

# LA INVESTIGACIÓN EN RESPONSABILIDAD SOCIAL EN LOS DIEZ ÚLTIMOS AÑOS: UN ANÁLISIS DE LAS PUBLICACIONES EN BUSINESS AND MANAGEMENT

Luisa Eugenia Reyes Recio ([luisa.reyes@urjc.es](mailto:luisa.reyes@urjc.es)) Universidad Rey Juan Carlos

## ABSTRACT

El presente trabajo tiene como objetivo hacer un análisis de los trabajos publicados en las revistas de gestión, administración y dirección de empresas de alto factor incluidas en el Social Science Citation Index con el fin de poder clasificar los trabajos en función de su contribución al desarrollo de la disciplina. En este sentido, tras realizar la búsqueda de artículos se procede a establecer una clasificación en función del objetivo de investigación de en aquellos que pretenden establecer un concepto de RSC, aquellos que definen modelos de análisis o modelizan, aquellos que analizan las implicaciones en resultados y por último la categoría denomina otros, que se centran fundamentalmente en el análisis de casos o sectores específicos de actividad. Una vez analizados los trabajos se analiza el estado de desarrollo de la disciplina y los problemas metodológicos ante la dispersión de investigación actual en el tópico objeto de estudio.

## INTRODUCCIÓN

En los últimos tiempos mucho se está hablando de la responsabilidad social corporativa (RSC) de las empresas. Son quizás diversas las razones que lo justifican: los últimos y continuos escándalos financieros de grandes compañías situadas en los primeros puestos de los ranking de reputación empresarial, los pronunciamientos a favor de la transparencia y exigencia ética de la gestión de las empresas, el desarrollo de la Ley Financiera y las reformas contables cuyo objetivo es restablecer la confianza perdida, o simplemente la mejora de las relaciones con los grupos de interés de la empresa (conocidos como stakeholders) a fin de mejorar la imagen de la empresa en aquellos puntos en los cuales han presentado en su pasado algún fallo o defecto.

El enfoque de RSC en la gestión empresarial supone un nuevo planteamiento o modelo del gobierno de las relaciones externas o de las externalidades empresariales en lo relativo a lo económico, social y medioambiental. El nuevo enfoque aportado por la RSC radica en que las demandas sociales de prácticas empresariales responsables no son intermediadas por el Estado, sino fundamentalmente a través de la disciplina del mercado de productos, con un consumo responsable o a través del mercado de capitales, apoyando la inversión socialmente responsable (ISRC).

La crisis de la creación de valor ha dado paso a filosofías corporativas alternativas, que no siendo nuevas en la literatura parecen fundamentar el análisis de la RSC, nos referimos a la empresa de los stakeholders. Los últimos escándalos contables y las malas prácticas de gobierno corporativo han perjudicado la credibilidad de los

administradores y éstos han comenzado a valorar y prestar atención a otras filosofías corporativas que articulan las demandas de los grupos de interés y así, conseguir acumular una cierta lealtad por parte de los mismos.

El origen de esta preocupación por tanto, se encuentra en los errores cometidos por las empresas capitalistas modernas guiadas por una orientación equivocada sobre lo que significa hacer máxima la riqueza o el valor de la empresa. Los escándalos empresariales recientes justifican la revisión del modelo. En este sentido, las recomendaciones del buen gobierno de la empresa orientada hacia la creación de valor para el accionista infunden una visión al corto plazo de los intereses de los accionistas no sabiendo valorar los beneficios privados que pueden generar una visión al largo plazo y mas orientada hacia los intereses de todos los agentes que intervienen en la empresa (Salas, 2005). Se configura de esta forma la RSE como la herramienta de gestión al servicio de los accionistas la que posibilita una mejor reputación empresarial o una adecuada gestión del riesgo.

La Responsabilidad Social de la empresa (RSE) surge como consecuencia del conflicto entre el objetivo de hacer máximo el valor económico de los recursos de la propiedad de la empresa y las acciones puestas en marcha a tal fin, y el objetivo general de hacer máximo el bienestar de la sociedad actuando con respeto a los principios éticos y morales de la dignidad humana. Tras estas palabras se encuentra el compromiso a largo plazo de cada empresa con su entorno, con la idea de que además de ganar dinero se debe cuidar cómo se hace, siendo necesario devolver parte de esa ganancia a la sociedad. Se trata por tanto, de un nuevo modelo de empresa.

La nueva corriente de investigación consiste en medir el retorno de la inversión de todas estas políticas, casi siempre en relación al fortalecimiento de su imagen corporativa, pero también por la fidelidad de los clientes o la satisfacción de los empleados. Existen incluso índices bursátiles específicos, como el Dow Jones Sustainability Index. Por otro lado, la legislación antiescándalos ha reforzado esta corriente. La proliferación de memorias de sostenibilidad –informes que dan cuenta de los resultados económico-financieros, pero también de las estrategias medioambientales y sociales- empezó hace unos años y cuenta con guías internacionales como la Global Reporting Initiative (GRI) sobre qué información debe contener. En España 62 empresas elaboran un informe de sostenibilidad ajustado a las recomendaciones de GRI a fecha de 7 de diciembre del 2006<sup>1</sup>. La consecuencia de este movimiento es que muchas empresas se han puesto a sistematizar esta información e incluso, como ha hecho Telefónica, a desarrollar metodologías propias para elaborar esa información.

De forma general podemos afirmar que en los últimos años, cada vez más se escribe sobre la RSE, aparecen más artículos de opinión, reportajes, nuevas secciones fijas, suplementos específicos y rankings en las publicaciones especializadas y prensa económica nacional e internacional, así como en los suplementos económicos de los diarios de información general; en las revistas académicas de management y otras áreas de conocimiento; en los informes

---

<sup>1</sup> Ver web del Global Reporting Index: <http://www.globalreporting.org/Home>. Tras analizar la base de datos de las empresas que presentan los informes de sostenibilidad, España es el segundo país en mayor número de empresas con memorias in accordance, seguido de Japon. Mientras que las empresas Japonesas suponen un 15,67%, las españolas se reducen a la mitad, 7,59%.

corporativos de las empresas y múltiples foros de debate, congresos, seminarios, jornadas, talleres, etc, que sobre la responsabilidad empresarial surgen por toda la geografía planetaria.

En el presente trabajo nos planteamos hacer un análisis de los trabajos publicados en las revistas de gestión, administración y dirección de empresas de alto factor incluidas en el Social Science Citation Index con el fin de poder clasificar los trabajos en función de su contribución al desarrollo de la disciplina. En este sentido, son diversos los trabajos encontrados y que clasificamos en aquellos que pretenden establecer un concepto de RSC, aquellos que definen modelos de análisis o modelizan, aquellos analizan las implicaciones en resultados y por último la categoría denomina otros que se centran fundamentalmente en el análisis de casos o sectores específicos de actividad.

La RSC se ha configurado en los últimos años como un gran campo de estudio en el cual se encuentra hoy en día una gran proliferación de teorías modelos y terminologías diferentes. Sociedad y negocios, gestión social, políticas públicas y negocios, gestión de los stakeholders, son algunos de los términos utilizados para describir el fenómeno relativo a la responsabilidad corporativa. Además, algunas teorías combinan diferentes modelos y usan la misma terminología con diferente significado. Este problema no es nuevo y como decía Votaw (1972) la responsabilidad social corporativa significa algo, pero no siempre la misma cosa para todo el mundo. Carroll (1994) establece que se trata de un concepto ecléctico con límites difusos, múltiples miembros y diferentes perspectivas, disperso más que localizado o centralizado y multidisciplinar que atrae a literatura muy variada.

