

La contabilidad entre la responsabilidad social y la competitividad

DRA. MARÍA EUGENIA DE LA ROSA LEAL¹

M.A. MÓNICA BALLESTEROS GRIJALVA²

Resumen

La importancia de la contabilidad como herramienta de gestión, es su capacidad para revelar los efectos de las decisiones en la finanzas de la organización. Con esta perspectiva se estudió la posibilidad de que la contabilidad capte las acciones de responsabilidad social y su efecto en la competitividad y viceversa.

El objetivo de estudio fue detectar la influencia de la competitividad en la responsabilidad social, y la capacidad de la contabilidad para informar sobre ello. Para lo cual se utilizó una metodología mixta con un análisis correlacional y axial, estudiando a 72 empresas en los estados de Sonora y Sinaloa detectando los indicadores sociales, ambientales y de competencia, como parte del discurso de la competitividad y la responsabilidad social.

Los resultados obtenidos fueron la inconsistencia de unión de ambos aspectos y una falta de comprensión del sentido de aplicación de la competitividad, y la responsabilidad social.

Palabras clave: Contabilidad, Responsabilidad Social, Competitividad.

Abstract

The importance of accounting as a management tool is its ability to reveal the effects of decisions on the finances of the organization. With this perspective, we studied the possibility of accounting captures the social responsibility actions and their impact on competitiveness and vice versa. The objective of this study was to detect the influence of competition in social responsibility and the ability of accounting to report on it. For which we used a mixed methodology with an axial correlational analysis, studying 72 companies in the states of Sonora and Sinaloa detecting social, environmental and competition, as part of the discourse of competitiveness and social responsibility.

The results were the inconsistency of binding of both issues and a lack of understanding of the direction of application of competitiveness, and social responsibility.

Keywords: Accounting, Social Responsibility, Competitiveness.

¹ Profesora de Universidad de Sonora Cuerpo Académico.. Contabilidad, Gestión y fiscalización.

² Profesora de Universidad de Sonora Cuerpo Académico.. Contabilidad, Gestión y fiscalización.

Introducción.

Actualmente la situación económica y de seguridad se ve comprometida por diversos factores, entre ellos el compromiso social de los empresarios y el contexto económico y de confianza que siembra incertidumbre y confusión en la comunidad.

La duda es si la existencia de un comportamiento ético con responsabilidad social es ¿una quimera?, o es posible lograrla desde la base hasta la punta de la organización, con empleados que manera natural se ponen la camiseta y responden a la comunidad y a la organización.

La realidad común es que el compromiso y responsabilidad social empresarial se sustituye o disfraza con el logro de resultados financieros a corto plazo, de forma que se compromete el cierre de operaciones por decisiones abruptas con efectos inmediatos en el logro de metas, y se abusa de la generación de conductas de consumo para ampliar los mercados, con el fin de lograr el status de “empresa competitiva”.

Empresa competitiva, cuya lectura es “ganancia antes que todo”, en donde la competitividad es dada por la forma en que se confronta la rivalidad (Chávez, Zaragoza & Barreto, 2005) para sostener y mejorar su posición en su contexto económico.

Desde una lectura interior de la empresa, particularmente a través de las herramientas contables de gestión, es observable que situaciones como las señaladas afectan la veracidad y comparabilidad de la información contable al registrarse acciones, que con efecto financiero reflejan un abuso de estrategias comerciales divergentes a la responsabilidad y la conducta ética deseable, que salen también del discurso del negocio en marcha distorsionando la continuidad del negocio (CINIF, 2010).

Con estas inquietudes las preguntas de estudio de este trabajo son ¿la competitividad actúa en contra de la Responsabilidad Social empresarial?; ¿es capaz la contabilidad de delatar las conductas y acciones de responsabilidad empresarial?. De manera tal que la contabilidad adquiera un papel protagónico de revelación y comparación de los efectos competitivos del ejercicio del compromiso social comunitario en las organizaciones.

