crédito. En: *XI Jornadas de Investigadores de*

- Economía Social y Cooperativa*. CIRIEC-España y CECOOP. Santiago de Compostela, 2006.
- MONTES, V. y RESSEL, A. Responsabilidad social y balance social en las organizaciones cooperativas. En: *XI Jornadas de Investigadores de Economía Social y Cooperativa*. CIRIEC-España y CECOOP. Santiago de Compostela, 2006.
- MOORE, G. Corporate social and financial performance: an investigation in the UK supermarket industry. *Journal of Business Ethics*, nº 34(3-4), 2001, p. 167-180.
- NILSSON, J. The nature of cooperative values and principles. *Annals of Public and Cooperative Economics*, nº 67(4), 1996, p.633-653.
- ORGANIZACIÓN DE LAS NACIONES UNIDAS (ONU). *Principios del Pacto Mundial (Global Compact)*. ONU, 2001 [diciembre de 2008]. Disponible en internet: [www.unglobalcompact.org](http://www.unglobalcompact.org).
- ORGANIZACIÓN INTERNACIONAL DEL TRABAJO (OIT). *Declaración de la OIT relativa a los principios y derechos fundamentales en el trabajo*. Ginebra: OIT, 1998.
- ORGANIZACIÓN PARA LA COOPERACIÓN Y EL DESARROLLO ECONÓMICO (OCDE). *Guidelines for multinational enterprises*. Paris: OCDE, 2002 [diciembre de 2008]. Disponible en: <http://www.oecd.org/dataoecd/21/20/16975360.pdf>
- ORLITZKY, M. Does firm size confound the relationship between corporate social performance and firm financial performance?. *Journal of Business Ethics*, nº 33(2), 2001, p. 167-180.
- PORTER, M.E. and KRAMER, M.R. The competitive advantage of corporate philanthropy. *Harvard Business Review*, nº 80(12), 2002, p. 56-69.
- PORTER, M.E. and KRAMER, M.R. Strategy & Society: the link between competitive advantage and corporate social responsibility. *Harvard Business Review*, nº 84(12), 2006, p. 78-92.
- PRAKASH, S. Dimensions of corporate social performance: an analytical framework for measurement and analysis. *California Management Review*, nº 17(3), 1975, p. 58-64.
- PUENTES, R y VELASCO, M.M. Importancia de las sociedades cooperativas como medio para contribuir al desarrollo económico, social y medioambiental, de forma sostenible y responsable. *Revista de Estudios Cooperativos (REVESCO)*, nº 99, 2009, p. 104-129.
- QUAZI, A.M. and O'BRIEN, D. An empirical test of a cross-national model of corporate social responsibility. *Journal of Business Ethics*, nº 25, 2000, p. 33-51.



- REYES, L.E. La investigación en responsabilidad social en los diez últimos años: un análisis de las publicaciones en business and management. En: *XXII Congreso Anual AEDEM: Building Bridges in a Global Economy*. AEDEM. Salamanca, 2008.
- SERVER, R. y VILLALONGA, I. La responsabilidad social corporativa y su gestión integrada. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 53, 2005, p. 137-161.
- SHELDON, O. *The philosophy of management*. London: Sir Isaac Pitman & Sons, Ltd, 1923; publicado en New York por Pitman Publishing Corp, 1966.
- SIMPSON, W.G. and KOHERS, T. The link between corporate social and financial performance evidence from the banking industry. *Journal of Business Ethics*, nº 35(2), 2002, p. 97-109.
- STEINER, G.A. *Business and society*. New York: Random House, 1971.
- SULBARÁN, J.P. El concepto de responsabilidad social de la empresa. *Revista Economía*, Universidad de los Andes, nº 10, 1992, p. 228-248.
- ULLMANN, A.A. Data in search of a theory: a critical examination of the relationships among social performance, social disclosure, and economic performance of U. S. firms. *Academy of Management Review*, nº 10, 1985, p. 540-557.
- VARGAS, A. y VACA, R.M. Responsabilidad social corporativa y cooperativismo: ventajas y potencialidades. *CIRIEC-España, Revista de Economía Pública, Social y Cooperativa*, nº 53, 2005, p. 241-260.
- VOGEL, D. *The market for virtue: the potential and limits of corporate social responsibility*. Washington, D.C.: Brookings Institution Press, 2005.
- VOTAW, D. Genius became rare: a comment on the doctrine of social responsibility. *California Management Review*, nº 15(2), 1972, p. 25-31.
- WADDOCK, S.A. and GRAVES, S.B. The corporate social performance-financial performance link. *Strategic Management Journal*, nº 18(4), 1997, p. 303-319.
- WARTICK, S.L. and RUDE, R.E. Issues management: corporate fad or corporate function?. *California Management Review*, nº 29(1), 1986, p. 124-132.
- WEISS, A. Responsabilidad social de las empresas en una sociedad de “afectados” (stakeholder society). *Innovar*, nº 22, 2003, p. 43-54.
- WERTHER, W.J. and CHANDLER, D. Strategic corporate social responsibility as global brand insurance. *Business Horizons*, nº 48(4), 2005, p. 317-324.

- WOOD, D.J. Social issues in management: theory and research in corporate social performance. *Journal of Management*, nº 17(2), 1991, p. 383–406.
- WORLD BUSINESS COUNCIL ON SUSTAINABLE DEVELOPMENT (WBCSD). *Corporate social responsibility. The WBCSD's Journey*. Génova: WBCSD, 2002.
- ZAMAN, M., YAMIN, S., and WONG, F. Environmental consumerism and buying preference for green products. En: *Proceedings of the Australian Marketing Educators Conference*, 1996, p. 613-626.