Durante más de tres décadas muchos investigadores han tratado de analizar este tópico en el caso de los negocios. De acuerdo con Ortilzky et al., (2003) hay más de 52 estudios en este tópico. Walsh y Margolis (2003) sitúan a éstos en 127. Durante más de dos décadas los investigadores han tratado de revisar algunos de estos estudios y encuentran que los resultados no son concluyentes, siendo alguno de ellos artículos seminales titulados 25 años de investigación incomparable. Los resultados mixtos han sido atribuidos a una variedad de factores como son: el uso inapropiado o la propia definición de los términos e incluso de las teorías, la deficiencia de los datos empíricos utilizados, el uso de diferentes metodologías en la definición de los resultados sociales y financieros, fallos en el control del riesgo, afiliación industrial, y consideración de la edad, así como fallos en el control de la inversión en investigación y desarrollo. Algunos de estos errores han sido subsanados en estudios siguientes. En este sentido, Mahon y Griffin (1999) concluyen que en 25 años de investigación no se ha llegado a una solución sino más bien a establecer o definir islas de investigación con señales parciales acerca de un cuadro enorme por pintar. Los investigadores han combinado varias masas de variables no correlacionadas, las cuales tienen correlación y en la regresión de mínimos cuadrados resultan indescifrables. Walsh y Margolis (2003) concluyen que en 35 años de investigación se ha incrementado el cuerpo de debate con diferentes perspectivas que en vez de acumular conocimiento mas bien han dispersado oscureciendo el gran cuadro.

Es ya sabido que la responsabilidad social corporativa no siempre produce resultados o rentabilidades favorables universalmente para todas las empresas en todos los momentos. La rentabilidad de la responsabilidad social corporativa es contingente pero no universal. Aunque algunos estudios han desarrollado modelos para estas

contingencias. Rowley y Bernan (2000) Argumentan que los resultados de tales estudios no son interpretables debido a un apuntalamiento teórico para explicar cómo tales contingencias son relevantes. Además es necesario que los investigadores desarrollen una teoría que explique la heterogeneidad de la rentabilidad financiera en la responsabilidad social.

Son por tanto, los argumentos anteriores los que nos animan a analizar el desarrollo de la investigación en los últimos años dentro del área de los negocios.

## **METODOLOGÍA**

El presente trabajo basándose en el de Lockett et al. (2006) ha analizado revistas de gestión, administración y Dirección de empresas incluidas en el Social Science Citation Index. Nos hemos centrado en estas revistas con alto factor de impacto debido a que su importancia dentro de la disciplinas han sido previamente demostradas (Stigler et al. 1995). En este sentido, Lockett y McWilliams (2005) identifican como las principales revistas de gestión de empresas las siguientes: Academy of Management Journal (AMJ), Academy of Management Review (AMR), Administrative Science Quarterly (ASQ), Journal of Management (JM), Organization Science (OS) y Strategic Management Journal (SMJ). Además hemos considerado oportuno ampliar dicha selección a las siguientes revistas: California Management Review (CMJ), Academy of Management Executive (AME), Academy of Management Perspectives (AMP), International Journal of Management Reviews (IJMR), Journal of International Business Studies (JIBS), Journal of Economics & Management Strategy (JEMS), Journal of Management Studies (JMS), MIT Sloan Management Review (MIT). Estas revistas han sido incluidas en el estudio ya que la línea editorial de todas ellas hace referencia a estudios de gestión, administración y Dirección de Empresas de forma general.

Dentro del análisis de la literatura más relevante hay que tener en cuenta que en el proceso de selección, que se recoge anteriormente, no se contemplan revistas como Journal of Business Ethics , Business Ethics y Corporate Governane: an Internacional Review. Es evidente que por su temática más especialista en el tema objeto a tratar acumulan un mayor número de artículos. Concretamente hemos encontrado 267 artículos publicados en la primera de ellas, 350 en la segunda y 18 en la tercera de las revistas anteriormente citadas en las fechas de estudio del presente trabajo.

En los tres últimos años el porcentaje de artículos publicados en las tres revistas anteriores ha sido de un 47,56%, 71,05%; y de un 77,77% respectivamente. Estos datos ponen de manifiesto la actualidad del tema a tratar siendo un tópico más “viejo” y publicado más uniformemente por la *Journal of Business Ethics*. Ello nos permite afirmar que las revistas de management no son el campo principal de publicación de los trabajos de RSC. Pues un análisis de los artículos publicados en las revistas centradas en los planteamientos éticos muestra una gran cantidad de trabajos publicados relativos a la concepción económica de la RSC. Ello responde a las dos concepciones de la RSC: la social y la económica. Si bien es cierto que la primera concepción de la RSC es puramente social,

apareciendo posteriormente a partir del trabajo de Fridman (1970) la concepción económica. Además el paso de la Teoría de la Agencia a la Teoría de los Stakeholders o grupos de interés acentúan dicha concepción y por tanto, la preocupación por el estudio de la RSC dentro del campo de la Administración y Dirección de Empresas.

#### a) Selección de los artículos y clasificación

La palabra clave que ha sido usada para discriminar entre los artículos que tratan la Responsabilidad social corporativa ha sido dicho término en Inglés (Corporate Social Responsibility), utilizando éste como referencia tanto en el título como en el abstract. La base de datos en la cual se han realizado la búsqueda de los artículos ha sido ABI-INFORM en el periodo de enero 1997 a febrero 2008.

Un total de 768 han sido encontrados en la base de datos utilizada. Sin embargo, cuando la búsqueda se restringe únicamente a la aparición de la palabra clave en el título o en el abstract se obtienen un total de 482 trabajos en publicaciones científicas, 23 en revistas, 150 en trade publications, 91 en periódicos, 12 en references/ reports y 20 dissertation.

En un intento de analizar las publicaciones de artículos científicos relativos a la RSC hemos procedido a clasificarlos en los siguientes grupos:

1. Aquellos que modelizan o definen modelos de análisis generales o específicos del tópico en las empresas
2. Aquellos que analizan la relación entre las políticas de RSC y los resultados empresariales
3. Aquellos que tratan de definir y conceptualizar la RSC
4. Aquellos que hemos clasificado dentro del apartado otros ya que tratan el problema bien como caso de estudio o como un caso en un sector de actividad concreto.

Tabla I: Distribución anual de los artículos en RSC

	2008 <sup>2</sup>	2007	2006	2005	2004	2003	2002	2001	2000	1999	1998	1997	TOTAL
<i>AMJ</i>								1		2		2	5
<i>AMR</i>	1	9	3	1		2		3		1			20
<i>ASQ</i>													0
<i>CMR</i>		1	2	1	5	1	2				1		13
<i>SMJ</i>		2						1	1		1	1	6
<i>OS</i>				1				1					2
<i>AME</i>					2	1	2				1		6
<i>AMP</i>		2	1										3
<i>IJMR</i>		1											1
<i>JIBS</i>			6				1						7
<i>JEMS</i>		4											4
<i>JM</i>			2								1		3

<sup>2</sup> El análisis se ha efectuado hasta el mes de febrero incluido este.

<b>JMS</b>		1	7	1	1						1			<b>11</b>
<b>MIT</b>	1	1	1	2			1	2						<b>8</b>
<b>TOTAL AÑO</b>	<b>2</b>	<b>21</b>	<b>22</b>	<b>6</b>	<b>8</b>	<b>5</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>1</b>	<b>3</b>	<b>5</b>	<b>3</b>	<b>89</b>	

La tabla anterior muestra una tendencia positiva en el número de artículos publicados en los últimos años<sup>3</sup>. Siendo especialmente significativo el año 2007 y 2006 en los cuales con respecto a los tres años anteriores se han multiplicado casi por cuatro los artículos relativos a la RSC. Este resultado pone de manifiesto la actualidad del tema de investigación relativo a la RSC.

En cuanto a las revistas se destacan la *Academy of Management Review*, *California Management Review* y la *Journal Management Studies*. Este incremento de publicaciones tan significativo en las revistas anteriormente citadas responde a la línea editorial de las revistas y el desarrollo del tópico en cuestión. En este sentido, con respecto a la *Academy of Management Review* la línea editorial se basa en publicación de trabajos que abordan nuevas ideas teóricas que avanzan en el entendimiento de dirección y organizaciones. AMR es receptivo a una variedad de perspectivas, incluyendo aquellas preocupadas por mejorar la eficacia de la dirección y organización de empresas. Las sumisiones a AMR deben ampliar la teoría permitiendo el desarrollo del conocimiento. Para ello, los investigadores pueden desarrollar una nueva dirección y teoría de las organizaciones, desafiar o clarificar la teoría existente, sintetizar avances e ideas recientes, o iniciar una búsqueda para la nueva teoría identificando y delimitando un problema teórico nuevo.