Tomando en cuenta, que una variable actual en la adopción de conductas sociales empresariales es la globalización, que con su bandera de “competitividad con calidad”, ha abierto la puerta a

interpretaciones locales de la ética y el compromiso comunitario. Logrando que en el proceso de maduración gerencial de las organizaciones en sus nuevas realidades, se manifieste la incapacidad de la empresa para visualizar el impacto de sus acciones (Pizzalonte, 2009:204).

No obstante, lo deseable desde el enfoque social, es que esta miopía ponga en riesgo a la organización al observarla como un roble, que al primer golpe no recibe ningún daño, al segundo tampoco, sin embargo la suma de pequeños y constantes golpes terminan provocando su caída en un panorama de fracaso (Mandino, 1999).

Para estudiar lo anterior, este trabajo parte de una revisión teórica de la responsabilidad social, su intersección teórica con la competitividad para cerrar con la medición de la gestión. Presentando un estudio aplicado a profesionistas contables de la región noroeste del país: Sonora, Sinaloa y Baja California acerca de la visión contable de la responsabilidad social en un contexto de competitividad.

1. Un poco de Responsabilidad Social

Si observamos a la organización como una suma de conductas individuales, con principios y valores cuyo comportamiento extrapolado se espera sea una ética solidaria con la comunidad, surge la duda de ¿Qué provoca que el comportamiento en conjunto sea modificado o no razonado en su efecto comunitario?.

El interés sobre la responsabilidad social, ha sido la ruptura entre el hacer y el decir, la evidencia de fraudes, la pérdida de credibilidad y la desestabilización de la legitimación social de las grandes firmas dadas a finales de los noventa (Albareda y Balaguer, 2007: 12). Que ha provocado una incorporación de la investidura de ciudadanía corporativa a la organización, sumando la gestión del conocimiento, la economía de la información y la valoración de la empresa para construir relaciones sostenibles en la organización (Albareda & Balaguer, 2007: 12).

De tal manera que la gestión financiera, la marca y reputación, el capital intelectual, el recurso social y humano y la gestión del medioambiente son elementos que dan valor a una empresa sostenible y racionalmente responsable (Lara, 2003).

Una declaración de compromiso de la organización es la existencia de un código de ética interno, que conjunte su misión y visión, con los valores éticos individuales, sociales y profesionales de sus empleados.

Es pertinente aclarar que la interrelación y el riesgo se asumen en mutua dependencia como justicia y solidaridad (Bisordi, 2003) como una manifestación de compromiso. En donde, el concepto de riesgo rebasa a la inversión de los socios, afectando directamente a clientes, proveedores, trabajadores, acreedores, instituciones crediticias, el fisco, la comunidad y el medio ambiente.

Como Peter Druker señala:

”... El problema es convertir una organización basada en el poder, en una basada en la responsabilidad. No debe concederse a ninguna organización otro poder que el necesario para su función social, y cualquier otra cosa que vaya mas allá de esto, es una usurpación”
(Druker citado en Etkin, 1993).

Por lo que, si hacemos sinónimos a la responsabilidad con la ética -como principios y valores universales mínimos-, el problema real reside en la cohesión armónica entre los valores, compromisos morales y objetivos de lucro de la organización, en sentido divergente a los beneficios sociales, afectando en ocasiones los derechos laborales, el cuidado del medio ambiente, y el trabajo digno, entre otros. Por lo que resulta indispensable descubrir las necesidades que se han de satisfacer y dirigir los esfuerzos para definir objetivos, valores y rutinas que permitan alcanzar metas, en un reto continuo de aplicación de la ética en los negocios (Limón, 2006).

De forma, que la adquisición de valor socialmente responsable por la organización, la encamina a un enfoque integrador que busca su legitimación en una economía de mercado, con todos los agentes o grupos de interés con los que se relaciona conocidos como stakeholders.

2. La medición de la gestión

Es un asunto aceptado que la contabilidad es una técnica de registro de resultados que responde a una interpretación del alcance y uso. Pero, si entendemos a la contabilidad en un sentido funcionalista, es necesario adoptar una postura crítica, he involucrar a la contabilidad en la transformación social, económica y política (Archel, 2007: 9-11) de la gestión en las organizaciones, con un compromiso de transparencia y visión del ejercicio honesto y competitivo.

