



XXVIII CONGRESO

EBEN ESPAÑA

CÓRDOBA 10, 11 y 12 de junio de 2021



Revisando las principales teorías en el estudio de la divulgación de información no financiera por parte de las empresas

**Carlos Anguiano Santos¹, Melania Salazar-Ordóñez¹, Mercedes Luque-Vílchez¹*

¹ Universidad de Córdoba

Código: O.40

Área: RESPONSABILIDAD SOCIAL Y REPUTACIÓN CORPORATIVA

Palabras Clave:

Investigación contable, grupos de interés, legitimidad, nuevo institucionalismo sociológico, memorias de sostenibilidad, responsabilidad social corporativa (RSC).

RESUMEN:

La preocupación de la sociedad hacia la sostenibilidad que comienza a adquirir una elevada importancia en los años 70, no solo como preocupación sino también como objetivo, impulsa desde el ámbito empresarial el desarrollo del concepto de Responsabilidad Social Corporativa (RSC). La RSC sufre una constante evolución, especialmente desde principios de este siglo, debiendo las empresas poner de manifiesto su comportamiento social y medioambientalmente responsable. Esto conlleva tanto la elaboración de las correspondientes memorias de sostenibilidad como su divulgación (Moneva Abadía, 2005; Colin y Larrinaga, 2014). Vinculada con esta necesidad de divulgación surgen diversas teorías dentro del ámbito de la contabilidad social y medioambiental (Gray et al., 1995). Este trabajo presenta una revisión crítica de las teorías más relevantes usadas para el estudio de la divulgación de información sobre sostenibilidad por parte de las empresas. En particular, el estudio se enfoca en la teoría de los grupos de interés, teoría de la legitimidad y teoría del nuevo institucionalismo sociológico, por ser las principales (Larrinaga González, 2017). Así, se ha observado que, a pesar de estar relacionadas y de tener un origen común, cada una se focaliza en un método de análisis y necesidad diferente. De hecho, la primera ofrece un modelo donde toma fuerza la idea de empresa polifacética, debiendo ser entendida desde la pluralidad de los participantes que intervienen en ella (Fernández et al., 2012) y mostrando que existen relaciones entre los diferentes tipos de grupos de interés que alcanzan el ámbito moral y personal (Larrinaga González, 2017). Mientras que, en la teoría de la legitimidad, se observan las necesidades que tienen las empresas de ser respaldadas en su ámbito de actuación, basándose la principal diferencia con respecto de la teoría de los grupos de interés en el hecho de que mientras la primera se centra en satisfacer las necesidades que la sociedad demanda, la segunda se centra en identificar a los actores del entorno afectados por el desarrollo de su actividad (Gray et al., 1995). Por último, la teoría del nuevo institucionalismo sociológico vislumbra, desde un enfoque social, que la estructura empresarial y su desempeño se ve afectada por las normas y leyes establecidas por las correspondientes instituciones públicas (Dimaggio & Powell, 1991); de modo que la existencia de una estrategia empresarial de RSC puede ser considerada como un conjunto de normas de prácticas institucionalizadas en el contexto empresarial actual (Higgins & Larrinaga, 2014).