La línea editorial de la revista *California Management Review*, publica artículos que se amplían el conocimiento de un tópico que desarrollen teorías existentes o empírica. CMR en particular está interesado en los manuscritos que se enfocan a la estrategia corporativa y la organización, la dirección de tecnología, la política de negocio y a la gestión de la economía global de los negocios. Esta revista prima la publicación de artículos que presentan los resultados de investigaciones originales así como informes sobre revisiones de negocio, análisis o descripciones de técnicas nuevas o revisadas de negocio, y perspectivas sobre publicaciones contemporáneas sociales, económicas, y políticas.

Por último, la *Journal of Management Studies* es una revista multidisciplinaria, que publica investigaciones relativas a la teoría de organización y el comportamiento, a la dirección estratégica y la gestión de recursos humanos tanto de estudios empíricos como de desarrollos teóricos aplicados a usos prácticos.

Por otro lado, en cuanto a la clasificación de los trabajos encontrados se muestra en la siguiente tabla su distribución agrupados por revistas y módulos de estudio establecidos: conceptualización, resultados, modelización y otros.

<sup>3</sup> Hemos de excluir el año 2008 ya que a la fecha de cierre del presente trabajo se tomaron los trabajos publicados hasta el mes de febrero.

Tabla 2: Clasificación de los trabajos en RSC

<i>Título de la Revista</i>	<i>Conceptualización</i>	<i>Modelización</i>	<i>Resultados</i>	<i>Análisis de experiencias y otros</i>
<b>AMJ</b>		Instad <i>et al.</i> , (2001) Weaver <i>et al.</i> , (1999)	Johnson <i>et al.</i> , (1999) Russo <i>et al.</i> , (1997) Turban <i>et al.</i> , (1997)	
<b>AMR</b>	Godfrey (2006) Bright (2006)	Basu <i>et al.</i> , (2008) Scherer <i>et al.</i> , (2007) Marquis <i>et al.</i> , (2007) Bies <i>et al.</i> , (2007) Hond <i>et al.</i> , (2007) Brickson (2007) Aguilera <i>et al.</i> , (2007) Campbell (2007) Aguilar <i>et al.</i> , (2003) Windsor (2001) McWilliams <i>et al.</i> , (2001) Swanson (1999)	Mackey <i>et al.</i> , (2007) Barnett (2007) Schuler <i>et al.</i> , (2006) McWilliams (2001) Matten <i>et al.</i> , (2005)	Caza (2003)
<b>CMR</b>	Berger <i>et al.</i> , (2007) Smith (2003) Hess <i>et al.</i> , (2002)	Perrini (2006) Argenti (2004) Bhattacharya (2004) Vachani <i>et al.</i> , (2004) Reich (1998) McGee (1998)	Peloza (2006) Vogel (2005) Hollender (2004)	Berger <i>et al.</i> , (2004) Drayton (2002)
<b>SMJ</b>			David <i>et al.</i> , (2007) Hillman <i>et al.</i> , (2001) McWilliams (2000) Waddock <i>et al.</i> , (1997)	Kamani (2007)
<b>OS</b>	Scott y Walsham (2005)			Landrum (2001)
<b>AME</b>	Carroll (2004)	Thomas <i>et al.</i> , (2004) Howard-Grenville <i>et al.</i> , (2003) Waddock <i>et al.</i> , (2002)		Gioia (2002) Berry (1998)
<b>AMP</b>	Perrini (2007)	Wright <i>et al.</i> , (2007) Secchi (2007)		Perrini (2006)
<b>IJMR</b>				
<b>JIBS</b>	Strike <i>et al.</i> , (2006)	Husted <i>et al.</i> , (2006) Waldman <i>et al.</i> , (2006) Christmann <i>et al.</i> , (2006) Luo (2006) Rodriguez <i>et al.</i> , (2006) Maignan <i>et al.</i> , (2002)		
<b>JEMS</b>		Cespa <i>et al.</i> , (2007) Calveras <i>et al.</i> , (2007)	Siegel <i>et al.</i> , (2007) Baron (2007) Deckop <i>et al.</i> , (2006) Neubaum <i>et al.</i> , (2006)	
<b>JM</b>		Ruf <i>et al.</i> , (1998)		
<b>JMS</b>		Walkman <i>et al.</i> , (2006) Marcus <i>et al.</i> , (2006) Windsor (2006) Doh (2005) Brammer <i>et al.</i> , (2004)	Carmeli <i>et al.</i> , (2007) Brammer <i>et al.</i> , (2006) Usted <i>et al.</i> , (2006) Adams <i>et al.</i> , (1998)	Lockett <i>et al.</i> , (2006) Doh <i>et al.</i> , (2006)
<b>MIT</b>	Mintzberg <i>et al.</i> , (2002)	Bhattacharya <i>et al.</i> , (2008) Pounds (2006) Yu (2003)		Seiders <i>et al.</i> , (2007) Bruch <i>et al.</i> , (2005) Pearce II <i>et al.</i> , (2005) Hart <i>et al.</i> , (2002)

Fuente: elaboración propia

Si la información anterior es traducida al número de artículos publicados en cada una de las revistas analizadas y en las categorías establecidas obtenemos los resultados que se muestran en la tabla 3.

**Tabla 3: Distribución del número total de artículos publicados por categorías y revistas**

	<i>Conceptualización</i>	<i>%</i>	<i>Modelización</i>	<i>%</i>	<i>Resultados</i>	<i>%</i>	<i>Otros</i>	<i>%</i>	<i>Total artículos</i>
<i>AMJ</i>	0	0,00	2	0,40	3	0,60	0	0,00	5
<i>AMR</i>	2	0,10	<b>12</b>	0,60	5	0,25	1	0,05	20
<i>CMR</i>	3	0,23	<b>5</b>	0,39	3	0,23	2	0,15	13
<i>SMJ</i>	0	0,00	1	0,17	4	0,66	1	0,17	6
<i>OS</i>	1	0,50	0	0,00	0	0,00	1	0,50	2
<i>AME</i>	1	0,17	3	0,50	0	0,00	2	0,33	6
<i>AMP</i>	1	0,33	1	0,33	0	0,00	1	0,33	3
<i>IJMR</i>	0	0,00	1	1,00	0	0,00	0	0,00	1
<i>JIBS</i>	1	0,14	6	0,86	0	0,00	0	0,00	7
<i>JEMS</i>	0	0,00	2	0,50	2	0,50	0	0,00	4
<i>JM</i>	0	0,00	1	0,33	2	0,67	0	0,00	3
<i>JMS</i>	0	0,00	<b>5</b>	0,46	<b>4</b>	0,36	2	0,18	11
<i>MIT</i>	1	0,12	3	0,38	0	0,00	4	0,50	8
<i>Total</i>	10	0,00	42	0,40	23	0,60	14		89
<i>%</i>	0,11		0,47		0,26		0,16		
<i>Categoría</i>									

De acuerdo con el propósito de la línea editorial de las revistas AMR, CMR y JMS como anteriormente ha sido expuesto tanto la AMR como CMR se centran en un mayor número de trabajos que tratan de establecer modelos de desarrollo y análisis de la RSC que en definitiva, amplían el conocimiento sobre el campo objeto de estudio. Mientras que la JMS podemos decir que equilibra el número de publicaciones tanto de desarrollo de modelos de análisis como de estudios empíricos fruto de la línea editorial, haciendo expresa mención a la publicación de estudios empíricos y desarrollos teóricos aplicados a usos prácticos como es el caso de los estudios de casos publicados.

Por otro lado, es necesario señalar la escasa publicación en el ámbito de los negocios de trabajos que tratan de conceptualizar. Sin embargo, podemos observar de los resultados de la tabla 3, como el mayor número de trabajos se centran en el desarrollo de modelos y en el estudio de las relaciones con los resultados empresariales en segundo lugar. La diferencia porcentual entre ambos es de casi un 20%. Esta diferencia a favor de los trabajos que tratan de modelizar frente a aplicar, es consecuencia de la dispersión de investigación y de la dificultad de encontrar un indicador de resultados que capture el efecto de las políticas de RSC.