Contablemente el efecto social y medioambiental es un costo oculto de impacto al medio ambiente, del daño a la salud de los empleados, y las posibles responsabilidades con la salud comunitaria como consecuencias del consumo de recursos de explotación y de las modificaciones y afectación de la vida productiva de la organización (De la Rosa, 2009: 40-43).

La dificultad de que la contabilidad capte el desarrollo discreto de las acciones, objetos y conceptos de la sustentabilidad como expresiones tangibles de la responsabilidad medioambiental y social, han sido propuestas en dos corrientes principales: la corriente ontológica y la tradicionalista (De la Rosa, 2009: 53-62).

La corriente ontológica (1996 y 2002), da una explicación metodológica de operacionalización de un mundo físico y social contextualizado en el ambiente de la organización.

Birkin y Woodward (1997), exponentes de esta corriente utilizan el enfoque conceptual hacia el usuario, para revisar y ampliar el paradigma de objetividad contable en el registro de los efectos externos de la protección ambiental, para lo cual se apoyan en disciplinas emergentes para llegar a un estado contable de interconexión de eventos (Birkin, 2000), generando información cuantitativa y cualitativa para la gestión, que replantea la teoría contable.

Se reconoce, la necesidad de una gestión socio medioambiental revelada en la contabilidad; se reafirma el enfoque de stakeholders -todos los terceros interesados- como usuarios potenciales de la información, y la necesidad de corregir la disfuncionalidad de los principios de contabilidad –hoy normas de información- para responder a las nuevas necesidades contables.

Este enfoque socio medioambiental enmarca a la contabilidad como un sistema de calidad, compuesto por cuatro elementos: la gobernabilidad, la medición, los sistemas de administración y los informes (Epstein & Birchard, 2000).

La corriente tradicionalista (1994-2002) se sustenta en el uso de las normas contables, argumentando que la contabilidad de gestión socio ambiental regulada por las normas contables, compartirá los beneficios de su observación generalizada y ayudará a estandarizar y normalizar el trabajo de los contadores (Thompson, 2002; Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas, 1999; White, 1999).

Esta corriente tradicionalista asume, que la contabilidad socio ambiental debe tratar de la misma manera todos los datos económicos de la organización e introducidos en el flujo de información cotidiana bajo el enfoque del usuario de stakeholders. Sujetándose a la exteriorización y registro que las normas señalen.

Ambas corrientes coinciden en un punto, el usuario general, los *stakeholders*, como una visión para fundamentar la responsabilidad social (Argandoña, 1998) y la ética de la empresa (Carroll, 1989).

La existencia o compromiso de la organización, es muy cuestionada, en el sentido de ¿por qué La organización debe responder a usuarios externos?, cuyo nivel de participación e los objetivos de la misma no es precisa (Argandoña, 1998). No obstante apoyando ambas corrientes y el regreso a considerar los intereses de los no propietarios, en la tabla 1 se presenta una descripción genérica de los *stakeholders*.

Tabla 1. Tipos de Stakeholders

Stakeholder	Responsabilidad de/ con la organización
<u>I. Usuarios internos</u>	
Accionistas	<ul style="list-style-type: none"> - Deber principal, contribuir al fin de la empresa - Recibir de la organización lo razonable conforme su contribución
Directivos	
Empleados y trabajadores	
<u>II. Externos</u>	
Cientes	<ul style="list-style-type: none"> - Establecer relaciones sociales para identificar el bien común y los derechos y deberes que emanan del mismo.
Proveedores y Acreedores	
Bancos	<ul style="list-style-type: none"> - Deber de la información reconocimiento y diálogo.
Sindicatos	
Autoridades	
Comunidad en general	
Competidores	

Fuente: Elaboración autores con base en Argandoña, 1998.

Son dos los tipos de stakeholders: internos y externos cuya relación con la organización se da en dos sentidos el compromiso adquirido con su funcionamiento y la correspondencia ética de la misma como un deber.