Estos resultados están en línea con los obtenidos por Lockett *et al.* (2006) y nos permiten afirmar que si el transcurso del tiempo no ha incrementado la investigación empírica sobre la teórica 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 contratación. Por ello, la RSC se configura como un campo de estudio más que una disciplina científica.

## **PROBLEMAS METODOLÓGICOS EN LAS ÁREAS DE ESTUDIO**

### **a) Conceptualización**

Uno de las principales limitaciones existentes en el campo de estudio de la RSC es precisamente su propia definición. Actualmente son innumerables las publicaciones en revistas de reconocido prestigio sobre el tema que planteamos. Sin embargo, no existe una definición unánime de que se entiende por RSE. Si bien es cierto que en general existe acuerdo o unanimidad en las áreas que engloba no todas ellas muestran la misma concordancia en los indicadores utilizados para medir el concepto.

El concepto de responsabilidad social corporativa apareció hace ya algunas décadas. En 1930 se proclama la necesidad de educar a los hombres de negocios en la responsabilidad social (Carroll, 1979). Sin embargo este debate que parece novedoso puede decirse que comienza en 1953 cuando Howard R. Bowen's publica el libro *Social Responsibilities of the Businessman*. Sin embargo, el debate real sobre la RSC comienza cuando Milton Friedman argumenta que la doctrina de la RSC es fundamentalmente subversiva. Posteriormente comienzan a sucederse los trabajos que han analizado este tema. Actualmente en el caso español podemos afirmar que se encuentra dentro de los temas de actualidad, ya que el propio gobierno se esta planteando la elaboración de normativa legal respecto a la responsabilidad social corporativa.

Dentro de la literatura de RSC existen tres corrientes o escuelas sobre su definición. La primera de ellas consiste en la enumeración de las dimensiones o actividades que implica e incluye donaciones caritativas y filantrópicas (Wokutch, 1998), consideraciones comunitarias o de la sociedad (Mallot, 1998), el progreso del genero, el racismo y diversidad religiosa en el mundo (Clair *et al.* 1997), la seguridad (Wokutch 1992) los derechos humanos (Jennings y Entine 1999) y el medioambiente (Frysell y Dooley 1997).

La segunda de las corrientes encuentra algunas taxonomias, modelos y define la ética en los negocios como una dimensión clave de la RSC (Lewellyn, 1998) utilizando el término de ética en los negocios como sinónimo de la RSC. Este tipo de modelos han sido desarrollados y publicados en revistas especializadas en ética como son la *Journal of Business Ethics* y la *Business Ethics Quarterly*. En estas revistas especializadas se recogen modelos empíricos que se centran en mayor medida en los distintos stakeholders (Wokutch y Mallot, 1998).

La última de las corrientes es la que incorpora las anteriores preocupaciones recogidas en las dos corrientes anteriores. Por ejemplo, Carroll (1979,1991, 2001) recoge las grandes áreas de la RSC en términos de responsabilidades: 1) Responsabilidades económicas, realizar negocios y proveer productos y servicios necesarios en

una economía de mercado, 2) Responsabilidades legales, obedecer las leyes lo que supone una forma o manera de codificar la ética, 3) Responsabilidades éticas, realizar negocios que sean vistos y entendidos por la sociedad como necesarios y razonables, 4) Responsabilidades discrecionales o voluntarias realizadas como contribuciones filantrópicas. La esencia de estas responsabilidades voluntarias es que si los negocios no participan son considerados como no éticos. Un ejemplo de ellos pueden ser la ayudas a los mas necesitados, el establecimiento de guarderías en el centro de trabajo, los apoyos a los programas anti-drogas, la protección de la mano de obra infantil, etc.

Tomando una perspectiva de los organismos internacionales que tratan de estudiar y analizar el tema de la RSC no existe consenso sobre su concepto. Algunos eluden definirlo y otros utilizan sinónimos para referirse a ésta como: “ciudadanía corporativa o sostenibilidad.

Pese a las crecientes críticas y debates suscitados en torno a la RSC, ni el concepto ni sus implicaciones están totalmente definidos. Centrándonos en el dilema de conceptualizar el término desde un punto de vista operacional algunas de las críticas planteadas aluden a: (1) el criterio o asignar para la asignación de recursos, (2) la determinación de los problemas sociales específicos que la empresa debe resolver, (3) la determinación de las prioridades específicas; (4) el establecimiento o fijación de estándares o patrones de rendimiento adecuados para determinar en qué medida la empresa es socialmente sostenible.

En resumen, los trabajos analizados suelen partir de una definición propia ajustada al objeto de análisis de la investigación en cuestión.

## **b) Modelización**

Lockett et al., (2006) realizan una revisión de los temas centrales, la naturaleza, temas y fuentes de influencia de la RSC concluyendo que los temas centrales de investigación en RSC son los relativos a ética en los negocios, responsabilidad medioambiental, responsabilidad social y modelos de stakeholders. La naturaleza del conocimiento se distingue entre cuantitativo o empírico y cualitativo o teórico pudiendo este ser normativo o no normativo. Los modelos no normativos de conocimiento teórico son los relativos a la integración de conceptos y paradigmas, construcción de modelos así como, la explicación y aplicación de técnicas deductivas. El conocimiento teórico normativo enfatiza en como debe o debería ser el comportamiento de las empresas, mientras que el no-normativo se centra en el análisis de cómo y porqué. Por último, en cuanto a los campos de influencia se destacan la legal, gestión de empresas, ética, economía, ciencias políticas, filosofía, psicología y sociología. Ello por tanto, se refleja en la diversidad y naturaleza de los tópicos investigados en RSC tanto en Europa como en E.E.U.U.

Los problemas relativos al establecimiento de numerosos y diversos estudios de modelización de relaciones se deben fundamentalmente a la cuestión, ópticas o intereses a la que hace referencia la RSC analizada. En este sentido los distintos trabajos se han centrado en cuestiones de la RSC totalmente diferentes lo que justifica y explica los distintos modelos de análisis encontrados de forma que, cada perspectiva ofrece argumentaciones coherentes que

se plasmas en modelos de analizan el efecto de la RSC en la gestión empresarial. Las cuestiones son: moral o *moral case*, de negocios o *business case*, económica o *economy case*, y por último social o *social case*.

### c) Resultados

Los trabajos centrados en el análisis de las relaciones entre la RSC y los resultados empresariales peden clasificarse según McWilliams y Siegel (2000) en dos categorías:

1. Aquellos que estudian aisladamente el efecto financiero de las políticas de RSC en el corto plazo, y que han obtenido resultados diversos en todas las direcciones posibles: efectos positivos, negativos o sin efecto en la rentabilidad de las empresas.
2. Aquellos que analizan los efectos de las políticas de RSC en el largo plazo. Encontrándose al igual que en el grupo anterior diversidad de resultados.

En este sentido Porter y Kramer (2003) mantienen que la mayoría de las inversiones empresariales solo producen beneficios para la empresa, careciendo de interés social, y las contribuciones benéficas no relacionadas con el negocio sólo generan beneficios sociales y ningún incremento del beneficio empresarial. Se puede por tanto concluir que las acciones sociales pueden ayudar a conseguir mejores resultados económicos pero no tiene por qué necesariamente ser así. Puede sin embargo, conseguirse la convergencia de intereses económicos y sociales siempre y cuando se emprendan las acciones correctas. De esta forma, las políticas de RSC implican sacrificio de recursos a corto plazo pero que en general, originan ganancias en el largo plazo.

Abigail y Siegel (2000) concluyen si bien la investigación relativa el efecto del RSC en los resultados empresariales se ha debido a algunas limitaciones teóricas y empíricas de los modelos utilizados. En este sentido tanto, el uso de variables correlacionadas como la deficiente especificación de los modelos de análisis avalan estos resultados. Estos autores en concreto identifican la inconsistencia de algunos trabajos como consecuencia del uso de metodologías de investigación basadas en el estudio de eventos así como a la ignorancia del efecto de la investigación y el desarrollo (I+D). La I+D tiene un efecto positivo en los resultados empresariales ya muchos aspectos de RSC crean innovación de productos, innovación de procesos o ambas. Afirmación que avala el mayor desarrollo de trabajos en los últimos años que tratan de modelizar.