En México el camino al reconocimiento de la responsabilidad social revelada en la contabilidad, es un terreno poco explorado, sin embargo puede identificarse en la corriente tradicionalista a partir de que las Normas de Información Financiera –otrora Principios de Contabilidad Generalmente Aceptados- se defienden como base de orientación de los contadores públicos en el registro de los hechos económicos de las entidades , para evitar que la información final al usuario pierda su utilidad y confiabilidad (CINIF, 2010: NIF A1)

Al igual, el Comité de Estándares Contables Internacionales (IASB. International Accounting Standards Bureau) ha emitido una serie de normas contables para evitar que la información contable pierda su utilidad y confiabilidad en los mercados internacionales, y sean la imagen fiel de la realidad económica de las organizaciones (Choi & Choi, 1992:257-261). De tal forma, que la atención uniforme de necesidades contables se han resuelto vía emisión de normas entre la organización colegiada.

A pesar de los esfuerzos de la normativa, y la corriente ontológica, estas no han conciliado sus enfoques de tratamiento de los aspectos contables del medioambiente y la conducta social, en consecuencia la medición de la gestión socio-ambiental sigue siendo incompleta.

Esto se explica por las consideraciones epistemológicas de la ciencia contable, que conforme señala Requena (1981: 23-24), se ha formado a través de un lento proceso histórico, naciendo de la práctica, evolucionando en la medida que se ha hecho inevitable, e iniciándose en la de investigación de los principios, causas y generalizaciones como una necesidad. En un camino que transita de una contabilidad empírica, a una clásica y de ahí a una científica.

Mientras tanto, se ha entablado un dilema técnico sobre incluir o excluir los “valores sociales” en el sistema contable con argumentos como: el tipo de propiedad, la evidencia de la responsabilidad, la exigencia de estándares de competitividad, la conceptualización de indicadores, la exteriorización, el valor razonable a asignar, y la importancia costo beneficio en las decisiones. Debate que cuestiona la ética, el profesionalismo y la capacidad del los contadores públicos, que enfrentan por su parte, la visión empresarial un tanto cuanto indiferente (De la Rosa, 2009: 253-270).

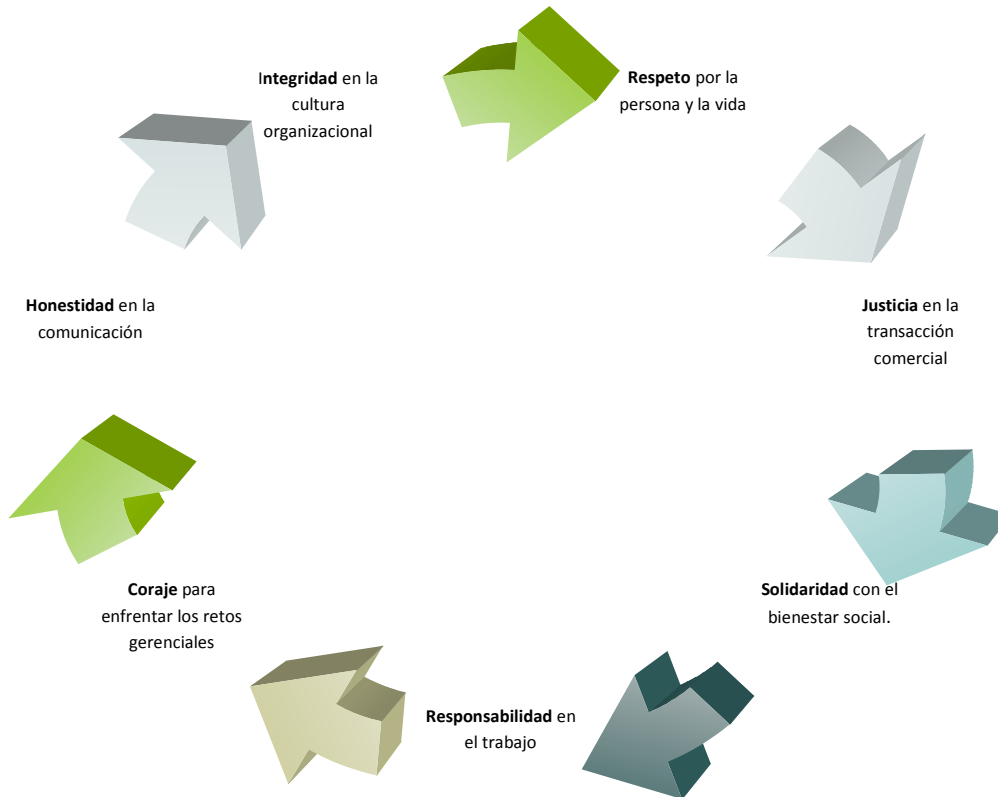
3. Ente la responsabilidad y la competitividad