Schuler y Cording (2006) mantienen que la mayoría de los trabajos que han tratado de relacionar los resultados sociales y los financieros han sido erróneos. De forma general se ha tratado de analizar y contrastar un simple modelo de correlaciones entre los comportamientos sociales y los resultados financieros sin tener en cuenta el efecto moderador de algunas variables clave. No sólo la inconsistencia se detecta en la definición de las variables en los modelos de análisis, sino en la propia definición de las variables que tratan de capturar los resultados financieros y sociales. Pues en definitiva cuando se trata de analizar los resultados sociales para un grupo determinado de stakeholders no se utilizan las mismas medidas que cuando se trata de analizar los resultados para otros, como por ejemplo consumidores o clientes y comunidad en general. ¿Puede por tanto, los resultados sociales ser capturados

con un único indicador? O por el contrario ¿es necesaria la definición de indicadores específicos para el análisis de cada grupo de interés? ¿Puede definirse único indicador que capture las prioridades de todos los satakeholders de una empresa?

En cuanto a la última de las cuestiones planteadas sugerimos que el punto de partida arranca de la falta de consenso en la definición de la RSE. Por ello, una de las posibles soluciones pasa por realizar una revisión minuciosa de los conceptos recogidos en la literatura sobre la RSE y formular uno que englobe las características de todos ellos, teniendo presente la problemática específica de nuestro mercado. Nos referimos a que el caso español en cuanto a la composición de los mercados y por tanto, de los agentes que en el intervienen, y que pueden ser interesados de la empresa, difiere del comportamiento de otros mercados como el anglosajón. Creemos que tomar como referencia el mercado o mercados en los cuales están basadas casi en la totalidad de las publicaciones en revistas incluidas en el JCR, en ocasiones y en función de la problemática a tratar, es erróneo. El análisis de las empresas que adoptan criterios de RSE en España no puede realizarse bajo los mismos supuestos de desarrollo de mercados y de posición de poder de los agentes en la empresa que en otros mercados, fruto de las características propias de las empresas en los diferentes países. Sea por ejemplo, el problema de gobierno de la empresa en el cual en las investigaciones se ha centrado en un problema de divergencia de intereses entre accionistas y directivos pero sin embargo, en nuestro país como consecuencia de la concentración de acciones el problema es de conflicto de intereses entre accionistas mayoritarios y minoritario debido a la alta concentración de capital en manos de unos pocos accionistas.

Por otro lado, la diversidad de indicadores de instituciones internacionales y nacionales que actualmente están surgiendo ponen entredicho todos ellos. Por ello, una solución sería la elaboración de un indicador/es basados en las líneas generales compartidas por todos los indicadores aparecidos y tomando como referencia el GRI como el mas difundido, apoyado y seguido por las empresas. Este indicador debería capturar las prioridades competitivas de los indicadores existentes y de forma que desarrolle un modelo estadístico que capture la incidencia de los indicadores parciales de la RSE en cada una de sus áreas en la cuenta de resultados. Actualmente las memorias sobre responsabilidad social o memorias sociales tan sólo recogen una declaración de cumplimiento de los objetivos sociales marcados por la empresa en cuestión. Pero sin embargo, creemos que el cumplimiento, o no, de esta declaración de intenciones sociales debe ser cuantificado y conocido. Dicha valoración implica en primer lugar el conocimiento de los recursos inmovilizados o invertidos para tales fines así como el retorno generado. Dicho retorno puede ser capturarlo mediante su incidencia en los resultados económico-financieros. El conocimiento por tanto, del valor añadido de las políticas sociales tiene por objetivo priorizar los objetivos sociales, definirlos e incluso en ocasiones impulsarlos con el fin último de generar mayor riqueza tanto para accionistas como para otros stakeholckders.

Por último y en cuanto a las medidas financieras, se han utilizado tanto medidas basadas en el mercado como son la variación en el precio de la acción, o la creación de valor reflejan la importancia de los accionistas como stakeholders más poderoso de la organización; como medidas contables. Las medidas contables como la rentabilidad

económica o la rentabilidad financiera tratan de capturar la eficiencia interna en el mismo sentido y por tanto, la discrecionalidad directiva relativa a la localización de fondos de los distintos proyectos empresariales y por tanto, midiendo en mayor medida la capacidad y adecuación de los procesos de decisión internos y los resultados directivos o gerenciales más que la respuesta del mercado exterior a las políticas empresariales.

Este planteamiento sugiere que la RSC pasa a ser considerada como un instrumento que debe ser gestionado adecuadamente por la dirección tenida en cuenta como una variable estratégica más. En este sentido, se han desarrollado algunos trabajos como los de Milton-Smith (1995), Husted y Allen (2000) y Bowen (2007). Incluso Christian y Carroll (1990) señalaba ya que el debate entre la RSC y los beneficios no debe ser cómo afectan las acciones sociales de la compañía al desempeño económico, sino más bien cuál es el nivel de adecuación de la estrategia de la empresa teniendo en cuenta sus competencias y grupos de interés. En resumen, aquellas actividades de RSC que añadirán valor a los accionistas, se convierten en instrumentales al generar reacciones positivas en los stakeholders de la empresa.

## CONCLUSIONES

Existen diferentes disciplinas por las que analizar la Responsabilidad Social Corporativa y todas ellas aportan argumentos suficientemente incuestionables para incorporarla en la gestión empresarial, nos referimos a la ética y lo moral, la economía y la administración y gestión de empresas.

En este trabajo hemos centrado el estudio de la RSC dentro del *business case* o de los negocios y la gestión. Para ello, hemos tratado de analizar los trabajos que en los diez últimos años se han publicado en una selección de revistas de alto factor de impacto incluidas en Social Science Citation Index con el fin de clasificar los propósitos u objetivos de investigación y poder analizar el estado de desarrollo del tópico.

Los resultados obtenidos nos permiten afirmar que las publicaciones de trabajos relativos a la RSC se encuentran en mayor medida en las revistas relativas a usos sociales, morales y éticos. Aunque si bien es cierto, que la preocupación por este tópico es cada vez mayor dentro del ámbito de la investigación en empresa. En los dos últimos años el número de trabajos publicados se ha multiplicado por cuatro, y se evidencia la importancia del tema en el ámbito empresarial por la publicación de algunos monográficos como es el caso de la la Journal of International Business Studies volumen 37, número 6; Academy of Management Review volumen 32, número 3; California Management Review, volumen 47, número 1 ; Journal of Economics & Management Strategy, volumen 16, número 3.

Aunque queda demostrada la mayor importancia del tópico dentro del caso de los negocios sin embargo, el mayor número de publicaciones se encuentran en revistas especializadas de alto factor de impacto relativas a los usos éticos y morales, atendiendo por tanto, en mayor medida a la dimensión social y ética.

Para cumplir con el objetivo marcado hemos procedido al análisis de los artículos publicados en las revistas seleccionadas con el fin de analizar las investigaciones y estudiar el grado de desarrollo del tópico dentro del campo de estudio de los negocios. En este sentido, se han clasificado los trabajos encontrados en cuatro categorías: (1) aquellos que tratan de conceptualizar o establecer una definición del término Responsabilidad Social Corporativa, (2) aquellos que tratan de definir modelos de análisis bien sean generales o específicos y cuyo objetivo no es el contraste empírico sino la modelización y definición de variables clave de análisis dentro del tópico; (3) aquellos que tratan de contrastar fundamentalmente empíricamente el efecto de las políticas de Responsabilidad Social en los resultados empresariales y por último, (4) aquellos que hemos denominado otras experiencias y casos que fundamentalmente tratan de analizar el problema en sectores específicos de actividad empresarial.