Lo deseable es que la ética y la competitividad sean inseparables, para permitir competir en la sociedad de maneras sostenida, sin engañar, trasgredir leyes y reglamentos, o inducir hacia la corrupción. Situaciones comunes que se viven en el ambiente en crisis de nuestras organizaciones.

En contraparte, ¿Cuál es entonces la visión teórica de la competitividad, que se acerca a la responsabilidad?, tenemos entonces que revisar las diversas interpretaciones teóricas de la competitividad que la llevan desde la consideración de ventajas hasta la incorporación forzada de valores sociales. Siendo estas teorías: teoría de la ventaja comparativa; teoría de la organización industrial; teoría de la ventaja competitiva; teoría del ciclo de vida del producto, hasta la teoría de internacionalización (Hernández, 2006). Entre estas el concepto de responsabilidad y/o compromiso se encuentra con mayor claridad en la teoría de la internacionalización que establece reducir los costos, reforzar los derechos de propiedad, proteger la calidad del producto o aspectos gubernamentales como aranceles, y controles de precios. Implicando las capacidades de la organización enmarcadas por los límites de la propiedad, que se influyen significativamente por los acuerdos de colaboración con otras empresas, lo que permite ampliar las posibilidades de consumo, de ingreso y la mejora del nivel de vida (Hernández, 2006). Este último como una conexión relativa con la responsabilidad social.

Una forma de vincular a la competitividad con la responsabilidad, es introducir en la cultura de la organización siete hábitos (Martínez, 2005), señalados en la figura 1.

Figura 1. Hábitos morales de responsabilidad en las organizaciones



Fuente: Adaptación autores de Martínez 2005.

Hábitos convertidos en valores de respeto, justicia, solidaridad, responsabilidad, coraje, honestidad, integridad en las decisiones y conductas de la organización. Capitalizados como factores de la Responsabilidad Social en una concepción ecléctica de la competitividad, que se conforma con: los valores en la cultura de la empresa; compromiso de la dirección, mejora y diferenciación de las posiciones competitivas; gestión anticipada de los riesgos; fortalecimiento de la reputación y marca; respeto, motivación y retención de recursos humanos; conservación de recursos para el futuro; y eficiencia y ahorro de costos (Hernández, 2006, González 2005).

4. Estudio aplicado

Con el interés de descubrir las manifestaciones e interpretación de Responsabilidad Social en las organizaciones en unión con su visión competitiva, se aplicó un estudio mixto por conveniencia en el noroeste del país, en los estados de Sonora y Sinaloa durante noviembre 2008 a mayo de 2009. Utilizando una muestra estratificada no probabilística de 72 empresas en activo, a las que se les aplicó una encuesta de los indicadores y dimensiones comentadas en el apartado anterior.

No obstante, que la evidencia empírica, establece que las respuestas sociales en la comunidad y las organizaciones, son respuestas a las crisis económica y social, este trabajo buscó entender las condiciones contextuales para explicar los indicadores encontrados. Por lo que, se analizó y depuró los picos en los resultados, producto del efecto de la crisis económica, en razón del efecto temporal de la visión del negocio en el objeto de estudio: la responsabilidad social.

La encuesta aplicada determinó las acciones de relación de la organización con el medio ambiente, ambiente laboral, acciones comunitarias y sus indicadores exteriorizados. Siendo los informantes ejecutivos de producción y/o de administración de 1° y 2° nivel dentro de la organización.