Los resultados en este sentido muestran como el mayor número de trabajos casi un 50% tratan de modelizar mientras que el 26% trata de contrastar empíricamente. Ello como se ha señalado indica que la RSC se configura más como un campo de estudio que como una disciplina científica. Además, ello es consecuencia de la dispersión de investigación en este tema y de la dificultad de encontrar un indicador único que capture el efecto de las políticas de RSC ya que en la mayoría de los trabajos se utiliza como soporte teórico la Teoría de los *Stakeholders*.

En cuanto a las limitaciones encontradas, estas hacen referencia a la conceptualización en el sentido de que no ha encontrado una definición unánime de la RSC, si bien la mayoría de los trabajos parten de alguna definición clásica adaptada a los usos de la investigación en cuestión. En cuanto a la modelización los problemas fundamentalmente se centran en la dimensión de estudio y en el agente al que van dirigidos. Pues pueden definirse modelos de relación desde tres ópticas y para múltiples *stakeholders* y con múltiples grados de poder e importancia, de forma que cada perspectiva ofrece argumentaciones sólidas en la gestión empresarial. Por último, en cuanto a los trabajos que analizan los efectos de las políticas de Responsabilidad Social en los resultados la literatura muestra resultados mixtos. Las limitaciones no solo se encuentran en la definición de los indicadores de resultados financieros sino también los sociales. ¿Deben las políticas de RSC tener reflejo directo en los resultados empresariales<sup>4</sup>? o por el contrario ¿Las políticas de RSC deben medirse por resultados sociales que aumenten la reputación o prestigio y por tanto se reflejen en el largo plazo en los resultados financieros? ¿Se puede por tanto, establecer una relación directa entre RSC y resultados empresariales o más bien se debe definir un modelo dinámico y recursivo de relaciones y por tanto, de causa-efecto?

---

<sup>4</sup> Independientemente de la medida si es contable o de mercado

## BIBLIOGRAFÍA

- Milton-Smith, J. (1995).**- “Ethics as excellence: A strategic management perspective”, *Journal of Business Ethics*, vol. 14, num. 8, pp. 683-685.
- Bowen (2007).**- “Corporate social strategy: Competing views from two theories of the firm”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 75, num.1, pp. 97-114.
- Carroll, A.B. (1979).**- “A Three-Dimensional Conceptual Model of Corporate Performance”, *Academy of Management Review*, Vol. 4, n° 4, pp. 497-505.
- Carroll, A.B. (1994).**- “Social Issues in Management Research”, *Business and Society*, Vol. 38, n° 3, pp. 268-295.
- Porter M. E.; Kramer, M. R. (2002).**- “*The Competitive Advantage of Corporate Philanthropy*”, Harvard Business Review.
- Rowley, T.; Berman, S. (2000):** “New Brand of Corporate Social Performance”, *Business and Society*, Vol. 39, Num. 4, pp. 887-911.
- Mahon, J.; Griffin, J. (1999):** “Painting a portrait”, *Business and Society*, Vol. 41, pp. 365-370.
- Lockett, A.; McWilliams, A. (2005):** “The Balance of Trade Between Disciplines: Do We Effectively Manage Knowledge?”. *Journal of Management Inquiry*, Vol. 14, Num. 2, pp. 139-150.
- Votaw, D. (1972):** Genius Became Rare: A Comment on the Doctrine of Social Responsibility”, *California Management Review*, Vol. 15, Num. 2, pp. 25-31.
- Stigler, G.; Stigler, S.; Friedland, C. (1995):** “The Journal of Economics”, *Journal of Political Economy*, Vol. 103, Num. 2, pp. 331-359. .
- Salas, V. (2005):** “¿Sustituye la Responsabilidad Social al Buen Gobierno de la Empresa?”, *Economistas*, Vol. 25, pp. 4-13
- Orlitsky, M., Schmidt, F.L.; Rynes, S.L. (2003):** “Corporate Social and Financial Performance: A meta-analysis”, *Organization Studies*, Vol. 24, pp. 403-442.
- Schuler, D.A.; Cording, M. (2006):** “A Corporate Social Performance. Corporate Financial Performance Behavioural Model for Consumers”, *Academy of Management Review*, Vol. 31, Num. 3, pp. 540-558.
- Freeman, M. (1970):** *The Social Responsibility of Business is to Increase Profit*. New York Times Magazine.
- Husted, B.W.; Allen, D.B. (2000):** “Is it Ethical to Use Ethics as Strategy”, *Journal of Business Ethics*, Vol. 27, pp. 21-31.
- Margolis, J.D.; Walsh J.P. (2003):** “Misery Loves Companies: Whither Social Initiatives by Business”, *Administrative Science Quarterly*, Vol 48, pp. 268-305.
- Bowen H. (1953):** *Social Responsibilities of the Businessman*. Harper & Row. New York. NY.
- Christian J. J; Carroll, A. B. (1990):** “Social Responsibility and Strategic Management: Toward an Enterprise Strategy Classification”, *Academy of Management Proceedings*. Pp. 332-336.
- Adams, M.; Hardwick, P. (1998):** “An analysis of corporate donations: United Kingdom evidence”, *The Journal of Management Studies*. Vol.35, Iss. 5; p. 641

- Aguilera, R.V.; Jackson, G. (2003):** “The Cross-National Diversity of Corporate Governance: Dimensions and Determinants”, *The Academy of Management Review*, Vol. 28, Iss. 3, p. 447-465
- Aguilera, R.V.; Rupp, D.E.; Williams, C.A.; Ganapathi, J. (2007):** “Putting the Back in Corporate Social Responsibility: A Multilevel Theory of Social Change in Organizations”, *The Academy of Management Review*, Vol. 32, Iss. 3, p. 836-863
- Argenti, P.A. (2004):** “Collaborating with Activists: How Starbucks Works with NGOS”, *California Management Review*. Vol. 47, Iss. 1, p. 91-116
- Barnett, M.L. (2007):** “Stakeholder Influence Capacity and the Variability of Financial Returns to Corporate Social Responsibility”, *The Academy of Management Review*, Vol. 32, Iss. 3, p. 794-816
- Baron, D.P. (2007):** “Corporate Social Responsibility and Social Entrepreneurship”, *Journal of Economics & Management Strategy*. Vol.16, Iss. 3; p. 683
- Basu, K.; Palazzo G. (2008):** “Corporate Social Responsibility: A Process Model of Sensemaking”, *Academy of Management Review*, Vol. 33, Iss. 1, p. 122-136.
- Berger, I. E.; Cunningham, P.H.; Drumwright, M.E. (2007):** “Mainstreaming Corporate Social Responsibility: Developing Markets for Virtue”, *California Management Review*. Vol. 49, Iss. 4, p. 132
- Berger, I.E.; Cunningham, P.H.; Drumwright, M.E. (2004):** “Social Alliances: Company/Nonprofit Collaboration”, *California Management Review*. Vol. 47, Iss. 1, p. 58-90
- Berry, M.A.; Rondinelli, D.A.(1998):** “Proactive Corporate Environment Management: A New Industrial Revolution”, *The Academy of Management Executive*. Vol. 12, Iss. 2, p. 38-50 (13 pp.)
- Bhattacharya, C.B.; Sen, S. (2004):** “Doing Better at Doing Good: When, Why, and How Consumers Respond To Corporate Social Initiatives”, *California Management Review*. Vol. 47, Iss. 1, p. 9-24
- Bhattacharya, C.B.; Sen, S.; Korschun, D. (2008):** “Using Corporate Social Responsibility to Win the War for Talent”, *MIT Sloan Management Review*. Vol. 49, Iss. 2; p. 37
- Bies R. J.; Bartunek, J.M. ; Fort, T.L.; Zald. M.N. (2007):** “Corporations as Social Change Agents: Individual, Interpersonal, Institutional, and Environmental Dynamics “, *Academy of Management Review*, Vol. 32, Iss. 3, p. 788-793.
- Brammer, S.; Millington, A. (2004):** “The Development of Corporate Charitable Contributions in the UK: A Stakeholder Analysis”, *The Journal of Management Studies*. Vol. 41, Iss. 8; p. 1411
- Brammer, S.J.; Pavelin, S. (2006) :** “Corporate Reputation and Social Performance: The Importance of Fit”, *The Journal of Management Studies*. Vol. 43, Iss. 3; p. 435
- Brickson, S.L. (2007):** “Organizational Identity Orientation: The Genesis of the Role of the Firm and Distinct Forms of Social Value” , *The Academy of Management Review*, Vol. 32, Iss. 3, p. 864-888
- Bright, D. (2006):** “DIALOGUE: Virtuousness Is Necessary for Genuineness in Corporate Philanthropy”, *The Academy of Management Review*. Briarcliff Manor:Jul 2006. Vol. 31, Iss. 3, p. 752-754
- Bruch, H.; Walter, F. (2005):** “The Keys to Rethinking Corporate Philanthropy”, *MIT Sloan Management Review*. Vol. 47, Iss. 1; p. 49
- Calveras, A.; Ganuza, J.J.; Llobet, G. (2007):** “Regulation, Corporate Social Responsibility and Activism”, *Journal of Economics & Management Strategy*.Vol. 16, Iss. 3; p. 719