Para el tratamiento de los datos, se utilizó una correlación y un análisis semántico con categorización de argumentos. Teniendo como hipótesis, que la existencia de indicadores sociales y ambientales en la estructura de la organización influye positivamente en la Responsabilidad Social y la competitividad.

Entendiendo que las relaciones conceptuales entre las variables, son de efecto causal, a la vez que las categorías de las variables tienen entre ellas, un fenómeno de interdependencia.

5. Resultados del estudio

En las actividades encontradas relacionadas a indicadores, sociales, ambientales y de competencia se encontraron actividades de compromiso, reingeniería y control de riesgo conforme el cuadro 1.

Cuadro 1. Relación de indicadores de Responsabilidad Social encontrados en la correlación actividades-compromiso	
Acciones	Compromiso declarado (total de la muestra)

	Con sus empleados	Con el medio ambiente	Con sus clientes
<i>I. Medio Ambiente</i>			
1.1. Reuso de materiales		10% Alto	
1.2. Reciclaje de productos		40 % Alto 10 % Medio	
1.3. Reducción de basura		30% Alto	
1.4. Reingeniería del proceso		10% Alto	
<i>II. Seguridad Laboral</i>			
2.1. Medidas de protección contra incendios o explosiones	16 % alto 8 % medio		
2.2. Medidas de protección contra enfermedades o infecciones	16 % alto 8 % medio		
2.3. Avisos preventivos	10 % alto		
<i>III. Atención al mercado</i>			
3.1. Calidad en el producto o servicio			23% Alto 3% Medio
Valores encontrados	58 %	100 %	26 %
Valores inexistentes	42%	-----	74 %
P estimada	0.9691	0.48	1.0
Fuente: Elaboración personal, estudio aplicado			

Entre estos indicadores, se encontraron cuatro acciones relacionadas con el medio ambiente, tres con la seguridad laboral y una con clientes directos.

El total de las organizaciones declaró realizar acciones de compromiso medioambiental 80% alto y el 20 % medio, cuya significación de interdependencia, entre las acciones y el compromiso medioambiental es 0.48.

Más de la mitad de las organizaciones declararon medidas de seguridad laboral, mientras el 42 % señaló que no las requería. Cruzando esto con la composición de la muestra se observa que se reconocen medidas de riesgo solo en las industrias.

Menos de la tercera parte de la muestra declaró su compromiso con el cliente.

Y la interpretación de competitividad sólo se orienta hacia la calidad del producto, sin considerar servicio o garantías.

Con estos resultados la relación responsabilidad competencia, no se manifiesta, siendo muy baja la existencia de indicadores de competitividad.

6. Conclusiones

1. Las presiones y las crisis económicas y sociales crean un efecto temporal de reflexión y desarrollo de la RS en las organizaciones como fundamento ético y social, para ser transformadas en elementos de transparencia e información en una rendición de cuentas.
2. La correlación de los juicios de valor con la evidencia del compromiso de la organización con el medio ambiente, la seguridad laboral y la competitividad son resultado de la percepción individual de los informantes, de forma tal que la significación de sus respuestas es derribada en el medio ambiente y cuestionada en la seguridad laboral.
3. Los argumentos analizados, confirmaron la ausencia de una definición y comprensión generalizada de la RS en la muestra estudiada, cuyo principal enfoque es el cumplimiento legal, estableciendo como innecesario el uso o medición de indicadores prácticos de la RS y una interpretación por conveniencia de la ética en la competitividad.
4. No obstante el enfoque de rivalidad de la competitividad, ésta no se manifestó como una estrategia prioritaria, y menos aún en su relación de efecto social.
5. No es posible señalar que la competitividad actúa contra la responsabilidad social, ya que ninguna de las dos se encuentra claramente posicionada en la muestra estudiada.
6. Siendo la zona noroeste la muestra de estudio, se esperaba encontrar un mayor dinamismo para el ejercicio de la competitividad ante la necesidad inmediata de enfrentar a competidores norteamericanos, situación que no se presentó.

Finalmente siendo el interés del estudio captar la responsabilidad social y su efecto en la competitividad a través de la contabilidad, se encontró una seria limitación de la comprensión de la transparencia informativa de estos aspectos en los profesionales contables, quienes solo consideran la evidencia de ingresos como evidencia de competitividad y mantener la oferta de empleos como responsabilidad social.

Referencias

- Domenech P. (2007). *Teoría e investigación crítica en contabilidad. Un estudio de caso*. Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. Madrid.
- Argandoña A. (1998). La teoría de los stakeholders y el bien común. *Documento de investigación No. 355*. Universidad de Navarra.
- Albareda L. & Balaguer M.R. (2007). La responsabilidad social de la empresa y los resultados financieros. *Responsabilidad Social Corporativa*. ACCID: Barcelona.
- Asociación Española de Contabilidad y Administración de Empresas. (1999). *Contabilidad de gestión medioambiental. Contabilidad de Gestión*. Asociación Española de Contabilidad y Administración. (13, 2a edición). Madrid, España
- Birkin, F. (2000). The art of accounting for science: A prerequisite for sustainable development?. *Critical Perspectives on Accounting* (11), 289-309.
- Birkin, F. & Woodward, D. (1997). Management Accountig for sustainable development. Part III. *Magazine for Chartered Management*, 75, (8), 58-60.
- Bisordi de Gutiérrez T. (2003). *Ética y empresa*. Recuperado de <http://eco.unne.edu.ar/administracion/jornadas/area3/trab09.pdf>.
- Carroll. A. (1989). *Business and Society*. South Western: Cincinnati USA.
- CINIF (Consejo Mexicano para la investigación y desarrollo de Normas de Información Financiera). (2010). *Normas de Información Financiera*. Ed. CINIF, ANFECA, IMCP: México.
- Chávez J., Zaragoza A.J. & Barreto J.J. (2005). *La competitividad y oportunidades en el estado de Michoacán*. Insituto Tecnológico de Morelia: México.

- Choi D.S., Choi, Mueller G. (1992). *International Accounting*. Prentice Hall. (2nd edition).New Jersey, USA.
- De la Rosa M.E. (2009) *Modelo de Costos Medioambientales contables. Metodología y caso industria maquiladora*. Plaza y Valdéz: México.
- Epstein, J. & Birchard , B. (2000). *Counting what Counts*. Massachussets, USA: Perseus Books.
- Etkin, J. (1993). *La empresa competitiva grandeza y decadencia*. Mc Graw Hill: Madrid.
- Gonzáles L. (2005). La responsabilidad social de las empresas: la posición empresarial en el debate sobre el futuro. *La responsabilidad social de las empresas y los nuevos desafíos de la gestión empresarial*. Universitat de Valencia: Valencia, España.
- Hernández F. (2006). *Propuesta de un modelo integral de competitividad económica para las empresas*. Tesis doctorales de Economía. Recuperado de <http://www.eumed.net/tesis/2006/fhc/2a.htm>
- Lara (2003). Documento de trabajo. *1er Encuentro sobre Responsabilidad Social de las Empresas*: Valencia, España.
- Limón E.(2006). Responsabilidad social corporativa y la toma de decisiones ética. *Revista Tecsisecatl*: Veracruz, México.
- Mandino O. (1999). *El vendedor más grande de mundo*. Editorial Diana: México.
- Martínez, H. (2005) *El marco ético de la Responsabilidad Social Empresarial*. Pontificia Universidad Javeriana: Bogotá, Colombia
- Pizzolante I. (2009). *De la Responsabilidad Social Empresarial a la Empresa Socialmente Responsable*. Ediciones de las Ciencias Sociales: Madrid.
- Requena J. M. (1981). *Epistemología de la contabilidad como teoría científica*. Ediciones Uniersitas Malacitanas. (2ª edición). Málaga, España.
- Thompson, D. (2002). *Tools for Environmental Management*. Canada: New Society Publishers.
- White, L. (1999). Sustainability and the Accountable Corporation. *Environment*, 41 (8), 30-44.