- Campbell, J.L. (2007):** “ Why Would Corporations Behave in Socially Responsible Ways? An Institutional Theory of Corporate Social Responsibility”, *The Academy of Management Review*. Vol. 32, Iss. 3, p. 946-967
- Carmeli, A; Gilat, G.; Waldman, D.A. (2007):** “The Role of Perceived Organizational Performance in Organizational Identification, Adjustment and Job Performance”, *The Journal of Management Studies*. Vol. 44, Iss. 6; p. 972
- Carroll, A.B. (2004):** “Managing Ethically with Global Stakeholders: A Present and Future Challenge”, *The Academy of Management Executive*. Vol. 18, Iss. 2, p. 114-120
- Caza A. (2003):** “Corporate Irresponsibility: America's Newest Export” , *The Academy of Management Review*. Vol. 28, Iss. 1, p. 155-158
- Cespa, G.; Cestone, G. (2007):** “Corporate Social Responsibility and Managerial Entrenchment” , *Journal of Economics & Management Strategy*. Vol. 16, Iss. 3; p. 741
- Christmann, P.; Taylor, G. (2006):** “Firm Self-Regulation through International Certifiable Standards: Determinants of Symbolic Versus Substantive Implementation”, *Journal of International Business Studies*. Vol. 37, Iss. 6; p. 863
- David, P.; Bloom, M.; Hiliman, A.J. (2007):** “Investor Activism, Managerial Responsiveness, and Corporate Social Performance”, *Strategic Management Journal*, Vol. 28, Iss. 1, p. 91
- Deckop, J.R.; Merriman, K.K.; Gupta, S. (2006):** “The Effects of CEO Pay Structure on Corporate Social Performance”, *Journal of Management*. Vol. 32, Iss. 3; p. 329
- Doh, J.P. (2005):** “Offshore Outsourcing: Implications for International Business and Strategic Management Theory and Practice”, *The Journal of Management Studies*. Vol. 42, Iss. 3; p. 695
- Doh, J.P.; Guay, T.R. (2006):** “Corporate Social Responsibility, Public Policy, and NGO Activism in Europe and the United States: An Institutional-Stakeholder Perspective”, *The Journal of Management Studies*. Vol. 43, Iss. 1; p. 47
- Drayton, W. (2002):** “The Citizen Sector: Becoming as Entrepreneurial and Competitive as Business “, *California Management Review*. Vol. 44, Iss. 3, p. 120-132
- Gioia, D.A. (2002):** “Business Education's Role in The Crisis of Corporate Confidence”, *The Academy of Management Executive*. Vol. 16, Iss. 3, p. 142-144
- Godfrey, P.C. (2006):** “DIALOGUE: A Reply to Bright: Virtuousness is Necessary for Genuineness in Corporate Philanthropy” *The Academy of Management Review*. Vol. 31, Iss. 3, p. 754-756
- Hart, S.L.; Christensen, C.L. (2002):** “The great leap: Driving innovation from the base of the pyramid”, *MIT Sloan Management Review*. Vol. 44, Iss. 1; p. 51
- Hess, D.; Rogovsky, N.; Dunfee, T. W. (2002):** “The Next Wave of Corporate Community Involvement: Corporate Social Initiatives”, *California Management Review*, Vol. 44, Iss. 2, p. 110-125
- Hillman, A.M.; Keim, G.D. (2001):** “Shareholder Value, Stakeholder Management, and Social Issues: What's The Bottom Line?”, *Strategic Management Journal*. Vol. 22, Iss. 2, p. 125-139
- Hollender, J. (2004):** “What Matters Most: Corporate Values and Social Responsibility “, *California Management Review*. Vol. 46, Iss. 4, p. 111-119

- Hond, F.D.; Bakker, F.G.A. (2007):** “Ideologically Motivated Activism: How Activist Groups Influence Corporate Social Change Activities”, *Academy of Management Review*, Vol. 32, Iss. 3, p. 901-924
- Howard-Grenville, J.A.; Hoffman, A.J.; Wirtenberg, J. (2003):** “The Importance of Cultural Framing to the Success of Social Initiatives in Business; Executive Commentary”, *The Academy of Management Executive*. Vol. 17, Iss. 2, p. 70-86
- Husted, B.W.; Allen, D.B. (2006):** “Corporate Social Responsibility in the Multinational Enterprise: Strategic And Institutional Approaches”, *Journal of International Business Studies*. Vol. 37, Iss. 6; p. 838
- Husted, B.W.; Salazar, J.J. (2006):** “Taking Friedman Seriously: Maximizing Profits and Social Performance”, *The Journal of Management Studies*. Vol. 43, Iss. 1; p. 75
- Insead, D. Ch. G.; Eisenhardt, K. M. (2001):** “Architectural Innovation and Modular Corporate Forms”. *Academy of Management Journal*. Vol. 44, Iss. 6, p. 1229-1249
- Johnson, R.A.; Greening, D. W. (1999):** “The Effects of Corporate Governance and Institutional Ownership Types on Corporate Social Performance” , *Academy of Management Journal*, Vol. 42, Iss. 5, p. 564-576
- Kamani, A. (2007):** “Doing Well by Doing Good -Case Study: 'Fair & Lovely' Whitening Cream”, *Strategic Management Journal*. Vol. 28, Iss. 13, p. 1351
- Lockett, A.; Moon, J.; Visser, W. (2006):** “Corporate Social Responsibility in Management Research: Focus, Nature, Salience and Sources of Influence”, *The Journal of Management Studies*. Vol. 43, Iss. 1; p. 115
- Luo, Y. (2006):** “Political Behavior, Social Responsibility, and Perceived Corruption: A Structuration Perspective”, *Journal of International Business Studies*. Vol. 37, Iss. 6; p. 747
- Mackey A.; Mackey, T.B.; Barney, J.B. (2007):** “Corporate Social Responsibility and Firm Performance: Investor Preferences and Corporate Strategies”, *Academy of Management Review*, Vol. 32, Iss. 3, p. 817-835.
- Maignan, I.; Ralston, D.A. (2002):** “Corporate Social Responsibility in Europe and The U.S.: Insights from Businesses' Self-Presentations”, *Journal of International Business Studies*. Vol. 33, Iss. 3; p. 497 (18 pages)
- Marcus, A.A.; Anderson, M.H. (2006):** “A General Dynamic Capability: Does it Propagate Business and Social Competencies in the Retail Food Industry?”, *The Journal of Management Studies*. Vol. 43, Iss. 1; p. 19.
- Marquis Ch.; Glynn, M.A; Davis, G.F.(2007):** “Community Isomorphism And Corporate Social Action”, *Academy of Management Review*. Vol. 32, Iss. 3, p. 925-945
- Matten, D.; Crane, A. (2005):** “Corporate Citizenship: Toward An Extended Theoretical Conceptualization”, *The Academy of Management Review*. Vol. 30, Iss. 1, p. 166-179
- McGEE, J. (1998):** “Commentary on 'Corporate Strategies and Environmental Regulations: an Organizing Framework' by A.M. Rugman and A. Verbeke”, *Strategic Management Journal* (1986-1998). Vol. 19, Iss. 4, p. 377 (11 pp.)
- McWilliams, A. (2001):** “Profit-Maximizing Corporate Social Responsibility”, *The Academy of Management Review*. Vol. 26, Iss. 4, p. 504
- McWilliams, A.; Siegel D. (2001):** “Corporate Social Responsibility: A theory of the Firm Perspective”, *The Academy of Management Review*. Vol. 26, Iss. 1, p. 117-127
- McWilliams, A.; Siegel, D. (2000):** “Corporate Social Responsibility and Financial Performance: Correlation or Misspecification?”, *Strategic Management Journal*, Vol. 21, Iss. 5, p. 603-609

- Mintzberg, H.; Simons, R.; Basu, K. (2002):** “Beyond selfishness”, *MIT Sloan Management Review*. Vol. 44, Iss. 1; p. 67
- Neubaum, D.A.; Zahra, S.A.(2006):** “Institutional Ownership and Corporate Social Performance: The Moderating Effects of Investment Horizon, Activism, and Coordination”, *Journal of Management*. Vol. 32, Iss. 1; p. 108
- Pearce II, J.A.; Doh, J.P. (2005):** “The High Impact of Collaborative Social Initiatives”, *MIT Sloan Management Review*. Vol. 46, Iss. 3; p. 30
- Peloza, J. (2006):** “Using Corporate Social Responsibility as Insurance for Financial Performance”, *California Management Review*. Vol. 48, Iss. 2, p. 52-72
- Perrini, F. (2006):** “Corporate Social Responsibility: Doing the Most Good for Your Company and Your Cause”, *The Academy of Management Perspectives*. Vol. 20, Iss. 2, p. 90-93
- Perrini, F. (2006):** “The Practitioner's Perspective on Non-Financial Reporting “, *California Management Review*. Vol. 48, Iss. 2, p. 73-103
- Perrini, F. (2007):** “The Market for Virtue. The Potential and Limits of Corporate Social Responsibility”, *The Academy of Management Perspectives*, Vol. 21, Iss. 3, p. 107-109
- Pounds, W.F. (2006):** “Why Do Good?”, *MIT Sloan Management Review*. Vol. 47, Iss. 3; p. 14
- Reich, R. B. (1998):** “The New Meaning of Corporate Social Responsibility “, *California Management Review*. Vol. 40, Iss. 2, p. 8-17 (10 pp.)
- Rodriguez, P.; Siegel, D.S.; Hillman, A.; Eden, L. (2006):** “Three Lenses on The Multinational Enterprise: Politics, Corruption, and Corporate Social Responsibility”, *Journal of International Business Studies*. Vol. 37, Iss. 6; p. 733
- Ruf, B.M.; Muralidhar, K.M.; Paul, K. (1998):** “The development of a systematic, aggregate measure of corporate social performance”, *Journal of Management*. Vol. 24, Iss. 1; p. 119 (15 pages)
- Russo, M.V.; Fouts, P.A. (1997):** “A Resource-Based Perspective on Corporate Environmental Performance and Profitability”, *Academy of Management Journal*, Vol. 40, Iss. 3, p. 534-559
- Scherer A.G.; Palazzo G. (2007):** “Toward a Political Conception of Corporate Responsibility: Business and Society Seen From a Habermasian Perspective” , *Academy of Management Review*, Vol. 32, Iss. 4, p. 1096-1120.
- Schuler, D.A.; Cording, M. (2006):** “A Corporate Social Performance-Corporate Financial Performance Behavioural Model For Consumers”, *The Academy of Management Review*. Vol. 31, Iss. 3, p. 540-558
- Scott, S.V.; Walsham, G. (2005):** “Reconceptualizing and Managing Reputation Risk in the Knowledge Economy: Toward Reputable Action”, *Organization Science*. Vol. 16, Iss. 3; p. 308 (17 pages)
- Secchi, D. (2007):** “Utilitarian, Managerial and Relational Theories of Corporate Social Responsibility”, *International Journal of Management Reviews*. Vol. 9, Iss. 4; p. 347
- Seiders, K.; Berry, L.L. (2007):** “Should Business Care About Obesity?”, *MIT Sloan Management Review*. Vol. 48, Iss. 2; p. 15
- Siegel, D.S.; Vitaliano, D.F. (2007):** “An Empirical Analysis of the Strategic Use of Corporate Social Responsibility”, *Journal of Economics & Management Strategy*. Vol. 16, Iss. 3; p. 773

- Smith, N.C. (2003):** “Corporate Social Responsibility: Whether or How?” *California Management Review*, Vol. 45, Iss. 4, p. 52-76
- Strike, V.M.; Gao, J.; Bansal, P. (2006):** “Being Good while Being Bad: Social Responsibility and the International Diversification of US Firms”, *Journal of International Business Studies*. Vol. 37, Iss. 6; p. 850
- Swanson, D.L. (1999):** “Toward an Integrative Theory of Business and Society: A Research Strategy for Corporate Social Performance”, *The Academy of Management Review*, Vol. 24, Iss. 3, p. 506-521
- Thomas, T.; Schermerhorn, J.R.; Dienhart, J.W. (2004):** “Strategic Leadership of Ethical Behaviour in Business” , *The Academy of Management Executive*. Vol. 18, Iss. 2, p. 56-66
- Turban, D.B.; Greening, D.W. (1997):** “Corporate Social Performance and Organizational Attractiveness to Prospective Employees”, *Academy of Management Journal*, Vol. 40, Iss. 3, p. 658-672
- Vachani, S.; Smith, NC. (2004):** “Socially Responsible Pricing: Lessons From The Pricing Of Aids Drugs In Developing Countries”, *California Management Review*. Vol. 47, Iss. 1, p. 117-144
- Vogel, D.J. (2005):** “Is There a Market for Virtue? The Business Case for Corporate Social Responsibility “, *California Management Review*. Vol. 47, Iss. 4, p. 19-46
- Waddock, S.A.; Bodwell, CH.; Graves, S.B. (2002):** “Responsibility: The New Business Imperative”, *The Academy of Management Executive*. Vol. 16, Iss. 2, p. 132-148
- Waddock, S.A; Graves, S.B.(1997):** “The Corporate Social Performance-Financial Performance Link”, *Strategic Management Journal*. Vol. 18, Iss. 4, p. 303-319
- Waldman, D.A.; De Luque, M.S.; Washburn, N. ; House, R.J. (2006):** “Cultural and Leadership Predictors of Corporate Social Responsibility Values of Top Management: A GLOBE Study Of 15 Countries”, *Journal of International Business Studies*. Vol. 37, Iss. 6; p. 823
- Waldman, D.A.; Siegel, D.S.; Javidan, M. (2006):** “Components of CEO Transformational Leadership and Corporate Social Responsibility”, *The Journal of Management Studies*. Vol. 43, Iss. 8; p. 1703
- Walsh, J.P.; Margolis, J.D. (2003):** “Social Issues and Management: Our Lost Cause Found”, *Journal of Management*. Vol. 29, Iss. 6; p. 859
- Weaver, G. R.; Trevino, L. K.; Cochran, P. L. (1999):** “Integrated and Decoupled Corporate Social Performance: Management Commitments, External Pressures, and Corporate Ethics Practices”, *Academy of Management Journal*. Vol. 2, Iss. 5, p. 539-552
- Windsor, D. (2001):** “Corporate Social Responsibility: A Theory of the Firm Perspective”, *The Academy of Management Review*. Vol. 26, Iss. 4, p. 502
- Windsor, D. (2006):** “Corporate Social Responsibility: Three Key Approaches”, *The Journal of Management Studies*. Oxford: Jan 2006. Vol. 43, Iss. 1; p. 93
- Wright, Ch. M.; Smith, M.E.; Wright, B.G. (2007):** “Hidden Costs Associated with Stakeholders in Supply Management”, *The Academy of Management Perspectives*. Vol. 21, Iss. 3, p. 64-82
- Yu, L. (2003):** “The perception of deception”, *MIT Sloan Management Review*. Vol. 44, Iss. 3; p. 11